

MARÍA FRESNO

Santa Cruz de Tenerife

El turismo sigue dando buenas noticias a la economía de las Islas. Canarias superará "con creces" el récord de 14 millones de turistas este año. La consejera de Turismo, Cultura y Deportes del Gobierno de Canarias, María Teresa Lorenzo, aseguró que las perspectivas para el cierre del año así lo confirman, ya que el destino turístico Islas Canarias cerró septiembre con 1.003.018 extranjeros, 146.621 más que en el mismo mes del año pasado, con un incremento del 17,12%.

De esta forma, Canarias supera por vez primera los nueve millones y medio de pasajeros entre los meses de enero y septiembre. Entre ese periodo, las Islas recibieron exactamente 9.660.775 viajeros foráneos, 1.232.293 más que en el mismo periodo de 2015, lo que supone un incremento del 14,62%. "Si estos datos siguen así", señaló la consejera, "lo más seguro es que superemos, por primera vez en la historia, las 14 millones de visitas, lo que confirma, sin lugar a dudas, el buen momento que atraviesa el sector turístico en el Archipiélago, con incrementos importantes en la entrada de pasajeros extranjeros en todas las islas".

Además, este aumento de turistas, explicó Lorenzo, va a la par con el incremento del gasto en destino, "generando más economía en Canarias" y el aumento de plazas aéreas, gracias al Fondo de Desarrollo de Vuelos. "Son más de 150 rutas las que se han añadido a la conectividad de las Islas, lo que supone 6 millones de plazas más".

La consejera quiso también añadir como partícipe de este incremento de visitantes los esfuerzos de su propio departamento por "mejorar el destino" e ir más allá de solo un destino de sol y playa, "sino hacer de las Islas Canarias un destino de calidad, más sostenible y donde se le dé un valor a la cultura, la naturaleza y la gastronomía". "Todo esto", añadió, "está incluido en el Plan de Marketing de 2016".

Lorenzo no quiso obviar que, evidentemente, el contexto internacional, con situaciones de inestabilidad política en países directamente competidores de Canarias, ha ayudado, "pero es lo menos", destacó.

Lo importante a partir de ahora, afirmó, "es empezar el debate sobre el modelo turístico



EL ARCHIPIÉLAGO RECIBIÓ A MÁS DE NUEVE MILLONES DE TURISTAS EXTRANJEROS DESDE ENERO HASTA

## Canarias superará por primera vez los 14 millones de turistas a finales de año

La consejera María Teresa Lorenzo achaca la buena cifra a la mejora de la conectividad aérea y del destino, más orientado a la calidad y la sostenibilidad

que quiere Canarias y hasta dónde podemos crecer. ¿Crecer a costa de lo que sea o poner límites? Si se ponen, ¿cuáles son esos límites? En breve, cuando se aprueben

todas las leyes turísticas, tendremos que abrir este debate". De ahí la importancia del Plan de Marketing que guiará la actividad del Gobierno de Canarias en los pró-

ximos cuatro años en este ámbito una vez que venza, a finales de 2016, la aplicación del actual Plan Estratégico Promocional. Las previsiones apuntan a que esta situa-

### AL DETALLE

**Se incrementa en España el flujo de visitantes 'prestados'**

→ La actividad turística crecerá hasta el 4,4% durante 2016, según la **Alianza para la Excelencia Turística (Exceltur)**, que ha mantenido sus estimaciones anteriores basadas en la fortaleza de la demanda extranjera y a los flujos de turistas *prestados* por la inestabilidad en los competidores del Mediterráneo Oriental, especialmente en Turquía ■



SEPTIEMBRE, LA CIFRA MÁS ALTA DE LA HISTORIA. DA

ción de “bonanza” se puede prolongar durante los próximos dos años y que, a corto plazo, la situación del *brexit*, es decir, la salida de Reino Unido de la Unión Europea, “no se ha notado”. “La mayoría de los paquetes turísticos ya estaban contratados, por lo que no creo que a corto plazo haya unas consecuencias inmediatas”, indicó. “En todo caso”, matizó, “se podrá resentir el gasto en destino del inglés”.

La consejera sí reconoció que a medio-largo plazo, ya para finales de 2017, la situación puede cambiar porque la libra va a seguir bajando, pero destacó que se verá “compensada” con la labor de “diversificación de mercado” en la que lleva trabajando la Consejería. “Se trata de ampliar la promoción de las Islas hacia otros destinos como Hungría, Polonia, Francia, Países Bajos... y si la libra continúa bajando, hacer una promoción en Reino Unido más orientada a un sector con mayor capacidad de gasto”.