O.J.D.: 31614
E.G.M.: 198000

LA PROVINCIA
Diario de Las Palmas

Fecha: 14/05/2004
Sección: ECONOMIA
Páginas: 31
MAY.04.184

El Patronato de Turismo centra su estrategia en el mercado peninsular y portugués para salvar el verano

Cardona dice que la Isla no debe depender de los visitantes tradicionales

El Cabildo invierte en promocionar al cantante Ramón, que irá a Eurovisión

LA PROVINCIA/DLP
LAS PALMAS DE GRAN CANARIA

El Patronato de Turismo de Gran Canaria ha "trazado una estrategia ante el próximo verano centrada en el turismo peninsular, español y portugués", para contrarrestar el descenso de visitas de sus mercados tradicionales, Alemania y Reino Unido, anunció hoy presidente, Juan José Cardona.

"Lograr que nuestra presencia en el mercado peninsular sea mayor y que, por tanto, no dependamos tanto de los mercados de siempre" es el objetivo de esta iniciativa, que se enmarca en la determinación del Patronato de hacer "esfuerzos importantes para diversificar" los puntos de venta del destino turístico grancanario, afirmó Cardona.

El presidente del Patronato de Turismo hizo estas declaraciones en la rueda de prensa de presentación de la gala de apoyo al cantante Ramón que hoy se celebrará en Las Palmas de Gran Canaria, organizada en el contexto de la colaboración establecida con Televisión Española para promocionar al representante español en Eurovisión y, al tiempo, a la isla como destino vacacional.

Una colaboración que dijo ha servido para "difundir ampliamente la imagen de Gran Canaria" en el mercado peninsular, merced al respaldo prestado en la grabación del vídeo promocional de la canción de Ramón, *Para llenarme de ti*, rodado íntegramente en la isla, y en la realización de la gala de mañana y de otra celebrada en marzo en el auditorio Alfredo Kraus, informa *Efe*.

INVERSIÓN. Al ser preguntado al respecto, Cardona no cuantificó, en cualquier caso, la inversión que ha hecho el Patronato en esa colaboración, y se limitó a asegurar que "el esfuerzo presupuestario que vamos a hacer merece la pena", porque garantiza que el nombre de la isla se asocie en la Península al que calificó como "uno de los actos musicales y culturales más sonados del año".

Juan José Cardona junto a la concejala Isabel García Bolta. | EFE

En cuanto a los detalles de la estrategia de promoción en la Península que afirmó desarrolla actualmente su departamento, explicó que su primer objetivo es "que Gran Canaria fije su marca, que -destacó- debe ser la única que se traslade al exterior para fijar el destino de la isla" entre clientes y agentes de viajes, frente a la dispersión de promocionar cada zona o municipio por separado.

La meta final de la iniciativa será "intentar que en los próximos meses no tengamos dificultades, problemas derivados de los problemas que se dan en los mercados turísticos tradicionales de Gran Canaria, Alemania y Reino Unido", cuyos retrocesos en materia de crecimiento económico se traducen en una reducción del número de personas que se deciden a viajar a la isla, concluyó.

DINAMISMO. El mercado peninsular ha dado muestras de dinamismo durante el primer trimestre de este año con un incremento del número de turistas nacionales del 10,3 por ciento respecto al mismo periodo del ejercicio anterior, según datos de la asociación empresarial Exceltur, de ámbito estatal.

Los españoles son el tercer mercado en Canarias, por detrás de británicos y alemanes. Cada año visitan el Archipiélago alrededor de dos millones de visitantes peninsulares, según datos de la Consejería de Turismo del Gobierno autónomo, si bien se trata de un dato aproximado puesto que AENA (Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea) no distingue a la hora de realizar sus encuestas entre turistas y residentes en las Islas. A la isla de Gran Canaria entraron el pasado verano alrededor de medio millón de turistas peninsulares.

El número de vuelos se mantiene

Las compañías aéreas registraron en los aeropuertos españoles, durante el pasado mes de abril, 13.279.050 pasajeros, operaron 167.996 vuelos y transportaron 50.310 toneladas de mercancías, lo que supone un aumento del 7, 4 y 8,4 por ciento, respectivamente, en comparación con el mismo periodo de 2003, según datos de AENA. El aeropuerto de Barajas se situó, una mes más, a la cabeza de la red de AENA en número de vuelos, seguido de los de Barcelona; Palma de Mallorca; Málaga y el de la isla de Gran Canaria, con 8.658 vuelos (-0,1 %). El aeropuerto de Barajas también se encuentra en primer lugar en cuanto al volumen de pasajeros con 3.146.070 (+7,2 %); seguido del de Barcelona, con 2.047.100 (+7,9 %); Palma de Mallorca, 1.429.425 (-1,8 %); Málaga, 1.057.592 (+4,2 %); Tenerife Sur, 793.833 (-3,2 %); Gran Canaria, 792.746 (+0,3 %) y Alicante, 715.811 (+6,2 %).