

# El turista nacional favorece la desestacionalización

Los hoteleros detectan que este mercado ya viene fuera de los meses punta de la temporada y ayuda a alargar la actividad más tiempo

H. SÁENZ MADRID  
ENVIADO ESPECIAL

Poco a poco, sin prisa pero sin pausa, Baleares sigue ganando en silencio pequeñas batallas contra la estacionalidad, el gran reto que persiguen las Islas desde hace décadas. La última tiene que ver con el turista nacional, el gran objeto de deseo de la feria que estos días se celebra en Madrid. Este mercado empieza a llegar a Mallorca fuera de los meses punta de la temporada, ayudando a desestacionalizar y consolidar temporadas más largas, tal y como avanzó ayer en Fitur la presidenta de la Federación Hotelera de Mallorca (FEHM) María Frontera.

Acompañada por su gerente, María José Aguiló, y el secretario de la patronal, Gori Bonet, la máxima responsable de los hoteleros isleños se mostró muy satisfecha por esta nueva tendencia en el que es el tercer mercado en importancia para Baleares. «Es muy positivo, nos permite alargar la temporada y estrenar producto», afirmó ante los medios. Aunque eso sí, tal y como puntualizó Aguiló, está ocurriendo «en unas zonas más que en otras». No obstante, dejaron claro que «Baleares tiene más dinamismo que otras comunidades en turismo nacional», beneficiada sin duda por la estrategia del Govern de Better in winter.

En cualquier caso, los hoteleros se congratularon de estar logrando los objetivos que perseguían



María Frontera, presidenta de la FEHM.

los empresarios al acometer las millonarias inversiones que comenzaron en 2012. «El resultado de ese posicionamiento ha provocado que el crecimiento sea mayor en valor que en volumen», apuntó Frontera con cifras en la mano. Mientras que el número de turistas ha crecido un 6,2%, el gasto lo ha hecho el doble, un 12,2%. «Estamos en el camino correcto», aseveró la presidenta hotelera.

En cuanto a la próxima temporada turística, Frontera prefirió ser prudente y no mojarse demasiado. Admitió que las sensaciones «son buenas» y que el ambiente en el estand balear era de optimismo, aunque recordó que los periodos fuertes de ventas son en enero y febrero, lo que dificultó

ta hacer en estos momentos una radiografía de cómo está la situación. En cualquier caso, confió en que la temporada no sea peor que la del año pasado y advirtió de que el sector debe estar «muy alerta para no perder el posicionamiento que tenemos».

Por último, mostró su deseo de que las administraciones apuesten por la regeneración de las zonas turísticas. «Nos interesa mucho, no lo están haciendo con el ritmo que sería deseable», explicó ante los medios poco antes de asegurar que se debe apostar por esta vía como mecanismo que pueda acompañar al esfuerzo que han hecho los empresarios en los últimos años en el archipiélago, con más de 1.500 millones de inversión.

## ENTRE BAMBALINAS

**El vacile a Company de Negueruela.** «Hombre, habéis aparecido hoy», le espetó el conseller de Trabajo al líder del PP con sorna por su ausencia en el comienzo de Fitur. «El viaje cuesta mucho dinero», le respondió con ironía el 'popular'.

**La soledad de Bauzá.** El ex presidente balear y actual senador por el PP se dejó ver durante buena parte de la mañana por el estand balear pero sin que se le acercara ninguno de sus ex compañeros de filas.

**Sobredemanda en el estand balear.** Cuentan los que saben de Fitur que nunca había habido tanta demanda de mesas y salas de trabajo en el espacio balear como estos días. Otro récord más para Baleares.

**Una miss se cuele en Baleares.** Para sorpresa de hoteleros y políticos, una joven miss valenciana irrumpió en el estand balear a media mañana en traje de baño y ataviada con la cinta que la acreditaba como miss.

**Baile de cifras.** Los pequeños no están tan convencidos del éxito de la temporada, aunque no se atreven a cuestionar las cifras de los grandes.



El espacio de Baleares ayer en Fitur estuvo lleno de hoteleros, banqueros, políticos y patronales todo el día. H. SÁENZ

## Luz verde al nuevo proyecto en Cuba de María José Hidalgo

La inversión superará los 800 millones y contará con campo de golf, tres hoteles y apartamentos

H. S. MADRID  
ENVIADO ESPECIAL

Cuba dio ayer luz verde al proyecto inmobiliario asociado al turismo, que se desarrollará en la zona de Mariel (Artemisa), con una inversión de 1.000 millones de dólares (817 millones de euros) y en el que participa la directora de Air Europa, María José Hidalgo, junto con el empresario afincado en Mallorca, Sandro Cristoforetti.

Ayer por la mañana se celebró, en Fitur, la firma del proyecto *El Salado Resort*, uno de los complejos turísticos más importantes hasta el

momento en la isla caribeña, entre Hidalgo y su socio Sandro Cristoforetti, por un lado, y el ministro de Turismo de Cuba, Manuel Marrero Cruz, por el otro.

Con el acto de firma, se certifica el inicio de este desarrollo –que constará de un campo de golf, hasta tres hoteles, un centro de convenciones y apartamentos en venta– y en el que participa en un 51 % el Gobierno cubano, mientras que el 49 % restante se reparte al 50 % entre los socios españoles.

Se espera que la construcción del complejo, en una superficie de 207



El ministro cubano de Turismo con María José Hidalgo y Sandro Cristoforetti.

hectáreas con tres kilómetros de costa, concluya dentro de cinco años, aunque se realizará por fases y los hoteles estarán ya operativos dentro de tres. La fase inmobiliaria se irá desarrollando a lo largo de cinco años.

Se prevé la construcción de 3.000 unidades entre apartamentos, unifamiliares y plurifamiliares, además de

los hoteles, que podrían ser incluso tres, con un total de 1.200 habitaciones, frente a los dos previstos inicialmente, con 750 habitaciones, y un campo de golf de 18 hoyos.

El punto clave de este proyecto es la posibilidad de venta a perpetuidad de las unidades inmobiliarias que consisten en villas y apartamentos.