

SITUACIÓN ECONÓMICA / Los signos de la crisis

Los turoperadores no se atreven a hacer predicciones sobre Baleares por la crisis

Soltour, Travelplan, Turmundial, Orizonia y Govern lanzan una campaña para captar al turista nacional

MARÍA J. GARCÍA

PALMA.— «Sí, hay crisis». Sin rodeos, conscientes de que la mejor forma de curar es disponer de un buen diagnóstico, los turoperadores nacionales reconocieron ayer sobre una mesa de la Conselleria de Turismo que la economía española no pasa por su mejor momento. Se reunieron con motivo de la firma de una campaña conjunta con el Govern balear para promocionar las Islas en el mercado nacional.

Cuatro directivos de cuatro de los grandes turoperadores nacionales coincidieron en su análisis de los síntomas. Salvador de Pablo, director de Comunicación y Marketing de Orizonia; Isabel Piñero, directora de Marketing y Calidad de Soltour; Rosa Paramio, directora general de Turmundial -Viajes El Corte Inglés-; y Gabriel Cañellas, director regional de Travelplan. Ninguno se atrevió a dar predicciones sobre la próxima temporada turística en las Islas. Sentados en la misma mesa junto a Francesc Buils, conseller de Turis-

mo y Susana Sciacovelli, directora del Ibatour, quisieron mostrarse cautos: «Va a ser un año complicado, puesto que las reservas se están retrasando», coincidieron. Recomendando a Baleares trabajar más en su temporada baja, Rosa Paramio, de Turmundial, señaló que «los clientes que viajan fuera de temporada gastan más allá del hotel». Buils, sin embargo, si se atrevió a hacer predicciones, señalando que el turismo nacional podría crecer este año en una horquilla entre el 6% y el 8%.

El Govern balear y los principales turoperadores españoles, Orizonia, Viajes El Corte Inglés, Soltour y Travelplan lanzarán a partir de hoy, 17 de abril, una campaña promocional conjunta, por valor de 2,4 millones de euros, que estará destinada a captar mercado emisor nacional, en lo que supone una colaboración público-privada que tiene lugar por primera vez, según informa Europa Press.

Así lo indicó el conseller de Turismo, Francesc Buils, en la presentación de esta iniciativa que tuvo lugar en la sede del departamento autonómico que dirige, y a la que asistieron también representantes de los cuatro mayoristas que, en conjunto, traen el 85% de los visitantes nacionales hacia las islas, según expusieron en el encuentro.

Según dijo Buils, la campaña será sufragada al 50% por el Govern y los turoperadores, supondrá la implicación directa de estos últimos, se basará en el uso de una amplia gama de medios y soportes, y se interrumpirá en junio para ser reemprendida en septiembre hasta octubre, ya que, en buena medida va destinada a combatir la estacionalidad turística.

Así, mientras que en los próximos meses el lema central de la campaña será *Ya es verano en Mallorca* -o bien, en Menorca, en Eivissa o en Formentera-, a partir de septiembre se transformará en *Sigue siendo verano en...*, mientras que en el centro de cada una de las fotografías con paradisíacas playas figura un cuadrado blanco con la leyenda *Reservado para ti*.

Para difundir ese mensaje, se recurrirá a spots publicitarios en medios televisivos y radiofónicos, así como a inserciones en prensa escrita, paradas de autobuses (OPI) y vallas publicitarias, entre otros, siempre con el objetivo de «reforzar la temporada turística», especialmente, en un año «complicado». Además, otra novedad de esta campaña promocional es que cada uno de los turoperadores participantes en la misma podrá personalizar los carteles publicitarios desarrollados, preservando las imágenes y los lemas.



El conseller de Turismo y la directora del Ibatour, en el centro, acompañados por los turoperadores nacionales. / PEP VICENS

Joves Empresaris demanda rebajas fiscales frente a los malos tiempos

M.J.G.

PALMA.— Con el sector del ladrillo hundiéndose, y el bolsillo de los consumidores tocado, la flota económica balear sigue anotando bajas. Según el INE, el número de sociedades mercantiles creadas en febrero en Baleares se situó en 385 empresas, lo que supone un descenso del 18% respecto al mismo mes del año anterior.

Además, según Pere Coli, presidente de la Asociación Joves Empresaris de Baleares, «también ha crecido el número de empresas que se dan de baja».

