

Turismo. Análisis de los competidores de Balears en el Mediterráneo

El liderazgo turístico balear, en peligro

Los destinos emergentes del Mediterráneo cuentan con una gran planta hotelera y muchos atractivos, que ponen en aprietos la viabilidad de la industria del ocio en las islas

MARIO MORALES. PALMA. El éxito del turismo en Balears se está prolongando desde hace décadas porque el atractivo de sus playas, del clima y la vida nocturna atraen a millones de visitantes cada año. Sin embargo, este liderazgo indiscutible puede tambalear porque han surgido nuevos destinos, que están ofreciendo lo mismo y más.

Las nuevas zonas turísticas creadas en el Mar rojo egipcio, en la Riviera turca y el resurgimiento de Croacia tras las guerras yugoslavas tienen un altísima calidad, tanto en su planta hotelera como en conservación de la naturaleza y a todo esto les acompaña también el buen clima.

Por si fuera poco, estos destinos cuentan con una ventaja competitiva que las Balears no pueden emular, como es los bajísimos precios tanto de los hoteles como de los bares y restaurantes.

No era ya suficiente tanto potencial, que ahora se une uno más: están destinando notables sumas económicas para lanzar una gran campaña promocional en toda Europa. Balears, como se sabe, apenas si dispone de 30 millones de euros para ello. Por poner un ejemplo, la compañía de bandera turca, Turkish Airlines, dispondrá en 2010 de 50 millones de euros para pasear por toda Europa al actor Kevin Costner, contratado para ser su imagen de marca.

Siguiendo con Turquía, que es el principal competidor de Balears: el Gobierno no se conforma con hacer promoción, sino de ir al fondo del negocio. La compañía aérea turca Pegasus ha comprado el 18 por ciento de Air Berlin y está reconduciendo los vuelos de la aerolínea alemana hacia su país, lo que afectará a Balears porque con sus ofertas se llevará alemanes a la Riviera turca.

El vicepresidente del lobby turístico Exceltur, José Luis Zoreda, advierte sobre estos movimientos. "Los turcos tienen las cosas claras y su gobierno da prioridad al turismo". Zoreda se ha reunido recientemente con sus homólogos de estos países, donde ha podido comprobar que hay una gran ofensiva para aumentar su presencia en los principales mercados emisores. "El vicepresidente del Gobierno turco ha convocado recientemente a los grandes hoteleros del país para instarles a que tomen el control de los grandes tour operadores y empresas turísticas".

Otro país que crece, Egipto, ha tenido una iniciativa destacada. Para evitar que las compañías aéreas reduzcan sus frecuencias aéreas, debido a la crisis, ha optado por llegar a un acuerdo: les cubren los llamados "puntos muertos", es decir, si la ocupación es menor de la esperada y provoca pérdidas, el Gobierno egipcio las cubre y así da seguridad a las aerolíneas.

En España en cambio, se penaliza a las compañías aumentando el coste de las tasas aéreas y el IVA.

Mientras tanto, "la demanda está cayendo en todos lados, pero más en unos que en otros" dice Zoreda. "Turquía sufrió una bajada del 0,5 por ciento este año, mientras que en Egipto la caída ha sido mayor pero están seguros de que recuperarán terreno en 2010", añade el directivo de



Illes Balears

• Número de camas: 420.000
• Número de turistas: 12 mill.

• La oferta de alojamiento se ha duplicado en 20 años y se planea reconvertir algunas zonas para adecuarlas a la demanda actual

Exceltur. "Nosotros en cambio, tenemos problemas estructurales y perdemos competitividad". Frente a la estabilidad de esos países, Balears perdió este año un 10 por ciento de sus turistas. Sigue siendo líder, pero menos.

Para el presidente de la Agrupación de Cadenas Hoteleras de Balears, Aurelio Vázquez, "se evidencia la presión de destinos competidores. Hace años era una alternativa confusa y nada consistente pero ahora ha tomado otro cariz". Vázquez destaca los valores de Balears, "que están muy consolidados", como el caso de "su infraestructura, una oferta profesional cualificada, una renovación permanente de hoteles y oferta lúdica, un medio ambiente sostenible y, finalmente, un fondo de comercio muy importante. La marca Balears inspira confianza, seguridad y fiabilidad. Tenemos una gran ventaja pero debemos mejorar porque el resto de destinos no están parados".

La oferta de Balears

Las islas mantienen su prestigio como receptoras de turistas en base a una serie de atractivos, de sobra conocidos. La oferta hotelera tiene una excelente relación precio/calidad, el nivel de seguridad en las calles es alto, cuenta con buenas infraestructuras como carreteras y hospitales y dispone de una oferta de ocio muy amplia, que es una de las bazas con que juega en el sector de jóvenes. Además, las conexiones aéreas con el resto de Europa son excelentes, sobre todo a los mercados que más interesan como es Gran Bretaña y Alemania, pero casi no hay contacto con mercados emergentes como los de Europa oriental.

Sin embargo, hay puntos oscuros como una alta densidad edilicia en las zonas turísticas y la oferta complementaria es costosa y hasta abusa de los precios en comparación con la de los competidores. El intenso tráfico es también un punto débil y las áreas rurales, que siempre han sido interesantes para los turistas, están perdiendo todo su valor paisajístico.

El clima es suave pero en temporada baja no tiene altas temperaturas como Canarias, por lo que la temporada activa se ve muy reducida, y cada vez más.

La oferta de los competidores

Turquía y Egipto aparecen en el horizonte como los competidores más feroces. En el primer caso, es un destino que comenzó tímidamente a formarse hace veinte años, y ya ha alcanzado unas dimensiones muy importantes. La llamada Riviera turca, representada por su principal zona, Antalya, tiene un desarrollo hotelero importante. Son hoteles nuevos, muy espaciosos, de gran calidad, situados en primera línea de playa, lo que da a las familias unas garantías de vacaciones excepcionales. A ello se unen unos precios muy interesantes, con los que los destinos españoles ya no pueden competir porque la mano de obra turca es mucho más barata. Además, el Gobierno puede devaluar su moneda y hacer aún más baratos los viajes hacia ese país.

Egipto presenta características similares. El país, que es un gran destino cultural, compite con Balears con sus playas del Mar Rojo, donde la oferta hotelera tiene características similares a la de la Riviera turca. Cuenta además con un mar muy limpio, que es muy apreciado por los buceadores por sus aguas claras y su fondo rico en especies marinas.

En ambos casos, hay serias desventajas porque suele haber atentados terroristas con cierta frecuencia. La oferta complementaria es barata, pero no tiene la calidad de la española, así que los turistas suelen permanecer en el propio alojamiento por falta de alternativas, lo que es un punto negro para el turismo juvenil. Otros destinos competidores son Croacia, que se recupera tras la guerra de los Balcanes. Tiene a su favor que los alemanes llegan en coche, que es su medio de transporte preferido. Grecia sigue siendo un gran competidor en el mercado británico, aunque en sus playas hay pocas camas, lo mismo que en Chipre.

La situación actual es positiva para los destinos competidores, pero no para Balears. Los primeros datos de ventas para el verano 2010 muestran una clara recuperación para Egipto y Turquía, e incluso en Gran Bretaña se aprecian porcentajes de incremento, pero Balears sigue con cifras negativas. En Alemania la situación es similar, el Mediterráneo en líneas generales baja un 13 por ciento, y España está de media sobre un -8 por ciento, y Balears está dentro de la media .