

ILLES BALEARS

TUI aumenta un 7% los vuelos a Baleares en 2014 por la subida de las reservas

Las Islas se convierten en el destino estrella del turoperador alemán este 2013 por delante de Grecia y Turquía / Los paquetes para el año próximo suben un 2% de precio

HUGO SÁENZ / Santa Cruz (Tenerife)
Enviado especial

Baleares sigue siendo el destino estrella del turoperador alemán TUI. La economía germana no entiende de crisis y sus ciudadanos tienen muy claro lo que quieren a la hora de elegir sus vacaciones. Un año más, las Islas se han proclamado vencedoras de una contienda cada vez más complicada y en la que sus rivales turísticos más directos empiezan a mostrar síntomas de recuperación apoyados en políticas de reducción de precios que han incentivado la demanda pero que no han sido suficientes para desbancar al archipiélago de su posición de liderazgo.

Cuando apenas unos euros marcan la diferencia entre el éxito o el fracaso a la hora de mantener la hegemonía de un destino turístico, Baleares ha sabido un año más auparse a la primera posición con unas cifras en la línea de las cosechadas a lo largo de toda la temporada turística, una de las más satisfactorias de los últimos años. Y es que según anunció Christian Clemens, presidente de TUI Alemania, ayer en Tenerife con motivo de la presentación de catálogos de verano para 2014, «las Islas se han proclamado triunfadoras del verano de 2013 tras lograr un aumento del 7%» con respecto a la temporada de 2012, que ya registró «un excelente nivel de reservas».

A pesar de que destinos como Grecia o Turquía también han registrado importantes incrementos este verano —la primera tras bajar los precios y la segunda fruto de una planta hotelera completamente nueva a precios competitivos—, el archipiélago ha vuelto a ser el destino más popular, creciendo más del doble que el resto de España y dejando a sus competidores atrás «con gran diferencia». Y las buenas noticias no acaban aquí. TUI anunció ayer en Tenerife que las cifras de reservas para 2014 hacia Baleares se encuentran ya un 3% por encima de las de



Nicole Sohnrey, Christian Clemens y Markus Stumpe, ayer. / H. SÁENZ

este verano. Según Clemens, las razones «del éxito del destino» son los hoteles exclusivos de TUI. «Prácticamente nos los arrebatan de las manos», explica.

Fruto de esta gran temporada del turoperador alemán en Baleares y las previsiones para 2014, TUI ha decidido aumentar el próximo verano sus cupos aéreos de Alemania al archipiélago un 7%. El aumento es más del doble del que prevé llevar a cabo en el resto del país y se explica fundamentalmente por dos razones. Una es el empuje de Menorca e Ibiza entre la clientela alemana, lo que ha obligado a TUI a programar más vuelos, y en segundo lugar la buena marcha de su propia aerolínea, TUI-

fly, que ha registrado unas cifras de ocupación este verano del 93,5%. En concreto, la capacidad aérea se incrementará un 7% a Mallorca, un 9% a Menorca y un 10% a Ibiza.

Contención de precios

Aunque la llegada de turistas es un factor fundamental para la buena salud de un destino, no lo es menos su rentabilidad. De nada sirve a los empresarios llenar sus hoteles si no lo traducen en beneficios, vía subida de precios, sobre todo tras los últimos aumentos del IVA, otros impuestos o el IPC. Una lucha que viene produciéndose año tras año y que de cara a 2014 se ha cerrado con un ligero aumento del 2% de

media para todo el país (en Baleares y Canarias el incremento es sensiblemente superior) aunque el turoperador, en boca de Christian Clemens, avisa: «A pesar de las excelentes cifras de turistas, es esencial mantener una disciplina en los precios para no dar al traste con la positiva evolución».

Por ello, el responsable de TUI Alemania hizo un llamamiento a los hoteleros para que fijen sus precios de manera flexible durante todo el año y así estimular el mercado con ofertas especiales en épocas de baja demanda. De esta forma, se comprometió a ofrecer el precio adecuado gracias a esta flexibilidad. En esta línea, Clemens recordó que mientras los precios de Egipto (que ha comenzado una lenta y costosa recuperación), Grecia o Túnez descienden, en España subirán un 2% y otro 2,5% en Turquía.

Por otro lado, Clemens aprovechó la cita en Tenerife para denunciar que aunque los precios de los viajes en general se mantengan estables, los «costes para el consumidor son demasiado elevados ya que existen numerosos impuestos y tasas que afectan a los bolsillos de los alemanes y ponen en peligro gran número de puestos de trabajo».

