

Los hoteleros prevén otra debacle invernal y lanzan una campaña para combatirla

► Promocionan con Airberlin el turismo de invierno, pero en diciembre quedarán solo el 10% de hoteles abiertos ► La aerolínea reduce un 5% su oferta de plazas, cierra la ruta de Oviedo y mantiene Bilbao

A.M.H. PALMA

La temporada turística se alargará este año hasta noviembre para poner el colofón a un verano excepcional, pero el invierno que se avecina será malo de solemnidad. Otra vez. Y ya van seis años en los que la debacle de temporada baja devora la buena cosecha de verano, advierten en un sector que es consciente de que la estacionalidad es cada día una amenaza mayor. Un ejemplo: cuando diciembre se instale en el calendario, la isla apenas ofertará 40.000 de sus 400.000 camas hoteleras. El resto quedarán en barbecho hasta marzo. Y ese es el drama del negocio clave de la isla, como denunciaban ayer al alimón la Federación Hotelera y Airberlin, que presentaron una campaña pensada para mitigar el golpe que le da el frío de los cierres a los buenos resultados del verano.

¿Significa eso que los hoteleros harán un esfuerzo mayor y aumentarán la oferta de camas invernales respecto al año pasado? Pues no, al contrario, la situación será igual de calamitosa o aún peor, como confirma un dato de la Federación: en diciembre quedará abierta solo el 10% de la planta hotelera, con lo que "será un invierno de menor actividad que el del año pasado" [que ya fue nefasto]. ¿Significa entonces que para combatir esa estacionalidad Airberlin va a mejorar frecuencias y rutas con la península y el resto de Europa? Pues tampoco. Es justo al revés: tras el fuerte recorte de enlaces y frecuencias del año pasado, este invierno se cae del mapa de rutas de Airberlin el enlace de Oviedo, aunque se salva el de Bilbao (estaba en duda). También se ajusta el resto de Europa: la aerolínea que copa el 50% del tráfico de Palma en temporada baja reduce un 5% su oferta de plazas de invierno, que las tasas es-

pañolas, el encarecimiento del combustible y la competencia muchas veces desleal de algunas aerolíneas de bajo coste siguen exprimiendo al límite al sector.

Así que en ese plan de lucha contra la temporalidad no hay ni más hoteles abiertos, ni mejores enlaces aéreos. Y ni falta que hacen, vienen a decir el presidente de los hoteleros, Aurelio Vázquez, y el director general de Airberlin para España y Portugal, Paul Verhagen, que arman un argumento para combatir la idea de que la estacionalidad es responsabilidad de los recortes aéreos o los cierres hoteleros: "La época de echarnos mutuamente la culpa ha terminado. Decir que los hoteles cierran porque hay menos vuelos, o que hay menos vuelos porque los hoteles cierran no nos dio ni un solo cliente, que yo sepa. Es hora de buscar soluciones", expresa Verhagen.

Lamentan la falta de medidas para el turismo y critican el "golpe bajo" a Balears de algunos recortes del Gobierno

A.M.H. PALMA

¿Que si el Govern balear nos apoya en esta campaña contra la desestacionalización? Seguro que nos apoyan mucho. Es un apoyo que se traduce en: 'Ánimo, chavales, que vamos por buen camino'. El presidente hotelero tiraba ayer de ironía para referirse al protagonismo creciente que está asumiendo el sector privado a la hora de resolver los problemas que ya no intenta atajar un sector público en retirada. Y Vázquez no cargaba



Verhagen y Vázquez presentaron 'Un mar de experiencias' CRISTINA SANTOS

El verano, esta vez, se alarga: en septiembre la ocupación fue del 86% y en octubre se alcanzará un 68%, según la Federación

En plena guerra entre hoteleros y oferta complementaria, los hoteles se lanzan a promocionar la oferta complementaria

A su lado asiente Vázquez. Y juntos hacen saltar por los aires otra constante de los últimos meses: el enfrentamiento casi visceral entre la oferta complementaria y la industria hotelera. Porque los hoteleros y Airberlin lo que presentaban ayer no era sus virtudes y bondades,

sino una campaña de promoción de la oferta complementaria, a la que redefinen como "oferta decisiva" con un conjunto de acciones publicitarias, informativas y de marketing. El objetivo, dicen, es llevar el golf, la náutica, la gastronomía, la cultura, el senderismo, la naturaleza, el ocio y los deportes de la isla a más de 6,6 millones de potenciales clientes.

Todo sin ayuda pública, apoyándose únicamente en la infraestructura de marketing de Airberlin y en la capacidad de trabajo de la Federación Hotelera. Junto llevan meses elaborando un catálogo de detalle de las actividades que Mallorca puede ofrecer a esos turistas de invierno en retirada.

