



## EL TURISMO URBANO: UNA APUESTA ESTRATÉGICA PARA ESPAÑA

**El turismo urbano se ha consolidado como un fenómeno determinante de la fisonomía, dinamismo, personalidad e imagen de las ciudades a nivel global, erigiéndose como una actividad económica determinante de su presente y su futuro.**

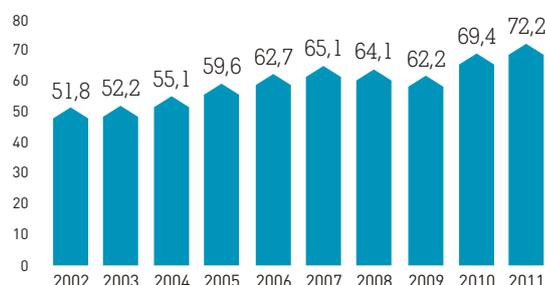
En España, el enorme esfuerzo inversor público y privado dirigido a la transformación de los espacios urbanos, la puesta en valor de los recursos culturales y el desarrollo de nuevos y diversos proyectos hosteleros y de ocio de la última década han promovido una multiplicación del atractivo turístico de muchas ciudades.

Como resultado, del año 2002 al año 2011 el número de pernoctaciones en los hoteles de las ciudades españolas se incrementó un 39,4% hasta los 72,2 millones, lo que supone un 25% del total de las realizadas por residentes y no residentes en el conjunto de los destinos españoles ese año.

El turismo urbano en España ha contribuido a:

- **Complementar la tradicional especialización en el segmento del sol y playa**, diversificando la oferta y ayudando a reposicionar la imagen de España en otras líneas de producto más experienciales.
- **Reducir la estacionalidad**, generando flujos de turistas urbanos en momentos del año distintos a los tradicionales meses de verano.
- **Extender los positivos efectos multiplicadores del turismo sobre zonas de interior** por la capacidad y oportunidad de vincular las visitas a las ciudades con el disfrute de experiencias en sus alrededores.
- **Incrementar los ingresos turísticos agregados**, mejorando el nivel de gasto medio diario, por su capacidad para atraer un turista de mayor gasto, especialmente en las actividades de negocios.

EL TURISMO URBANO EN ESPAÑA:  
UNA REALIDAD EN EXPANSIÓN. 2002/2011  
(millones de pernoctaciones hoteleras)  
Fuente: Exceltur a partir de la EOH (INE)



La relevancia y la extraordinaria oportunidad que supone la consolidación y mayor promoción del turismo urbano en España, junto con las primeras señales de ralentización de sus ritmos de crecimiento, que 2012 ha transformado en intensas caídas tanto en la demanda como en los ingresos empresariales, nos llevó desde EXCELTUR a poner en marcha a finales del año 2011 el presente estudio **UrbanTUR 2012**.

**El turismo urbano es ya el 25% del total del turismo español**

UrbanTUR 2012 constituye un paso adicional en la línea de trabajo de aportar información objetiva y las mejores prácticas para el fomento de la competitividad turística, iniciada por EXCELTUR en 2010 con la elaboración del Monitor de Competitividad Turística de las 17 Comunidades Autónomas Españolas (MoniTUR), en este caso aplicado a las 20 ciudades españolas más exitosas en su desempeño turístico.

## OBJETIVOS DE UrbanTUR 2012: UN INSTRUMENTO PARA MONITORIZAR LA EVOLUCIÓN Y EL FOMENTO DE LA COMPETITIVIDAD TURÍSTICA DE LAS CIUDADES ESPAÑOLAS

