

> FITUR 2011 / La promoción turística del Govern

El I+D balear, tras los millones de la plataforma digital

Turismo prepara el concurso, Madrid da 4 millones y ya hay grandes firmas 'al acecho'

MARÍA J. GARCÍA / Madrid
Enviada especial

Más meses de españoles, más rusos –el principal turoperador de la Federación, Natalie Tours, señaló ayer que aumentará su oferta a Baleares un 40%– y más tecnología. Son los tres pilares de la política turística de la Conselleria que dirige Joana Barceló que, esta edición de Fitur, ha cargado su agenda de reuniones con turoperadores, agentes de viajes y aerolíneas. Mucha colaboración pero pocas cifras, sobre todo, a lo que promoción en España se refiere. Si para los mercados internacionales Turespaña es la gran ayuda de Baleares, para la reconquista del tercer mercado en las Islas, el español, 18% del total de turistas, Baleares compite con el resto de comunidades. Solo la y con la cuenta corriente en las últimas. En un ambiente algo más optimista que los últimos años, la política turística de bolsillos casi vacíos de Montenegro se solventa con encaje de bolillos.

► SIN PLAN DE MARKETING 2011. Sin plan de marketing. A finales del pasado año, la Conselleria de Turismo ofreció a los hoteleros la posibilidad de que fueran ellos mismos quienes diseñaran una campaña de

Marketing a su gusto. Era la oportunidad perfecta para profesionalizar la promoción turística de las Islas y los hoteleros se pusieron manos a la obra. Con el documento redactado se dirigieron a la Conselleria pero se encontraron entonces con una respuesta sorpresa: no había dinero. «Nos podían haber avisado antes», señalan los hoteleros.

► MÁS TURISTAS ESPAÑOLES. Y aún casi sin dinero, el Govern balear quiere una mayor presencia del mercado nacional en las islas que permita alargar la temporada turística mediante la configuración y promoción de productos atractivos. Para ello, trabaja con aerolíneas, navieras, agencias de viajes y el sector de alojamiento para establecer una línea de actuación conjunta en cada uno de estos campos, con el objetivo de gestar unas «campañas especiales» en puntos concretos del principio y final de temporada (abril y octubre).

► PLATAFORMA DIGITAL. Son la nueva generación del turismo balear. Empresas tecnológicas que han apostado por desarrollos web unidas bajo el paraguas de Turistec. Para este año, un objetivo común a corto plazo: que no se les escape la inver-



CAIB

Conocedora de la Serra. La Serra y la oferta rural fueron dos de los productos turísticos que más interesaron ayer a doña Sofía en su paso por el stand de Baleares. La reina, acompañada de Joana Barceló, con la que comparte afición por la música, se llevó algunos folletos de las Islas.

sión –de momento cuatro millones de euros de un convenio con Turespaña– para comenzar a desarrollar la gran plataforma digital anunciada por Francesc Antich el año pasado y que se anunció costaría unos 12 millones de euros. Turistec no quiere despistarse pues aseguran que ya hay empresas nacionales, «como Indra», detrás del futuro concurso. Con la Playa de Palma parada, sin haber cumplido la promesa de financiar el

0,75% del Plan Renove a los hoteleros, la plataforma digital «es el último gran proyecto que le queda al Govern», señala un turoperador web de las Islas. Prevén que Turismo lo licite en los próximos meses.

► HOTELES EN VENTA. Exceltur considera que las empresas turísticas están poco capitalizadas, pero desde la Banca March, su vicepresidente Francisco Verdú, no piensa igual pa-

Hoy: día de Baleares

11.00 Balance del 2010

> La consellera Joana Barceló y el presidente Francesc Antich ofrecerán mañana los datos del turismo balear durante el pasado año.

12.00 Canto de la Sibíl·la

> Los stands colindantes han prometido bajar el volumen de sus altavoces para que pueda escucharse bien en todo el pabellón 7 de Fitur el casito de la Sibíl·la a cargo de la Escolanía de Lluç.

15.30 TUI Rusia

> El director general de Promoción Turística del Govern, Vicent Torres, se reunirá con directivos de la filial rusa del gigante TUI.

21.00 Cena institucional

> La cena de Presidencia con hoteleros, empresarios y políticos se realizará este año en el hotel Puerta de América.

ra Baleares: «En general, el hotelero balear está bien capitalizado». Los principales retos de la hotelería isleña son, según él, «la renovación generacional y la profesionalización». Algunos, considera, quizá están «demasiado focalizados en una zona». Y entre los fenómenos surgidos por la crisis habla sobre todo «de resignación de activos». Compra-venta, un movimiento que «nunca ha parado» y que ahora «está redibujando el mapa, sobre todo porque muchos empresarios de otros sectores metidos a hoteleros han puesto o van a tener que poner sus hoteles en venta».