

LA ISLETA SE UNE CONTRA LA CÁRCEL

Canarias7

DIRECTOR:
FRANCISCO SUÁREZ ALAMO
AÑO 23. Nº 8.362
PRECIO: 1 €
VIERNES 4 NOVIEMBRE 2005
www.canarias7.es



SOLDADO
JUZGADO
POR
AGRESIÓN
SEXUAL

P. 67

CANARIAS | 11

**RUANO ACUSA
A SEGURA DE
ATACAR LA
SEGURIDAD**

GRAN CANARIA | 29

**JULIÁN
CARMELO
VEGA**
Aplazado a
febrero el
juicio

ECONOMÍA | 21

**OCTUBRE DEJÓ
2.000 PARADOS
MÁS EN EL
ARCHIPIÉLAGO**

SOCIEDAD | 69

**ZAMORA
RECONOCE
ERRORES EN
VALLE TABARES**

SUCESOS | 72

**INCENDIAN 315
COCHES EN
LAS AFUERAS
DE PARÍS**

ISLAS | 27 A 57

Gran Canaria. Rechazo a
que se frene la moratoria

Lanzarote. Investigación
sobre los Centros Turísticos

Fuerteventura. El Puerto
quiere ser punto fronterizo

Tenerife. El Instituto
Volcanológico ya camina

La Palma. Aparece un
croquis de la Fuente Santa

SERVICIOS

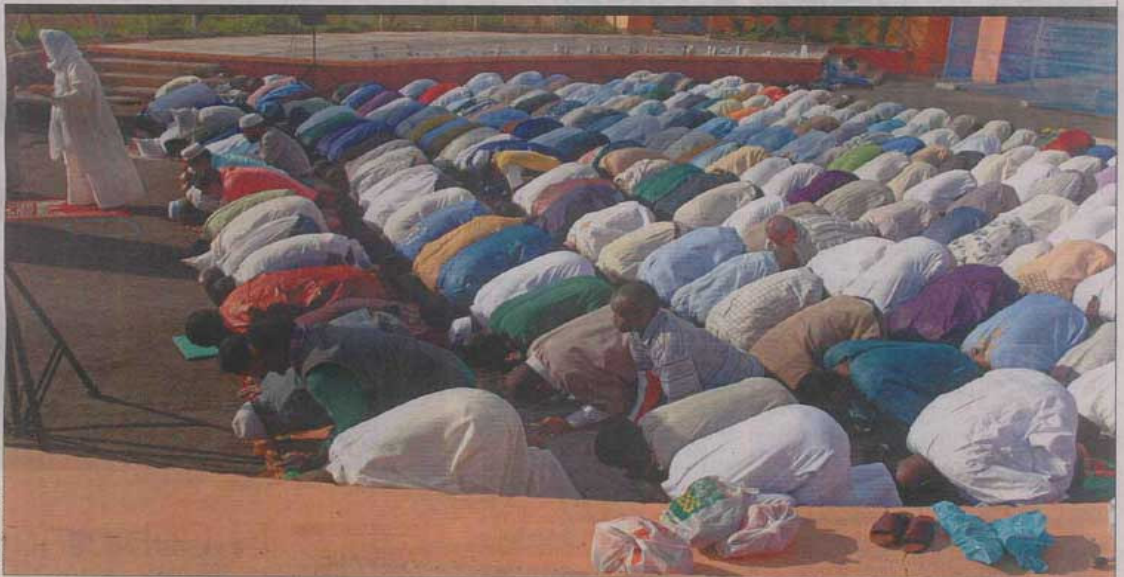
Cartelera.Página 66

Sorteos. ..Páginas 65 y 75

Esquelas. Págs. 73 a 75 y 96

MAYORAL INVESTIGARÁ LAS CUENTAS DEL PUERTO

» Anuncia una auditoría para aclarar las razones de la deuda
» Red de Pymes incluye a Arnaiz en su comité ejecutivo P. 13 y 23



OLAYEDA BRITO

El Ramadán acaba en Puerto del Rosario con una oración multitudinaria

El Ramadán, mes sagrado para los musulmanes, llegó ayer a su fin en Puerto del Rosario con los rezos de unos 600 fieles de la mezquita de Al Forkam que se congregaron en el parque La Gavia

de los Hormiga para celebrar el rito religioso más importante de su religión. Durante una hora aproximadamente sólo se oía el murmullo de los rezos y el sermón final del imán Mohamed el

Moltar, invocando a Alá, entre personas respetuosamente descalzas que formaron un solo cuerpo postrándose y levantándose según marca su rito. P. 27

SUCESOS | 70

La madre del amante de 'Lilo' pide prueba de ADN

» La familia perdió todo tipo de contactos con su hijo desde 1996, tras romper con su novia

■ La madre de Dierk Damastchke no sabe nada de su hijo desde 1996. Este ciudadano alemán vivió en el sur de Gran Canaria y fue amante de Liselotte Norman, Lilo, la inquilina del *bun-*

galow donde apareció un cadáver enterrado hace dos semanas. Su madre ha pedido en Colonia que se coteje su ADN con el de la víctima, según revela la prensa alemana.

