

Las agencias de viaje siguen siendo la principal forma de contratación de los españoles

Este sondeo anual, que lleva a cabo el Instituto para la Calidad Turística Española en dos oleadas, nos indica datos muy relevantes sobre la forma de viajar de los españoles, cómo contratan su viaje, cuál es su motivación para elegir destino, qué valores son determinantes, etc.

Así se refleja que las agencias de viaje siguen siendo la principal forma de contratación de los españoles a la hora de planificar sus vacaciones, con valores similares a los dos últimos años. Internet crece notablemente, incrementándose en siete puntos respecto a 2008. Señalando además que los viajeros que se informaron del destino por la web finalmente decidieron en un 62,77% no contratarlo por ese canal, utilizando otro tipo de servicios.

Crece entre los viajeros las opiniones por Internet

Aumentan los viajeros que dan su opinión utilizando redes sociales y otros servicios que ofrece Internet. Del 13,73% en 2009 hasta el 25,34% en 2010.

Entre las razones determinantes a la hora de elegir el destino turístico se encuentran los viajes del IMSERSO, que continúan creciendo y ocupando un primer lugar. Del 14,92% en 2008 al 18,48% en 2010, consecuencia del descen-

so de aproximadamente el 5% que se ha producido en los viajes de turismo interno, por lo que ganan peso proporcional en el conjunto de los viajes realizados o subvencionados desde el IMSERSO.

Como segunda opción están las invitaciones de familiares y amigos que disminuyen hasta el 17,44%.

La caída más significativa respecto a años anteriores se produce en "la belleza del destino" que cae más de siete puntos, mientras que "la oferta cultural" aumenta un 2,61%.

Hoteles y Restaurantes destacan como principales valores en el destino

La oferta hotelera y de restauración sigue siendo un valor diferencial para el destino dando los encuestados entre mucha y muchísima importancia para el 89,5% y el 75% respectivamente.

El 56,12% de los viajeros le dan entre mucha/muchísima importancia al destino sol y playa. Por otro lado el factor cultural incrementa su importancia a la hora de la elección siendo más del 75% los que le dan entre mucha y muchísima, frente al 72% de 2009.

El paisaje y naturaleza continúa teniendo gran peso en la elección, siendo un 77% los que le dan entre mucha y muchísima importancia. Por el contrario la práctica de deportes no influye

en el destino, ya que casi el 67% no le da ninguna importancia.

El coche particular, con un 49,6%, se mantiene como la principal forma de transporte en los viajes vacacionales, aunque desciende respecto a 2009. Por el contrario los traslados en avión se mantienen en segunda posición aumentando más de un 2% respecto a 2009.

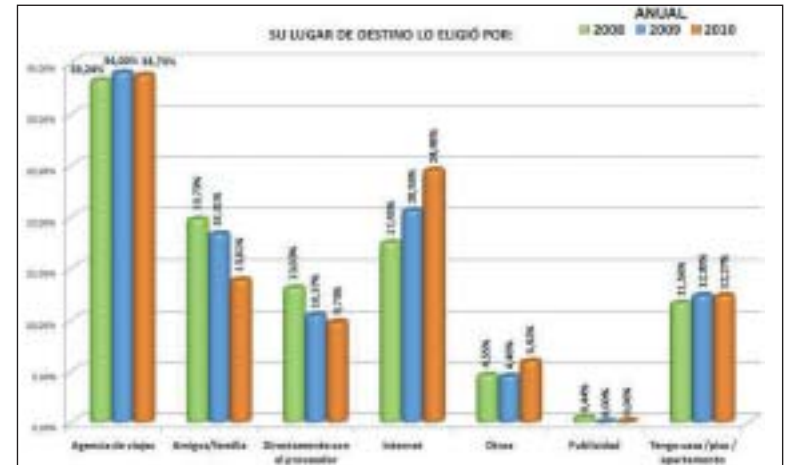
Suben ligeramente los traslados en tren y autobús

El tipo de alojamiento utilizado sitúa en un primer puesto a los hoteles de 4 y 5 estrellas, con un 32,53%, en un momento en el que este tipo de establecimientos se han visto obligados a ajustar significativamente sus precios.

La casa particular vuelve a situarse en segundo lugar, retrocediendo en torno a 3,5 puntos.

