

EN ESTADO DE ALARMA



▶ EL SECTOR TURÍSTICO ESTÁ A LA ESPERA DE LOS ACONTECIMIENTOS PARA INICIAR LA TEMPORADA

Hoteles de Alcúdia y Can Picafort abrirán “aunque solo sea para airear” los complejos

▶ La agrupación hotelera calcula que entre finales de julio y principios de agosto los establecimientos empezarán la actividad

J. FRAU ALCÚDIA

■ La temporada turística de este año no invita al optimismo, sino a todo lo contrario, pero una parte del sector hotelero no se resigna a perderla por completo y tiene previsto abrir los establecimientos “aunque solo sea para airear” los hoteles, en palabras del presidente de la agrupación hotelera de Alcúdia y Can Picafort, Jaume Horrach.

Actualmente, ningún hotel asociado a la citada agrupación se ha acogido a las medidas de desescalada para el sector hotelero previstas en la fase 1 en la que nos encontramos. No obstante, los representantes del sector en esta zona del norte de Mallorca no pierden la esperanza de que más adelante podrán abrir los establecimientos. “De momento, los únicos datos objetivos que tenemos es que ningún hotel abrirá sus puertas antes de que finalicen las fases de la desescalada, cuyo final está previsto para finales de junio; antes de ello, no podremos hacer nada; sabemos el cómo pero no el cuándo”, señala el presidente.

Obviamente, la conectividad aérea es el principal requisito para que los clientes empiecen a contratar los servicios hoteleros.

“Una vez completada la desescalada, suponemos que empezará la nueva normalidad con una mayor conexión de vuelos nacionales, aunque este no es nuestro principal mercado emisor”, añade Horrach. El sector confía en que a mediados de julio empiecen a activarse los primeros “vuelos experimentales” con los países europeos emisores, principalmente Alemania. Si este calendario se cumple como está previsto, “las aberturas de hoteles empezarán a producirse entre finales de julio y principios de agosto”. Aunque todo ello dependerá de la evolución de la pandemia en el continente. Si se produce algún repunte importante, todas las pre-



Imagen de uno de los numerosos complejos hoteleros ubicado en el puerto de Alcúdia. DM

visiones se podrían ir al traste.

“Que nadie dude de que prácticamente todos haremos lo imposible para abrir las puertas de los hoteles, y no para ganar nada, sino más bien para perder; de momento, todos mantenemos la esperanza”, apunta Jaume Horrach.

Cuestión de imagen

Yes que los empresarios turísticos tienen claro que, a pesar de la nefasta situación de este año, es muy importante abrir los establecimientos por una cuestión de imagen, pensando principalmente en la próxima temporada. Horrach señala que “es una inversión en marketing de cara al año que vie-

Más que como negocio, la apertura se plantea este año como una “inversión de marketing” de cara a 2021

“Tenemos que dar el mensaje de que hemos sido capaces de abrir a pesar de la situación”, apunta Jaume Horrach

ne, no nos podemos permitir estar un año entero sin hacer nada; los mercados deben acordarse de nosotros, porque sino la temporada de 2021 será de una incertidumbre absoluta.”

También sería una demostración de fortaleza. “Tenemos un compromiso social con Mallorca, tenemos que transmitir el mensaje de que hemos sido capaces de abrir a pesar de las circunstancias”.

La agrupación hotelera ha empezado a sondear entre los asociados las posibilidades de apertura que tienen los diferentes establecimientos, aunque a estas alturas es difícil pronosticar cuántos negocios abrirán las puertas. “De

momento no lo sabemos, aunque es difícil que puedan abrir todos, siempre habrá alguno que se mantendrá cerrado”. La agrupación gestiona un total de 19.000 plazas turísticas en Alcúdia y otra 13.000 en Can Picafort.

La apertura de la oferta complementaria es otra batalla paralela que depende de forma muy directa de la actividad hotelera. “Nosotros también les necesitamos, no serviría de nada abrir los hoteles en un desierto comercial”, señala Horrach.

Respecto a la cuarentena impuesta por el Gobierno a los visitantes extranjeros, Horrach afirma que “es extemporánea, se tendría que haber decidido antes”.

El sector turístico de Capdepera reclama rebajas fiscales y campañas de promoción

J. F. S. CAPDEPERA

■ Durante el transcurso de una reciente reunión del Patronato Municipal de Turismo, los representantes del sector turístico de Capdepera reclamaron al Ayuntamiento una batería de propuestas para reactivar la economía, entre las que destacan la organización de campañas de promoción exterior tanto en el ámbito local como autonómi-

co y nacional, y la aplicación de rebajas en las tasas municipales del IBI y recogida de residuos e incineración.

En este sentido, el regidor de Turismo del Consistorio *gabelli*, Pere Terrassa, anunció que los establecimientos que tengan la barrera bajada no pagarán la tasa de actividad durante el tiempo en el que permanezcan cerrados.

Por otra parte, los representantes del sector turístico aseguraron que la “incertidumbre” es la palabra que “define el estado en el que se encuentra el sector público y turístico del municipio ante la temporada 2020”. Durante la reunión, el alcalde Rafel Fernández señaló que “todo el sector se encuentra en un *impasse* y a la espera de cómo reacciona el Gobierno

del Estado y de la Comunidad Autónoma en referencia a la apertura del aeropuerto y el puerto de Palma para el tráfico de pasajeros procedentes del extranjero”.

Señaló que, a diferencia de otros años, los hoteleros “no pueden hacer una previsión de ocupación porque todavía no saben siquiera si abrirán sus establecimientos turísticos”. El alcalde añadió que el sector turístico le ha trasladado que “si la orden gubernamental establece la ocupación de la mitad de la capacidad de alojamiento, los empresarios deberán estudiar si les vale la pena

abrir los hoteles”. Lo mismo sucede con los bares y restaurantes, que solo pueden atender a la mitad de los clientes y con una separación entre mesas de dos metros.

Durante la reunión, el Patronato decidió el tipo de modelo turístico que quiere para el municipio, un “destino plural que conjunge el turismo deportivo, familiar, gastronómico, cultural y paisajístico”. Apuestan por “seguir trabajando por la excelencia” y por la “mejora de las infraestructuras y servicios”, además de “luchar contra el turismo de borrachera y excesos para potenciar una buena imagen”.