

“Nuestra estrategia lleva buen camino”, alega Cid
Turismo admite que para rentabilizar su inversión queda “mucho por hacer”

La teniente de alcalde destaca el incremento de viajeros y pernoctaciones entre enero y abril

Rubén D. Rodríguez

A CORUÑA

El Gobierno local reconoce que el esfuerzo económico que dedica a fomentar el turismo en la ciudad no siempre se traduce en rentabilidad. “La estrategia que estamos siguiendo lleva el buen camino, pero queda mucho por hacer”, admitió ayer Luisa Cid, teniente de alcaldesa de Empleo y Empresa y presidenta del Consorcio de Turismo, al referirse a un análisis que la asociación Exceltur realizó sobre la competitividad en esta materia de las veinte urbes españolas que más visitantes recibieron entre 2007 y 2011, entre ellas A Coruña.

En ese informe, que se refiere a 2012, la ciudad obtiene calificaciones muy positivas sobre “esfuerzo presupuestario a favor del turismo” y “agilidad administrativa” en la relación con los empresarios del sector, entre otros aspectos. Pero refleja, por el contrario, que la promoción turística a través de los nuevos canales *online*, la rentabilidad del modelo medida en facturación hotelera o la estabilidad de los ingresos y el empleo, también entre otros factores, son asignaturas pendientes y cuentan con bajos resultados.

Cid matizó, no obstante, que el estudio de Exceltur toma datos objetivos sobre promoción turística derivados de “convenios específicos” en los que la prestación de servicios a cargo de una parte genera una rentabilidad por parte de la otra y no otorga la misma consideración a otras estadísticas puntuales, como las pernoctaciones en la ciudad o el número de viajeros recibidos.

Precisamente a visitantes y estancias en A Coruña se refirió ayer la responsable de Turismo para resaltar el aumento que experimentaron en el primer cuatrimestre del año en comparación con el mismo periodo de 2012. Cid recogió los datos más recientes del Instituto Nacional de Estadística (INE), que reflejan que el “punto turístico” de A Coruña dio la bienvenida entre enero y abril a 88.584 viajeros, un 0,7% más que el año anterior, y que registró un total de 186.343 pernoctaciones, lo que supone un 1,07% más que hace un año.

La teniente de alcalde apuntó que solo en abril la ciudad incrementó las cifras en estas mismas categorías un 0,3% y un 2,5%, respectivamente. El conjunto de la provincia, en cambio, refleja unas variaciones negativas en ocupación hotelera. Cid



Una actriz caracterizada como Catuxa, con niños en María Pita. / L. o.

quiso subrayar que el Concello está realizando un “esfuerzo en incrementar” sus inversiones y en difundir acontecimientos y actividades con las que dar a conocer la ciudad en el exterior.

Descuentos con ‘Catuxa’

Luisa Cid dio ayer a conocer también la nueva campaña de promoción de productos de turismo familiar, bautizada como *Catuxa*, “la gata aventurera” que muestra a los niños y niñas y a sus padres alternativas de ocio, alimentación y alojamiento, con descuentos especiales y servicios gratuitos. Este año *Catuxa* incorpora tres hospedajes

más (alcanza los 28), un restaurante (llega a 9) y cinco empresas de ocio que ofrecerán, entre otras actividades, rutas panorámicas en 4x4 por la ciudad, circuitos termales, cursos de vela y de surf. El producto estará vigente hasta el 31 de diciembre e incluye “la visita guiada caracterizada y gratuita” de la mano de la gata *Catuxa*.

La oferta de alojamiento incluye en su precio, como mínimo, una habitación doble más un niño de hasta 12 años con el desayuno incluido. Esta oferta estará disponible, al menos, los fines de semana, con habitaciones desde 40 euros en hoteles y desde 35 en pensiones.