El alcalde, Francisco de la Torre, y el concejal de Turismo, Julio Andrade, junto a responsables de la compañía aérea Turkish Airlines. :: SALVADOR SALAS

Málaga mejora sus conexiones aéreas directas con los mercados emergentes

ALBERTO GÓMEZ
Enviado especial
En Twitter: @Agalmendres

La ciudad aumenta a diez el número de vuelos semanales con Estambul, operará por primera vez con San Petesburgo y pone la vista en China

MADRID. Málaga aterrizó ayer en Fitur dispuesta a consolidar su apuesta por los nuevos segmentos y los mercados emergentes. La ciudad aumentará de siete a diez los vuelos semanales directos con Estambul a través de la compañía Turkish Airlines a partir de junio, y se prevé que la cifra llegue hasta los trece antes de finales de año. El incremento de pasajeros de esta conexión, que en 2014 ascendió cerca de un 30 por ciento respecto a la temporada anterior, ha provocado un mayor interés por parte de la compañía turca, que ha abierto a Málaga las puertas de mercados emergentes como el Sudeste Asiático, Oriente Próximo y Europa del Este. El Ayuntamiento anunció también una nueva ruta a la ciudad rusa de San Petesburgo con Vueling y el establecimiento de las negociaciones con Air China para conseguir un vuelo directo entre la capital de la Costa del Sol y Hangzhou.

El alcalde, Francisco de la Torre, y el director general de Turkish Airlines en Andalucía, Halid Koca, firmaron un acuerdo durante la jornada inaugural de Fitur para promocionar la oferta turística de la capital en nuevos mercados. El convenio, que no conlleva ninguna aportación económica por parte del Consistorio al entender ambas partes que la unión ofrece buenas oportunidades de negocio a medio plazo, rubrica una unión que se inició en 2011, cuando la compañía turca estableció tres vuelos semanales entre Málaga y Estambul, que en poco tiempo aumentaron a cuatro para, en 2013, llegar hasta a la frecuencia diaria. En la actualidad, esta conexión es usada por más de 98.000 pasajeros.

El acuerdo con Turkish permitirá repetir las acciones de promoción llevadas a cabo en años anteriores, entre las que se encuentran la presentación de la oferta turística malagueña en nuevos emisores como Turquía, Kuwait, Emiratos Árabes, China y Azarbaiyán, así como viajes de familiarización con agentes de viajes y periodistas de estos países emergentes. La compañía aérea tiene su centro de operaciones en Estambul, desde donde vuela a casi 250 destinos repartidos en más de cien países, de ahí que el aumento de conexiones directas con Málaga supongan un importante espaldarazo para la ciudad en su objetivo de conquistar nuevos mercados, especialmente interesantes para el segmento de congresos e incentivos por sus tejidos empresariales y por la existencia de una creciente clase media con gran poder adquisitivo.

El acuerdo con Turkish Airlines abre la puerta a Oriente Próximo y el Sudeste Asiático

La nueva conexión a San Petesburgo fue otra de las buenas noticias anunciadas en el expositor malagueño. La directora de Relaciones Institucionales de Vueling, Silvia Estevill, anunció que la compañía empezará a operar el próximo 2 de mayo con la ciudad rusa, una ruta muy demandada por el sector turístico de la Costa del Sol debido al aumento de la importancia cada vez mayor del mercado ruso. Un avión Airbus A320 con capacidad para 180 pasajeros conectará ambas ciudades dos veces a la semana en la que supone la segunda operación establecida por Vueling entre el aeropuerto de Málaga y Rusia, después de los vuelos a Moscú. De este modo, la capital suma ya 26 destinos directos operados por la compañía de bajo coste de cara a la próxima temporada estival gracias a las cinco conexiones presentadas este invierno con Zúrich, Burdeos, Menorca y Fuerteventura.

Posible vuelo a Hangzhou

De la Torre se reunió también con el director general de Air China en España, Han Pen Yu. El encuentro forma parte de la estrategia desarrollada por el Área de Turismo para conseguir la puesta en marcha de un vuelo directo entre Málaga y la ciudad china de Hangzhou. Uno de los argumentos esgrimidos por el alcalde en su negociación se refiere a las subvenciones concedidas por el Ministerio de Fomento para pagar las tasas aéreas de aquellas compañías que abran nuevas rutas en los diferentes destinos españoles o incrementen el número de las ya existentes. No en vano, España ocupa el noveno lugar en la clasificación de destinos europeos preferidos por los turistas chinos, una posición aún muy por debajo de su potencial. Andalucía recibió el año pasado el 7,7 por ciento de las visitas de turistas chinos a nuestro país y Málaga fue el primer destino elegido en la comunidad autónoma, razones que han llevado a Air China a plantearse la posibilidad de establecer rutas directas con la capital costasoleña.

Air China es actualmente la compañía asiática con más vuelos en España y mantiene conexiones entre Pekín y Madrid desde hace ocho años. «Estamos interesados en abrir todas las rutas posibles, por lo que vamos a realizar un detallado estudio de mercado para saber si Málaga es, como parece, uno de los destinos en los que convendría operar», explicó Pen Yu.

Nuevos objetivos para una ciudad «que se vende sola»

«Málaga se vende sola». Así de contundente se mostraba ayer Francisco de la Torre durante la primera jornada de Fitur. Los buenos datos registrados en los últimos diez años, que consolidan a la capital como el destino urbano con mayor evolución, por encima de capitales como Madrid o Barcelona, sirvieron al alcalde como prólogo de casi todas sus reuniones con directivos de compañías y agentes del sector y de sus intervenciones ante los medios de comunicación. Las aperturas del Pompidou y el Museo Ruso han reforzado el carácter cultural de la estrategia promocional de la ciudad, una de sus mayores apuestas en las dos últimas legislaturas, y algo parecido ocurre con los receptores emergentes. El Ayuntamiento ha definido una clara línea de actuación, marcada por De la Torre y asumida por todos los concejales que han pasado por el Área de Turismo estos años, basada en la renovación de sus objetivos. Sin perder de vista los mercados tradicionales, la búsqueda de acuerdos que permitan que la capital de la Costa del Sol se abra paso en países como Rusia, Estados Unidos o China, con los que hasta hace poco había una prácticamente nula relación turística, resulta ahora prioritario para la delegación malagueña.

pressreader Printed and distributed by PressReader PressReader.com + +1 604 278 4604 COPYRIGHT AND PROTECTED BY APPLICABLE LAW