



Los presidentes de Canarias, Baleares y Euskadi, en el Foro Exceltur, pidieron al Gobierno del Estado un plan integral para el turismo. / ACFI

Rivero exige a Rajoy que aclare las tasas aéreas

► **El presidente** defiende que las dudas del nuevo Gobierno han creado "una gran incertidumbre" en aerolíneas y turoperadores

► **Exceltur** asegura que el turismo es la única salida para generar suficientes empleos en comunidades como Canarias

► **Tenerife, La Palma, La Gomera, El Hierro** y los municipios del Sur buscan en Fitur acuerdos directos con agentes nacionales

Páginas 2 a 7

Tenerife fortalece el contacto directo con los turoperadores nacionales

La delegación isleña en la feria, encabezada por **Ricardo Melchior y Carlos Alonso**, inicia sus **encuentros de trabajo** con los directivos de **Globalia**

Diario de Avisos
Santa Cruz de Tenerife

Tenerife se presenta hoy, día de la inauguración de la Feria Internacional de Turismo (Fitur) que se celebra en Madrid, con el objetivo de reforzar su contacto directo con los principales turoperadores del mercado.

Las reuniones de la delegación isleña, encabezada por el presidente del Cabildo, Ricardo Melchior, y el consejero insular de Turismo, Carlos Alonso, se iniciaron ayer martes con un encuentro de trabajo con los directivos de Globalia.

Una agenda que se complementará, a partir de hoy, con otras citas similares con responsables de Orizonia y Viajes El Corte Inglés, los tres turoperadores líderes en el mercado español.

Durante estos encuentros profesionales, los empresarios isleños del sector del alojamiento, el ocio y los servicios entrarán en contacto directo con los directivos de estos grupos y sus agentes de ventas.

Para Carlos Alonso, estas jornadas de trabajo "nos permitirán conocer cómo va el mercado y las ventas para la próxima temporada, analizar las perspectivas y programar actividades promocionales que nos ayuden a traer más clientes". Esos tres eventos tienen lugar en la Bolsa de



Imagen de archivo del presidente del Cabildo, Ricardo Melchior, en una edición anterior de la feria. / DA

Madrid, como actos paralelos a Fitur que se desarrollarán hasta el próximo viernes, para los profesionales; y durante todo el fin de semana para el público, en general.

En el marco de esta edición de la feria, la delegación tinerfeña está integrada también por representantes de la Asociación Hotelera y Extrahotelera (Ashotel) de Santa Cruz de Tenerife, además de más de un centenar de empresas del sector turístico insular, asociadas a Turismo de

Tenerife. Estos representantes sectoriales e institucionales mantendrán encuentros con cerca de 40 líneas aéreas, turoperadores, portales de venta on line y representantes de oficinas de turismo con presencia destacada no solo en el mercado nacional sino también en el resto del continente europeo.

Tenerife acude este año con el principal objetivo de incrementar el número de visitantes nacionales que eligen esta Isla para pasar sus vacaciones. Para con-

seguirlo, en 2012 se ha apostado por potenciar su imagen como destino turístico en el mercado peninsular.

En esa línea se enmarca la contratación de una agencia en la Península, que refuerce sus servicios de comunicación y relaciones públicas, y que se encargará de diseñar y desarrollar una completa estrategia en medios de comunicación.

Junto a ello, la Estrategia de Tenerife para este mercado hace hincapié, además de en las cuali-

dades ya conocidas del destino (el sol, el clima, las playas, el bienestar, la diversidad de opciones, la cercanía, la autenticidad y la modernidad); en otros productos novedosos que inciden en la mejora de su posicionamiento.

Es el caso de *Tenerife volcanes de vida*, que potencia los valores vulcanológicos de la Isla como atractivo turístico; *Saborea España*, el selecto club de destinos gastronómicos españoles en el que se integra Tenerife; o los importantes avances realizados, en los últimos años, en la regeneración de los espacios turísticos.

El mercado nacional, con 1.219.720 viajeros recibidos de enero a noviembre de 2011, es el segundo en importancia para la Isla por detrás del británico.

Supone el 25,7% del total de los 4,7 millones de turistas alojados en los establecimientos turísticos de Tenerife en este período. El perfil de este turista se carac-

La Isla pretende aumentar los 1,3 millones de viajeros peninsulares de 2011

teriza por alojarse, principalmente, en hoteles (69%). Viene en pareja y se gasta una media total, en sus vacaciones, de 809 euros. El principal motivo por el que los viajeros nacionales optan por visitar Tenerife es para conocer la Isla, con lo que se encuentran entre los más activos durante su estancia.

Las visitas a parques temáticos, el senderismo, la observación de cetáceos y la asistencia a fiestas y eventos populares están entre sus actividades preferidas.