

VIENTRES, 23 DE OCTUBRE DE 2009



CARLOS FERNÁNDEZ (EFE)

Turistas en una playa donde es posible practicar el nudismo, en la isla de La Gomera.

Las pernoctaciones hoteleras cayeron un 12,5 por ciento

El Archipiélago fue la región más perjudicada por el descenso de la demanda nacional

LA OPINIÓN-AGENCIAS | Santa Cruz de Tenerife

Los hoteles españoles registraron 27,5 millones de pernoctaciones en septiembre, lo que supuso un descenso del 6,6% respecto al mismo mes de 2008, según los datos difundidos ayer por el Instituto Nacional de Estadística (INE), que precisan que las pernoctaciones de extranjeros cayeron en septiembre un 12,5% en Canarias respecto al mismo mes del pasado año.

Además de anotar el mayor descenso interanual en pernoctaciones, el Archipiélago ha dejado de encabezar el ranking por mayor grado de ocupación hotelera, que lideró el pasado mes Baleares, con casi el 70 por ciento, por delante de Canarias, con un 60,7, y de Cataluña, con un 58,5 por ciento.

Tras Baleares, Canarias y Cataluña se situaron, en grado de ocupación por plazas, la Comunidad Valenciana (58,29 por ciento), Andalucía (53,01), La Rioja (51,41), País Vasco (50,55) y Madrid (50,24).

En cuanto al número de viajeros alojados en hoteles, Andalucía fue la comunidad que más recibió, con 1,4 millones, seguida de Cataluña, con 1,4, y Baleares, con casi un millón de visitantes.

En cuanto al número de días que pernoctaron los viajeros, Canarias y Baleares se situaron a la cabeza al superar los siete días, seguidas de la Comunidad Valenciana (3,5) y Cataluña (3,3).

Los viajeros residentes en España disminuyeron sus pernoctaciones en un 3,2% en septiembre en tasa interanual, mientras que entre los no residentes disminuyeron un 8,8%.

Por su parte, el INE informó de que los precios hoteleros intensificaron su retroceso, al ca-

er un 6,8% en septiembre respecto a igual mes de 2008, frente al descenso del 4,6% registrado en agosto.

Precisamente, ayer se dieron a conocer los resultados de ventas y beneficios del pasado verano en el sector, según el estudio de Exceltur (Alianza para la Excelencia Turística). En el mismo, se indica que las comunidades más afectadas durante el verano fueron Canarias, Baleares y Madrid, al depender del turismo foráneo, mientras que la demanda interna ha favorecido a Navarra, La Rioja, Cantabria y Cataluña.

Los empresarios de las Islas calculan que los beneficios descendieron un 90% en verano y las ventas, un 85%

No obstante, Canarias, junto con Baleares, han sido los destinos españoles más perjudicados también por el comportamiento de la demanda nacional, pues los dos han sufrido una caída este verano de las ventas en agencias de viajes del 86 por ciento.

Según los empresarios hoteleros consultados, el pasado verano se perdió hasta un 90 por ciento de los beneficios respecto a la temporada estival de 2008 y, hasta un 85 por ciento de las ventas.

Este descenso generalizado también ha afectado a Baleares

y Andalucía por sufrir con mayor intensidad los efectos de la caída de la demanda extranjera, muy especialmente en el caso de las Islas, según el informe de Exceltur, donde además se realiza una perspectiva de resultados para este año.

La actividad turística en España cerrará 2009 con una caída del 5,6% del PIB turístico, el dato más desfavorable de la década y por noveno año consecutivo con una aportación a la economía española por debajo del promedio de los distintos sectores. Asimismo, por segundo año consecutivo, el sector turístico no sumará en 2009 al crecimiento de la economía española, sino que restará, tal y como ya lo hizo al cierre del ejercicio pasado, cuando cayó un 1,6%.

La campaña 'Compartimos Nuestra Fortuna' irá a 18 países europeos

LA OPINIÓN | Santa Cruz de Tenerife

La Consejería de Turismo del Gobierno de Canarias ha puesto en marcha la mayor campaña de difusión de las Islas Canarias en 18 países europeos e Internet realizada hasta el momento, la acción promocional *Compartimos Nuestra Fortuna*, que ha iniciado su recorrido por Islandia y que se extenderá hasta finales de año, según informó ayer en un comunicado.

El proyecto, que está dividido en tres fases, pretenderá atraer a potenciales turistas, al mismo tiempo que tratará de combatir el denominado síndrome winter blues o tristeza invernal que afecta a los

países del norte de Europa.

La primera fase y segunda fase, iniciadas en Islandia porque representa como ningún otro país el duro y largo invierno del norte de Europa, han pretendido implicar de forma directa a los jóvenes canarios, con el objeto de que sean ellos mismos los que puedan recomendar y hablar de las Islas.

Durante su estancia en Reykjavik, los embajadores han hecho entrega de miles de folletos y de botellas con mensaje animando a participar en el casting que se celebrará para que 100 islandeses puedan conocer la llamada Experiencia Canaria, compuesta por los cuatro clubes de producto: Family Welcome, Wellness

Delight, Volcanic Experience y Water Sports Experience. El resto de islandeses recibirán ofertas especiales para viajar a las Islas durante el próximo invierno a través de www.islascanariaslovesisland.com.

La tercera fase de la campaña se desarrollará entre noviembre y diciembre, en 18 países de toda Europa: Alemania, Reino Unido, Irlanda, Holanda, Bélgica, Suiza, Austria, Islandia, Suecia, Dinamarca, Finlandia, España, Francia, Italia y Noruega, así como puntualmente en Rusia, Polonia y República Checa, a través del lema Di No al Winter Blues. Paralelamente, nuevas delegaciones de embajadores viajarán a otros países.