

# MODELO TURÍSTICO ACTUAL

HOY HABLAREMOS DE...

CAPACIDADES

Y DE...

LIMITACIONES

PERO ESPECIALMENTE DE...

OPORTUNIDADES

Y...

RETOS



**FEDERACIÓN EMPRESARIAL HOTELERA DE MALLORCA**

Inmaculada Benito Hernández – Presidenta Ejecutiva  
dirección@fehm.es

# CAPACIDADES



La actividad turística balear evidencia una serie de **capacidades** sobre las que descansa no sólo la atracción de flujos turísticos sino la aportación que efectúa al bienestar de la sociedad balear.



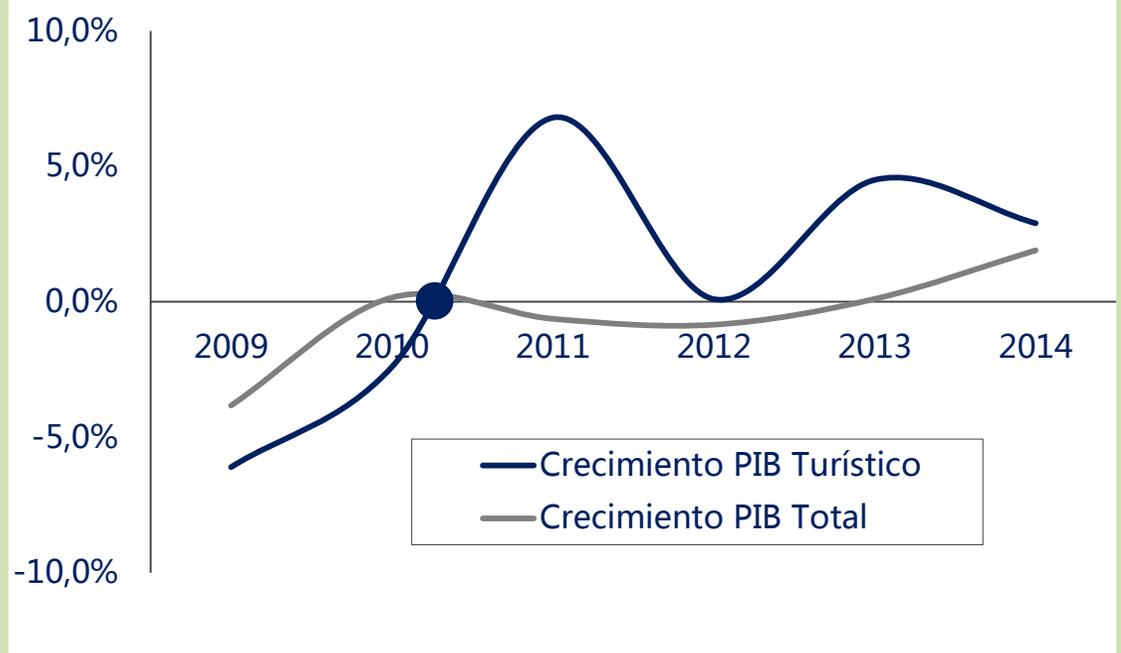
# CAPACIDADES



Frente a otros sectores, la actividad turística ha demostrado tener una **mayor capacidad** para absorber los efectos negativos derivados de la última fase recesiva.

RESILIENCIA

Efecto estabilizador del ciclo económico



# CAPACIDADES



La actividad turística sigue demostrando una **elevada capacidad** de contribuir a la generación de riqueza de Baleares...

CONTRIBUCIÓN  
A LA RIQUEZA

Efecto multiplicador  
sobre la renta



# CAPACIDADES

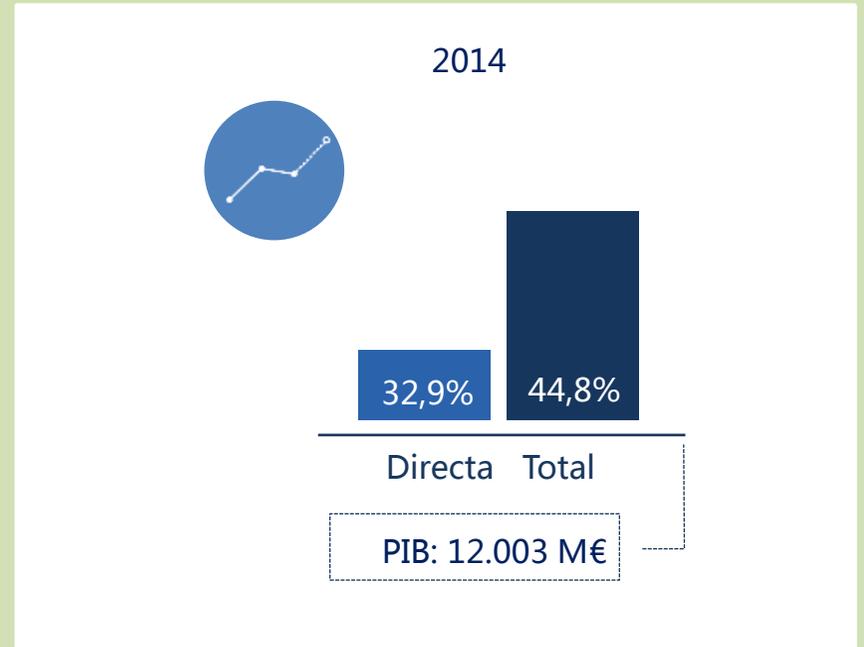


La actividad turística sigue demostrando una **elevada capacidad** de contribuir a la generación de riqueza de Baleares, representando en la actualidad el 44,8% del PIB.

