

23 enero 2010
laprovincia.es » Economía

‘Hemos pasado al optimismo de Fitur’

La consejera de Turismo irradia optimismo. Eso sí, un optimismo moderado, tras haber tocado fondo el pasado año. Águeda Montelongo muestra con datos en la mano que los turoperadores prevén un incremento del número de clientes, y confía en la recuperación definitiva del sector.



J. BOLAÑOS

- ¿Las perspectivas son tan optimistas como parecen?

- Podemos decir con prudencia que son unos datos muy positivos, que auguran un mejor año turístico para 2010. Pero eso tampoco es difícil, después del año tan malo que hemos tenido. Lo que sí se puede decir es que hemos pasado en 60 días, el tiempo transcurrido entre la World Travel Market de Londres y Fitur, de un pesimismo generalizado a una bomba de explosión y optimismo.

- ¿Por qué se venderá más el destino en la Península?

- La aparición del AVE ha obligado a las compañías a reconvertir sus rutas, y por eso Canarias está siendo un destino obligatorio para ello. Travelplan ha aumentado un 7 % sus plazas para el invierno y un 6,69 % para el verano. Spanair tendrá dos frecuencias todos el año con Barcelona. Y éste era un destinos que queríamos...

- ¿Y el mercado internacional?

- Tui comenta que Fuerteventura es el destino donde mejor se vende su producto de lujo. Y Air Berlin ha aumentado un 21 % las plazas, y las ventas se han incrementado un 66 %.

- ¿Cómo es posible que todos los turoperadores hablen ya de cifras positivas?

- En el caso del mercado alemán se debe a una mejoría económica. Y en el mercado nacional porque las flotas han optado por nuevas rutas por la competencia del AVE. Exceltur ya nos decía hace unos días que el turista estaba buscando destinos próximos para ahorrar costes, y hacer alguna escapada. Ahora el Gobierno de Canarias debe presionar para que las tasas aéreas sean el 0 %, ya que el Gobierno central ha hecho tanto esfuerzo en conectar el AVE con toda la Península.

- ¿Qué otros mercados ofrecen buenas perspectivas?

- Más del 51 % de los franceses que viene a Canarias eligen Fuerteventura. Por eso vamos a cerrar una campaña en el metro para promover este turismo. Tenemos vuelos directos, y es un mercado interesante. También se ha puesto en contacto con nosotros el turoperador israelí Mona Tours, que tiene interés en operar en la isla. Es interesante porque trae a un cliente de alto poder adquisitivo, que ya mueve unos 30.000 turistas en Tenerife, y al que le interesa el turismo activo que nosotros ofrecemos.

Un turoperador israelí, que mueve turistas de alto poder adquisitivo, quiere traer clientes a Fuerteventura