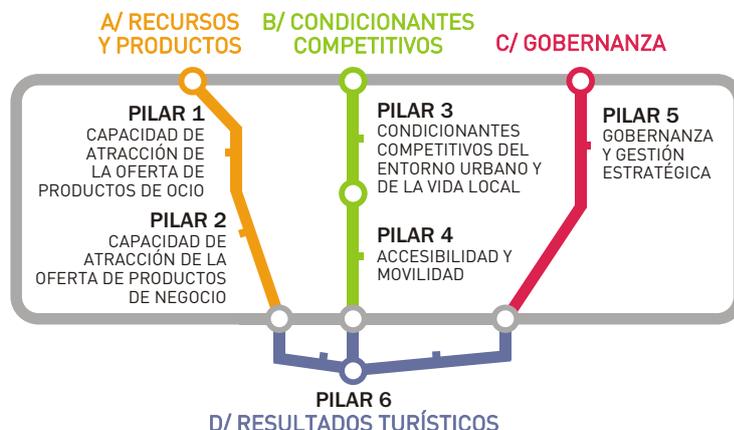
Este informe **UrbanTUR 2012** aspira a ser un instrumento que ayude a:

- 1 Destacar la importancia del turismo en las ciudades** como un motor de su desarrollo económico y generación de empleo, de forma que merezca el protagonismo que le corresponde en la toma de decisiones públicas y en el reconocimiento de la sociedad local, como una apuesta de futuro para la mejora de su calidad de vida y prosperidad socioeconómica a medio y largo plazo.
- 2 Resaltar e impulsar el liderazgo de los ayuntamientos** y sus máximos responsables para promover el posicionamiento turístico más deseable, que concilie los múltiples intereses públicos y privados en juego que conforman la cadena de valor turística de las ciudades.
- 3 Introducir elementos objetivos para la reflexión sobre las políticas municipales clave y las estrategias empresariales** que puedan impulsar la mayor capacidad competitiva del sector turístico a nivel local, difundiendo algunos ejemplos de buenas prácticas que ayuden a superar la compleja situación por la que atraviesa el turismo urbano en España.
- 4 Concienciar sobre el papel determinante de la cooperación público privada** y su concreción en órganos mixtos de gestión turística a nivel local, dotados del mayor talento profesional, que aseguren un trabajo continuado en el tiempo, superando los ciclos electorales.
- 5 Elevar la concienciación empresarial** sobre las múltiples interdependencias competitivas que a escala municipal condicionan sus resultados individuales y subsectoriales, a favor de las visiones y los posicionamientos turísticos de futuro más convergentes, comprometidos y sujetos a la mayor cooperación.

# ESTRUCTURA E INDICADORES QUE CONFORMAN UrbanTUR 2012

UrbanTUR 2012 desarrolla los conceptos que desde EXCELTUR sentimos más relevantes para el mejor desempeño del turismo de ciudad a largo plazo, recogidos en lo que hemos denominado Decálogo de la Competitividad Turística Urbana de EXCELTUR y que se estructuran en seis pilares:

- 1 CAPACIDAD DE ATRACCIÓN DE LA OFERTA DE PRODUCTOS DE OCIO.**
- 2 CAPACIDAD DE ATRACCIÓN DE LA OFERTA DE PRODUCTOS DE NEGOCIO.**
- 3 CONDICIONANTES COMPETITIVOS DEL ENTORNO URBANO Y DE LA VIDA LOCAL.**
- 4 ACCESIBILIDAD Y MOVILIDAD.**
- 5 GOBERNANZA Y GESTIÓN ESTRATÉGICA.**
- 6 RESULTADOS TURÍSTICOS.** Refleja y trata de contrastar la correlación e incidencia de los 5 primeros pilares de condicionantes con el desempeño turístico obtenido y aproximado por los hoy por hoy todavía escasos indicadores económicos y sociales disponibles a escala local.



A su vez, los grandes pilares de UrbanTUR se descomponen en 15 ámbitos determinantes de la competitividad, aproximados a través de 57 indicadores finales que los nutren y que se exponen a continuación enunciados en función de los elementos que tratan de medir:

- PILAR 1**  
**CAPACIDAD DE ATRACCIÓN DE LA OFERTA DE PRODUCTOS DE OCIO**
  - ATRACTIVO DE LOS GRANDES ICONOS DE TURISMO CULTURAL
  - POSICIONAMIENTO EN LÍNEAS DE PRODUCTO DE TURISMO LÚDICO
  - Turismo de shopping**
    - Posicionamiento comercial en turistas de alto gasto
    - Libertad de apertura comercial
  - Turismo familiar**
  - Turismo grandes eventos musicales**
  - Turismo gastronómico**
  - Turismo idiomático**
    - Desarrollo de centros para el aprendizaje del español
    - Atractivo de la formación universitaria para extranjeros
  - Turismo de cruceros**
    - Atractivo de la oferta para escalas de cruceros
    - Atractivo de la ciudad como puerto base de origen
  - Turismo de playa**
- PILAR 2**  
**CAPACIDAD DE ATRACCIÓN DE LA OFERTA DE PRODUCTOS DE NEGOCIOS**
  - DINAMISMO EMPRESARIAL
  - RESULTADO DE LA ACTIVIDAD DE FERIAS, REUNIONES Y CONGRESOS
  - Afluencia asociada a las ferias profesionales
  - Afluencia asociada a la celebración de reuniones y congresos
  - CUALIFICACIÓN DE LA OFERTA DE ALOJAMIENTO Y RESTAURACIÓN
  - Dotación de hoteles de alta categoría
  - Calidad de la oferta hotelera
  - Dotación de restauración de categoría alta
- PILAR 3**  
**CONDICIONANTES COMPETITIVOS DEL ENTORNO URBANO Y DE LA VIDA LOCAL**
  - CONDICIONANTES COMPETITIVOS DEL ENTORNO URBANO
  - Cualificación de espacios públicos para el turismo
    - Dotación de zonas verdes
    - Dotación de zonas wifi de acceso gratuito
  - Atractivo de los espacios públicos
  - Calidad del medio ambiente urbano
    - Calidad del aire
    - Eficacia en el tratamiento de residuos
  - CONDICIONANTES COMPETITIVOS DEL ESTILO DE VIDA LOCAL
  - Reputación interna de la ciudad
  - Atractivo del estilo de vida percibido por los turistas
  - Fomento de la excelencia educativa
  - Seguridad ciudadana

- PILAR 4**  
**ACCESIBILIDAD Y MOVILIDAD**
  - ACCESIBILIDAD AÉREA
    - Frecuencia de vuelos
    - Conectividad aérea
  - ACCESIBILIDAD FERROVIARIA EN ALTA GAMA
    - Frecuencia de trenes de alta gama
    - Conectividad ferroviaria de alta velocidad
  - APUESTA POR LA MOVILIDAD TURÍSTICA
    - Eficiencia de la conexión ciudad-aeropuerto en transporte público
      - Coste del trayecto en transporte público a la ciudad
      - Rapidez del trayecto en transporte público a la ciudad
    - Vocación turística de la red de transporte público
      - Disponibilidad de un pase intermodal para estancias turísticas
      - Información en idiomas en el sistema público de transporte
    - Eficiencia del servicio de taxis de la ciudad
      - Dotación de taxis
      - Coste del servicio de taxi
    - Apoyo a la bicicleta como atractivo y sistema sostenible de movilidad turística
      - Dotación de la red de carril bici
      - Disponibilidad de un servicio público de alquiler de bicicletas para turistas
  - PILAR 5**  
**GOBERNANZA Y GESTIÓN ESTRATÉGICA**
    - PRIORIDAD POLÍTICA CONCEDIDA AL TURISMO
    - Posición del turismo en la escala organizativa municipal
    - Esfuerzo presupuestario municipal a favor del turismo
    - Apuesta institucional por la coordinación interconcejalías
    - EXISTENCIA Y CONSISTENCIA DE UNA VISIÓN ESTRATÉGICA DEL TURISMO
    - DESARROLLO Y GESTIÓN INTEGRAL DE LA OFERTA POR CLUBES DE PRODUCTOS
    - POLÍTICA DE MARKETING Y PROMOCIÓN TURÍSTICA A TRAVÉS DE NUEVOS CANALES ON-LINE
    - Apuesta por un portal turístico transaccional ante el consumidor
      - Vocación comercial del portal de la ciudad
      - Posicionamiento del portal turístico en buscadores
    - Impulso al marketing en redes sociales y medios multimedia
      - Proactividad en redes sociales
      - Desarrollo de acciones de marketing en plataformas multimedia
    - Desarrollo de aplicaciones móviles de información y disfrute turístico de la ciudad
    - EFICIENCIA Y EFICACIA DEL SISTEMA DE GESTIÓN TURÍSTICO
    - Agilidad y eficiencia del órgano de gestión del marketing
      - Flexibilidad de la fórmula jurídica de la entidad de gestión turística
      - Grado de autonomía financiera de la entidad gestora
    - Agilidad en la gestión administrativa
  - PILAR 6**  
**DESEMPEÑO, RESULTADOS ECONÓMICOS Y SOCIALES**
    - IMPACTO ECONÓMICO
    - RENTABILIDAD DEL MODELO TURÍSTICO
    - ESTANCIA MEDIA
    - ESTACIONALIDAD
    - CONTRIBUCIÓN SOCIAL
    - RELEVANCIA DEL DESTINO