CONTRIBUCIÓN  
A LA RIQUEZA



Efecto multiplicador  
sobre la renta



# CAPACIDADES



Paralelamente, la actividad turística sigue demostrando una **elevada capacidad** de contribuir a la generación de empleo en Baleares...

CONTRIBUCIÓN  
AL EMPLEO



Efecto multiplicador  
sobre el empleo



# CAPACIDADES

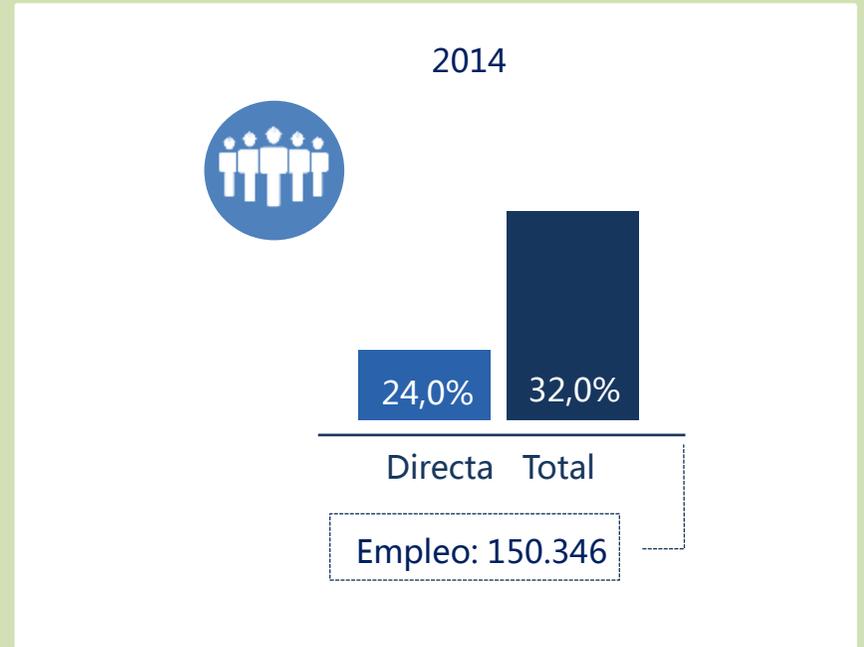


Paralelamente, la actividad turística sigue demostrando una **elevada capacidad** de contribuir a la generación de empleo en Baleares, aportando el 32% del empleo total.

CONTRIBUCIÓN  
AL EMPLEO



Efecto multiplicador  
sobre el empleo



# CAPACIDADES



Así mismo, la actividad turística sigue demostrando una **elevada capacidad** de contribuir a la generación de ingresos públicos, claves para el mantenimiento del estado de bienestar.

