

## La Gomera refuerza su promoción regional de cara al verano

Date : 19 Mayo, 2017



*La isla se convierte en la imagen de las guaguas de Titsa que unen Santa Cruz de Tenerife con La Laguna*

*La participación en ferias turísticas regionales, la publicación de artículos en revistas especializadas y las campañas de promoción a través de las redes sociales alcanzarán a más de 1 millón de personas*

Consolidar el mercado regional de cara a la llegada del verano es el objetivo principal de la estrategia de promoción presentada este viernes por la Consejería de Turismo del Cabildo de La Gomera. La isla se prepara así para superar los 6 millones de euros que los turistas dejaron durante la temporada estival del pasado año y que supuso un revulsivo para la economía insular.

El presidente gomero, Casimiro Curbelo, aludió al conjunto de iniciativas como “una fórmula irrenunciable para consolidar La Gomera como destino de vacaciones dentro del mercado regional”. Además, añadió que la planificación de cada una de las acciones posibilitarán un alcance superior al millón de personas.

Asimismo, recordó que los buenos resultados del verano pasado se verán reforzados por unos datos de ocupación que, según las previsiones, serán superiores al 75% de media e irán ligados a un incremento en el gasto turístico. “Conseguiremos cerrar la temporada estival con más empleo, más riqueza y más visitantes que la anterior temporada”.

La primera de las iniciativas de promoción se ha puesto en marcha desde este viernes con la inclusión de la imagen de La Gomera en las guaguas de Titsa que cubren los trayectos entre Santa Cruz de Tenerife y La Laguna. De esta forma, se quiere lograr la consolidación de un turismo local que tiene muchas posibilidades de acercarse a La Gomera desde la isla vecina.

Otro de las líneas de trabajo será la campaña a través de las redes sociales que comenzará el próximo 15 de junio y que según la consejera de Turismo, María Isabel Méndez, “será una acción promocional sin precedentes para La Gomera, capaz de superar el volumen de interacciones logradas en otras campañas similares en países europeos”. Añadió que la segmentación que permiten las plataformas de este tipo hará de la campaña una herramienta de gran utilidad para incidir en el perfil del turista que tiene interés por la isla.

Junto a las dos acciones anteriores, el Cabildo gomero también ha cerrado acuerdos con National Geographic, Bes Magazine y la revista Oxígeno, publicaciones especializadas que servirán de apoyo a la promoción desde este mes de mayo con la primera aparición en la National Geographic.

Las campañas de promoción se suman a encuentros como Vacaciones en Canarias, una cita con profesionales turísticos de la islas en los que La Gomera ha logrado atraer la atención de los proveedores turísticos canarios y los agentes de viajes.

Por último, la estrategia también dedica parte de la planificación a incentivar la llegada de turismo europeo durante la temporada estival, pero de aquellos que han optado por hospedarse en el sur de Tenerife. Para lograrlo, se trabaja con medios de comunicación de gran incidencia en el turista que se aloja en establecimientos de las zonas turísticas del sur y que pueden ser útiles para captar nuevos visitantes.