

Mallorca

Maria Frontera

Presidenta de la Federación Empresarial Hotelera de Mallorca (FEHM). Esta 'sollerica' –casada, con tres hijos y ascendencia nórdica (su madre es danesa)– tomó el mes pasado el timón del 'lobby' más poderoso de Mallorca. Acredita experiencia en gestión en el Hotel Marina y en los apartamentos Marina Playa, en el Port de Sóller. Sus estudios de Empresariales le llevaron a New Hampshire, en Estados Unidos.

“Todos hemos tenido sensación de agobio en verano, pero no solo por los turistas”

► Frontera lamenta que se haya doblado el impuesto turístico “sin un análisis más riguroso” ► Asegura que el conflicto del alquiler turístico se centra en los edificios plurifamiliares y no ve problema en que haya hoteleros que comercialicen “viviendas vacacionales legalizadas”

I. MOURE PALMA

■ Al frente de la nave de la Federación Empresarial Hotelera de Mallorca, Maria Frontera aboga por continuar un rumbo basado en el crecimiento cualitativo del sector, buscando un mayor gasto turístico y una mayor calidad.

🗨 **¿Qué se siente al ocupar la presidencia del 'lobby' más poderoso de Mallorca?**

🗨 La exigencia de presidir y representar a los hoteleros es de orgullo. Ésa es la sensación más importante que tengo. Y luego la responsabilidad que conlleva este cargo. Mi equipo y yo tenemos mucha ilusión y ganas.

🗨 **¿Cuál es el objetivo más inmediato que se marca al frente de la FEHM?**

🗨 Los resultados que hemos tenido este año hacen que el objetivo sea repetirlos: crecer en valor y en calidad. Y que la conexión de la Federación con las diferentes asociaciones sea importante, recíproca. Tenemos que estar cerca de estas asociaciones, intercambiar información.

🗨 **Se avecina un verano complicado. Para empezar, los mercados competidores emiten señales positivas. Las reservas para Turquía crecen un 69%. Las de Egipto, un 25%. Y sólo hablamos del mercado británico. ¿El fenómeno de los turistas 'prestados' está tocando a su fin en Mallorca?**

🗨 Parece que hay un desvío evidente de turistas. No sabemos la cantidad ni cómo nos afectará. Hay que estar observando todos los parámetros que nos afectan a la hora de que los turistas decidan su destino. Pero ¿cómo nos afectará? No lo sabemos. Están en crecimientos de dos dígitos, pero es que venían de unos crecimientos de cero.

🗨 **El impuesto turístico se ha duplicado este año. Ustedes han sido muy beligerantes en este tema. ¿Siguen manteniendo que Balears puede perder un millón de visitantes por la acción combinada del alza impositiva y la recuperación de los destinos competidores?**

🗨 Exactamente, no fue ésta la frase que empleamos. Creo recordar que se hablaba de las consecuencias del antiguo impuesto y cómo habían afectado al destino de Balears. Ahora, la decisión de duplicar el impuesto se ha tomado sin haber tenido en cuenta las consecuencias y sin un análisis más riguroso. Lo que no pueden hacer es implantar y no demostrar qué están haciendo con este dinero. No hay transparencia. Los mercados emisores nos transmiten que tienen que tener más información sobre ello. Y luego lo duplican sin



Maria Frontera, en la sede de la Federación Empresarial Hotelera de Mallorca (FEHM), ayer en Palma. GUILLEM BOSCH

🗨 **¿'Feeling' con la presidenta Armengol? Nosotros debemos tener 'feeling' con todo el mundo»**

🗨 **El problema se ha producido cuando se han comercializado viviendas que no estaban contempladas como regladas»**

tener ningún tipo de cálculo o análisis.

🗨 **Dos catedráticos de Economía Aplicada de la UIB han hecho un estudio que concluye que, en el escenario más pesimista, Balears podría perder 133.000 turistas en un año por el impuesto turístico.**

🗨 La verdad es que es un documento al que no hemos tenido acceso. Tenemos que analizarlo para ver si los datos en que se han basado son rigurosos.

