

LA COLECCIÓN DE
MONEDAS
CONMEMORATIVAS
SEMANA SANTA DE MÁLAGA

UN TESORO DE SEMANA SANTA

CONSIGUE CON SUR ESTA EXCLUSIVA COLECCIÓN DE 42 MONEDAS CON IMÁGENES DE LAS 42 COFRADÍAS

Hasta agotar existencias. Envío de la promoción Provincia de Málaga.

MAÑANA
MONEDA
'PASIÓN'

POR SOLO **0'49** €

SUR 75 años contigo

JUEVES
31 ENERO
MONEDA
'ESTUDIANTES'

La Costa 'tunea' el aeropuerto con los mejores reclamos turísticos de Málaga

La campaña de promoción ha sido promovida por el Patronato de Turismo para fidelizar a los pasajeros de la terminal

:: PILAR MARTÍNEZ

MÁLAGA. Llegar a Málaga y antes de recoger el equipaje descubrir decenas de propuestas que ofrece el destino y salir de la ciudad y comprobar, camino del embarque del avión, que aún hay mucho por ver. Este es el objetivo de la nueva campaña de promoción promovida por el Patronato de Turismo de la Costa del Sol que ha 'tuneado' las zonas de mayor tránsito de pasajeros del aeropuerto de la capital con grandes murales y paneles de imágenes, según explicó el presidente de este órgano de promoción, Elias Bendodo.

La acción fue inaugurada ayer en un acto que contó con la presencia del alcalde de Málaga, Francisco de la Torre; el subdelegado del Gobierno, Jorge Hernández Mollar; el director de aeropuerto de Málaga, Salvador Merino; y el concejal de Cultura, Turismo y Deporte, Damián Caneda. También asistieron el presidente de la Asociación de Empresarios Hoteleros de la Costa del Sol (Aehcos), José Carlos Escribano, y el delegado de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente de la Junta, Javier Carnero. Todos ellos giraron una visita por una muestra, compuesta por diez banderolas de seis por tres metros, 31 murales de dos por dos metros y tres esferas de suelo, de tres metros de diámetro cada una, con imágenes de los principales reclamos de la provincia.

En unos paneles, en los que se combinan la playa con la montaña, el puerto y la catedral con un paseo por Los Montes o el golf con bellos

miradores de rincones de la provincia, la Costa da la bienvenida al viajero al que le lanza la pregunta si está preparado para disfrutar.

Ampliación

La campaña se mostrará de forma indefinida en el aeropuerto y nace con vocación de ampliarse. En la actualidad se concentra en las zonas de llegada y salida de la T2, tanto en espacios de paso de viajeros de Shengen, que absorbe el tráfico del 50% de los 12,7 millones de viajeros que transitaron el pasado año por la terminal. Además, se ubica en el área de paso de los británicos, principal cliente internacional de este destino. Sin embargo, también se extiende por el área obligada para los turistas de mercados importantes para la Costa como es el asiático,

ruso, marroquí, estadounidense y canadiense. «Se trata de una campaña de difusión del destino en el mismo destino», apostilló Bendodo.

Merino señaló que esta promoción llegará a los 12,7 millones de pasajeros que se esperan revalidar este año. Bendodo explicó que esta acción se mantendrá de forma indefinida y con vocación de ser ampliada, mientras que el objetivo es que el viajero cuando llegue piense que tiene tanto que ver que tendrá que volver y el que se va descubra que le ha quedado mucho por hacer y que tendrá que repetir. Por su parte, Hernández Mollar mostró la disposición del Ejecutivo a apoyar este tipo de actuaciones que redundan en la mejora del turismo.



Bendodo explica la nueva campaña de promoción. :: SALVADOR SALAS

Los extranjeros dejaron en Andalucía 8.126 millones el pasado año, un 0,8% más

:: P. M.

MÁLAGA. El turismo extranjero dejó en los destinos españoles el pasado año 8.126 millones de euros, lo que supone un leve repunte del 0,8%, según los datos facilitados ayer por el Instituto de Estudios Turísticos, perteneciente al Ministerio de Industria, Energía y Turismo. Esta estadística revela que diciembre fue un mal mes para el sector andaluz lo que lastró la evolución mantenida hasta ese momento.

Pese a ello, Andalucía cierra el pasado ejercicio como el destino del mediterráneo español que atrae los turistas internacionales de mayor poder adquisitivo, dado que la media del presupuesto es de 1.072 euros, con una subida del 3,2%, solo superada por los que recalzan en Madrid, que lo hacen con 1.152 euros por visitante.

Además, en lo que se refiere al gasto diario por turista, durante 2012 se

situó en 97 euros, lo que supone un 6,8% más.

En el conjunto de España, el turismo extranjero aportó 55.594 millones de euros, con un incremento del 5,7% respecto al año anterior. El presupuesto medio para viajar al país se situó en 966 euros, lo que supuso que cada viajero desembolsó al día 108 euros, un 6% más que en 2011.

Andalucía se mantiene como cuarta comunidad española receptora de ingresos por turistas internacionales, con una cuota del 14,6% del global. Le preceden Cataluña, Canarias y Baleares. Reino Unido, Rusia, Países Nórdicos y Alemania son los que más euros han aportado al crecimiento anual de los ingresos por turismo extranjero.