



Tenerife exhibe su potencial turístico ante RTK, la principal red alemana de agentes de viajes

Unos 750 profesionales asistieron a la asamblea anual de la entidad, que agrupa a unas 4.000 agencias

Tenerife – 03/09/2016. Tenerife ha sido sede estos días de la asamblea anual de RTK, la principal red alemana de agencias de viajes. Los 750 profesionales que han participado en esta importante convención turística, que cuenta con el patrocinio del Cabildo a través de Turismo de Tenerife y del Gobierno de Canarias-Promotur y la colaboración de Turespaña, han tenido la oportunidad de conocer de primera mano toda la oferta del destino.

El presidente del Cabildo, Carlos Alonso, ha destacado que “nuestra estrategia pasa no solo por incrementar el número de turistas alemanes que vienen a pasar sus vacaciones a Tenerife sino sobre todo a que generen más gasto en el destino”.

Alonso ha destacado la experiencia de la Isla en la organización de eventos de este tipo protagonizados por agentes de viajes de nuestros principales emisores, “con las convenciones de ABTA, que organizamos en dos ocasiones, y Tritón, ambas británicas; la red alemana DRV; SNAV para Francia y el evento ‘Ven a Tenerife’, centrado en el mercado español”.

En la misma línea se ha manifestado el consejero insular de Turismo, Alberto Bernabé, quien ha resaltado que, por primera vez, la asamblea anual de la RTK “ha salido de un recinto cerrado y los participantes han podido recorrer toda la Isla a pesar de lo arriesgado del formato, sobre todo por el esfuerzo en cuestiones de logística, con hasta 80 guaguas trasladando a los participantes en las diferentes excursiones”.

El presidente de RTK, Thomas Bösl, ha calificado de “éxito” la convención “porque ha permitido mostrar a los agentes de viajes asociados todas las posibilidades que ofrece Tenerife para que luego puedan trasladar sus impresiones a sus clientes”. Bösl se ha referido también a la incertidumbre que viven otros mercados como Turquía, Egipto o Túnez, “lo que ha supuesto un beneficio para el destino Tenerife, donde las ventas han subido un 34 por ciento”.

“Toda la red de agencias de RTK es prescriptora del destino”, ha manifestado la delegada en Canarias de la asociación, Wendy López-Trejo, quien ha constatado la satisfacción de todos los participantes por la oportunidad de disfrutar durante unos días de una “intensa” experiencia en Tenerife.

Experiencia

No es la primera vez que la Isla organiza un evento de estas características. El primero de ellos fue en 1997, la convención anual de ABTA, la primera asociación turística británica que diez años después repitió en la Isla con la presencia de 1.200 profesionales de la industria.



ÁREA DE TURISMO, INTERNACIONALIZACIÓN Y ACCIÓN EXTERIOR

TURISMO

En 2006 Tenerife acogió dos importantes eventos: la convención de la Asociación de Agentes de Viajes y Turoperadores de Alemania (DRV), con la participación de 900 profesionales y una treintena de los principales medios de comunicación del país, y la convención del consorcio de agencias de viajes independientes británica Tritón en 2006, con 800 agentes participantes. Ya en 2008 se reunieron en Tenerife unos 1.200 agentes de viajes de toda España en el evento “Ven a Tenerife”. Posteriormente, en 2013, la convención de la SNAV congregó a 350 agentes de viajes.

El viajero germano valora mucho los atractivos que ofrece la Isla, especialmente los espacios naturales, la diversidad de opciones entre las que elegir, la autenticidad —que incluye desde coquetos caseríos a originales tradiciones pasando por una gastronomía exquisita pero a la vez sencilla y elaborada con productos frescos—, los vinos de Tenerife, el carácter amable de la gente, y por supuesto, el clima.

RTK agrupa a unas 4.000 agencias de viajes que, en conjunto, alcanzan un volumen de negocios que supera los 3.000 millones de euros. Además de las agencias de RTK, en la red se incluyen las de los turoperadores FTI, Neckermann Reise, Mein Reise Bureau y TUI Travel Star. Los asistentes al encuentro son propietarios y responsables de las agencias miembros de la asociación así como de líneas aéreas y otras compañías del sector turístico germano.

Los alemanes son el tercer mercado en importancia para Tenerife, donde en 2015 pasaron sus vacaciones casi 600.000 viajeros de esa nacionalidad. Su cuota de mercado es del 11,4 % del total de los casi 5,2 millones turistas que llegaron a la Isla el año pasado, solo por detrás de los británicos (con un 34 % y 1.765.000 turistas), y españoles (con un 23,1 % y 1.200.000 viajeros).

La cifra también ha aumentado considerablemente en los siete primeros meses de este año, un 11 %, hasta situarse en los 375.000 aproximadamente. En ese mismo periodo, el incremento de plazas con ese mercado es del 12 % respecto al mismo periodo del año anterior.

De acuerdo a los datos analizados por el Departamento de Investigación de Turismo de Tenerife, el 75 % de los turistas alemanes que pasan sus vacaciones en la Isla realiza algún tipo de actividad durante su estancia, donde destaca la visita a parques temáticos. Un porcentaje aún más alto, el 82 %, realiza actividades turísticas, entre las que sobresale el dato de que más de la mitad acude al Parque Nacional del Teide. La media de edad del visitante germano es de 48 años, y su renta media familiar asciende a 55.000 euros anuales. Pasan una media de 12,2 días en la Isla, el 67 % viaja en pareja, y su índice de repetición de vacaciones en Tenerife se sitúa en el 51 %.