

**PROVINCIA | Lucena**

**Lucena registra un aumento del 18,6 % en el número de visitas turísticas en lo que va de año**

**Las estadísticas muestran un aumento del 75% de las visitas organizadas a través de agencias y touroperadores. Franceses y argentinos, los visitantes extranjeros que más crecen gracias a la promoción de la Red de Juderías de España**

**Redacción**

Lunes 28 de octubre de 2013 - 17:30



La Oficina Municipal de Turismo de Lucena, a través de los tres puntos de control ubicados en el Palacio de los Condes de Santa Ana, el Castillo del Moral y el Centro Enogastronómico Olivino en Las Navas del Selpillar ha atendido 17.689 consultas entre el 1 de enero y el 30 de septiembre de este año, lo que supone un 18,6% más respecto a las 14.905 personas atendidas en el mismo periodo del pasado año, según el balance ofrecido por el concejal de Turismo, Manuel Lara, que ha presentado junto a la técnico del área, Emilia Gálvez, y el coordinador del programa Tu historia Lucena, José Antonio García.

Del total de las visitas, 5.994 declararon haber llegado a Lucena a través de agencias de viajes y touroperadores, frente a las 1.994 que lo hicieron durante todo 2012, lo que implica un incremento del 75% y muestra una “profesionalización” del destino, según han remarcado. La mayor parte de los visitantes, 8.361, lo hicieron atraídos por exposiciones, bodas y otros eventos. El 59% de las visitas hasta septiembre se llevaron a cabo en grupo, de los que el de la tercera edad es el que ha registrado un mayor incremento, con 6.531 visitas frente a las 1.389 de 2012.

Con respecto a la procedencia de los visitantes, el 95,8% (16.981) eran nacionales, 3.512 de ellos procedentes de la provincia de Córdoba, mientras que por comunidades autónomas Andalucía, Madrid, Cataluña y la Comunidad Valenciana son los principales emisores. El 4,2% de visitantes (708 personas) procedían del extranjero, entre los que destacan Francia, Gran Bretaña, Argentina, Alemania y Países Bajos como los cinco primeros países de procedencia, mientras que en 2012 fue Gran Bretaña el país desde el que llegó un mayor número de visitantes extranjeros, seguido de Francia, Alemania, Austria y Bélgica. En ese sentido Gálvez ha destacado el aumento de turistas franceses y argentinos, países donde existe una importante comunidad sefardí, y que ha ligado a la promoción de Lucena a través de la Red de Juderías de España y al trabajo de touroperadores on line especializados en este mercado, como Destino Sefarad Viajes.

**Un 134,87% más de consumidores de actividades Tu historia**

En ese sentido García ha subrayado igualmente el aumento de ventas de experiencias Tu historia relacionadas con el pasado judío de Lucena. La ruta 'La Perla de Sefarad', una visita guiada con anfitrión en torno a esta temática, ha registrado un aumento del 19,60 % en los primeros nueve meses de este año con respecto al mismo periodo de 2012, convirtiéndose en la actividad más consumida de todas las que organiza

la Fundación de Ciudades Medias del Centro de Andalucía a través de la marca Tu historia en Lucena, y seguida de Lucena Ancestral, un recorrido por los principales enclaves de la historia más remota de la ciudad como la Cueva del Ángel o la Basílica Visigoda de Coracho. En total el número de consumidores de las actividades turísticas de la carta de experiencias Tu historia en Lucena ha aumentado un 134,87 % entre enero y septiembre de este año con respecto a 2012, fruto, ha incidido García, del esfuerzo en creatividad e innovación llevado a cabo por esta marca.

El análisis elaborado por Turismo incluye asimismo este año como novedad un estudio acerca del tipo de alojamiento y número de pernoctaciones de los visitantes, que refleja que un amplio porcentaje de personas eligen establecimientos de cuatro estrellas, lo que marca, en palabras de Gálvez, la calidad como elemento distintivo del tipo de mercado que opta por visitar la ciudad en vista de unos datos que se dirigen a conocer la demanda existente, qué buscan los turistas en Lucena o los mercados más importantes de turistas que atrae la ciudad, de cara a programar las acciones profesionales y promocionales para el próximo ejercicio.