Jueves 21.01.16 **SUR**

Málaga pone en marcha un nuevo producto turístico junto a Sevilla, Córdoba y Granada

El eje de las cuatro capitales andaluzas tendrá su estreno oficial en la Jata Tourism Expo, que se celebrará en Japón en septiembre

:: JAVIER ALMELLONES

MADRID. La unión hace la fuerza Por eso, la ciudad de Málaga ha apos Por eso, la ciudad de Mialaga na apos-tado para que 2016 sea el año de un potente eje turístico en Andalucía junto a las ciudades culturales de Sevilla, Córdoba y Granada. Así se plasmó ayer en el encuentro que

plasmó ayer en el encuentro que mantuvieron ayer los alcaldes de las cuatro localidades en Fitur.

Con esta iniciativa, se apuesta por ver como un solo producto turístico la potente oferta que hacen posible las cuatro capitales de provincia. Este eje, además de convertirse en un importante referente internacional, abarca otros importantes seementos turísticos, como el de sol segmentos turísticos, como el de sol y playa, el golf, la gastronomía o la naturaleza, entre otros.

Otro de los puntos fuertes de esta unión de ciudades andaluzas es la conexión a través de distintos me-

dios de transportes, tanto entre si, como con otros puntos del planeta. La buena sintonía quedó paten-te ayer en el stand de Málaga, don-de el alcalde de la ciudad, Francisco de la Torre, hizo de anfitrión v recibió a sus homónimos de Sevilla, Juan Espadas, Córdoba, Isabel Ambrosio y Granada, José Torres Hurtado. Allí acordaron una cita para co-

menzar esta puesta de largo. Será en nienza esta puesta de iargo, seta en Jata Tourism Expo, que se celebra el próximo mes de septiembre en Ja-pón. Para esa fecha la red ya trabaja-rá con una imagen corporativa y ele-mentos promocionales conjuntos.

Tras este primer paso, el eje tu-rístico tiene previsto seguir desarro-llando acciones de prospección en



De izquierda a derecha, Francisco de la Torre, José Torres Hurtado, Juan Espadas e Isabel Ambrosio, en el expositor del Ayuntamiento de Málaga. :: s. salas

PREVISIONES

es el crecimiento que espera el Ayuntamiento de Málaga para en 2016 en alojamientos de la ciudad Se superarían los 1,3 millones de turistas durante el presente año. Se espera que las pernoctaciones crezcan hasta un 7% y superen los 2,4 millones de pernoctaciones.

por volumen pobla-cional, niveles de renta per cápita, aumen-to de clases medias y medias altas o coyuntura económica puedan tener un interés estratégico a medio y largo plazo para las cuatro ciudades. Estas capitales andaluzas van a

estar unidas por la línea de alta ve-locidad AVE, lo que facilitará los des-plazamientos de los potenciales tu-ristas, sobre todo con la puesta en

marcha del nuevo pase Renfe Spain

marcha del nuevo pase Renfe Spain Pass, que está dirigido a los ciudadanos no residentes en España. Por otra parte, Francisco de la Torre adelantó aver que Malaga crecerá más de un 5% en este año y espera que se supere la cifra de 2,4 millones de pernoctaciones en su planta hotelera, lo que supondrá un cremento de un 7% respecto a la cifra registrada el paso de año.

Otro año récord

En este sentido, el alcalde aseguró que «en este 2016 se volverá a tener un año de récord para el turismo de la ciudad, ya que todavía hay mu-cho margen de crecimiento». Al mis-mo tiempo, recordó que en los pró-ximos meses se contará con nuevos hoteles, como el hotel Miramar, y nuevos atractivos turísticos, como el Museo de Bellas Artes y Arqueo lógico, que abrirá las puertas en el Palacio de la Aduana. Por otra parte, previsiblemente ene l mes de marzo, entre en fun-

cionamiento al nueva tarieta

Málaga Pass, un pasaporte tu-rístico que permitirá a los visitantes acceder a todos los atractivos culturales v de ocio de la ciudad en

un periodo concreto. Con Málaga Pass también se podrá acce-der a importantes descuentos en comercios restaurantes, tiendas u hoteles. La tarjeta, que tendrá tanto versión físi-ca como para dispositivos móviles, tiene otras venta-

jas, como el acceso preferen-te a espacios culturales, ahorro económico y de tiempo y entradas garantizadas. En un principio, el precio base de

la tarjeta (24 horas) se ha estableci-do en 28 euros. Los precios del res-to de las versiones Serán 38 euros (48 horas), 46 euros (72 horas) y 62 euros (una semana).

