

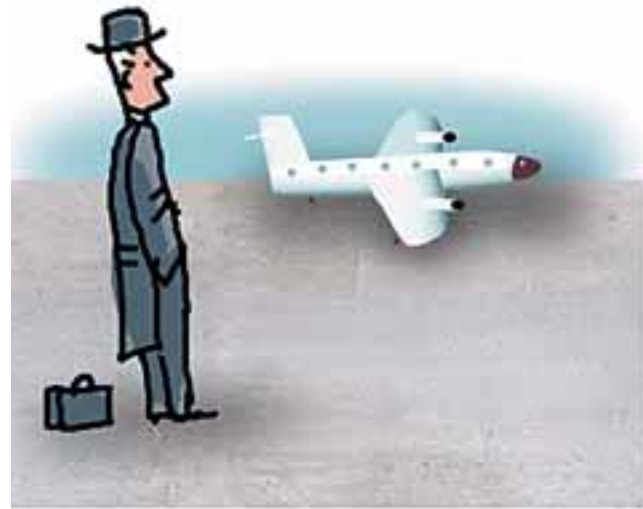
**E**ra muy bonito. Llegaban al avión vestidos de esa manera "informal" que tanto les gusta a ellos mismos y alguna secuencia después se les veía ya en pleno vuelo cómo bebían sus cervezas "a morro" en el más puro estilo moderno. Qué campechanía, alegría y ganas de empezar a divertirse, lucían secuencias después al bajarse del avión y dirigirse felices y confiados a la discoteca en la que tenían ya pagada la primera consumición y donde podrían divertirse y por qué no emborracharse a gusto el resto de la noche, hasta que por la mañana les recogieran y les devolvieran a sus lugares de origen.

Y todo, viaje en avión, copa y desplazamientos de ida y vuelta a la discoteca, por tan sólo 90€.

Según la crónica de televisión se trata de una nueva forma de turismo. La verdad es que a la persona que aparecía entrevistada en el reportaje como responsable de la cosa anterior se

En mi opinión su creador debe tener una fórmula secreta distinta de la que dicen "los papeles" para atraer a un mercado independiente y de clase media que realiza viajes cortos para que se sienta cautivado por experiencias claustrofóbicas, carentes de servicios y complementos y sobre todo caras ya que el precio final por un servicio razonable no baja de los 60€ ó 70€ por día y por estos precios en cualquiera de las agencias de viaje de España se ofrecen opciones incomparables.

Unos días después de ver y leer las descripciones anteriores, y en el magnífico e inmenso terminal T4 del aeropuerto de Barajas al ver la muchedumbre un compañero de viaje me dijo: "la verdad es que se ve muy animado para ser febrero". El terminal T4 prácticamente sólo se utiliza por los pasajeros de Iberia y de las compañías de la alianza a la que Iberia pertenece y la verdad es que al ver aquella cantidad de pasajeros uno se ha-



## Los contrastes

Felipe González Abad / Director General de SAVIA Amadeus

la veía satisfecha. Explicaba cómo en las épocas de baja demanda con este sencillo truco se podían llenar las plazas disponibles con un "turismo que de otra forma y con otros precios no vendría". Y se quedaba tan tranquilo.

Por esas mismas fechas algunos periódicos se hacían eco de otra innovación turística: los hoteles con habitaciones de seis metros cuadrados. Por lo visto se trata de otra forma de producto "desestructurado" ya que cualquier cosa que precises como jabón, toallas adicionales, televisión o incluso la limpieza se tiene que pagar aparte. Parece que este producto tiene sus antecedentes en los "hoteles cápsula" que existen en Japón y su atractivo parece que se basa en el precio y en la localización, los primeros se encuentran en el centro de Londres y Basilea.

Según las crónicas la aceptación de estos hoteles es importante ya que sin apenas publicidad están consiguiendo niveles de ocupación superiores al 90% y la compañía que los promueve ya tiene previsto extender su instalación a otras ciudades, entre las que las que naturalmente se encuentran Madrid y Barcelona.

cía la pregunta de si en realidad eran tan necesarias cosas como la de más arriba o también las superagresivas ofertas de: "a casi cualquier sitio por 10€ ida y vuelta" que estamos viendo en los días en los que escribo este artículo.

Como contraste, en el último número de la revista Excelente que edita la propia compañía Iberia, aparece un delicioso artículo del periodista y escritor Moncho Alpuente que nos recuerda que muchas personas "... no suelen viajar por placer, sino por negocios, y por eso buscan el placer en el viaje, como un plácido y confortable interregno. ..." y son muchos. Son profesionales y empresarios, ciudadanas y ciudadanos como dice Moncho Alpuente, de muy distinta índole que tienen la necesidad profesional y empresarial de hacer muchos y muy cortos viajes y en consecuencia están dispuestos a pagar una prima por mejorar las horas que pasan en aviones y aeropuertos. O dicho de otra forma, contribuir a que las compañías que utilizan puedan alcanzar y mantener la mítica relación 20/80.

Pero ya se sabe, como decía el totero: "... hay gente pa tó..."



F. González Abad