Por ello, solicitó al próximo gobierno alemán que «frene la introducción de impuestos para la industria turística». Su queja va dirigida fundamentalmente a la tasa aérea que actualmente perjudica a las aerolíneas alemanas con respecto a sus competidoras europeas. Su llamamiento también fue extensivo a los ayuntamientos germanos, que cobran la llamada tasa de alojamiento, para que la eliminen.

Medallas excepcionales para personas excepcionales

INMA DE BENITO

El Gobierno de España lleva años reconociendo a través de las Medallas al Mérito turístico en sus diferentes modalidades la labor de personas que resaltan dentro de la industria turística en el desempeño de sus funciones. Ayer, 25 de octubre del 2013, nueve meses después de su fallecimiento fue un día especial para la familia turística española, y muy especialmente para la balear, porque este reconocimiento recayó en nuestra querida Marilén.

Tuve la suerte, como muchos de los lectores saben, de compartir con ella casi trece años de mi vida, largos días y largas noches de pensar, trabajar, proyectar e identificar como mejorar la industria turística de Palma, de Mallorca, de Baleares y de España. Sencillez, ilusión, cariño, amistad, unión y pasión podrían resumir todo lo que hacíamos. Utilizábamos el cuaderno de cuadros y el *boli bic* de toda la vida para diseñar los proyectos y hacer lo que llamamos «plan de trabajo» y «calendarios de acción». Podría relatarles los resultados de numerosas reuniones,



Marilén Pol. / P. V.

opiniones y diseños estratégicos que en todos los cuadernos que tengo en mi estantería se recogen, y que aún cuando los repaso, y en algunos casos recupero, lloro porque todos y cada uno de ellos van unidos a una anécdota, divertida siempre, a la que Marilén nos retaba.

Capitaneaba su familia, a sus amigos y amigas, a sus colegas y era imposible cuestionar sus planteamientos por su capacidad de llegar donde los demás no sabemos acercarnos: a lo más hondo de las personas, a su corazón. La pasión era el eje de todos los proyectos que Marilén impulsaba, las cosas debían salir uniéndose esfuerzos y arrastrando a todos los actores necesarios para conseguirlo. No había enemigos ni fuerzas en contra. Con ilusión, sacrificio, dedicación y cariño todo era posible. Y así fue, muchos proyectos turísticos hoy son realidad gracias a ese impulso que Marilén dio y que ayer se le reconoció porque Marilén era y todavía es para todos nosotros excepcional.

«Hay que invertir más en el resto de islas»

El turoperador transporta cada año más de un millón de alemanes sólo a Mallorca

H. SÁENZ / Santa Cruz (Tenerife)
Enviado especial

El presidente de TUI Alemania, Christian Clemens, no alberga dudas. Mallorca está muy fuerte turísticamente hablando, lo que a su juicio ha contagiado a Menorca e Ibiza, por lo que además de aumentar su capacidad aérea en 2014 al resto de islas, también invertirán más dinero «en estos destinos en los próximos años». Para desarrollar sus planes, se ceñirán a lo que

han venido haciendo en los últimos tiempos, seleccionar minuciosamente los hoteles con los que trabajan, muchos de ellos en régimen de exclusividad. Una búsqueda de la calidad que se traduce sólo en Baleares en 73 establecimientos (158 en toda España) con la premisa de menos productos pero más diferenciados.

Además, no hay que olvidar los nuevos proyectos. En Binibeca abrirán un «nuevo concepto para

parejas», al tiempo que también lo harán en Ibiza y en Mallorca introducirán en 2014 un producto nuevo llamado *Viverde* con el que pretenden diferenciarse, al igual que ocurriría con el Pura Vida Blau Porto Petro.

Además, desde el año próximo también trabajarán con el RIU San Francisco (Playa de Palma) que reabrirá en verano completamente renovado y ultiman otra iniciativa —también con RIU— en

Calas de Mallorca que tendrá como protagonista al RIU Tropical. Y no serán los únicos ya que a través de Nord Hoteles (marca bajo la que operan algunos de sus establecimientos) ejecutarán otros dos proyectos en Mallorca en 2014. Todo ello «para atraer el mayor volumen» posible. Según Clemens, el reto es que el 80% de los clientes que llegan a Baleares con TUI lo haga con estos productos exclusivos.