

Canarias busca en las familias la salida a la crisis turística

» LA CONSEJERÍA DE TURISMO CREA UN SELLO DE CALIDAD ESPECÍFICO

El lunes fue el turismo de golf y ayer le tocó el turno al segmento de las familias. La consejera de Turismo, Rita Martín, compareció este martes (por segundo día consecutivo) ante los medios para presentar una nueva estrategia específica para frenar la caída de turistas. El Archipiélago se promocionará con campañas en las que se destacará la seguridad del destino insular en Madrid, Polonia y Londres.

JOSÉ MIGUEL PÉREZ
LAS PALMAS DE GRAN CANARIA

El tiempo corre y las instituciones públicas quieren demostrar que están dejándose la piel para contrarrestar los efectos de la crisis y la caída de turistas.

Ayer, la consejera de Turismo del Gobierno de Canarias, Rita Martín, presentó una nueva estrategia de promoción dirigida, esta vez, a consolidar las Islas como destino ideal para todas las familias. «No estamos filosofando, estamos trabajando [la estrategia turística] con hechos», recalzó Martín ante los medios, unos días después de que varias patronales turística criticaran la «lenta reacción» de la Administración ante la caída en las llegadas de turistas del primer trimestre.

Las acciones para impulsar el segmento del turismo familiar, que en 2008 «creció un 7%», incluyen la participación de Canarias, en los meses de abril y mayo, en la feria *Familias con mis hijos*, en el Zoo de Madrid; el encarte de 200.000 ejemplares de un suplemento especial en dos periódicos de tirada nacional; la visita promocional de 750 agentes de viajes de Madrid a las Islas; la organización de la Feria Vacaciones en Tenerife; y la promoción en las ciudades más importantes de Polonia y en Londres.

La consejería de Turismo anunció también la creación de un sello de calidad para los establecimientos que se distingan por su oferta para este segmento familiar.

EXCELTUR MIRA A GRECIA

El lobby empresarial Exceltur pidió ayer al Gobierno medidas similares a las que ha acometido el turismo griego, poniendo especial hincapié en mejorar la accesibilidad aérea, rebajando las tasas aeroportuarias. El Ministerio de Turismo confirmó ayer la caída de un 20% interanual de la llegada de turistas en marzo.



Tranquilidad. Imagen de archivo de una familia durante sus vacaciones.

J. L. CARRASCO

GRAN CANARIA LANZA SU PROPIA «OFENSIVA»

Refuerzo promocional. El presidente del Patronato de Turismo de Gran Canaria, Roberto Moreno, presentó ayer su propia «ofensiva» para combatir la crisis económica que afecta al sector. Moreno, anunció una inversión extra de unos 500.000 euros en campañas de promoción que se desarrollarán en el centro y el norte de Europa de cara al próximo invierno.

Conectividad aérea. El también consejero de Turismo del Cabildo grancanario anunció ayer la constitución, en las próximas semanas, de la denominada Mesa de la Conectividad aérea de Gran Canaria, en la que participarán la patronal

turística Feht, Aeropuertos y Navegación Aérea, y que está abierta también a la incorporación de las agencias de viaje y los municipios turísticos. El objetivo es «coordinar esfuerzos para concretar nuevas rutas aéreas».

Plan Renove turístico. Roberto Moreno hizo ayer un llamamiento a los empresarios grancanarios para que soliciten los nuevos créditos ICO que el Gobierno central lanzará en dos semanas para la renovación turística. En la primera oleada fueron a parar a Canarias 60 millones de los 400 consignados. El Ejecutivo canario se hace cargo de los intereses de los préstamos.