

Mallorca



El presidente y la vicepresidenta de la federación hotelera, Aurelio Vázquez e Inma de Benito, presentaron la jornada. M. MIERNIEZUK

Los hoteleros mallorquines aspiran a triplicar el turismo de lujo en 10 años

► La patronal isleña cree viable elevar su gasto de los 300 millones a los 900 millones de euros

F. GUIJARRO PALMA

El turismo de lujo es un filón escasamente explotado en Mallorca y el objetivo que se ha marcado la federación hotelera de la isla es duplicar e incluso triplicar la riqueza que éste deja, pasando de los 300 millones de euros anuales actualmente estimados a unos 900 millones, según señaló ayer su presidente, Aurelio Vázquez.

Los argumentos en favor de esta estrategia son múltiples, pero se sustentan en un elemento básico y destacado por el presidente hotelero: el gasto que este tipo de cliente de lujo realiza triplica la media de un turista convencional. O lo que es lo mismo, Mallorca obtendría una riqueza similar a la actual teniendo que atender únicamente a un tercio de los visitantes que ahora recibe.

Estas declaraciones se realizaron durante la presentación de la jornada que ayer se celebró en el hotel Son Antelm sobre el turismo de lujo. Entre las asistentes se encontraba la presidenta de la Asociación Española del Lujo Luxury Spain, Cristina Martín, que perfiló el punto del camino en el que se encuentra la isla: España es el quinto país de la Unión Europea

en volumen de gasto de lujo con unos cinco millones de euros anuales, y dentro de éste, Barcelona concentra el 38% de este tipo de mercado, Marbella el 25%, Madrid un 17%, Eivissa el 6% y Mallorca únicamente un 4%. La pretensión expuesta por Aurelio Vázquez es que la isla se coloque entre los cinco destinos más importantes del planeta en materia de turismo de lujo.

El presidente hotelero defendió la necesidad de que en el archipiélago se abandone el planteamiento de crecimientos turísticos en cantidad, y rechazó la idea de que sea positivo pretender pasar de los actuales 11 millones de visitantes a 20 millones mediante un tipo de clientela que apenas gasta en destino, o lo que es lo mismo, abogó por huir por una explotación masiva de los recursos de la isla que deje un escaso rendimiento. En su opinión, es preferible apostar por atraer a un tipo de visitante que, con incrementos muy inferiores en número, generen mucha más riqueza, y una vía para ello es atraer a este tipo de visitante de mayor poder adquisitivo.

Según Aurelio Vázquez, parte

Mallorca concentra actualmente solo el 4% del gasto de lujo que se realiza en toda España

Los hoteleros defienden que se huya de un modelo que supone un consumo masivo de recursos y un bajo beneficio

del trabajo ya está hecho, de la mano de los atractivos de la isla y de un creciente número de empresas que apuestan por ese segmento del mercado. En este aspecto, se recordó la existencia de la plataforma Essentially Mallorca, destinada a impulsar este tipo de producto y que agrupa a 17 establecimientos hoteleros, dos puertos deportivos, dos empresas de transporte, ocho de spa, dos de shopping, 13 de gastronomía y 27 de experiencias para los visitantes.

El representante empresarial indicó que el paso que ahora queda pendiente es que sea el conjunto de la sociedad isleña el que crea en este proyecto y colabore en impulsarlo, y en este sentido puso de relieve la ayuda que ha aportado el Govern balear, con la elab-

boración de una ley turística que ha posibilitado el impulso a las inversiones para la modernización de la planta de alojamiento.

Mejoría durante los últimos años

En este aspecto, recordó que si antes la hotelería isleña se centraba en el segmento de las tres estrellas, ahora la apuesta es por las cuatro, al tiempo que existe una minoritaria pero "excelente" oferta de cinco estrellas, al igual que establecimientos gastronómicos de primer nivel, una oferta residencial y náutica de calidad, y a todo ello sumó la llegada de cruceros de lujo.

Aurelio Vázquez subrayó que Mallorca dista mucho de ser un destino con una imagen como la que algunos recientes escándalos en Magaluf ha dado o de 'botellón', y esgrimió la necesidad de abandonar debates que consideró estériles respecto al bajo poder adquisitivo de algunos visitantes.