# FUENTES DE INFORMACIÓN QUE ALIMENTAN UrbanTUR 2012

Los 57 indicadores homogéneos para las 20 ciudades más exitosas que componen **UrbanTUR 2012** se han alimentado de **1.140 valores de indicadores**, elaborados a partir de **más de 100.000 datos**.



El proceso de construcción de **UrbanTUR 2012** ha permitido incorporar variables de diversas fuentes estadísticas oficiales, a la vez que de instituciones de prestigio que han elaborado información ad-hoc para este proyecto y que se han añadido a la valiosa información suministrada por todos los equipos municipales de turismo de las 20 ciudades analizadas, a los que queremos agradecer su colaboración. **UrbanTUR** incorpora, por tanto:

## Nuevos indicadores elaborados exclusivamente para este proyecto y no disponibles con anterioridad

- . Atractivo del comercio minorista para turistas de alta capacidad adquisitiva, elaborado por American Express.
- . Posicionamiento de los portales turísticos de destino en el principal buscador de referencia de nuestros principales mercados, elaborado por Google.
- . Presencia empresarial a nivel local, elaborado por el INE
- . Accesibilidad por trenes de alta gama, elaborado por RENFE.
- . Deseo de viaje a través de las búsquedas, elaborado por Google.

## Indicadores elaborados a partir de la evaluación de las iniciativas municipales

- . 15 planes estratégicos de turismo
- . 20 sistemas de organización interno y de coordinación con otras áreas de gobierno municipal
- . 47 clubes de producto
- . 20 normas comerciales
- . 20 portales turísticos de destino
- . 15 apps turísticas de destino
- . 20 presupuestos municipales

## Indicadores elaborados a partir de la valoración empresarial

- . Encuesta de Clima Turístico Empresarial realizada por EXCELTUR
- . Opinión de más de 1000 empresarios turísticos de diversos subsectores con negocios en las 20 ciudades analizadas

## Indicadores elaborados a partir de información ya disponible obtenida de

### INSTITUCIONES PÚBLICAS

- . Información de los propios ayuntamientos de las ciudades analizadas
- . Instituto Nacional de Estadística
- . Ministerio de Fomento
- . AENA
- . Puertos del Estado
- . Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente
- . Ministerio de Educación, Cultura y Deportes
- . Instituto Cervantes
- . Fundación Universidad
- . Instituto Nacional de la Seguridad Social

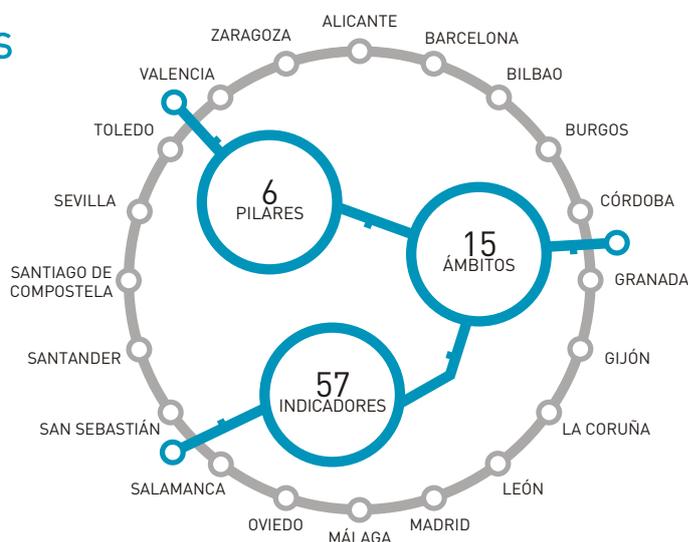
### INSTITUCIONES PRIVADAS

- . Tripadvisor
- . Observatorio de la Sostenibilidad de España
- . Guía Michelin
- . Guía Repsol
- . Facua
- . SGAE
- . Blue Flag
- . Merco

