

Es tiempo de forjar un nuevo liderazgo



MARIA FRONTERA
PTA. FEHM

también en el producto y el servicio que se presta, pero, sobre todo, en los principales parámetros de gestión económico-financiera de los que depende en última instancia la capacidad de crecimiento e inversión futura de este tejido. De hecho, no se puede obviar que el 40,3% de las empresas

cio, dado el impacto negativo que la legislación y la burocracia administrativa ejerce actualmente sobre la competitividad empresarial.

Nadie duda hoy que el futuro del turismo está claramente ligado a la transición que ha iniciado el sector empresarial hotelero en la búsqueda de fórmulas de mayor valor añadido, pero extender estos planteamientos dentro y fuera del sector hotelero, requiere de incentivos fiscales y actuaciones en los espacios públicos que sean capaces, en un contexto de menor crecimiento, de seguir estimulando la inversión empresarial en todas las actividades que conforman la cadena turística de valor. De lo contrario, no solo no se conseguirá la transformación deseada, sino que los esfuerzos realizados estos últimos seis años terminará por no dar los resultados esperados ni en términos de rentabilidad privada (como consecuencia de presiones a la baja en los precios) como de rentabilidad social (como consecuencia del agotamiento de su efecto multiplicador).

Sabemos que poner en movimiento la maquinaria en la dirección adecuada no será fácil, pero no puede ocurrir, como hasta ahora, que la parte pública no esté transitando a la misma velocidad que algunos eslabones de la cadena turística de valor. Por ello desde la FEHM, comprometidos como estamos en ampliar la implementación de medidas de eficacia y eficiencia en los diferentes ámbitos de actuación de las empresas, reclamamos a los gobernantes altura de miras, seriedad y compromiso, pues estamos perdiendo una oportunidad única de forjar un nuevo liderazgo turístico, fortalecer nuestra posición como destino turístico y aprovechar las innumerables ventajas que tene-

una serie de cuestiones que son prioritarias. La primera debería ser el reconocimiento del sector turístico como eje clave de la economía de nuestras Islas. La segunda, trazar una hoja de ruta consensuada entre el sector público y el privado que sea respetada por los distintos partidos políticos que forman parte del arco parlamentario para que se mantenga en el tiempo. La tercera, fruto de este pacto global, debería permitir implementar acciones y medidas que apoyen especialmente a las empresas con mayores dificultades para poder sumarse a esta oportunidad de cambio: empresas de pequeña dimensión,

El 53% de los miembros de la FEHM son pequeños establecimientos con menos de 100 habitaciones

de alojamiento operan actualmente con rentabilidades inferiores a la media del tejido empresarial balear o que el 51,4% lo hacen con productividades laborales inferiores a la media.

Ciertamente, en los últimos años el sector ha sido capaz de liderar una modernización sin precedentes y gracias a ello, hoy podemos decir, alto y claro, que hemos iniciado el tránsito hacia una nueva fórmula de crecimiento, más sostenible, basada en el valor. Pero no podemos ignorar que queda mucho por hacer dentro, pero también fuera, del sector hotelero.

En el último año, han sido muchos los colectivos y personas que han incorporado a sus discursos la tesis de 'crecer por valor y no por volumen'. Puede que, en general, todos coincidamos en la necesidad de avanzar hacia un modelo más sostenible en el tiempo que genere prosperidad compartida, pero no bastan las palabras. Es preciso, dotarse de un plan de acción que hoy, gracias al excelente trabajo de la Fundación Impulsa, es más fácil de emprender. Y es que gracias a herramientas como el Índice de Competitividad Turística (iICT) no solo disponemos de una radiografía de nuestras fortalezas y debilidades competitivas, sino de la relación de palancas que deberíamos activar, simultáneamente, sobre el tejido turístico local.

Los resultados no dejan lugar a dudas, pues reflejan importantes desigualdades entre la favorable posición que ocupan las Islas en materia de cantidad y calidad de instalaciones y equipamientos turísticos y la débil posición en lo que a ordenación del espacio turístico y gestión sostenible de los recursos se refiere. Un ámbito en el que hay que actuar sin dilación, así como en formación del capital humano, integración tecnológica y mejora del entorno de nego-

Desde la Federación trabajaremos con toda la aportación de valor que podamos proveer para sofisticar el destino

adscritas a sectores tradicionales poco intensivos en capital humano o a ramas productivas poco orientadas a la internacionalización y a la digitalización...

Nos encontramos, pues, ante uno de nuestros principales retos: saber llevar a buen puerto la imprescindible colaboración público-privada, de la que tanto hablamos pero que no cuaja como debiera para afrontar firmemente la tarea que tenemos por delante y debemos, además, fortalecer la colaboración privada-privada.

Próximamente tenemos varias citas con las urnas, del resultado de las elecciones municipales, autonómicas, estatales y europeas, saldrán nuevos equipos de gobierno que tendrán la responsabilidad de implementar las políticas necesarias para garantizar el avance de nuestra sociedad.

Desde la FEHM consideramos que este avance depende, principalmente, de las políticas de crecimiento y de inversión que seamos capaces de emprender juntos para que las Illes Balears dejen de ser vistas como un destino maduro y empiecen a ser consideradas como uno de los destinos turísticos más sofisticados.

Confiamos en que los nuevos gobernantes compartan la voluntad y el interés por alcanzar esta meta. Desde la FEHM, trabajaremos incansablemente con toda la aportación de valor que podemos proveer porque nuestro empeño, esfuerzo y compromiso se orienta precisamente hacia este objetivo: sofisticar el destino.●

En el último año han sido muchos los que han incorporado a su discurso el crecer por valor y no por volumen

mos gracias a la experiencia que hemos adquirido a lo largo de décadas de trabajo.

Mientras tanto, no podemos ignorar que otros destinos practican en estos momentos políticas muy agresivas de precios –que las Illes Balears ya no pueden suscribir– y aprovechan el respaldo de sus respectivos gobiernos para fortalecer su producto y ampliar su cuota de mercado.

En este marco, es evidente que hay

Deseo aprovechar esta cita anual con *El Económico* para incidir en la necesidad de adoptar políticas de crecimiento e inversión, tanto desde la Administración como desde la empresa, que permitan al sector turístico balear hacer frente a los retos que enfrenta a corto y medio plazo. Pues nos hallamos en un momento en el que, desde distintos foros, tanto económico-empresariales como político-sociales, se apela reiteradamente a la intensa mutación que está experimentando el sector turístico a nivel mundial.

Cierto es que detrás de todo cambio existen retos y oportunidades, pero no es menos cierto que la no-anticipación y la no-gestión del cambio pueden suponer también importantes amenazas, tanto más difíciles de resolver cuanto más heterogéneo es el tejido productivo.

En este sentido, la Federación Hotelera de Mallorca cuenta con 844 establecimientos asociados a través de la Agrupación de Cadenas Hoteleras y las 20 asociaciones hoteleras que operan en las diferentes zonas turísticas, además de la Asociación de establecimientos singulares Reis de Mallorca y la Asociación Balear de Agroturismos y Turismo de Interior. Somos conscientes que la heterogeneidad de nuestro tejido constituye en estos momentos un hándicap para hacer frente a los retos del sector. No en vano, el 53% de los miembros de nuestra patronal son pequeños establecimientos con menos de 100 habitaciones, lo que no hace sino reflejar que el 73,1% del tejido empresarial que presta servicios de alojamiento en Balears cuenta con menos de 10 trabajadores en plantilla.

Esta heterogeneidad está presente