

Mallorca



WORLD TRAVEL MARKET 2014 ▶ LOS PRIMEROS DATOS TAMBIÉN APUNTAN A OTRO INCREMENTO FUERTE DEL TURISMO ESPAÑOL

Las reservas para 2015 mejoran en Reino Unido y Alemania, pese a la crisis europea

▶ Touroperadores y hoteleros confirman subidas en las ventas para la próxima temporada turística, sobre todo entre los ingleses

Alberto Magro

ENVIADO ESPECIAL A LONDRES

TURISMO

FOTOS DE DAVID COSTA

■ La temporada 2015 aún es poco más que brumas antes de amanecer. Así que es pronto. Muy pronto. Pero la cosa marcha. Los movimientos y tendencias que se observan estos días en el mercado británico animan a hoteleros, touroperadores internacionales y mayoristas turísticos a afirmar que la campaña 2015 será, como poco, tan buena como la que acaba de cerrarse. Que es mucho decir, porque en volumen de viajeros ha sido la mejor temporada histórica, y con precios al alza.

Así que la expedición balear empieza hoy a volver a casa satisfecha de lo visto en Londres. No son más que síntomas, sí, pero todos apuntan a lo mismo. Ofrecen datos por ejemplo en Hotelbeds, la empresa mallorquina que en poco tiempo se ha convertido en el mayor banco de camas del mundo, una plataforma de reservas de volumen mastodóntico, grande como para llenar uno de los stands más amplios de la World Travel Market. Según explica el director general de la compañía, Carlos Muñoz, por estas fechas apenas se ha vendido una décima parte de las reservas británicas para pasar las vacaciones en Mallorca el año que viene, pero sobre esa pequeña muestra, el incremento es del 60%. “Es muy pronto, los británicos empiezan a reservar habitaciones después de Navidad, por lo que enero es un mes fuerte, así que no acabaremos con ese 60%, nos iremos más a un 25% de subida, que está muy bien”, documenta.

En el caso inglés la razón del éxito es clara, apunta Muñoz, en coincidencia con los directivos de touroperadores de gran peso en Reino Unido como Jet2, Thomson, ACE Rooms, o G2: la confianza de los consumidores británicos está por las nubes. “Las ventas van mucho mejor que hace un año”, confirman en Jet2, donde aclaran que la buena marcha de la economía británica y la fortaleza de la libra están facilitando el negocio. Por eso es quizá mejor noticia otra que cuentan los propios touroperadores: en el mercado alemán, pese a los síntomas de es-



▶ **GILBERT & GEORGE, ARTE Y PRESTIGIO PARA VENDER BALEARS.** **1** Si quieres desvincular Balears de la decadencia de Punta Ballena, contrata a Gilbert & George, artistas que durante décadas han conseguido popularizar el arte de vanguardia entre los británicos y aparecen en la etiqueta de uno de los vinos de Macià Batle. **2** Los dos creadores posan con la revista que distribuye Diario de Mallorca en la feria. **3** El president, ayer, en el stand de Mallorca. **4** La chef Marta Rosselló, sabor de Balears en Londres. **5** De dcha. a izda. Barceló, Vázquez, Inma de Benito, Margalida Ramis, Escarrer y Zoreda, ayer, en la feria.

tancamiento económico (se prevé incluso una vuelta a la recesión), la demanda de viajes está aumentando. Ante la sombra de la crisis, los alemanes se siguen yendo de vacaciones.

Lo corroboran los hoteleros mallorquines, que explican que el hecho de que los alemanes compren más Mallorca pese a las dudas económicas es síntoma de que el destino está en un buen momento, asentado y disfrutando del esfuerzo inversor de años de reformas y mejoras de calidad. “Pero es muy pronto aún, espérenos a enero para saber más”, calma una hotelera, que no obstan-

te confirma que las sensaciones son buenas. Y esto empieza a ser costumbre: los hoteleros mallorquines llevan ya tres años en los que se muestran casi siempre optimistas, abandonando la cautela un tanto ceniza habitual.

Tienen razones para ello. Los que han hecho reformas están facturando hasta un 30% más. Y los que no se siguen beneficiando de la marca Mallorca, que vende mucho. Sobre todo con los de siempre. “En 2015 lo que ha funcionado en 2014 seguirá funcionando o mejorará. Reino Unido irá bien, Alemania un poco menos bien, pero mejor, el turismo es-

pañol volverá a crecer... Está bien buscar nuevos mercados, pero tenemos una gran oportunidad de consolidar aún más los tradicionales, los que más nos dan”, reflexiona Carlos Muñoz, de Hotelbeds.

Más meses de reservas

Y en eso está Mallorca volcada. Tanto los empresarios como las instituciones: Marcial Rodríguez, director general de la Agencia de Turismo de Balears, ha mantenido estos días reuniones con representantes de los grandes touroperadores ingleses e irlandeses, a los que pidió, aparte de colabo-

ración en la promoción del producto balear, que traten de alargar la temporada en primavera y otoño. ¿Lo harán? “Dijeron que trabajarían en ello”, explica el propio Rodríguez. Y los touroperadores se lo confirman a Diario de Mallorca: tras tocar techo en julio y agosto y constatar que no pueden conseguir más plazas en esos meses, por el simple hecho de que no las hay, el objetivo es vender más Balears en mayo, septiembre y octubre. ¿Lo conseguirán? Es pronto, dicen también, la temporada 2015 no ha amanecido, pero entre las brumas se atisba bastante luz.

VISITA DEL PRESIDENT BAUZÁ

“La temporada fue bien y en 2015 incluso se puede mejorar”

▶ El president Bauzá, tras llegar en la tarde del lunes a Londres, visitó ayer las instalaciones de Balears en la feria de Londres, donde quiso destacar el buen clima de negocio que se vive estos días en la capital británica. “Nos hemos reunido con touroperadores, y las noticias son positivas. La temporada ha ido muy bien y el año que viene incluso se puede mejorar. Tu- vimos en 2013 el mejor periodo de marzo a no-

viembre registrado nunca, en 2014 será lo mismo, y las previsiones son más positivas para 2015, tanto en lo que hace referencia a reservas como a precio de contratación”, destacó el president, que subrayó como clave la fidelidad a Balears de los turistas británicos. La noche anterior el president estuvo en la embajada, donde asegura que esta vez no discutió con Soria sobre Magaluf. Según Bauzá, “extrapolar los 500 metros de Magaluf al modelo balear no es serio”, y menos después de años de apuesta inversora para mejorar la oferta de Mallorca.

PRESENTACIÓN A LA PRENSA INGLESA

Meliá y Calviá se alían para lavar la imagen de Magaluf

▶ Que Meliá se juega mucho en Magaluf y apuesta fuerte por el destino está fuera de toda duda. Nuevamente, el consejero delegado del grupo, Gabriel Escarrer, salió en defensa del destino durante una presentación del proyecto de renovación de la zona ante la prensa británica. Le acompañaba la concejal de Turismo de Calviá, Eugenia Frau, que aprovechó la ocasión para recalcar que el plan de

mejora más ambicioso de la localidad es precisamente el que afecta a 10.000 metros cuadrados de Magaluf.

Escarrer, por su parte, destacó las inversiones ya realizadas en la zona (83 millones en varios hoteles, algunos de ellos de lujo como el Me y otros mejorados y especializados como el Wave House). El primer directivo de Meliá recalzó que invertirán otros 25 millones en los próximos meses para hacer de Calviá una referencia de calidad turística, en contraposición al actual modelo de escándalo, alcohol y sexo de Punta Ballena.