UN DESTINO MÁS ATRACTIVO

"Hace falta dinamización cultural y comercial, sobre todo en Palma"

► En los 20.000 folletos que van a pagar y distribuir Airberlin y los hoteleros se dibuja una isla descrita como "mar de experiencias", en la que realmente no falta de nada. Y aún así, dicen los promotores de la idea, queda mucho por hacer. "Hace falta dinamización cultural y comercial, sobre todo en Palma, y sobre todo en temporada baja, pero también en la alta", dice Aurelio Vázquez. Coincide Paul Verhagen, director general de Airberlin, que insiste en que "la oferta de actividades no es complementaria, es decisiva, porque determina dónde va el turista".

"El cliente, al final, no elige un destino en función de si hay vuelo directo o no, sino de lo que ofrece", advierte Verhagen.

Lo mismo piensa Vázquez, que recalca que la estacionalidad cada vez más marcada se debe a un problema de "falta de motivación" para el cliente. Y justo de eso, de estímulos y opciones para disfrutar de la isla, va una campaña en la que los hoteleros y Airberlin están solos, aunque aspiran a encontrar socios: buscan para ello otras aerolíneas y, sobre todo, empresas con oferta de ocio y tiempo libre de la isla dispuestas a subirse al carro de la lucha contra la estacionalidad. Este año llegarán tarde, reconocen Vázquez y Verhagen, y el invierno será frío como nunca, pero quizá lo que hoy se siembra brote en diciembre venideros. Mientras tanto, prepárense para otra temporada baja con vocación de desastre.

El sector carga contra las tasas y las cuentas de Rajoy

tanto las tintas contra el Govern balear, con el que suele mostrarse en sintonía, como contra el Gobierno central y su Ministerio de Turismo de presupuesto nuevamente recortado, al que afea la escasa atención que prestan al negocio que mantiene a flote a España.

Piden por ejemplo los hoteleros y, en general, los empresarios turísticos, que el Gobierno elimine las cotizaciones a la Seguridad Social en temporada baja, definidas por Vázquez como "un impuesto al empleo" que evita la contratación y hace que todo el mundo pierda: el Estado, porque se ve obligado a pagar prestaciones a quien se queda en paro; los empresarios, porque ante una presión fiscal tan asfixiante, no pueden abrir seis meses "con el drama que eso supone para

un negocio"; y los trabajadores porque cada medio año dan con sus huesos en el paro. ¿La solución? Subvencionar al 100% la Seguridad Social en invierno. ¿Se hará? El Govern quiere, el sector también, pero Rajoy no mueve ficha.

Más: se quejan aerolíneas y hoteleros de las tasas que paga Balears, el aeropuerto más estacional de Europa. "¿No sería mejor bajar tasas en invierno y cargar más en verano para estimular viajes en temporada baja?", se pregunta Vázquez, que denuncia que "la gestión de las infraestructuras aéreas y las tasas perjudica al sector". Reclama por eso para el turismo "un plan de medidas de apoyo específicas, como se hizo con el sector del automóvil". Piensa en las tasas, sí, y en la Seguridad Social, claro, pero

también en un mayor esfuerzo promocional público (el Gobierno ha recortado otro 14% el presupuesto de Turismo) y una inversión y financiación más generosa con Balears. "Lo de las depuradoras ha sido un golpe bajo" [del Gobierno central], recalca Vázquez, en referencia a la decisión de dejar fuera del presupuesto los 200 millones que necesita la comunidad para arreglar algo tan básico como las depuradoras. "¿Qué pretenden, que cerremos hospitales para arreglarlas?". Subraya el líder hotelero que con ninguna de estas medidas motiva al turista para venir, pero que todas juntas "permiten ajustar precios en temporada baja y ser más atractivos". Que a unas millas, en Túnez, hay quien vende todo incluido de lujo a 18 euros el día.

DESCUENTO ESPECIAL

Del 3 al 9 de octubre de 2013

-20%

Esta promoción no es acumulable a otras vigentes en este mismo período.

www.c-y-a.es

Recorta este cupón y utilízalo en tu tienda C&A

Este cupón es válido del 3 al 9 de octubre de 2013 en cualquier departamento de C&A. Reúne toda tu compra, sin límite de importe o prendas y entrega este cupón en Caja antes de iniciar el pago. Este cupón es de un sólo uso y quedará en poder de C&A después de realizar el descuento. No puedes acumular cupones descuento para un mismo acto de compra.

Para beneficiarte de esta promoción en la tienda online usa este código descuento: **FyA20**

Consulta tu tienda C&A más cercana en nuestra web www.c-y-a.es