



► **JET2 Y NT INCOMING CONGREGAN A 200 HOTELEROS EN UNA SESIÓN A LA QUE ACUDIERON EL VICEPRESIDENT Y EL ALCALDE DE PALMA.** Los organizadores sudaron para convencerlos, pero al final asistieron: tanto el alcalde de Palma, José Hila, como el vicepresidente del Govern y conseller de Turismo, Biel Barceló, participaron ayer en un evento en el que Jet2 estrechó sus vínculos con una isla en la que lleva doce años creciendo. **1** El CEO de Jet2, Steve Heapy (en el centro), ayer, junto al consejero delegado de NT Incoming, Pep Cañellas, y la presidenta hotelera, Inma Benito. **2** El alcalde habla con la presidenta de la patronal hotelera y dos hoteleros. **3** De izquierda a derecha el consejero delegado de NT Incoming, Pep Cañellas, el vicepresidente Barceló, Inma Benito y el alcalde Hila, ayer, en la entrada del hotel Valparaíso, donde se celebró la jornada de Jet2 Holidays.

El mercado británico augura una temporada 2016 todavía mejor para el destino Mallorca

► El touroperador Jet2 empezará sus vuelos un mes antes y asegura que elevará un 20% la llegada de turistas ingleses a la isla, sobre todo fuera de los meses de julio y agosto ► Piden contención en los precios hoteleros y destacan que la libra sigue aportando un fuerte descuento al viajero británico

ALBERTO MAGRO PALMA

■ Aún no ha acabado el cuarto verano de récord turístico y en el sector ya dan por hecho que habrá un quinto. Con ecotasa y todo, oiga. Pero parece que así será. Lo vaticinaba ayer Steve Heapy, consejero delegado del touroperador británico Jet2, una compañía que lleva doce años incrementando su presencia en la isla. Y sus cifras. También su racha continuará. El año que viene batirán su récord. Y alargarán la temporada. En vez de empezar a utilizar su flota de 60 aviones para volar a Mallorca en marzo lo harán en febrero. Aguantarán hasta noviembre: un mes más de vuelos con Jet2. Todo para traer, fuera de los meses de temporada alta, a más británicos. Muchos más. Esperan que a las islas lleguen

con Jet2 600.000, de los que 200.000 se quedarán en Mallorca. Y eso es un 20% de incremento, una barbaridad de subida que tiene una doble explicación que se resume en un hecho: la economía del Reino Unido no está en el euro. Así que va mejor, como la libra, que es una de las claves que explica este año el auge del turismo británico y el fuerte aumento de su gasto, tanto en hoteles, como en hostelería, restauración y comercio. Viajan con un 30% de descuento, explicaba ayer un periodista británico presente en la presentación de Jet2. Él mismo ponía un buen ejemplo: los vaqueros de marca que en Londres valen 120 libras en Palma son 120 euros, una rebaja real del 30%. Es como ir de vacaciones siempre en rebajas. “La tasa de

cambio sin duda ayuda a las buenas cifras de este año y a las perspectivas del que viene. La situación de la libra solo mejora las ventas de paquetes de viaje: la gente está gastando más en cafés, bares, restaurantes y comercio”, ratificaba el primer ejecutivo de Jet2, que explicó su estrategia a los 200 empresarios hoteleros reunidos para la ocasión en el hotel Valparaíso, al que también acudieron el alcalde de Palma, José Hila, y el vicepresidente del Govern y conseller de Turismo, Biel Barceló.

Solo sufre Rusia

Entre los anfitriones estaba también Pep Cañellas, el consejero delegado de NT Incoming, el touroperador receptor y socio local con el que colabora intensamente Jet

2. Cañellas hablaba de lo bien que está yendo este año en todos los mercados, salvo el ruso, y destacaba las buenas perspectivas para el que viene. “El ruso ha sufrido otra bajada este año, del 45%, aunque no es una cuestión del destino Mallorca, sino de los problemas rusos. La previsión es que en los próximos dos años haya una recuperación lenta para llegar a los niveles previos [a las convulsiones rusas que empezaron hace un año y medio]. Y en lo que respecta al resto de mercados, han ido todos bien, como el británico, mientras el nacional se recuperaba”, analizaba Cañellas, que ponía énfasis en la apuesta de Jet2 por crecer “fuera de los meses de julio y agosto”. “Jet2 apuesta por desestacionalizar”, enfatizaba Cañellas.