Por otro lado, la oferta monumen-Por otro lado, la oferta monumen-tal y cultural de Málaga se promo-cionará en la web de Logitravel, el grupo turístico español con mayor proyección internacional, gracias al acuerdo de colaboración que ayer laga y el director de Marketing de la compañía, Carlos García. La campaña de promoción se de-sarrollará entre los meses de febre-

ro y marzo tanto en la web de la compañía como en Traveltool, el portal del grupo para las más de 2.000 agencias de viajes físicas de la empresa. Igualmente, Logitravel realizará un microsite con toda la

ocio, cruceros, paquetes turísticos...). El expositor del Ayuntamiento de Málaga también fue el escenario donde se presentó ayer la séptima edición del Maratón Cabberty, que se celebrará el próximo 4 de diciem-bre. El objetivo será batir el récord de 3.750 inscritos en 2015.

De la Torre v Cassá resentaron ayer la tarjeta Málaga Pass. :: s. salas

Turkish Airlines eleva a 14 vuelos semanales la ruta Málaga-Estambul

La potente compañía aérea anuncia que pasará este verano a aumentar las frecuencias entre ambos destinos internacionales

MADRID. Turkish Airlines anunció ayer en Fitur que aumentar la frecuencia de vuelos directos de Málaga y Estambul. Así, en este año, pasará a tener 14 vuelos, lo que. Así lo adelantó ayer el director

general de esta compañía aérea en Andalucía, Halid Koca, en el stand de Málaga. Lo hizo tras firmar la re-novación del acuerdo de colabora-ción con el Ayuntamiento para que la oferta turística de la ciudad se

promocione en los grandes merca-dos turísticos emergentes. El anuncio de Koca es de gran im-portancia para los intereses turísti-cos de Málaga y la Costa del Sol. Hay que tener en cuenta que el 'hub' establecido por Turkish Airlines en Estambul acerca directamente a Má-laga a más de 50 aeropuertos de Eu-ropa del Este, Oriente Próximo y

Asia, además de al propio mercado Asia, adelmas de al propio inercado turco, considerado de gran impor-tancia debido a la existencia de una creciente clase media con gran po-der adquisitivo y con una gran atrac-ción por la oferta de los destinos occidentales, y un importante tejido empresarial para el segmento de congresos e incentivos. Por otra parte, el acuerdo de co-laboración suscrito ayer, que no con-

lleva ninguna aportación económi-ca por parte del Ayuntamiento, va precisamente destinado a la pro-moción de la oferta turística de la capital en los mercados del Sudes-

te Asiático, el Leiano Oriente, Europa del Este y Oriente Próximo.

De hecho, gracias a los últimos acuerdos se han puesto en marcha numerosas acciones de promoción

que han sido consideradas muy sa-tisfactorias por el destino, como las presentaciones de la oferta turísti-ca de la capital realizadas en Turquía, Kuwait, Azerbaiyán, Emiratos Árabes o China.

Igualmente, gracias a este acuer-do, también se han desarrollado va-rios viajes de familiarización, prin-cipalmente con agentes de viajes y periodistas de estos países emer

gences.
Este convenio fue el primer acuerdo comercial que estableció el Ayuntamiento de Málaga con una aerolínea que opera desde los citados mercados hacia el aeropuerto de la capital. Turkish Airlines inició hace ya casi cinco años sus vuelos direc-tos con la capital de la Costa del Sol.

press reader Printed and distributed by PressReader pressReader.com + +1 604 278 4604

1 de 1 21/01/2016 9:41