TEMA DEL DÍA | 2 Y 3

Internet revoluciona el negocio turístico



El futuro del sector turístico. Tres de cada cuatro británicos comprarán sus vacaciones a través de la red virtual en el año 2010 » Canarias aún está «en pañales» en cuanto al uso de Internet para vender su oferta

TRES PREGUNTAS A ALFONSO CASTELLANO. Consejero delegado de lastminute.com

Alfonso Castellano considera que Internet abre puertas a Canarias, aunque constata que todavía hay dudas sobre su utilidad.



«Internet es vital para competir hoy en día»

1 ¿Qué importancia tiene para el sector turístico canario la revolución de Internet?

La utilización de Internet como herramienta de promoción, distribución y venta del producto turístico es vital para el futuro del sector turístico en Canarias. El archipiélago ya no sólo compete con los destinos consagrados, sino con los que mejor se venden y ofrecen facilidades.

2 ¿Es consciente el empresario canario de la necesidad de responder a este reto?

Todavía hay mucho desconocimiento respecto a las posibilidades de Internet y cierta tendencia a negar la evidencia. Hay directivos turísticos que todavía se atreven a dudar de su utilidad, pero los datos no dan lugar a la duda. El 94% de los internautas se informa de los destinos en la red.

3 ¿Qué papel juegan las instituciones públicas en el desarrollo de este nuevo canal virtual?

Por primera vez en la historia del turismo, los empresarios tienen la oportunidad de controlar directamente sus productos. Hasta hace poco habían abdicado la promoción en las instituciones. Ahora el éxito del sector privado depende en gran medida de ellos mismos.

EL 75% DE LOS VIAJES A CANARIAS SE VENDERÁ POR INTERNET EN 2010

La revolución de Internet como canal de venta turística se consolida, y Canarias sigue «en pañales». Los expertos prevén que en el año 2010, tres de cada cuatro turistas británicos comprarán sus vacaciones para venir a Canarias a través de la red de redes. Gran Canaria acogió ayer una jornada para convencer a los empresarios del sector de la necesidad de apostar por esta herramienta para recuperar peso internacional.

JOSÉ MIGUEL PÉREZ / LAS PALMAS DE GRAN CANARIA

Los datos sobre el imparable avance de Internet dan vértigo. En apenas siete años, el número de usuarios con acceso a la red de redes ha pasado de los 19 a los mil millones. El sector del turismo es uno de los principales beneficiados de este revolucionario canal de promoción y ventas. El 28% de los turistas ingleses, mercado que más visitantes trae a Canarias, han contratado sus vacaciones a través de Internet durante este año. Este porcentaje se elevará hasta el 75% en menos de cuatro años. Lo dicen los estudios de las propias agencias de viaje, que conocedoras de los cambios que se avecinan, comienzan a expandir sus servicios en el escenario virtual.

El Archipiélago canario debe empezar a hacer los deberes para no perder el tren de las nuevas tecnologías aplicadas a la promoción y venta de los productos turísticos. Es una de las principales conclusiones a las que llegaron ayer los expertos que participaron en la jornada organizada por el Patronato de Turismo de Gran Canaria bajo el lema *Las oportunidades de Internet para el sector turístico de Gran Canaria*.

Actualmente, el 75% de los turistas que llegan al Archipiélago contratan sus paquetes a través de los tradicionales turoperadores, y el resto, directamente a través de las agencias de viaje, o de Internet. El Gobierno de Canarias ha constatado recientemente que 12 de cada cien turistas que llegan a las Islas contratan

sus vacaciones a golpe de *ratón*, sin intermediarios.

«La clave del éxito de Internet está en la comodidad para los usuarios, en la facilidad para acceder a la información y comparar la oferta de servicios y precios, y las posibilidades que ofrece para reducir los costes de distribución de las ofertas, lo que a la postre repercute en ahorros de los que se benefician los clientes», según uno de los ponentes en la jornada, el grancañario Alfonso Castellano, consejero delegado en España de lastminute.com, una de los portales más importantes en el ámbito de la promoción y venta de productos turísticos.

El fenómeno ha provocado la reacción de los turoperadores y el resto de los distribuidores tradicionales, que intentan adaptarse al nuevo canal. Thomas Cook ya vende el 20% de sus paquetes turísticos a través de Internet.

