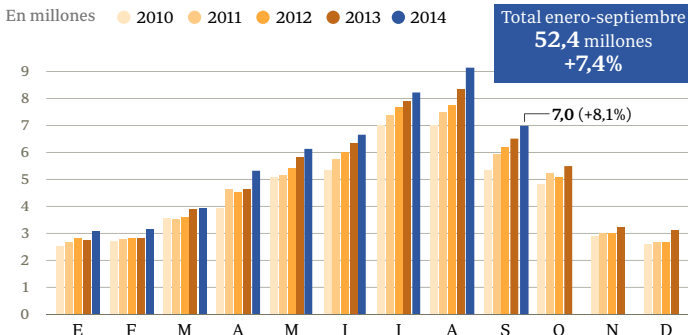


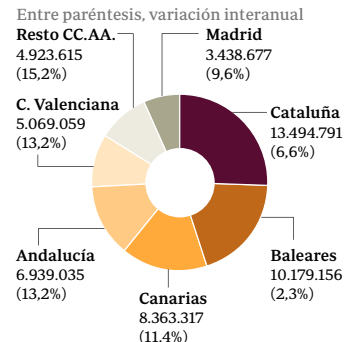
Llegadas de turistas internacionales



Fuente: Frontur

De dónde vienen (Ene/Sep)	Total turistas	Variación interanual
Reino Unido	12.358.931	5,6%
Francia	8.607.402	11,5%
Alemania	8.341.527	6,9%
Países Nórdicos	3.853.284	6,3%
Italia	2.996.483	14,5%
Países Bajos	2.216.936	5,1%
Bélgica	1.777.631	15,9%
Portugal	1.492.316	8,9%
Suiza	1.282.078	7,9%
Rusia	1.260.537	-7,6%
Irlanda	1.074.771	1,4%
EE.UU.	993.262	0,5%
Resto Europa	2.505.590	4,6%
Resto mundo	2.114.298	17,8%
Resto América	1.532.602	1,9%
TOTAL	52.407.649	7,4%

Comunidad autónoma de destino



ABC

España prevé recibir 62 millones de turistas este año, un máximo histórico

► El verano se ha cerrado con un récord de llegadas de turistas internacionales, 31 millones entre julio y septiembre, un 6,9% más que el año pasado

M. NÚÑEZ
MADRID

España tuvo récord de llegada de turistas en 2013, 60,6 millones y el Gobierno cree que este año, con los datos disponibles hasta septiembre, se puede batir ese máximo y alcanzar los 62 millones de turistas, según las estimaciones del Ministerio de Industria, Energía y Turismo.

Esta previsión, avanzada ayer por el ministro del ramo, José Manuel Soria, se basa en los datos logrados hasta ahora que marcan el mejor verano de la historia, con 31 millones de llegadas entre julio y septiembre, un 6,9% más, y el máximo registro del periodo de los nueve primeros meses, con 52,4 millones de turistas, un 7,4% más.

También los siete millones de turistas recibidos en septiembre, un 8,1% más, supusieron el mejor registro histórico para ese mes.

Si se cumplen las previsiones para el cierre de ejercicio, España mejorará en más de 1,3 millones el número de visitantes internacionales (en más del 2%) del pasado año, en el que por primera vez rompió la barrera de 60 millones, los mencionados 60,6 millones de turistas.

Para que eso ocurra, se necesitan al menos 9,6 millones de turistas más, tarea que no parece difícil -incluso en el caso de que se cumplieran las previsiones de la Alianza para la Excelencia Turística, Exceltur, que apunta a una ralentización en el ritmo de crecimiento de la demanda extranjera en

el último trimestre de 2014-, ya que ni siquiera hace falta igualar los 11,8 millones de llegadas de hace un año.

Según Exceltur, para el devenir del turismo en el cierre de 2014 podrían influir factores como el enfriamiento en la recuperación de la crisis en las principales economías de la Eurozona o la contención del crecimiento del mercado ruso por la todavía debilidad de su moneda respecto al euro y el contexto de estancamiento de su economía.

De hecho, con 1,26 millones de turistas, el mercado ruso acumula una caída del 7,6% hasta septiembre (tras

un descenso del 19,5% registrado en ese mes), que se ha visto compensada con creces por la recuperación de la demanda procedente de Francia e Italia, que se incrementan en un 11,5% (8,6 millones de turistas) y en un 14,5% (casi 3 millones), respectivamente, en lo que va de año.

Asimismo, se está diluyendo el efecto positivo de comparación interanual vinculado al crecimiento de la llegada de turistas por el brote de la inestabilidad geopolítica surgido en julio de 2013 en Egipto. En julio de este año, el país africano acogió a un 15,8% de turistas más.

Entre las variables favorables, Ex-

Origen de los viajeros Francia, Reino Unido y Alemania son los principales países emisores de turistas hacia España

coincide con la presencia de El Corte Inglés en la celebración de la Semana de la Moda en Rusia -Mercedes Benz Fashion Week-.

En este contexto, la compañía presidida por Dimas Gimeno presentó ante un centenar de medios de comunicación rusos muestras de sus principales firmas de moda, como Elogy, Yera, Tintoretto, Fórmula Joven, Green Coast, Gloria Ortiz, Jo & Mr Joe, Emidio Tucci u Homimen; así como de los servicios que presta a los turistas. Además, el diseñador Juanjo Oliva mostrará la colección que ha diseñado para Elogy para la primavera-verano 2015, explica la empresa en una nota en la que expresa su apuesta por el turismo ruso.

El Corte Inglés se lanza a la conquista del mercado ruso

El Corte Inglés inició ayer en Moscú una campaña de promoción internacional que desarrollará en varios países y cuyo principal objetivo será el de proyectar a España y a la compañía como destino de compras. Bajo el lema «For Shopping Lovers», el proyecto representa un nuevo compromiso con el turismo de calidad y pone de manifiesto que ciudades como Madrid y Barcelona están en la vanguardia de las compras de lujo en Europa.

El lanzamiento de la campaña

celtur destaca la mejora de la conectividad aérea, con un crecimiento del 5,1% del número de asientos programados para esta temporada de invierno o la depreciación del euro frente al dólar y a la libra, que mejoran la competitividad precio de los destinos españoles.

De acuerdo con la encuesta de Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur), difundida ayer por Industria, la mayor afluencia de turistas registrada en entre enero y septiembre provino de Reino Unido -el primer emisor con 12,4 millones, un 5,6% más-, Francia y Alemania -8,3 millones, un 6,9% más-. El único mercado entre los principales emisores de España que decrece es Rusia y el que prácticamente se mantiene estable es el estadounidense, con un aumento del 0,5% (menos de 1 millón).

Cataluña acaparó el 25,7% de las visitas (una de cada cuatro), con 13,5 millones de turistas y un crecimiento interanual del 6,6%.

Por su parte, Canarias fue la autonomía que registró el mayor incremento en las llegadas, con una subida del 11,4% y 8,4 millones de turistas; seguida de Madrid, con un incremento del 9,6% y más de 3,4 millones de visitantes.

Los datos de Frontur confirman la preocupación de Exceltur por el crecimiento del uso de viviendas en alquiler por parte de los turistas extranjeros, en gran parte no reglada.

El número de turistas alojados en «viviendas propias y de familiares o amigos» acumula hasta septiembre un crecimiento del 6,7%, superando los 10 millones de turistas (un 19,3% del total), tras crecer un 13,1% en ese último mes.