

La política turística que necesitamos



GABRIEL ESCARRER JAUME
VICEPTE. EJECUTIVO Y CEO DE
MELIÁ HOTELS INTERNATIONAL

La publicación de este Anuario se produce ante una temporada turística que será todo un desafío, tras un 2018 que avanzó un cambio de tendencia para España, y especialmente para las Illes Balears, donde el sector registró un crecimiento muy inferior al de los últimos años. Tras cinco años de bonanza, atribuible en muy buena parte a los problemas de algunos de nuestros destinos competidores en sol y playa en el Mediterráneo, las Illes Balears acusaron la atípica meteorología en Europa, el temor al *brexit*, y sobre todo, la caída del mercado alemán, atraído por destinos más competitivos como Turquía, Túnez o Egipto.

Según Frontur, Balears recibió 200.000 turistas alemanes menos que en 2017, y 60.000 turistas británicos menos, mientras que en Turquía o Egipto las llegadas de estos mercados crecieron por encima del 30%. En 2019 se prevé que continúen las caídas de estas reservas, que según los propios touroperadores tienen dos causas principales: la competitividad de los destinos emergentes, acogedores, volcados hacia el turismo, y mucho más baratos, y la duplicación del precio de la "ecotasa" por el Govern balear (que nos sitúa en desventaja frente a otros destinos vacacionales españoles y extranjeros del Mediterráneo).

Como siempre he afirmado, la recuperación del norte de África y Turquía era cuestión de tiempo, además de justa y necesaria; pero la duplicación de una tasa -que más que ecológica ha resultado ser ideológica- poco o nada se ha traducido en una mejora sostenible de nuestra oferta turística balear, y ha tenido un efecto disuasorio para mercados clave como los alemanes y británicos, sumamente sensibles al precio. Un auténtico freno y retroceso para nuestra propia competitividad turística, como algunos de los grandes touroperadores recientemente nos han señalado. La

caída se agudizará en 2019, pues tras la feria ITB de Berlín ya se estima que las reservas alemanas desciendan entre un 13 y un 15%, según las islas, en un año sujeto a una convulsa coyuntura internacional y ralentización económica en Europa (Alemania, *brexit*..., etc).

El comienzo de una nueva legislación es siempre una oportunidad para mejorar en aquello que hacemos bien, y revisar lo que podríamos hacer mejor. En este contexto, el informe Monitur 2018, que acaba de publicar Exceltur, ha analizado el posicionamiento turístico de las 17 comunidades autónomas, brindando un diagnóstico comparativo y realista sobre la prioridad y la efectividad de las diversas políticas que inciden sobre la competitividad de la cadena de valor que conforma el sector a lo largo de toda España, y que ayudan a marcar nuevas hojas de ruta.

Monitur 2018 evalúa las políticas turísticas autonómicas en el periodo 2014-2018, en ámbitos tan importantes como los siguientes: marketing estratégico y apoyo a la comercialización, accesibilidad y conectividad, ordenación y condicionantes competitivos del espacio turístico, diversificación y estructuración de productos, atracción del talento, formación y eficiencia de los recursos humanos, desempeño y resultados, y prioridad política y gobernanza.

Las conclusiones generales, que culminan en un ranking autonómico de competitividad turística global y por pilares, no han sido demasiado alentadoras en clave política, poniendo de manifiesto que la gestión pública no ha aprovechado la bonanza de estos últimos años para tratar de impulsar nuevos o mayores avances y transformaciones de calado que permitan asegurar la sostenibilidad a futuro de nuestros modelos y destinos más convencionales. Así, en un significativo número de comunidades autónomas, ha faltado reconocimiento y prioridad política, e incentivos y dotaciones presupuestarias para el turismo, así como el mejor alineamiento y coordinación tanto interinstitucional como con la Administración central, al igual que entre estas y el sector privado. De ahí la falta en muchos casos de compromisos para la implementación de estrategias turísticas o inversiones públicas para estimular o complementar la privada, o mayores avances para tratar de homogeneizar el máximo posible las normativas sobre las viviendas de uso turístico. Por último, se evidencia en algunas pocas comunidades una preocupante subida de los impuestos y/o cargas de diversa índole a los diversos subsectores turisti-

cos, así como el uso no siempre finalista de su recaudación, en un momento de contracción del crecimiento turístico.