Coli recomienda, frente a la desaceleración «que se rebajen las cuotas de la seguridad social a las empresas». Con ello, asegura, «se fomenta la competitividad y se ge-



Pere Coli.

neran más beneficios». Propone esta medida frente a otros descuentos: «Los 400 euros que se van a devolver no van a tener un efecto directo sobre el comercio en un momento de desaceleación, al revés, mucha gente los dedicará al ahorro». Por ello recomienda encarecidamente a Govern que active las inversiones previstas «en obra pública como la ampliación del Puerto de Palma, la red ferroviaria y hospitales».

Estas inversiones «no pueden dejar de realizarse, no es el momento de bajar las inversiones» añade. Coli pide al Govern que rebaje la guardia a la hora de negociar la financiación balear con el Estado, una negociación «que no se puede postergar».

Pese a que ha descendido el número de nuevas empresas, Coli asegura que «se siguen creando y que todavía existe crecimiento», aunque insiste en la idea de la *desaceleración*.

Reciclaje del empleo

Frente a la posibilidad de que los empleos que se destruyen en la construcción se regeneren en los servicios en general y en el turismo en particular, Pere Coli señala que «existe una amplia demanda de formación», aunque lamenta que los planes «siempre llegan en temporada alta, cuando es demasiado tarde» por retrasos burocráticos.

«La formación ha de darse de forma ordenada en temporada baja, si no, ya no sirve para nada, no da tiempo al reciclaje real», apunta el joven empresario.

La confianza turística cae un 10%

Sólo el 8% de los empresarios del sector de alojamiento de Baleares asegura haber experimentado un incremento de los beneficios durante el primer trimestre de 2008, frente al 54% que reconoce haber sufrido una caída respecto al mismo periodo del año anterior, si bien el 38% restante dice haber mantenido las cifras de negocio en los tres primeros meses del año.

Además, el 65% del empresariado del sector subraya que para el segundo trimestre del año se mantendrán las previsiones de ventas, mientras que un 20% vaticina que disminuirán, en contraposición al 14%, que se muestra convencido de que el volumen de contratación aumentará hasta junio.

Teniendo en cuenta la diferencia entre ingresos y aumentos de bene-

ficios, el desfase durante el primer trimestre del año de un 45,9%. Respecto a las ventas en los tres primeros meses de 2008, un 8% de los empresarios hoteleros y del sector de alojamiento estima que han mejorado, un 63% señala que se han mantenido y un 29% de los consultados afirma que han caído.

Así se desprende del informe sobre las perspectivas turísticas y el balance empresarial del sector en el primer trimestre del año elaborado por la Alianza para la excelencia turística Exceltur y en el que según los datos manejados, el 33% de este sector manifiesta haber aumentado los precios -y con ello su rentabilidad.

En contraposición con esta visión, el 59% de los consultados aseguran que sus precios se han mantenido en niveles similares a 2007,

mientras que un 8% subraya que han bajado en contraposición al mismo periodo del año pasado.

Respecto al comportamiento de las ventas de las agencias de viajes durante la festividad de Semana Santa, el informe de Exceltur revela que sólo un 8,3% de los empresarios consultados asegura que sus cifras han mejorado respecto al año pasado frente al 75,8% que asegura haber detectado una disminución de su nivel de negocio. Finalmente, un 20,9% de los consultados afirman que el número de ventas se ha mantenido.

Con estos datos, Exceltur ha detectado una pérdida de confianza del 10% en el sector empresarial de las Islas sobre el dinamismo del turismo en Baleares basada en menores márgenes de rentabilidad.

Spanair: el Govern balear 'pasa' a Iberia a la segunda fase

PALMA.— El Govern balear expresó ayer su preocupación por la posibilidad de que si Iberia compra Spanair aplique una «estrategia centralista» que beneficie a Madrid y reste conexiones con Baleares, tal y como sucedió cuando la aerolínea abandonó de forma progresiva el aeropuerto de Barcelona, después de su privatización en 2001, para potenciar su *hub* en Madrid. Y lo hizo, en palabras de la directora general de Transporte Aéreo, Joana Amengual en declaraciones a Europa Press, tras señalar que «Iberia es la única aspirante a comprar Spanair que ha pasado a la segunda fase en el proceso de venta». Sin embargo, desde Gadair, la otra optante a comprar Spanair, desconocían ayer al cierre de esta edición que se hubiese producido una comunicación de las empresas que han pasado a la segunda fase de compra. Según ellos, todavía no se ha producido esa decisión.

Amengual explicó que en el caso de que se formalizara la compraventa, el Ejecutivo autonómico teme que «Iberia pueda dejar todas las conexiones en manos de Clickair».