

ILLES BALEARS



El general manager del Jumeirah Port de Sóller Hotel, Jordi Tarrida, durante su presentación a los medios internacionales ayer en la feria de Cannes.

El turismo de lujo deja más de 1.000 millones de euros al año en Baleares

Mallorca e Ibiza concentran el 15% de las ventas de toda España solo por detrás de Madrid y Barcelona / La AETIB presenta en Cannes la oferta isleña ante más de 30 medios especializados

HUGO SÁENZ PALMA

Baleares lleva tiempo centrada en lograr un turista de mayor poder adquisitivo que permita crecer al destino en calidad y no en cantidad. Fruto de esta estrategia, el sector hotelero ha invertido más de 1.700 millones de euros desde 2012 en reposicionar su oferta y competir en un mercado cada vez más difícil y global. En todo este tiempo, más de 200 establecimientos han subido de categoría en las Islas y el perfil del cliente ha variado notablemente.

Uno de los sectores que más se ha beneficiado de esta tendencia iniciada hace ahora seis años es el del lujo, donde Baleares se está posicionando en el mercado internacional como un destino a tener en cuenta. Los datos de la asociación Luxury Spain así lo corroboran. El mercado del turismo de lujo en el archipiélago disparó las ventas el año pasado por encima de los 1.000 millones de euros, con Mallorca e Ibiza como máximos exponentes de un segmento que está en auge y que las Islas no

pueden permitirse perder. La progresión en los últimos años ha sido tan pronunciada que estas dos islas concentran ya el 15% de las ventas de lujo que se realizan en toda España. O lo que es lo mismo, uno de cada seis euros, y solo Barcelona, Marbella y Madrid las superan, según las cifras que maneja esta asociación.

Este campo es uno de los que más interés despierta en la Agencia de Estrategia Turística de Baleares (AETIB) a la hora de crear producto turístico, uno de sus principales come-

tidos junto a la gestión de los fondos recaudados con la ecotasa. De ahí que la agencia haya participado estos días en Cannes (Francia) en la feria Internacional Luxury Travel Market (ILTM), el principal foro internacional de turismo de lujo, para vender las bondades de las Islas en este campo. Unos 30 medios especializados en lujo, principalmente del Reino Unido y de Estados Unidos, asistieron ayer a la presentación de Baleares organizada por la AETIB en la feria francesa.

Los encargados de exponer la oferta balear en turismo de lujo fueron la adjunta a la dirección de la AETIB, María Renart, y el vicepresidente del Segmento Estratégico Turístico (SET) de Lujo y general manager de Jumeirah Port Soller Hotel & Spa, Jordi Tarrida, quién desglosó las fortalezas del destino en este

PERFIL DEL CLIENTE PREMIUM

Casado y con hijos. El perfil del cliente de productos y servicios de lujo que llega a Baleares es de una persona (hombre y mujer a partes iguales) casada, con hijos y con edades comprendidas entre los 35 y los 45 años. Tienen unos ingresos medios anuales superiores a los 150.000 euros y la gran mayoría disponen de estudios superiores. Los productos de belleza y alimentación gourmet son los más demandados.

campo. Las Islas cuentan con una «excepcional oferta de alojamiento, puertos deportivos, empresas de servicios exclusivos, una gastronomía diversa y de calidad que permite degustar desde las recetas más tradicionales a la cocina de los ocho restaurantes con estrella Michelin, enoturismo, oleoturismo y una amplia oferta de bienestar».

En este sentido, los representantes balears explicaron que el 95% de los establecimientos creados desde 2010 en las Islas corresponden al segmento de lujo. En estos ocho años, el número de vuelos en jets privados se ha duplicado, y hoteleras importantes que se han instalado por primera vez en España lo han hecho en Baleares. Ante el esfuerzo del sector público y privado para mejorar la calidad y la oferta turística, el archipiélago se presentó ayer en Cannes como una de las mejores opciones para el turismo de lujo a escala internacional.

Turismo amplía a 14,9 millones las ayudas de la Bolsa de Plazas

Recibe solicitudes para legalizar 8.175 plazas de alquiler turístico de las 20.000 fijadas por el PIAT

H. SÁENZ PALMA

La Conselleria de Turismo ha ampliado de 10,6 a 14,9 la dotación de la línea de ayudas a los municipios dotada con los fondos que genera el Consorcio Bolsa de Alojamientos Turísticos de Mallorca, lo que representa un incremento de las ayudas del 40%.

Este aumento de los fondos previstos inicialmente para la convocatoria de 2018 corresponde a remanentes de años anteriores y a aportaciones por los pagos a plazos de las plazas turísticas que pone en el mercado el Consorcio.

La consellera de Innovación, Investigación y Turismo, Bel Bus-

quets recordó que con esta línea de cofinanciación se desarrollan proyectos de mejora de espacios públicos para mejorar el servicio que se presta a vecinos y turistas, así como iniciativas desestacionalizadoras y de incremento de la calidad de la oferta turística.

Busquets reiteró ante los medios que estas ayudas están limitadas a un máximo de 500.000 euros y al 80% del coste del proyecto, por lo que su departamento estima que en dos años se favorecerán inversiones «por valor de unos 35 millones de euros».

El año pasado la línea de inversiones del Consorcio Bolsa de Alojamientos de Mallorca se dotó con 16 millones de euros.

La vicepresidenta afirmó que, tras la entrada en vigor de la regu-

LAS PETICIONES

8.176 plazas para alquiler. La Conselleria de Turismo ha iniciado 1.752 expedientes para la compra de 8.176 plazas en viviendas, la gran mayoría en plurifamiliares.

901 plazas para el resto. Se han iniciado 33 expedientes de venta de plazas de otros tipos de alojamientos como hoteles, agroturismos y otros, con un total de 901 plazas.

lación del alquiler turístico, desde el pasado mes de agosto se pueden solicitar licencias de actividad turística comercialización requiere la

compra de las correspondientes plazas.

Desde entonces, se han iniciado 1.752 expedientes para la compra de 8.176 plazas en viviendas en este sector. Algo menos de una cuarta parte de estas plazas está en residencias unifamiliares, el 69% en viviendas plurifamiliares y un 3% en viviendas habituales.

Según informó ayer la Conselleria de Turismo, se han iniciado 33 expedientes de venta de plazas de otros tipos de alojamientos turísticos como hoteles, agroturismos y otros, con un total de 901 plazas.

En total, con poco más de 9.000 las plazas nuevas que se han solicitado, y más del 90% se corresponden con el alquiler vacacional, tal y como estaba previsto cuando se elaboró el PIAT.