

# La costa se encomienda a Alemania para salvar los muebles en 2012

Tourop operadores y hoteleros subrayan la "buena salud" del mercado alemán frente al bajón del nacional • Diputación abre vías de colaboración con Air Berlin y TUI para que consoliden sus operaciones en Jerez

Jorge Garret / MADRID

La Costa de la Luz se encomienda al turismo alemán para superar con éxito 2012, un año, el cuarto consecutivo, que vuelve a estar marcado por la incertidumbre para todos los operadores del sector. Los hoteleros con actividad en la costa han recibido con optimismo las primeras señales enviadas por el mercado germano y, en menor medida, de otros países como Bélgica, Holanda y Austria. Confían en que estos viajeros compensen la retracción del turismo español, lastrado por la crisis económica del país y de cuyo comportamiento, imprevisible, nadie se fía.

Cádiz mira a Berlín y lo hace con más atención que nunca, tal y como constataron ayer numerosos profesionales que se dieron cita en la segunda jornada de Fitur 2012, la Feria Internacional de Turismo de Madrid. El Día de la Provincia congregó en el expositor provincial en el recinto ferial Juan Carlos I a empresarios, agentes del sector y alcaldes de una quincena de municipios. El espacio de la ciudad de Cádiz, en paralelo, se convirtió en punto de encuentro de representantes de gobiernos de más de veinte países y ciudades iberoamericanas, que abrigaron a la alcaldesa de la capital, Teófila Martínez (PP), en el inicio del año del Bicentenario de la Constitución.

El presidente de Diputación, José Loaiza (PP), en su discurso institucional, defendió la "buena salud" del turismo extranjero y confió en que la celebración del Bicentenario sirva para atraer visitantes españoles a la provincia a lo largo del año. La capacidad de esta celebración para impulsar el mercado nacional, sin embargo, es una incógnita, tal y como reconocen los empresarios. "No sabemos cómo repercutirá, pero tenemos que poner todo de nuestra parte para que sea un impulso, un impulso no solo a nivel de ingresos, sino a nivel de imagen para este destino", subrayó el presidente de la asociación de hoteleros de la provincia (200 asociados), Stephan De Clerck.

De Clerck admitió que los hoteles de la Costa de la Luz depositan este año todas sus expectativas en Alemania, aprovechando la salud económica del país germano y los efectos de la Primavera Árabe, que sigue beneficiando a España como destino para pasar las vacaciones.



Varias personas charlan en el expositor de la provincia frente a una fotografía de una playa.

FOTO GARRET

En contraposición a los hoteles de costa, los alojamientos urbanos se enfrentan a un panorama más sombrío por su dependencia del turismo nacional y de segmentos como los negocios, en horas bajas. Aunque la mayor parte de las ventas de vacaciones en Centroeuropa se cerrará a lo largo de

**3%**

**AUMENTO DE PRECIO**

Es el incremento medio de las tarifas que los hoteleros han aplicado esta campaña a los mayoristas alemanes

enero y febrero, las primeras señales enviadas por los mayoristas, los que organizan y venden viajes al destino, son positivas. Fuentes del tourop operador TUI, primer canalizador de viajeros extranjeros a la provincia con más de 150.000 billetes vendidos con origen o destino a Jerez en 2011 (Aena), expresaron ayer su confianza en que la temporada será exitosa en la

costa gaditana. Según relataron, el nivel de ventas a estas alturas de año es inferior al de 2011 porque entonces las reservas desde Alemania se realizaron con una anticipación "extraordinaria". "Veníamos de varios años de crisis, de incertidumbre, y la gente reservó muy pronto. Ahora llegarán de forma más lenta pero el mercado está sano, va a responder", explicaron las mismas fuentes. Fuentes de Rewe, el tercer mayorista en el destino, también apuntaron que las previsiones marcan una mejora respecto a 2011.

Los hoteleros, después de varios años de congelación de precios como estrategia extendida, han aplicado aumentos de precios en sus contratos con los tourop operadores de alrededor del 3%, según los compradores y vendedores consultados. "Es una regularización de la situación después de los buenos resultados del año pasado", opinó el presidente de los hoteleros gaditanos. La Costa de la Luz es uno de los destinos más caros del país para veranear, tal y como reflejan los informes anuales de la alianza turística Exceltur.

En la segunda jornada de Fitur 2012, el presidente de Diputación, José Loaiza (PP), y el responsable del Patronato de Turismo, Alejandro Sánchez, completaron una agenda cargada de reuniones con instituciones y empresas. Acompañados por el director del aeropuerto de Jerez, Rafael Reyna, se vieron las caras con representantes de Aena, de Air Berlin y del propio tourop operador TUI.

Loaiza subrayó su objetivo de revitalizar el tráfico en Jerez en colaboración con Aena. Tras reunirse con el responsable de Air Berlin para España y Portugal, Álvaro Middlemann, explicó que el Patronato y la aerolínea han abierto una línea de "colaboración institucional" que no existía con el objetivo de "consolidar el tráfico de la compañía en Cádiz e incrementar rutas a nuevos destinos cuando sea posible".

Fueron los mismos términos abordados en la reunión entre Diputación y TUI. El mayorista ha solicitado respaldo para ampliar su actividad en el destino hasta diez meses completos en 2013 (a excepción de diciembre y enero)

con el objetivo de aliviar el invierno en la Costa de la Luz, una petición que también abanderará la asociación de hoteles, tal y como anunció su presidente: "TUI siempre ha dado la cara por el destino, incluso cuando las cosas se ha complicado", defendió De Clerck.

El máximo responsable de Diputación, tras las reuniones de ayer, aseguró que "en ningún momento ninguna compañía le ha solicitado subvenciones" pero sí se mostró dispuesto a buscar "vías de colaboración" para poner en marcha nuevas operaciones con compañías como TUI o Air Berlin. Recordó que en el Plan Provincial de Promoción Económica y Turística (PET) presentado la semana pasada por Diputación, que incluye una inversión de 12,5 millones de euros en el sector en los próximos cuatro años, hay partidas para promoción. "Habrá que ver cómo es posible encajar aquí iniciativas que nos permitan lograr la máxima rentabilidad para el destino", explicó Loaiza. Las líneas de trabajo tendrán que concretarse después de la feria, que se prolonga hasta el domingo.