🗨 **El año pasado, llegaron 14 millones de turistas internacio-**

nales, un 6% más. Y Mallorca fue la principal zona turística de España en pernoctaciones, con 46 millones. No parece que esté afectando la aplicación de la ecotasa.

🗨 Hay que tener en cuenta el contexto de empuje en el que vivió Balears y factores como los problemas de terrorismo y revueltas sociales en otros destinos competidores. Todo apuntaba ya a que íbamos a tener una temporada muy importante y con mucha afluencia. Ellos sabían que era improbable que en la primera temporada hubiese consecuencias.

🗨 **¿Existe saturación?**

🗨 Creo que todos hemos tenido como residentes, ya no sólo como empresarios, algún tipo de sensación de agobio, que en algunas zonas puede haber sido una semana concreta y, en otras, pueden haberlo notado todo el verano. Pero esa sensación de agobio también la notas cuando vas a trabajar por la Vía de Cintura y está colapsada. No sólo es por la afluencia de turistas. Hay otros factores. Cuando hay tantos coches y se produce un atasco, hay que repensar si el transporte público es suficiente. Todos estamos involucrados en temas como los recursos naturales y la sostenibilidad. Preservar el territorio es un valor por el que apostamos los hoteleros y los visitantes que vienen.

🗨 **Ustedes se muestran muy beligerantes contra el impuesto turístico, pero no tanto contra el alquiler turístico y eso que entra en directa competencia con los hoteles. ¿Por qué?**

🗨 El alquiler vacacional turístico en sí ha convivido con el sector hotelero durante muchos años. La ley reglaba la vivienda vacacional unifamiliar o apareada. El problema viene cuando, por la revolución digital, se han comercializado viviendas que estaban contempladas como no regladas, como las plurifamiliares, que han dado tantos problemas para el acceso a la vivienda y por la convivencia con los residentes.

🗨 **¿No existen hoteleros que ven en el alquiler turístico una oportunidad de negocio?**

🗨 La vivienda vacacional ha existido toda la vida. Puede ocurrir perfectamente que muchos hoteleros puedan tener viviendas vacacionales legalizadas. Otra cosa son los plurifamiliares, que son ilegales en estos momentos y que ocasionan estos conflictos.

🗨 **La primera propuesta de zonificación del alquiler que ha hecho el Consell fija restricciones en zonas saturadas, estableciendo un máximo de 60 días. Zonas como Palmanova, Santa Ponça...**

🗨 Los parámetros que ellos han utilizado, buf... Están intentando

analizar la situación para buscar soluciones a estos conflictos que tenemos hoy en día. Pero, cuando hacen un análisis, deberían hacerlo con datos actualizados para que después el diagnóstico sea más coherente. Nosotros convivimos con una oferta reglada y nos gustaría que siguiera siendo de esta manera.

🗨 **¿Tiene 'feeling' con la presidenta Armengol?**

🗨 ¿Lo dice porque ella dijo que tenía 'feeling'?

🗨 **No lo sabía.**

🗨 Nosotros tenemos que tener 'feeling' con todo el mundo. Acercarnos a todo el mundo que nos puede aportar algo. Tenemos que analizar todos los escenarios y actores. En el plan estratégico que hemos diseñado, necesitamos de la ayuda de otros actores. La FEHM no sólo piensa en alojamiento. Tenemos plantilla, proveedores, residimos en unos municipios turísticos... Tenemos que vernos de manera global.

🗨 **¿Cómo conjugará los intereses de las grandes compañías hoteleras con los de los establecimientos pequeños y medianos?**

🗨 Lo que hacemos es representar a todos, a los grandes, a los medianos y a los pequeños. Parece que a lo mejor tenemos que representar más a unos que a otros. Pero es que los necesitamos a todos.