Pero el presidente hotelero no ocultó el peso que en las islas tiene el producto de sol y playa, de ahí que destacó igualmente la posibilidad de generar un producto de más calidad que no vaya dirigido solo al cliente de lujo, sino también

LAS CIFRAS

300 MILLONES €

Gasto del lujo en Mallorca

► La federación hotelera de Mallorca estima que el gasto que en estos momentos realiza el turismo de lujo en la isla puede moverse cerca de los 300 millones de euros anuales, lo que supone alrededor del 3% de los desembolsos realizados por el conjunto de turistas. La asociación española del lujo habla de unos 200 millones, lo que supone un 4% del total registrado en España. Mallorca ocupa actualmente el quinto puesto respecto a los desembolsos vinculados al lujo que se realizan en el conjunto del país, por detrás de Barcelona (38%), Marbella (25%), Madrid (17%) y Eivissa (6%).

900 MILLONES €

Potencial de crecimiento

► Los hoteleros consideran que la isla tiene la posibilidad de llegar a triplicar los ingresos actuales derivados de la clientela de lujo en un plazo de unos diez años, situándolo en los 900 millones de euros, y se marca como objetivo situar a Mallorca entre los cinco destinos de lujo más importantes del planeta. La asociación Luxury Spain coincide en que este mercado está poco desarrollado en la isla por lo que su potencial de crecimiento es enorme.

a clases medias que estén dispuestas a pagar algo más por ese tipo de experiencias, con un efecto arrastre de otros sectores que apuesten por una mejora en estos términos.

Otro aspecto defendido por los presidentes de la federación hotelera mallorquina y de la asociación española del lujo es que se trata de un tipo de visitante que no está afectado por la elevada estacionalidad del producto de sol y playa, por lo que puede ayudar a combatir uno de los problemas de la economía de las islas.

En este sentido, Cristina Martín coincidió en que el turismo de lujo se encuentra en Mallorca en una fase muy inicial, por lo que defendió que el potencial de crecimiento es enorme para la isla, a la que calificó como "la joya del Mediterráneo" por sus condiciones climatológicas y su oferta gastronómica y de golf, por citar algunos ejemplos.

En cualquier caso, consideró que entre los retos de la isla está el controlar sus zonas turísticas de 'bajo coste' y el potenciar su industria artesana mediante la elaboración de productos de alto nivel.

La Cámara pide a Turismo que evite la inseguridad jurídica en el reglamento que elabora

F.G. PALMA

Es fundamental que el nuevo reglamento que está elaborando la consellería de Turismo evite la inseguridad jurídica a la hora de regular el alquiler de viviendas vacacionales, según defendieron ante el conseller Jaime Martínez el presidente y el vicepresidente de la Cámara de Comercio, José Luis Roses y Alvaro Middelman

respectivamente, durante el encuentro que ambas partes celebraron el pasado lunes.

Roses destacó que el reglamento definitivo va a incorporar algunos cambios respecto al redactado inicial, según la información que le facilitó el conseller, como suprimir la exigencia de que para comercializar adosados con fines turísticos se cuente con

la autorización de los vecinos o que éstos deban de estar construidos antes de 1960. Pero se le reclamó a éste que se aclaren cuáles son los canales de comercialización turística de viviendas a los que se refiere el reglamento, con el fin de "evitar interpretaciones e inseguridad jurídica".

En relación a la posibilidad de que un establecimiento turístico desarrolle una según da actividad sin licencia (como en el caso de que un hotel abra una discoteca), desde Cámara se defiende que ésta no pueda estar activa durante aquellos periodos en la que la principal opte por cerrar con carácter estacional.

Mar Blava pide reuniones a los presidentes Bauzá y Rajoy

REDACCIÓN PALMA

La alianza Mar Blava ha enviado sendas cartas a los presidentes del Gobierno central y del balear, Mariano Rajoy y José Ramón Bauzá respectivamente, en las que les solicitan reuniones "urgentes" para exponer el rechazo social y económico que las prospecciones petrolíferas generan en las islas.

Según esta organización, el proyecto de prospecciones en el Golfo de Valencia cuenta con más de 125.000 alegaciones de ciudadana-

nos en contra, de las que 117.000 proceden de Balears, 5.000 de Valencia, 4.000 de Alicante y 2.000 de Castellón, a las que hay que sumar las remitidas por otras entidades, algunas de ellas vinculadas al sector turístico.

El objetivo de Mar Blava es que el ministerio de Agricultura emita una declaración de impacto ambiental negativa contra las prospecciones antes de que se celebren las próximas elecciones autonómicas.