

> TURISMO / Fitur 2014

«Más promoción para el mercado nacional»

La FEHM cree que no se recuperará por completo ni en dos ni en tres años / «No se dan las condiciones para más de siete meses de temporada», asegura Aurelio Vázquez

HUGO SÁENZ / Madrid
Enviado especial

El presidente de los hoteleros, Aurelio Vázquez, lo tiene claro. Aunque se constata una cierta recuperación del mercado nacional, ésta «no será inmediata ni total», sobre todo tras haber perdido 1,5 millones de turistas en los últimos cinco años. Por ello, aboga por invertir dinero en promoción turística para ese mercado porque «ahí sí que merece la pena» destinar el dinero.

En la FEHM saben que no se va a recuperar ni en dos ni en tres años por completo y que Andalucía y Canarias están preparadas para captar cualquier atisbo de recuperación del turista nacional, por lo que consideran que «el Govern debería dedicar una partida específica» a esta cuestión y que se convierta «en una prioridad para los próximos meses». Según Vázquez, «debería ser un objetivo recuperar un 15% del mercado».

En relación a la próxima temporada, la FEHM duda que se vaya a anticipar tanto como se ha comentado y considera que «no se dan las condiciones para alargarla más de lo que ya es, de abril a octubre», o lo que es lo mismo, siete meses. «El objetivo es llegar a ocho y nueve gracias al turismo activo», añade Vázquez. Sobre la situación en el norte de África, la FEHM cree que

volveremos a beneficiarnos en forma de desvío de turistas pero «menos». Y recalca que «algunos turoperadores piensan ya en Egipto» y Túnez sigue en un proceso de estabilidad.

Vázquez también opinó sobre la posibilidad de que nuevas compañías aéreas intenten programar

vuelos fuera de temporada y lo calificó de buena noticia, pero matizó que debe ir de la mano con la creación de producto o de lo contrario no tendrá efecto.

Por otro lado, el presidente del Grupo Empresas Matutes, Abel Matutes, valoró la recuperación del con-

sumo interno nacional y apeló a la «afluencia de empresarios y visitantes a la feria turística Fitur», así como al «optimismo que aquí se respira», para considerar que esta recuperación se traducirá «en una mejor temporada para las islas en particular».

Matutes destacó a *Europa Press*

que las conexiones marítimas y aéreas, que en temporada baja se reducen en Ibiza por la falta de demanda, «podrían estimularse pronto», lo que se traducirá en una «mejor ocupación».

El presidente del Grupo Matutes valoró además los resultados de Palladium Hoteles, grupo del que es propietario y que alcanzó en 2013 una cifra de negocio de unos 380 millones de euros, un 30% más que en el ejercicio anterior. «Trabajamos para acertar y mejorar año tras año, porque hay en juego 30.000 puestos de trabajo en total», concluyó.

Un millón de metros cuadrados wifi para la Playa de Palma

Desde Can Pastilla hasta el Arenal, cinco km de costa y 200 metros hacia el interior

H. S. / Madrid
Enviado especial

La Playa de Palma se apunta a la tecnología y a partir de la próxima temporada será un destino completamente wifi. El teniente alcalde de Turismo, Álvaro Gijón, anunció ayer la puesta en marcha de un proyecto que dotará al destino de esta infraestructura tecnológica, concretamente desde Can Pastilla hasta el Arenal, cinco kilómetros de costa y 200 metros hacia el interior. En to-

tal, un millón de metros cuadrados con tecnología wifi para «turistas y residentes».

Este proyecto, que se enmarca dentro del Plan de Acción Integral de Reconversión de la Playa de Palma junto con el Plan director Palma Smart Destination, contará con la colaboración de la empresa Mallorcawifi, encargada del desarrollo y que en su primera fase ha invertido ya 300.000 euros.

Gijón destacó que «la principal



Instalando el wifi en la Playa de Palma.

novedad que supone este nuevo modelo público-privado es que la administración colabora en especie, cediendo el uso del espacio público y recibiendo a coste cero una importante infraestructura tecnológica». En este sentido, el edil apuntó que la empresa privada tendrá, además, la posibilidad de desarrollar nuevos modelos de negocio en una Smart Destination y rentabilizar de este modo servicios de última tendencia.

El responsable de Turismo en Cort indicó que el proyecto de implantación contempla tres fases, la primera que estará operativa esta temporada turística, abarcará básicamente toda la zona de playa, la segunda fase está prevista para la segunda línea de playa, mientras que la tercera dependiendo de la experiencia obtenida en la ejecución de las dos primeras, se ampliará en otros lugares de la zona.

Nadie es más barato.
¡Solo STRATO!

STRATO



DOMINIO .ES

Registra ya el dominio que quieres.

¡Dominio .es 30 días gratis!
Después 0,96 €/año.*



MI WEB

Tu propia página web en solo tres pasos.

¡Mi Web Básico 30 días gratis!
Después 0 €/año.*



TIENDAS ONLINE

Tu tienda abierta 24 horas al día.

¡Tienda Online Básica 30 días gratis!
Después 0 €/año.*



DISCO DURO ONLINE

El Disco Duro más fácil y seguro de utilizar.

¡HiDrive 20 30 días gratis!
Después 0 €/año.*

¡OFERTA LIMITADA!

¡Prueba
30 días
gratis!*

Soporte gratuito: 900 968 305

Dominios | Mi Web | Hosting | Tiendas Online

strato.es

* Oferta válida hasta el 2/02/2014. Podrás darte de baja durante los 30 días de prueba. Oferta aplicable sobre una selección de productos determinada: Dominio .es 30 días gratis., después, 0,96 € el primer año. Después, precio estándar (6,84 €/año). Oferta limitada a 15 paquetes de dominio por cliente. Cuota de alta gratuita | Mi Web Básico durante 30 días gratis, después, 0 € el primer año. Después, precio estándar (3,99 €/año). Cuota de alta de 4,90 €. | Tienda Online Básica durante 30 días gratis, después, 0 € el primer año. Después, precio estándar (12,99 €/mes). Cuota de alta de 4,90 €. | HiDrive 20 durante 30 días gratis, después, 0 € el primer año. Después, precio estándar (1,90 €/mes). Cuota de alta de 9,90 €. Las anteriores ofertas están sujetas a un compromiso de permanencia de 24 meses. Precios sin IVA.