



Récord de ingresos en Cataluña generados por los turistas extranjeros durante el año 2011

- En el marco de la feria Fitur de Madrid, la Dirección General de Turismo ha hecho hoy balance turístico de 2011. Según estas primeras cifras, los ingresos del turismo extranjero se situarían en torno a los 11.300 millones de euros, un 7,8% más que el año anterior.
- En relación al número de turistas, el destino catalán cerraría el año con un incremento del 5,7% y superaría los 23,5 millones de turistas (extranjeros, catalanes y del resto de España). En turismo extranjero el incremento ha sido del 4,6%.
- La directora general de Turismo, Marian Muro, ha hecho balance de la labor llevada a cabo por la Consejería de Empresa y Empleo respecto al turismo en 2011 y ha presentado las principales líneas estratégicas para 2012, a partir del Plan Estratégico de Turismo y del Plan de Marketing de Turismo de Cataluña.
- El director de la Agencia Catalana de Turismo, Xavier Espasa, ha presentado la campaña de promoción "Cataluña. Me gusta compartir", como principal signo de eidentidad de la nueva orientación en materia de promoción turística de la ACT, donde la implicación del sector privado y las redes sociales juegan un papel importante.

Jueves, 19 de enero de 2012- La directora general de Turismo, Marian Muro, y el director de la Agencia Catalana de Turismo (ACT), Xavier Espasa, han presentado hoy en el marco de Fitur el balance del año 2011 y las principales líneas de actuación en materia turística de cara a este año 2012.

Según los primeros datos de que dispone la Dirección General de Turismo, Cataluña ha recibido en 2011 un 4,6% más de turistas extranjeros que han generado unos ingresos que se sitúan alrededor de los 11.300 millones de euros (un 7,8% más que el año anterior), cifra que supone un récord de ingresos en el turismo catalán.

En 2011, también han registrado resultados positivos el turismo catalán y el procedente del resto de España. A pesar de la difícil coyuntura económica, el turismo español se ha incrementado en un 6,4% y en el caso de los turistas



■ Comunicado de prensa ■

catalanes, lo han hecho en un 7,6%. Respecto a la evolución en los establecimientos turísticos, tanto hoteles como campings y casas rurales han incrementado número de turistas y pernoctaciones.

1. Balance enero-diciembre 2011

	Turistas (millones)	Variación 2010/2011 nº turistas	Pernoctaciones (millones)	Variación 2010/2011 pernoctaciones
Extranjeros	13,7	+4,6%	101,1	-5,4%
Catalanes*	5,6	+7,6%	20,3	+7,9
Resto de España	4,2	+6,4%	26,5	+13,0
TOTAL	23,5	+5,7%	147,9	+2,7%

**Fuente: datos elaborados por el departamento de Empresa y Ocupación de la Generalidad de Cataluña a partir de los datos del IET.*

**En los viajes de los catalanes no se incluyen las segundas residencias*

2. Ocupación por establecimientos turísticos 2011

	Variación interanual 2010/2011
Ocupación hotelera	
• Viajeros	+4,9%
• Pernoctaciones	+6,1%
Ocupación campings	
• Viajeros	+0,3%
• Pernoctaciones	+5,3%
Ocupación turismo rural	
• Viajeros	+3,9%
• Pernoctaciones	+3,3%

**Fuente: estimaciones del Departamento de Empresa y Ocupación de la Generalidad de Cataluña a partir de los datos del INE.*



Balance de actuaciones y retos para 2012

La directora general de Turismo, Marian Muro, ha destacado algunas de las actuaciones llevadas a cabo a lo largo del 2011 en materia de política turística, entre ellas el inicio de la elaboración del nuevo Plan Estratégico de Turismo que estará listo a mediados de este año.

Muro ha explicado el esfuerzo que se ha hecho en la simplificación de las cargas administrativas en el sector turístico y que continuará este año y la puesta en marcha de una línea de financiación de 6 millones de euros para 2011 para pequeñas y medianas empresas del sector que este año casi doblará este primer importe.

En materia de calidad destaca la consolidación de la categorización por espigas del turismo rural y la creación de una nueva especialidad hotelera gastronómica. Muro también ha anunciado un sello de calidad para las agencias de viaje y ha explicado que ***“hemos ideado un fórmula de indentificación visual online de las agencias de viaje que operan en Cataluña de forma legal”***.

Para 2012, la directora general ha anunciado, entre otras iniciativas, el proyecto para convertir las oficinas de turismo en puntos no sólo de información sino también en espacios de promoción y de comercialización de productos turísticos; el despliegue y la aplicación de la nueva normativa de viviendas de uso turístico así como el de su sistema de categorización. Muro ha explicado también que trabajará con el territorio para la creación de producto turístico y ha solucionado la implicación activa del sector.

Otro objetivo es la puesta en marcha de la Mesa de Turismo, ***“una plataforma de interlocución y cooperación con el sector público y privado formada por profesionales reconocidos que se distribuirán en cuatro comisiones: Ordenación, Programación, Conocimiento y Estrategia, y Calidad e Innovación”***.

En referencia a otros retos en promoción turística, el director de la ACT, Xavier Espasa, ha destacado el objetivo de trabajar buscando la implicación del sector, especialmente con el privado. En este sentido, la Agencia Catalana de Turismo ha incorporado la nueva Unidad de Empresas para crear un pool de partners estratégicos con empresas reconocidas internacionalmente. ***“El objetivo de la ACT es cerrar acuerdos con 15 partners y colaboradores para generar unos ingresos adicionales del orden de un millón de euros que se dedicarían exclusivamente a promoción”***, ha explicado Espasa.

Otro punto fuerte de la estrategia promocional turística de Cataluña es la internacionalización y la diversificación de mercados, apostando por emisores



■ **Comunicado de prensa** ■

emergentes con un gran potencial como Estados Unidos, donde se acaba de abrir un Centro de Promoción Turística, China y Asia-Pacífico.

En el caso de la segmentación y la desestacionalización de la demanda, la ACT seguirá impulsando el turismo de reuniones, se ampliará el programa “Catalunya Turismo Senior” en la Costa Brava y en la Costa Daurada, y el sello de especialización Destino de Turismo Familiar (DTF) se empezará a implantar en destinos de interior con un proyecto piloto en las Valls d'Àneu y en la Vall de Boí.

La comunicación 2.0 y las redes sociales se incorporan a la estrategia de promoción online como uno de los ejes principales de acción de la ACT y se ha renovado el mensaje promocional con la campaña “Catalunya. Me gusta Compartir”, donde el blog <http://megustacompartir.catalunya.com> y un perfil de facebook se convierten en plataformas de promoción y sobre todo en canales de participación y de interacción con el público. La campaña es el resultado de la implicación y de la suma de esfuerzos de empresas privadas y entidades públicas.

Espasa también ha explicado que, en un momento de contención presupuestaria, la Agencia Catalana de Turismo reduce el número de acciones pero buscando el incremento en su eficacia y rentabilidad. Ha puesto como ejemplo el caso de las ferias, como Fitur, donde Cataluña mantiene su participación sin alterar la presencia de todos los productos turísticos y de todos los territorios pero reduciendo la superficie de exposición en un 30% y el presupuesto de participación en Fitur en más de un 25% respecto a 2011.