## LOS 20 DESTINOS URBANOS MÁS EXITOSOS EN SUS RESULTADOS TURÍSTICOS, PIONEROS EN LA APLICACIÓN DE UrbanTUR 2012

**UrbanTUR 2012** se centra en monitorizar la evolución y comparación relativa de los indicadores determinantes de la competitividad en **las 20 ciudades turísticas más exitosas por ser las que recibieron en el período 2007-2011 una mayor afluencia turística**, aproximada en base al número de viajeros que recibieron en sus hoteles, según el INE.

Su elección persigue identificar y difundir las mejores prácticas de aquellas **ciudades que están obteniendo los mejores resultados turísticos**, de forma que pueda servir de referencia para el resto de destinos urbanos españoles. No obstante, **UrbanTUR** nace con la vocación de ser un proyecto abierto que pueda ir integrando a aquellas otras ciudades de las que en un futuro se pueda disponer de la misma información y se sientan identificadas con los propósitos que dan lugar a la elaboración de **UrbanTUR 2012**.



# EL DECÁLOGO DE LA COMPETITIVIDAD TURÍSTICA URBANA DE EXCELTUR: PUNTO DE PARTIDA DE UrbanTUR 2012

La competitividad turística de las ciudades españolas en unos mercados cada vez más globalizados y con mayor número de ciudades y destinos competidores dependerá de su capacidad de ofrecer de forma sostenida productos-experiencias que generen vivencias diferenciales y más asociadas con las nuevas preferencias y hábitos de los turistas, tanto en las líneas de producto de ocio como de negocio, en un contexto de atributos urbanos estrechamente vinculados a nuevos valores sociales y de éxito empresarial. Entre la multiplicidad de factores que intervienen en esta tarea, se puede identificar un conjunto de elementos que tendrán un mayor impacto sobre la capacidad de las ciudades para consolidar ventajas turísticas competitivas, sostenidas en el tiempo. Se trata de aquellos sobre los que desde EXCELTUR pensamos se deberían priorizar los esfuerzos a nivel local y que hemos resumido en el siguiente Decálogo de la Competitividad Turística Urbana que representa el transfondo conceptual que ha inspirado el desarrollo del proyecto **UrbanTUR 2012**:

## DECÁLOGO DE LA COMPETITIVIDAD TURÍSTICA URBANA DE EXCELTUR

### LIDERAZGO POLÍTICO A FAVOR DEL TURISMO E IMPLEMENTACIÓN DE UN SISTEMA DE GOBERNANZA PÚBLICO-PRIVADO EFICIENTE, ESPECIALIZADO Y DURADERO

- 1/ Decidida voluntad política de los máximos responsables municipales por hacer de la ciudad un destino turístico de referencia, ejerciendo el liderazgo necesario para mejorar la integración y posicionamiento de la oferta y garantizando la continuidad en el tiempo de las estrategias y equipos profesionales para su consecución.
- 2/ Implementación de un sistema de gestión y gobernanza turística profesional y especializado, basado en la cooperación y compromiso público-privado.

### CREACIÓN DE UNA OFERTA TURÍSTICA ATRACTIVA Y DIFERENCIADA UNIDO AL APROVECHAMIENTO DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS PARA UNA PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN SEGMENTADA

- 3/ Generación y puesta en valor de recursos singulares de potencial atractivo turístico y su transformación en productos turísticos diferenciales.
- 4/ Estructuración de los recursos y servicios turísticos a través de líneas/clubes de producto (cluster de servicios turísticos) alineadas con las nuevas motivaciones de los turistas.
- 5/ Aprovechamiento de las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) tanto en la gestión e integración previa de los diversos actores que conforman el producto turístico, como en su posterior marketing, distribución y atención a las necesidades del turista en destino.