Y es que Castellano considera que la llegada del espacio virtual ha significado la «segunda gran revolución» para el turismo mundial, después del impulso que supuso la aparición de los turoperadores. Un cambio que trae consigo también una «semana para Canarias»: «El peligro reside en que los sectores implicados en el desarrollo del turismo no estén a la altura de esta realidad. En el Archipiélago hay que propiciar el debate y la preparación de planes de actuación concretos que aúnen los esfuerzos de empresarios, instituciones públicas e incluso a las universidades canarias».

En la misma línea, el presidente del Patronato de Turismo de Gran Canaria, Juan José Cardona, reconocía que «aún queda mucho camino por recorrer» para mejorar la presencia de las Islas en Internet como instrumento de venta, promoción y fidelización de los turistas con el destino grancañario. «Esta adaptación es clave para que Gran Canaria mantenga el liderazgo turístico. Sólo la página oficial del Patronato grancañario supera las 170.000 visitas al mes.



Unanidad. La jornada celebrada ayer en Infecar puso de manifiesto la importancia de Internet.

RENOVACION CAMBIO DE IMAGEN DEL PATRONATO

El Patronato de Turismo de Gran Canaria presentará en breve la nueva imagen corporativa de la institución insular, tal y como adelantó ayer su presidente, Juan José Cardona. El también consejero del Cabildo grancañario adelantó que el cambio afectará también al diseño del logotipo del Patronato. «Tras cinco años utilizando la misma imagen es hora de renovarla y adaptarla a las nuevas exigencias», explicó.

El Gobierno impulsa la promoción virtual

La Consejería de Turismo del Gobierno de Canarias propone alternativas a los Cabildos Insulares para mejorar la promoción turística de Canarias en Internet con la elaboración de un informe donde se han desarrollado los trabajos de análisis de contenidos, idiomas, navegación, accesibilidad y demás aspectos que puedan resultar significativos a la hora de dar a conocer a las Islas en las páginas webs de los Cabildos.

El departamento que dirige Manuel Fajardo pretende con esta medida aunar aquellos aspectos en los que puedan producirse sinergias entre los portales de la Consejería de Turismo del Gobierno de Canarias y todos los Cabildos Insulares, según informó

ACN Press. Para ello, la Consejería de Turismo del Gobierno de Canarias analiza el nivel de desarrollo de la promoción turística de las Islas en Internet, y las necesidades para la mejora de la comunicación Web desde Canaria, o las acciones de promoción realizadas por los patronatos y sociedades a través de sus Webs, entre otros.

Así, Manuel Fajardo y Pilar Parejo, presentaron a los Patronatos Insulares de Turismo, durante el Consejo de Administración de Promotur, que se celebró esta semana, un estudio donde, tras un análisis de la situación general de cada Web, se realiza un informe detallado de la presentación de la Web, de su accesibilidad, o del mapa de contenidos.

El futuro del sector turístico. El Archipiélago perderá competitividad si no se vende más y mejor gracias a las nuevas tecnologías » El Cabildo grancanario aumentará un 20% el presupuesto para promoción turística

TRES PREGUNTAS A ESTEBAN WALTHER, Responsable europeo de Turismo de Google

Walther considera que el crecimiento de Internet como herramienta para comprar paquetes vacacionales apenas ha comenzado.



«Las agencias de viaje se han estancado»

1 ¿Cómo ha evolucionado el uso de Internet como canal de publicidad del sector turístico?

Los estudios constatan el desplazamiento en el gasto de publicidad hacia el canal *on line*. Mientras en los canales tradicionales como la televisión o la prensa este gasto ha crecido en 2004 un 8%, en Internet, la inversión ha aumentado un 36%. Aún así, el auge acaba de comenzar.

2 ¿El auge de Internet puede poner en peligro a las agencias de viaje tradicionales?

Es evidente que los usuarios acceden cada vez más a Internet para comprar sus vacaciones en detrimento de las agencias de viaje, cuyo volumen de negocio tiende a estancarse. La red ofrece ventajas como la flexibilidad, o la rapidez, a las que no llegan los canales tradicionales.

3 ¿Cuál es la clave del éxito que ha permitido el boom del negocio turístico en Internet?

Cada vez hay más ciudadanos con acceso a Internet. En la actualidad hay millones de personas que disponen de acceso a esta herramienta. Se trata de un canal muy seguro que además brinda la oportunidad a los usuarios de controlar directamente sus compras.



Los expertos advierten del riesgo de perder competitividad

J.M.P. / LAS PALMAS DE GRAN CANARIA

«Canarias debe adaptarse a las nuevas exigencias de los turistas y venderse más y mejor en Internet si no quiere perder competitividad». La advertencia la hacía este jueves el director general en España de lastminute.com, Alfonso Castellano durante su participación en la jornada sobre turismo e Internet organizada por el Patronato de Turismo a la que asistieron unas 200 personas.