Asentía a su lado Heapy, que recuerda que están impulsando y publicitando paquete de escapada de tres y cuatro días en invierno. “Con la Navidad en diciembre y luego en enero es muy difícil vender Mallorca, pero desde febrero se puede. Vamos a trabajar duro para promocionar el destino, con opciones que hay que reforzar, como el golf, el ciclismo, el turismo urbano. Es lo que hay que trabajar para que Mallorca sea una opción de viaje todo el año”, abundaba el líder de Jet2, que dejaba otros dos apuntes a reseñar. Uno: no le gusta la ecotasa. Sabe que al final esos dos euros por noche dejará de ingresarlos él o el hotelero y cree que “en general, los impuestos al turismo no son buenos para el turismo”. Y tampoco para las cuentas de resultados de su empresa, por lo que quiere ver “a qué” se destina de verdad la recaudación de la ecotasa, si a turismo y medio ambiente o a otras cosas. Y segundo apunte: del mismo modo que no le gusta que le cobren más impuestos, a Steve Heapy le desagradaba la idea de que los hoteleros suban precios en Mallorca, por lo que pide contención. Aunque lo tiene difícil. Nadie ha subido más los precios en el último año que el destino Mallorca. Y llena más que ninguno. ¿Por qué cobrar menos pues, dicen los empresarios? Y así cada año, que últimamente acaba siempre igual: con la previsión de un nuevo récord el siguiente. Al menos en lo que se refiere a llegada de turistas.

Government y hoteleros prometen más turismo cultural

Aseguran que también colaborarán para conseguir que se rueden películas en escenarios de las islas

EFE PALMA

■ La Conselleria de Participación, Transparencia y Cultura colaborará con la Federación Empresarial Hotelera de Mallorca (FEHM) para potenciar un producto turístico cultural, bien definido y de

calidad, que resulte atractivo para los visitantes. Consideran que esta colaboración es “primordial” para mejorar el producto y el turismo cultural, según informó la Conselleria tras su reunión con la patronal hotelera, celebrada esta mañana en el Palma Arena.

Para cooperar en la difusión de la cultura y en la movilidad de la cultura interislas y la importación de cultura exterior, la FEHM ha propuesto, desde el punto de vista promocional, la realización de un listado de equipamientos, la

generación de producto y su posicionamiento y comercialización. “Se puede trabajar conjuntamente no sólo con empresas hoteleras sino con todos los agentes de la cadena de valor turística”, destacó la presidenta hotelera, en el encuentro con la consellera de Participación, Transparencia y Cultura, Esperança Camps, y con el director general de Cultura, Jaume Gomila.

También hablaron de la labor de la Balears Film Commission, entidad a la que el sector hotele-

ro quiere dar “todas las facilidades posibles” para atraer rodajes de películas a las islas, porque considera que se trata de una actividad que genera un retorno social de prestigio para a la comunidad. Por este motivo, hoteleros y responsables políticos negociarán la ampliación y concreción en un convenio de la colaboración que la federación ya viene desarrollando con la Film Commission de Balears, para “dar un impulso a los rodajes de películas en nuestra comunidad”.

NOMBRAMIENTO

Tugores dirigirá la Escuela de Hotelería

► El consejo de dirección de la Escuela de Hotelería de Balears nombró ayer a la María Tugores Ques como nueva directora gerente, en sustitución de José Luis Mateo, designado en su día por el Govern Bauzá. Tugores es licenciada en Economía por la Universitat de Barcelona y doctora en Economía por la Carlos II de Madrid. También dirige el departamento de Economía Aplicada de la UIB.