### DOTACIÓN DE UN SISTEMA DE ACCESIBILIDAD DE TRANSPORTE SOSTENIBLE Y APUESTA POR UNA POLÍTICA DE MOVILIDAD TURÍSTICA

- 6/ Desarrollo de unas políticas sostenibles que favorezcan la accesibilidad por los diversos medios de transporte.
- 7/ Apuesta decidida por un sistema de movilidad turística que favorezca los desplazamientos intraurbanos.

### APUESTA POR LA EXCELENCIA DE LOS ESPACIOS PÚBLICOS, LA CALIDAD MEDIO AMBIENTAL Y EL APROVECHAMIENTO DE LOS ATRIBUTOS SINGULARES Y EL ESTILO DE VIDA Y CAPACIDAD DE ACOGIDA LOCAL

- 8/ Inversión en espacios urbanos que se asocien con una mayor calidad de vida, como el mejor marco escénico en el que se inserta la experiencia turística diferencial de los visitantes.
- 9/ Una sociedad local abierta y favorable a la especialización turística de la ciudad.
- 10/ Incorporación a la oferta turística del disfrute de unas vivencias asociadas a la forma de vida de la sociedad local, como atributos de singularidad y autenticidad cada vez más valorados por los turistas.

# RESULTADOS DE UrbanTUR 2012

## CLAVES PARA ANALIZAR LOS RESULTADOS DE UrbanTUR 2012

- Cada ciudad debe analizar su posición en relación con aquellas similares por su tamaño, situación geográfica, acervo cultural, configuración territorial y/o estructura económica.
- Por la metodología de cálculo y agregación empleada en **UrbanTUR**, la posición que ostenta cada ciudad en cada indicador y en el ranking global es relativa, y debe analizarse en relación con el resto de ciudades.
- Reforzar los niveles de competitividad turística de una ciudad supone una apuesta continua e integral sobre los distintos elementos tangibles e intangibles que condicionan su posicionamiento en los mercados.
- La competitividad turística está muy correlacionada con la capacidad competitiva de la ciudad en su conjunto.

## RANKING GLOBAL Y POR PILARES DE UrbanTUR 2012

	INDICADOR GLOBAL		CAPACIDAD DE ATRACCIÓN DE LA OFERTA DE PRODUCTOS DE OCIO		CAPACIDAD DE ATRACCIÓN DE LA OFERTA DE PRODUCTOS DE NEGOCIOS		CONDICIONANTES COMPETITIVOS DEL ENTORNO URBANO Y DE LA VIDA LOCAL		ACCESIBILIDAD Y MOVILIDAD		GOBERNANZA Y GESTIÓN ESTRATÉGICA		DESEMPEÑO, RESULTADOS ECONÓMICOS Y SOCIALES	
	RANKING	MEDIA=100	RANKING	MEDIA=100	RANKING	MEDIA=100	RANKING	MEDIA=100	RANKING	MEDIA=100	RANKING	MEDIA=100	RANKING	MEDIA=100
Barcelona	1	141,4	2	157,3	2	150,4	1	119,9	2	129,8	1	135,3	1	161,8
Madrid	2	139,1	1	159,2	1	177,9	2	113,8	1	158,3	6	107,4	2	149,2
Valencia	3	111,0	3	117,2	3	106,3	14	95,8	3	110,0	2	120,4	3	106,8
Sevilla	4	104,3	4	111,8	4	104,2	9	99,3	4	106,2	9	101,6	4	105,5
San Sebastián	5	103,1	13	89,8	10	91,5	3	111,3	15	89,0	3	118,1	5	103,9
Málaga	6	98,3	9	94,1	7	94,4	15	95,0	6	102,5	10	100,2	6	101,9
Bilbao	7	97,9	8	94,6	6	100,5	7	103,7	9	96,3	12	94,1	7	101,7
Santiago de Compostela	8	97,3	6	97,1	18	87,3	8	101,2	11	92,2	8	103,1	10	96,8
Zaragoza	9	96,6	15	87,4	5	101,0	20	84,1	5	105,2	7	104,8	13	89,2
Granada	10	95,9	5	106,6	9	92,5	11	98,7	10	92,5	14	90,7	9	99,8
Salamanca	11	95,7	14	88,9	15	87,6	5	105,0	19	87,0	5	108,2	18	84,7
Gijón	12	94,2	20	82,4	20	85,1	12	96,4	20	86,2	4	113,3	19	82,7
Córdoba	13	93,9	10	93,8	14	88,2	17	91,8	7	102,4	11	96,8	15	87,4
La Coruña	14	92,4	12	90,0	8	93,1	6	104,8	12	91,1	15	90,2	14	87,6
Alicante	15	91,9	11	90,8	12	90,4	19	84,5	8	99,1	18	88,6	8	101,2
Santander	16	91,1	17	83,7	11	90,7	16	93,2	13	90,4	13	92,6	11	94,6
Toledo	17	90,8	7	96,6	16	87,5	10	99,0	18	87,3	16	89,5	17	86,2
Burgos	18	88,0	16	85,5	19	86,1	13	96,0	14	90,2	17	89,5	20	79,6
Oviedo	19	86,4	18	83,6	13	90,2	4	107,8	17	88,1	20	74,1	16	87,1
León	20	85,7	19	82,6	17	87,5	18	87,6	16	88,9	19	80,5	12	92,2

