

El Patronato de Turismo de la Costa del Sol (Málaga) presenta hoy los datos del mercado nacional de cara a la próxima edición de Fitur

24/01/2009.- www.malagaes.com

El presidente del Patronato de Turismo de la Costa del Sol, Salvador Pendón, y la gerente de la entidad, Ana Gómez, han presentado los datos correspondientes al mercado nacional de cara a la próxima edición de Fitur, y han mostrado su satisfacción porque la mayor parte de los indicadores son positivos.

Así y según las estimaciones durante el 2008 han visitado la provincia de Málaga un total de 3.056.000 turistas procedentes del mercado nacional. Esta cifra supone, con respecto al año 2007, un 1,5% de crecimiento del mercado interno.

Los viajeros nacionales llegados a establecimientos hoteleros durante el año 2008 logran con respecto a 2007 un ligero incremento del 1,9%, alcanzando la cifra de 2.384.000.

En 2008 se han alcanzado los 6.416.000 de pernoctaciones hoteleras nacionales, lo que significa un aumento del 1,27% respecto al 2007.

Este año se registraron en la provincia de Málaga un total de 689.000 pernoctaciones de turistas nacionales en apartamentos turísticos, lo que supone un ligero incremento del 0,97% respecto al año anterior.

La estancia media del turista nacional en el año 2008, según datos de Observatorio Turístico, se sitúa en 8,9 días, ligeramente superior a la registrada en el año anterior en medio día (+0,11).

Andalucía ha sido la comunidad que más viajeros ha aportado a los establecimientos hoteleros malagueños durante 2008, con el 58% del total (0,30 puntos más que el año anterior). Le sigue la Comunidad de Madrid (15,45%) y Cataluña (5,31%). Estas tres comunidades aportan conjuntamente cerca del 80% de los viajeros llegados a la Provincia de Málaga.

Durante el año 2008 el número de llegadas de viajeros nacionales por el Aeropuerto de Málaga ha ascendido a un total de 1.410.000, esto supone un descenso importante con respecto a 2007 del 20%, motivado principalmente por el trasvase de viajeros al AVE Madrid – Málaga. Estos pasajeros le otorgan una cuota al mercado nacional del 20,9% sobre el total de llegadas.

Durante el primer año de funcionamiento de la línea Ave Madrid-Málaga, el número de pasajeros llegados a la estación María Zambrano prácticamente se ha duplicado, alcanzando la cifra de 749.793 pasajeros (+91%).

A estos resultados hay que unir las expectativas que se abren con la puesta en marcha del Ave a Zaragoza y el que une Málaga con Tarragona y con la Ciudad Condal.

El 58,1% de los turistas del mercado nacional, pernoctan en la Costa del Sol en alojamientos hoteleros mientras que un 28,68% manifiesta tener una vivienda en propiedad o haberla alquilado.

El medio de transporte más utilizado por el turista nacional para desplazarse hasta la Costa del

Sol es el vehículo propio (57,64%), seguido del avión (29,25%).

Un alto porcentaje (92%) de los turistas procedentes del mercado español manifiestan que sus motivaciones a la hora de elegir la Costa del Sol están relacionadas con la utilización de sus productos turísticos.

El ranking de los productos turísticos que los turistas nacionales usan durante su estancia en la Costa del Sol se encuentra liderado por el Sol y la Playa, el Golf, la Cultura, Salud y Bienestar, Interior, Escapadas de fin de semana y la Gastronomía .

Entre los factores positivos que destacan en la opinión de los turistas españoles sobre el destino Costa del Sol, sobresalen aquellos que han señalado "todo bien" (80,39%).

Más de la mitad de los turistas españoles (54,8%) no identifican ningún aspecto negativo en el destino de la Costa del Sol. Entre los factores positivos encontrados por los turistas en nuestro destino están el clima (20,5%) y aspectos como la diversidad de nuestra oferta (17,97%), la hospitalidad (16,13%) y el ambiente (11,7%).

El tráfico y el ruido son los factores en los que muestran mayor grado de insatisfacción.

Más del 90% de los turistas españoles manifiestan que han resultado muy positivas o positivas sus vacaciones.

Los turistas nacionales presentan un alto grado de recomendación. Más del 96,8% afirma que recomendarían la Costa del Sol a sus amigos y familiares.

A la hora de analizar las formas que creen más óptimas los turistas españoles para informarse sobre un destino turístico, destaca la propia experiencia (66,3%) , la recomendación de las agencias de viajes (14,2%), la de amigos y familiares (8,70%), ofertas y catálogos de tour operadores 3,68%, Internet (5,61%) y folletos (1,23%).

El destino que más se aprecia por el turista español como una zona de interés y competidora al destino Costa del Sol, es la Costa Costa Blanca), seguida de Canarias y Baleares. A continuación nombran a Cádiz y Almería.

Para los turistas españoles, la Costa del Sol presenta tres factores fundamentales que la diferencian y la presentan como un destino superior a las otras zonas competidoras. Estos aspectos son el ambiente, la hospitalidad y el clima así como la diversidad de nuestra oferta.

Los niveles de satisfacción que han mostrado los turistas procedentes del mercado nacional durante el año 2008 indican una opinión más favorable que la del año anterior, alcanzando el conjunto de las variables analizadas una puntuación media ponderada de 7,92 sobre 10 (+0,82).

El alojamiento (8,42) y el alquiler de vehículos (8,41) son los conceptos que obtienen mayor calificación. Seguidos de las actividades de ocio y diversión y de la restauración, ambos con una nota de 8,35.

En cuanto a las perspectivas para el año 2009 hay que señalar que un total de 59 ciudades españolas tienen conexión directa con la capital a través de avión o tren. Entre los aeropuertos con los que Málaga tiene conexión directa y permanente, figuran las trece principales ciudades españolas, incluidas los principales mercados emisores nacionales como son: Madrid, Cataluña, Valencia, Bilbao y Galicia.

Un informe de Exceltur del año 2009 indica que Málaga y su provincia ha sido uno de los destinos que ha cerrado el año 2008 con incrementos en su demanda propiciado por "el tirón de la apertura del Ave así como por una adecuada política de promoción y mejora del destino".