Si ponemos el foco en las Illes Balears, el informe pone de manifiesto algunos aspectos en los que sin duda hemos mejorado, tales como el marketing, el apoyo a la comercialización, la diversificación del producto y la gestión del talento y la formación de recursos humanos. Sin embargo, también revela una correlación entre la pérdida de competitividad que la comunidad ha registrado entre 2014 y 2018 en algunos de los indicadores y pilares analizados (pasando a nivel global de la posición quinta a la séptima) y los impactos desfavorables que Balears acusa, junto a Canarias, por la recuperación de Turquía y Egipto, respecto de otras comunidades costeras.

Igualmente hay otra serie de indicadores muy relevantes en los que Balears ocupa la posición relativa más baja del país, y que según Monitur 2018, pueden resumirse en dos: la falta de prioridad política y de la adecuada gobernanza turística institucional, en la que insertarse la más comprometida y recíproca colaboración público-privada, y la ecotasa, implantada sin consenso y luego en-

día más valor, que no bajando precios, y atraer a turistas que dejen la mayor rentabilidad socioeconómica con el mejor empleo y efectos arrastrados a nivel local.

Ya en los años de crisis (2008-2014) muchos empresarios turísticos y hoteleros de Balears apostamos por invertir en la línea de mejorar nuestra oferta. De hecho, aprovechamos los años de bonanza para actualizar nuestros activos hoteleros -con más de 1.000 millones de euros invertidos en reformas hasta 2017- y apostamos también por mejorar las condiciones para nuestros empleados, para lo que firmamos en 2018 el acuerdo de incremento salarial más elevado del país, que recogía un 17% de subida en tres años, en el convenio sectorial. Por otro lado, el Govern de aquel entonces, en ausencia de fondos para impulsar reformas, introdujo en su Ley General de Turismo de 2012 estímulos a las empresas para mejorar la categoría de sus establecimientos. Fue una medida muy acertada, porque los países y regiones, al igual que las empresas, deben aprovechar los momentos de bonanza para renovarse e invertir en lograr un futuro mejor.

Hoy, sin embargo, con nuestros mercados europeos en desaceleración, y agotados los vientos de cola que alentaron una demanda prestada durante los últimos años, en Balears necesitamos recuperar competitividad, reactivando las políticas y estímulos a la inversión y la colaboración público-privada, reduciendo o eliminando cualquier impuesto o tasa que nos pueda penalizar.

Creemos en un nuevo y mejor modelo turístico de futuro para nuestras islas, en el que prime la calidad y no la cantidad, y ajeno tanto a la improvisación como a nuevas circunstancias fortuitas, o a decisiones politizadas impuestas sin consensos. Resulta obligado "ganarnos y retener", con nuestra visión, esfuerzo colectivo y una oferta cada día más experiencial, a los segmentos de turistas que más derrama dejen, generando a su vez la mayor empatía y capacidad de acogida ciudadana al turismo y al turista. En síntesis, de cara a la próxima legislación, necesitamos una nueva hoja de ruta que anticipe defina y consensue el futuro turístico más deseable y sostenible para las Islas, potenciando la inversión e innovación continua que facilite el obligado reposicionamiento de nuestra oferta y demanda turística. Todo ello con el mayor diálogo, sinergias interinstitucionales y estrecha colaboración público-privada, sin la que será imposible abordar los retos que nos esperan. ●

Hoy, con nuestros mercados europeos en desaceleración, necesitamos recuperar competitividad

cima duplicada erradamente en el peor momento, que es un gran handicap para unas islas extraordinariamente vulnerables y dependientes de dos mercados emisores clave: Alemania y el Reino Unido, ambos en fase de ralentización, y los más sensibles al precio final.

Las conclusiones generales de Monitur 2018, basadas en la evaluación de fuentes oficiales con más de 100.000 datos, y 2.500 opiniones empresariales, corroboran la visión de los que, durante los años en que disfrutamos de la demanda "prestada" por los destinos en problemas, abogábamos por la urgente necesidad de mejorar y reposicionar nuestra oferta con el mayor valor añadido diferencial. Es decir, la necesidad de ser cada día más atractivos, competitivos y sostenibles por méritos propios, y no por las desgracias ajenas. En síntesis, competir aportando cada