

• Viene de la página anterior

ron en Mallorca durante seis meses y subieron en los otros seis. En enero se produjo un retroceso del 1,47%. Junio tuvo también un signo negativo ya que las pernoctaciones bajaron un 0,58% en junio; un 0,67% en agosto; un 1,53% en septiembre; un

Las pernoctaciones de residentes en España, al contrario de lo sucedido en Mallorca y las Pitiusas, subieron en Menorca

2,64% en octubre; y un 15,11% en noviembre.

En los meses de ascenso en el número de pernoctaciones destaca mayo, ya que se incrementaron un 2,42% alcanzando los 5.770.643. Porcentualmente, el mayor incremento tuvo lugar en diciembre, un 31,74% para sumar 274.421 pernoctaciones.

Menorca

Las pernoctaciones hoteleras bajaron un 3,64% en Menorca durante 2018 y se quedaron en 4.377.836. Las pernoctaciones de británicos fueron las más numerosas, 1.622.045, pese a que experimentaron un retroceso del 20,79%.

Las pernoctaciones de residentes en España, al contrario de lo sucedido en Mallorca y las Pitiusas, subieron en Menorca. Fueron un total de 1.038.266 con un incremento del 27,52%.

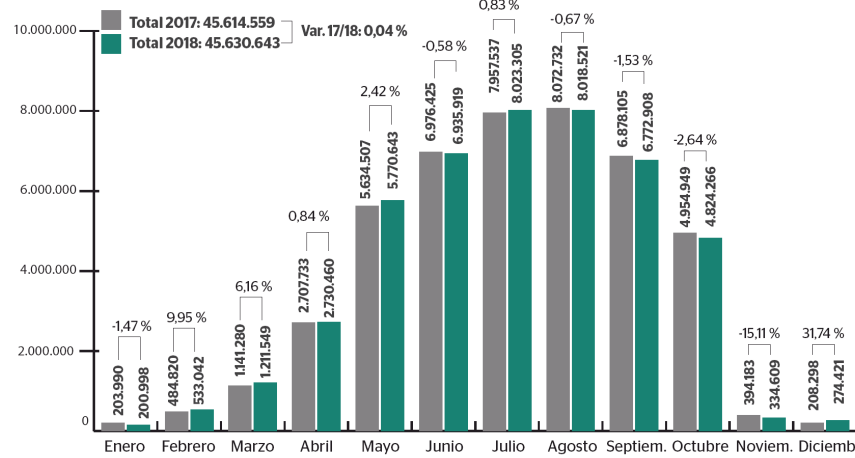
El mercado italiano esta en ascenso en Menorca. El pasado 2018 tuvieron lugar 433.501 pernoctaciones de turistas visitantes con un incremento del 23,68%.

Las pernoctaciones de alemanes fueron 427.869 en 2018 y retrocedie-

Pasa a la página siguiente •

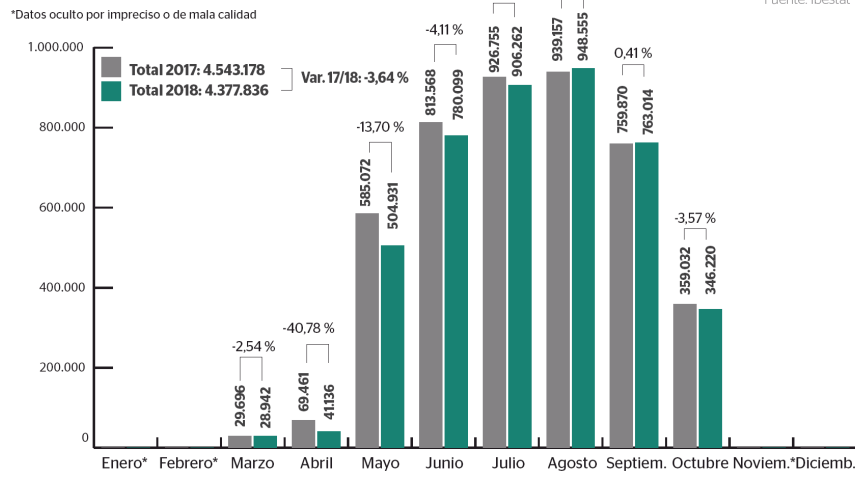
Pernoctaciones hoteleras en Mallorca

Fuente: Ibestat



Pernoctaciones hoteleras en Menorca

Fuente: Ibestat



2018: un año difícil



GABRIEL LLOBERA
VICEPTE. GARDEN HOTELS

Cuando 2017 todavía no había llegado a su fin, ya se empezaban a oír las campanas de varios temas que podían bien ser los indicios de que el año que entraba, 2018, no sería ni

por asomo como el que estábamos terminando: la recuperación de los destinos competidores del Mediterráneo, la negociación del *brexit*, las falsas denuncias de las intoxicaciones del mercado británico, el alquiler vacacional ilegal, la subida inminente de la ecotasa, y otros temas... Entre una cosa y otra entramos en 2018 y la temporada avanzaba dividiendo dos grupos diferenciados, los que por las reformas ejecutadas se vieron obligados a subir un poco más los precios, y los que no intentaron mantenerse en la franja. La suma de estos

temas provocó que los dos principales mercados que visitan las Islas, el mercado alemán e inglés, optaran por viajar a otros destinos, con la consecuente bajada de llegada de turistas a las Balears.... Por lo tanto, en este sentido podemos decir que 2018 más que un año difícil, ha sido un año de incertidumbres que nos ha llevado a todos a tomar decisiones arriesgadas y valientes. Un año donde ha prevalecido la calidad más de la cantidad, un año en el cual el cliente ha buscado aquella empresa innovadora y donde diferenciarse ha

sido vital para la supervivencia, donde el factor humano y el de "humanizar" la empresa han sido claves para fidelizar al cliente que no solo apuesta por precio. Una temporada en la cual hemos visto lo importante que es que la empresa aporte a la sociedad más que "simple" capital. Además de ello, para salir triunfadora deberá aportar bienestar, apoyar a la naturaleza y ser socialmente responsable, iniciativas que parecen tendencias, pero que han sido fundamentales en 2018, y que cobrarán todavía más fuerza en 2019.●