

Mallorca



WORLD TRAVEL MARKET 2018 ▶ LOS TUOPERADORES TIENEN EN SU MANO QUE LOS BRITÁNICOS 'LOW COST' SE VAYAN DE LAS PLAYAS ISLEÑAS

Hoteleros: la clave del verano está en la conectividad aérea

▶ Expectación ante los vuelos que puedan redirigirse a los destinos competidores

Myriam B. Moneo
LONDRES

ENVIADA ESPECIAL



■ En el baile de cifras, además de *networking* –las reuniones de siempre– y posados que es la feria londinense que ayer cerró su edición 2018, lo que está en juego es ver si la capacidad aérea hacia Balears sale reforzada, o no, para la próxima temporada. Si los turoperadores le restan conectividad a las islas para redirigirla hacia Turquía, Egipto y Túnez. Esto es lo que trae de cabeza a los hoteleros mallorquines, sobre todo a los que basan su negocio en el precio, en detrimento de la calidad, el sello del turismo español, el que se defiende a capa y espada desde el sector público y el privado. En algo coinciden sin ambages.

Primer escenario. Las reservas del mercado emisor británico de los dos TTOO más clásicos, Thomas Cook y Tui, se barrunta que están por debajo de las de 2017. Segundo escenario. Los destinos del Mediterráneo Oriental son imbatibles por precio y aquí lo que está en juego es si los turistas más *low cost*, digamos, esos de los que tanto nos quejamos, cambian las playas mallorquinas por las turcas, egipcias o tunecinas. Entonces las mayoristas redirigirán vuelos para allá. ¿Cómo están los *slots* para el año que viene?, esa es la clave.

Tercer escenario. Nadie sabe nada. Hasta enero y febrero que arranquen las ventas. Mientras



El stand de Balears en plena ebullición en la segunda jornada de feria. DAVID COSTA

Está en juego que la cuota prestada de esos visitantes de los que tanto nos quejamos cambien su destino

tanto, especulemos. La cena que reunió a los empresarios isleños con Jet2 el martes les dejó un buen sabor de boca. El consejero dele-

gado de la *low cost* británica, Stephen Heapy, ya les anunció a finales de octubre en Mallorca que siguen aumentando las plazas a la isla, seis de cada diez vendidas en paquetes turísticos a través de Jet2Holidays, los del todo incluido, los mismos que salen reforzados de esta WTM y tenía tan nerviosos a los hoteleros y divide, un vez más, a los socios del Govern.

Creerse la calidad

“Tenemos que creer en nosotros mismos y reinvertir en nuestros productos”. Antoni Horrach, director general de HM Hotels y ex-

presidente de los hoteleros mallorquines (2007-2010) lidera 18 hoteles (11 en Mallorca, 3 México y 4 en República Dominicana) bajo las marcas HM y Whala!. Sobre los turistas prestados de los destinos competidores del Mediterráneo, dice que “hemos sabido fidelizarlos”, pero ante la preocupación de los bajos precios de aquellos países, los mallorquines también los han bajado. Y recuerda los costes de un empleado en la isla, cerca de 3.000 euros frente a los 400-500 euros que afronta un empresario turco que además se beneficia de unas aerolíneas que

reciben ayudas públicas directas. Pep Cañellas también saca a colación la subida salarial, “merecida”, subraya, y pactada en una “época de bonanza”. Enero y febrero serán los meses clarividentes para ver qué ocurre ante el repunte de las reservas hacia los competidores “contrastadas con los turoperadores”, asegura desde su doble sombrero como propietario de la cadena Fergus con 13 hoteles (10 en Mallorca) y miembro del comité directivo del banco de camas de Iberostar, W2M. A esta coctelera, Cañellas le añade el ‘Brexit’. *Of course*.

