O.J.D.: 27813
E.G.M.: 185000
Tarifa: 2398

LA PROVINCIA
Diario Las Palmas

Fecha: 22/04/2008
Sección: ECONOMIA
Páginas: 27

ABR.08.121

Canarias protagoniza el mejor trimestre turístico de los últimos siete años

■ Las Islas registran 2.743.500 turistas extranjeros hasta marzo, lo que representa un incremento acumulado del 5,23% hasta sumar 136.400 nuevas llegadas

■ **La recuperación del mercado británico y la Semana Santa hacen que Gran Canaria incremente la entrada de foráneos un 7,60% durante el pasado mes**

Rubén Reja
LAS PALMAS DE GRAN CANARIA

El turismo extranjero ha devuelto la sonrisa al sector en Canarias, que protagoniza el mejor arranque turístico de los últimos siete años. Sólo durante el primer trimestre del año, el Archipiélago suma 136.367 nuevas llegadas tras recibir 2.743.500 turistas, lo que representa un crecimiento del 5,23% respecto a los primeros tres meses del pasado año. Además, la comunidad canaria se convierte en marzo en el líder de esta actividad a nivel nacional al incrementarse el turismo foráneo un 3,80% al recibir más de un millón de extranjeros. Por nacionalidades, cabe señalar el incremento de los británicos (5,72%) y el turista polaco (90%). Por contra, el mercado alemán se retrajo un 0,33%.

LÍDER REGIONAL. La isla de Gran Canaria, por su parte, recibió en marzo 306.924 turistas extranjeros, un 7,61% más que en el mismo mes del año anterior, lo que supone 21.709 turistas más. La recuperación del mercado británico y la celebración de la Semana Santa han sido claves durante marzo y han llevado a Gran Canaria a firmar el mayor incremento regional. En el primer trimestre del año, Gran Canaria alcanzó la cifra de 839.961 visitantes, un 5,33% más que en igual período del pasado año, lo que supone 42.542 turistas más.

En lo que respecta a Tenerife, la isla ha experimentado, en el mes de marzo, un incremento del 0,72% con 2.638 turistas más, es decir, con 370.180 turistas extranjeros. En cuanto a los tres primeros meses de 2008, Tenerife recibió la visita de 1.043.458 visitantes extranjeros, un 3,97% más que en igual período de 2007, lo que supone 39.841 turistas más, según los datos facilitados ayer por Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea (AENA) a la Consejería de Turismo del Gobierno de Canarias.

Por su parte, durante el mes de marzo Lanzarote alcanzó los 169.065 turistas extranjeros, lo que indica un aumento del 5,16% con respecto al mismo mes del año anterior, y supone 8.295 turistas más. En este trimestre, Lanzarote alcanzó la cifra de 452.380 visitantes, un 8,70% más que en el acumulado del año anterior (enero-marzo), lo que supone un total de 36.188 turistas extranjeros más.

Además, en marzo, Fuerteventura recibió 142.042 visitantes extranjeros, lo que implica un incremento del 2,93%, es decir, 4.021 turistas más con respecto al mismo período del año anterior. En el acumulado de enero a marzo, la isla recibió 367.892 pasajeros extranjeros, un 4,21% más que de enero a marzo de 2007, con 14.853 turistas más.

Una vista parcial de Playa del Inglés repleta de turistas. | LA PROVINCIA / DLP

Los agentes turísticos miran con desconfianza el verano

R. R.
LAS PALMAS DE GRAN CANARIA

Los principales operadores turísticos no se fían del arranque del año y se muestran desconfiados respecto a la evolución del turismo para este verano. La aparición de destinos emergentes del área mediterránea y la fuerza del Caribe, alentado por un dólar en mínimos históricos, se convierten en amenazas para Canarias. El diagnóstico turístico para los próximos meses es muy complejo, ya que se prevé un enfriamiento de ventas para el segundo trimestre, en beneficio de los países dolarizados, cuya pujanza se mantiene en el tiempo.

Asimismo, el periodo más complicado y determinante será el verano y el cuarto trimestre. De esta forma, se espera que suban algo las llegadas de turistas a costa de su gasto medio, según la patronal turística Exceltur. Así, se mantienen las cautelas y la revisión de la estimación de crecimiento del PIB turístico del 1,9% que se preveía en enero desciende hasta el 1,6% para cierre del año.

SATISFACCIÓN. La consejera de Turismo del Gobierno de Canarias, Rita Martín, destacó ayer "el buen comportamiento de determinados mercados como el polaco, que ha experimentado un crecimiento del 80,30%, en marzo, el suizo, con un incremento del 50%, y el austríaco, con un aumento del 16,39% que han sido determinantes en el repunte de llegadas hasta marzo".

Martín se mostró satisfecha de los resultados de este último trimestre y resaltó la importancia de seguir trabajando en la mejora del producto y de las infraestructuras para mantener el liderazgo del destino Canarias en Europa. La responsable turística insistió en hacer hincapié en la especialización por segmentos para ofrecer experiencias y sensaciones únicas.

Díaz Meneses: "Sería positivo dar la titulación de turismo en otras lenguas"

■ El profesor aboga por sacar el mayor partido a la canariedad

R. R.
LAS PALMAS DE GRAN CANARIA

El profesor de Economía y Dirección de Empresas de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la ULPGC, Gonzalo Díaz Meneses, aboga por impartir la titulación de turismo "en lenguas foráneas y no sólo en castellano, ya que sería muy positivo". Díaz asegura que "es increíble que nuestros estudiantes de turismo no estudien en la lengua en la que van a trabajar", sostiene este profesor, que impartió recientemente una conferencia sobre *marketing* social turístico en el Club Prensa Canaria.

Díaz Meneses, además, recomienda sacar el mayor partido a la canariedad como una de las claves para fidelizar visitantes. "Tenemos el desafío de ser capaces de vincular un destino de *sol y playa* con base en nuestra identidad cultural. Si la meta prioritaria es la satisfacción holística del cliente, se hace preciso el enaltecimiento de la identidad del residente", explica este profesor.

Gonzalo Díaz Meneses. | JUAN SANTANA

Asimismo, Díaz Meneses defiende un enfoque del *marketing* social centrado en el intercambio de valores entre turistas y gestores del turismo para incrementar la calidad de vida de turistas y residentes del destino. "La cultura, al ser un sistema de significados compartidos, es el elemento central de los intercambios entre turistas y residentes. En la medida en que existe una crisis de identidad cultural", continúa este experto, "nuestro producto turístico es más fácilmente imitable y no distintivo respecto a competidores como África y Caribe, especialmente cuanto más desarrollen su calidad de servicio". Por otro lado, el *todo incluido* "fuerza la elección del turista antes de conocer el destino y anula las posibilidades de interacción".