Los hoteles de 3 estrellas se mantienen en cifras de años anteriores, manteniéndose como tercera opción con un 20%. Los alojamientos rurales continúan creciendo por encima del 1%, mientras que el apartahotel/apartamento sufre un ligero descenso de más de un punto.

Los encuestados han puntuado del uno al diez distintos aspectos del destino, siendo el alojamiento con un 66,39% los que lo consideran entre notable y excelente,



al igual que la gastronomía que sigue siendo un factor en alza.

Las ofertas de ocio diurno y nocturno se mantienen ligeramente al alza

El 93,27% consideran que factores como la amabilidad y acogida se encuentran por encima de 90% y el 87% la seguridad y la limpieza del entorno respectivamente, además de la tranquilidad.

Más del 85 % de los turistas repetiría destino

El 85,34% de los turistas repetirían el destino elegido, por lo que se mantiene muy estable el nivel de fidelidad de los destinos turísticos, situándose de forma

muy similar al año 2009.

Nuestros destinos son seguros y así lo reflejan estos datos donde tan sólo el 2,82% de los encuestados sufrieron algún incidente, con una reducción de casi dos puntos respecto a 2009. Por otro lado, de este mínimo porcentaje que sufrieron alguna incidencia, el 13,23% de ellos están relacionados con el transporte, disminuyéndose en más de 16 puntos respecto al año anterior.

Los accidentes y los atracos/robos vuelven a ocupar la segunda y tercera plaza en incidentes más habituales. Por su parte la suciedad del alojamiento/servicio disminuye notablemente respecto al año anterior.

Miguel Mirones elegido vicepresidente del Consejo de Turismo de CEOE España

El consejo está presidido por Juan Gaspart Solves, siendo también Vicepresidentes Sebastián Escarrer, Presidente del Sol Meliá; Rafael Gallego, Presidente de la Asociación Española de Agencias de Viajes; y Abel Matutes, Presidente de la Mesa del Turismo y exministro de Asuntos Exteriores.

En una reunión celebrada el 15 de marzo en la sede de CEOE Madrid, el Presidente del ICTE Miguel Mirones ha sido elegido Vicepresidente del Consejo de Turismo de CEOE España.

Además de esta Vicepresidencia Mirones preside la Comisión de Sanidad y políticas Sociales de la Patronal Española y es miembro de su Comité Ejecutivo.

Dicha reunión contó con la presencia de Joan Rosell, Presidente de CEOE, que trasladó su plena confianza y apoyo a Gaspart y su equipo.

Destacar que forman parte de este Consejo 120 integrantes y que tiene una Comisión Permanente formada por: Simón Pedro Barceló; José Hidalgo (Presidente del Grupo Globalia); Fernando Conte (Presidente del Grupo Orizón); José Antonio Tazón (Presidente de Amadeus); Juan Molas (Presidente de CEHAT); José María Rubio (Presidente de la Federación Española de Hostelería FEHR); José Luis Zoreda (Vicepresidente Ejecutivo de Exceltur); Miguel Sánchez (Presidente del Consejo Empresarial de Turismo de la Confederación de Empresarios de Andalucía); José Gabriel Martín (Vicepresidente Ejecutivo del Grupo Áreas).

Cometido y Objetivos del Consejo

Analizar la situación en que se encuentra el sector turístico empresarial, a fin

de conocer sus principales inquietudes, problemática y propuestas, y proceder en consecuencia a la defensa de los intereses empresariales ante las correspondientes instancias, conforman los cometidos del Consejo.

Además sus prioridades para 2011 y asuntos a tratar a corto plazo son los siguientes:

- Análisis y seguimiento de las principales novedades legislativas, tanto a nivel europeo como nacional, con presentación, en su caso, de las observaciones que se estimen pertinentes ante las diversas administraciones e instituciones.
- Celebración de una Cumbre del Turismo.
- Seguimiento de las principales medidas adoptadas en el sector turístico, así como de los trabajos desarrollados por los Grupos constituidos en el seno del Ministerio.
- Participación en el Consejo Español de Turismo.
- Traslado a las autoridades implicadas de las principales cuestiones que pre-



Rafel Gallego, Miguel Mirones, Juan Rosell y Joan Gaspart.

ocupen a los miembros del Consejo, con planteamiento de propuestas alternativas.

- Fortalecimiento de las relaciones con la UE y con la Administración Estatal, en aras a una mejor defensa de los intereses empresariales del sector.
- Tratamiento pormenorizado de los diversos asuntos planteados por los miembros del Consejo.