Hablan los competidores. El último día de la feria londinense la actividad sigue frenética en los destinos del Mediterráneo Oeste, con visitas de sus autoridades, como la ministra de Turismo egipcia, Rania Al-Mashat

Y es que ‘Spain’ siempre será ‘Spain’

▶ Mayoristas egipcios negocian hasta 30 chárteres semanales a partir de enero desde el Reino Unido

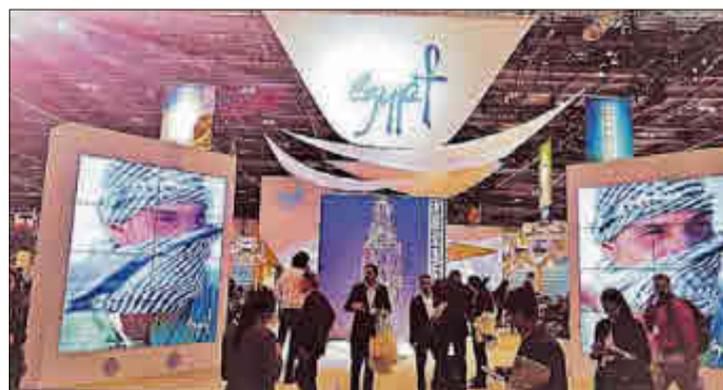
M. B. MONEO PALMA

■ Vamos a dejarnos de milongas. Léase en turco o en árabe, o en Spanglish. “Spain siempre será Spain”, clama sorprendido un turoperador tunecino. Ridha Bouasker responde desde un stand diminuto, como la cuota de turistas europeos que recibe su país, 2 millones, cifra que le sopla Sami Tounsi, de la Oficina Nacional de Turismo de Túnez.

“Los europeos que recibimos son de bajo presupuesto”. Llegan a través de Thomas Cook y otros

TTOO rusos y alemanes. “España no necesita turoperadores”, razona por lo fácil que es coger un vuelo dentro de la UE. “No somos vuestros competidores, solo recuperamos los turistas que perdimos”, afirma estupefacto al saber que desde la famosa Mallorca se les menta tanto en reuniones y medios de comunicación.

“Tenemos entre un 5 y un 7% del mercado británico. Ahmed Ezzat, director comercial de Sindbad Club, hotel de cuatro estrellas de Hurghada, en el mar Rojo. Ma-



Egipto, espectacular dentro de la WTM. M. B. MONEO

neja dos establecimientos más que alojan a alemanes, holandeses y británicos. Sus reservas crecen un 30% y espera subir precios hasta un 15%, augura satisfecho después de haberlas pasado canutas. Dos adultos y dos niños pagan en sus hoteles entre 180 y 200 euros por noche.

El egipcio Aziz Aly, presidente de la mayorista Viamed, espera cerrar entre 24 y 30 chárteres semanales en Fitur o la ITB para el verano 2019. El mercado británico en su negocio, liderado por franceses, es el tercero. Tiene una fecha grabada, el 25 de enero del 2011, el estallido de la revolución que le llevó a la ruina. Parece que por fin recuperará los turistas huidos. Se interrumpe la conversación. Llega su ministra de Turismo a darle la mano. Es Rania Al-Mashat, la primera mujer en ocupar la cartera. Cero experiencia en turismo, poderosa en las finanzas.

Jet2, la segunda aerolínea británica que da alegrías

▶ Lleva 15 años entre nosotros y ya es la segunda aerolínea británica, además de TTOO con su marca Jet2Holidays. La aerolínea de bajo coste con sede en Leeds “ya le hace cosquillas a Tui”, observa un consultor mallorquín que se las sabe todas y ha sido todo. Las ‘low cost’ que abarrotan el aeropuerto de Palma son Easyjet y Ryanair. Y el negocio alojativo que mella las ganancias de los hoteleros y sigue sin regulación efectiva es el de la llamada economía colaborativa, el monstruo de Airbnb que ni está ni se le espera en la cita turística londinense que ya ha puesto el telón. Al menos por intermediación de este Gobierno central y ¿efímero? está empezando un debate entre todos los implicados.