



Rita Martín muestra uno de los anuncios que se insertarán en los periódicos. | QUESADA

Turismo intensificará sus campañas promocionales dirigidas a las familias

■ La Consejería se centra en Madrid y resto de Europa con un sello que marcará los negocios volcados en estos clientes

M. P. Pérez
LAS PALMAS DE GRAN CANARIA

La Consejería de Turismo del Gobierno canario ha decidido apostar por las familias como una alternativa para atraer más visitantes a las Islas. Con este fin, según explicó ayer la consejera Rita Martín, se ha creado el producto Canarias destino de familias, que conllevará distinguir con un sello de calidad a los establecimientos que adapten su oferta a las necesidades que demanda este tipo de clientes, que registró un aumento del siete por ciento en 2008.

La consejera destacó que el objetivo es captar a las familias peninsulares y europeas aprovechando las diversas ventajas que tienen las Islas y se refirió a la

seguridad de Canarias frente a otros destinos como Egipto y Túnez.

La Consejería ha organizado diversas campañas para animar a las familias a venir a Canarias. La primera se desarrollará en la feria de familias Conmishijos.com, que se celebrará en Madrid a finales de abril. En mayo, se hará lo mismo en la Feria Vacaciones en Canarias de Tenerife, que se celebra del 9 al 10 de mayo. También se harán promociones en mayo en Polonia y en la feria Londres Regents Street.

La campaña también incluye la inserción de anuncios en dos periódicos de tirada nacional y la visita a 750 agencias de viajes de Madrid para explicar este tipo de oferta.

Mal dato español hasta marzo

La crisis ha afectado de lleno al turismo español, cuya actividad descendió en el conjunto del país un 7 % en el primer trimestre del año y las perspectivas para el cierre del ejercicio tampoco son optimistas, señaló Exceltur. José Luis Zoreda, vicepresidente de Exceltur apuntó una caída del 5,6 % del PIB turístico en 2009. Esta cifra modifica a la baja las previsiones de un descenso del 3 % que Exceltur presentó en enero e indican que el turismo aún no podrá contribuir al crecimiento económico.