Castellano coincidió con otro de los ponentes, el director de operaciones de Hotelbeds, Carlos Muñoz, en las enormes posibilidades que ofrece Internet a Canarias para promocionar, comercializar el producto turístico, frente al modelo de distribución tradicional.

El directivo de lastminute, natural del municipio grancanario de Arucas, insistió en que el destino canario «no está obsoleto», sino que lo que falla es la forma en la que se promociona y distribuye el producto. Precisamente,

Castellano achaca a los canales tradicionales de distribución su lentitud para reaccionar ante los cambios que han supuesto el auge de las compras a través de la red virtual.

Unos medios de distribución tradicionales, como los turoperadores, que «se estancan», mientras que Internet despeg.

LAS VENTAS 'ON-LINE' DE PAQUETES TURÍSTICOS SE HAN INCREMENTADO MÁS DE UN 30%

Las estadísticas confirman que las ventas on-line de paquetes turísticos se han incrementado más de un 30% en los últimos años, mientras que los canales de toda la vida, entre los que se encuentran los turoperadores, apenas han visto crecer su volumen de negocios un 2%.

En un ejemplo de adaptación, Muñoz destacó que Hotelbeds ha pasado en tres años de vender el 20% al 80% de sus productos turísticos de manera directa me-

dante Internet. Muñoz destacó que la estrategia de muchos hoteles se está basando en fijar una política de precios dependiendo de los actores a los que se dirigen (agencias on line, turoperadores, etc.).

Otro de los participantes en el foro, el responsable de Turismo en Europa de uno de los buscadores más importantes, Google, subrayó que el gasto en Internet en publicidad de las empresas turísticas ha crecido un 36%, frente al 8% de subida en los canales tradicionales, lo que demuestra el empuje de este nuevo instrumento de comercialización.

PROMOCIÓN. El consejero de Turismo del Cabildo de Gran Canaria, Juan José Cardona, dejó caer ayer ante los periodistas que el capítulo de presupuesto para la promoción de la Isla, que en 2006 ascendió a 6 millones de euros, aumentará un 20% en 2006, aunque no concretó que cantidad se destinará precisamente para impulsar la presencia de Gran Canaria en Internet.

Si algo quedó claro ayer en las jornadas 'Las oportunidades de Internet para el sector turístico de Gran Canaria' es la importancia de la red a la hora de vender la isla como destino de los viajeros.

Pero, muy a pesar de que nadie dudaba la afirmación de Alfonso Castellano (consejero delegado de Lastminute.com en España), lo cierto es que las jornadas organizadas por el Cabildo de Gran Canaria levantaron poco interés entre el empresario canario, al menos en lo que se refiere a la asistencia a las mismas.



A Ciencia Cierta. El modelo de sol y playa no está obsoleto. Falla la promoción, el marketing y la comercialización de los productos turísticos canarios. El sector debe invertir en la red, un canal barato e ideal para difundir información » Mónica Torres

¿Dónde estaban nuestros empresarios?

Perlas salían del ordenador de Castellano durante su exposición: en el Reino Unido, según el ponente, la venta de viajes on-line en 2010 será del 75% del total del negocio en el país; el mercado on-line de venta de productos turísticos ha crecido en un 35% en los últimos años frente al incremento del 2%

del sector tradicional; el 28% de los turistas que llegaron a España el pasado año se informó por Internet.

¿Y dónde estaban ayer los empresarios turísticos canarios? Porque el modelo de sol y playa «no está agotado, ni obsoleto». Lo que falla, siempre según Castellano, es la promoción, el marketing y la

«El 13% de los viajes que se venderán en Europa este año serán adquiridos por la red. Pero pocos serán a Canarias»



comercialización de los productos, para lo que el sector debe invertir, en grandes cantidades en Internet, un canal «barato de distribu-

ción» e «ideal para facilitar información» porque «está próximo al cliente», que es «quien tiene el poder».

Por si alguien duda aún del poder que Internet confiere a sus usuarios, Esteban Walther (responsable europeo del área de turismo de Google) aseguró que en para finales de año, el 13% de los viajes que compran los europeos serán adquiridos por la red.

Lo malo es que, a buen seguro, ninguno de ellos vendrá a Canarias, donde la presencia de su sol y sus playas en Internet deja aún bastante que desear.

ANÚNCIATE EN NUESTRO NUEVO PUNTO DE CONTRATACIÓN PUBLICITARIA

LA ATALAYA

Bazar Pintadera
Calle Concejal Alejandro Ramos, 22
Tel./Fax: 928 288 059

clasificados de Canarias7

Quien busca encuentra