	POBLACIÓN*	RANKING GLOBAL	CAPACIDAD DE ATRACCIÓN DE LA OFERTA DE PRODUCTOS DE OCIO	CAPACIDAD DE ATRACCIÓN DE LA OFERTA DE PRODUCTOS DE NEGOCIOS	CONDICIONANTES COMPETITIVOS DEL ENTORNO URBANO Y DE LA VIDA LOCAL	ACCESIBILIDAD Y MOVILIDAD	GOBERNANZA Y GESTIÓN ESTRATÉGICA	DESEMPEÑO, RESULTADOS ECONÓMICOS Y SOCIALES	
Barcelona	1.615.448	1	2	2	1	2	1	1	<b>GRANDES CIUDADES</b> (Pob. > 500 mil hab)
Madrid	3.265.038	2	1	1	2	1	6	2	
Valencia	798.033	3	3	3	14	3	2	3	
Sevilla	703.021	4	4	4	9	4	9	4	
Málaga	568.030	6	9	7	15	6	10	6	
Zaragoza	674.725	9	15	5	20	5	7	13	
Bilbao	352.700	7	8	6	7	9	12	7	<b>CIUDADES MEDIAS</b> (Pob. < 500 mil y >200 mil hab.)
Granada	240.099	10	5	9	11	10	14	9	
Gijón	277.559	12	20	20	12	20	4	19	
Córdoba	328.659	13	10	14	17	7	11	15	
La Coruña	246.028	14	12	8	6	12	15	14	
Alicante	334.329	15	11	12	19	8	18	8	
Oviedo	225.391	19	18	13	4	17	20	16	<b>CIUDADES PEQUEÑAS</b> (Pob. < 200 mil hab.)
San Sebastián	186.185	5	13	10	3	15	3	5	
Santiago de Compostela	95.207	8	6	18	8	11	8	10	
Salamanca	153.472	11	14	15	5	19	5	18	
Santander	179.921	16	17	11	16	13	13	11	
Toledo	83.108	17	7	16	10	18	16	17	
Burgos	179.251	18	16	19	13	14	17	20	
León	132.744	20	19	17	18	16	19	12	

(\*) Revisión Padrón Municipal (2011), INE

Si desea información adicional, por favor, visite [www.exceltur.org](http://www.exceltur.org)

Copyright © Exceltur 2013. Todos los derechos reservados.

Reservados todos los derechos. El contenido de esta publicación no puede ser total ni parcialmente reproducido, transmitido ni registrado por ningún sistema de recuperación de información, de ninguna forma ni a través de ningún medio o soporte, sin el previo consentimiento por escrito del titular del copyright. EXCELTUR no se hacen responsable del uso que de esta información puedan hacer terceras personas. Nadie puede hacer uso de este material salvo autorización expresa por parte de EXCELTUR.