CONTRIBUCIÓN  
A FINANZAS  
PÚBLICAS

▲ Efecto sobre las arcas de la administración, vía impuestos



# CAPACIDADES

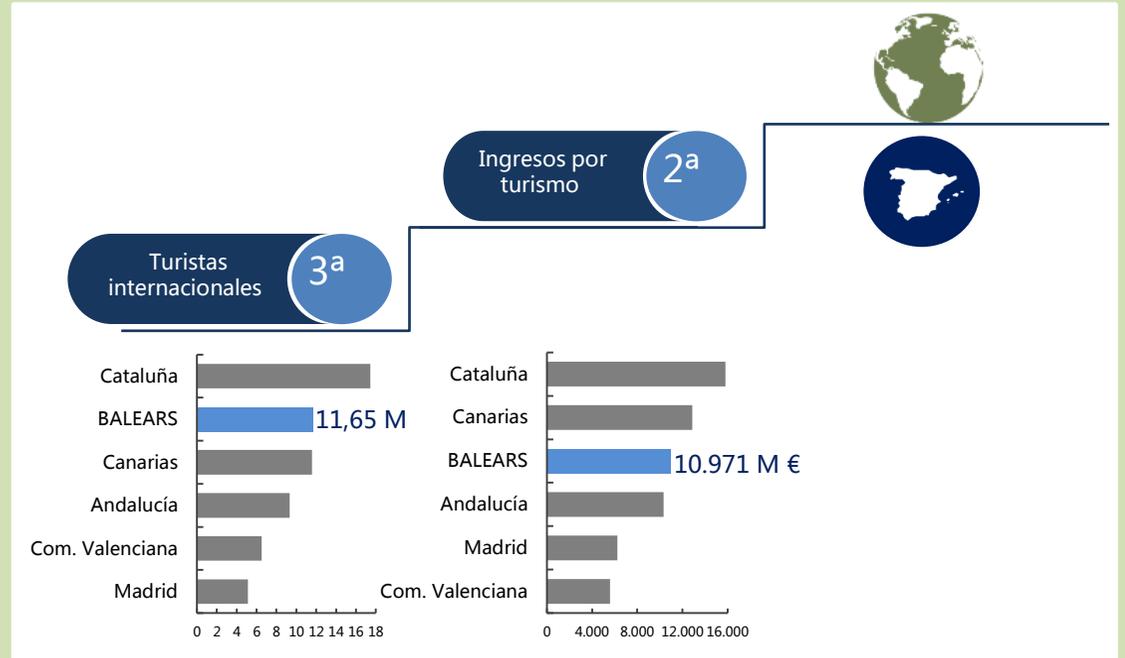


Otra de las **capacidades** que sobresale es el mantenimiento en el tiempo del liderazgo turístico del archipiélago a nivel mundial...

## POSICIÓN INTERNACIONAL



Baleares ocupa posiciones de liderazgo a nivel mundial



# CAPACIDADES



Otra de las **capacidades** que sobresale es el mantenimiento en el tiempo del liderazgo turístico del archipiélago a nivel mundial, lo cual no sería posible sin los conocimientos que atesora el tejido empresarial.



AGENCIAS DE VIAJES Y SERVICIOS DE RESERVAS

TRANSPORTE DE PASAJEROS

ALOJAMIENTO

RESTAURACIÓN

CULTURA, DEPORTE Y RECREACIÓN

**16.815**  
empresas



# CAPACIDADES

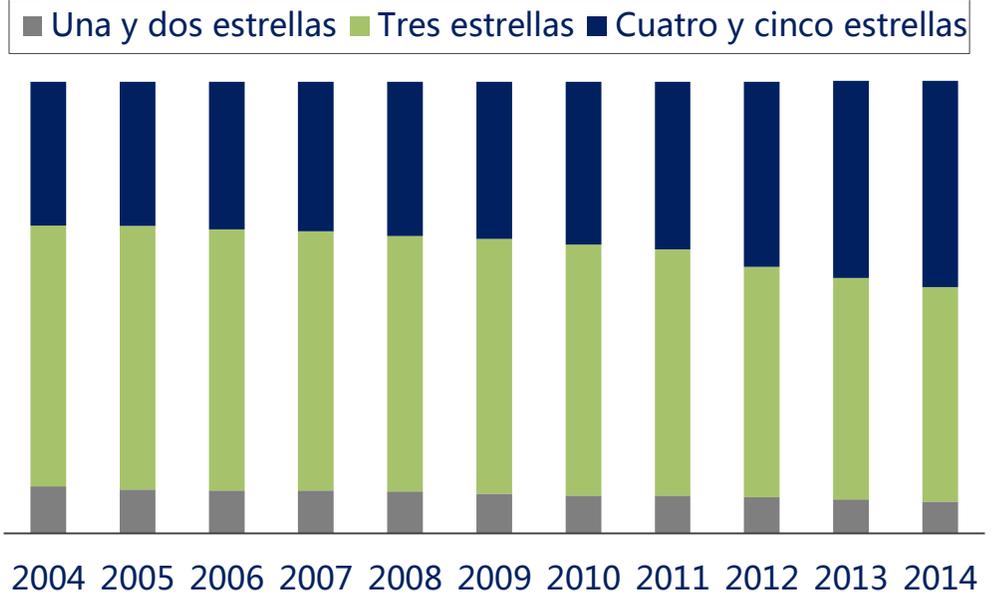


Todo ello encuentra su razón de ser en la **capacidad** de mejora continua del tejido empresarial, como lo prueba la orientación de la inversión hotelera balear en los últimos años hacia el aumento progresivo de la categoría de sus establecimientos.

MEJORA  
CONTINUA



Categoría media de  
la planta hotelera balear



## LIMITACIONES



El mantenimiento de estas **capacidades** en el futuro obliga a la actividad turística a hacer un reconocimiento explícito de los **factores limitantes** del actual modelo turístico.

### CONTINUIDAD?

La continuidad no sólo temporal sino también cualitativa del turismo sobre el bienestar de la sociedad balear requiere de una valoración detallada de aquellos factores que limitan su recorrido futuro.



# LIMITACIONES



El mantenimiento de estas **capacidades** en el futuro obliga a la actividad turística a hacer un reconocimiento explícito de los **factores limitantes** del actual modelo turístico.

## FACTORES LIMITANTES

ELEVADA  
DEPENDENCIA  
CANTIDAD

SATURACIÓN  
CAPACIDAD  
CARGA

RÉDUCCIÓN  
RENTABILIDAD  
PRIVADA Y  
SOCIAL

DÉFICIT  
INVERSIÓN  
PÚBLICA

ENDÓGENOS

COMPETENCIA  
CRECIENTE

CAMBIOS  
PREFERENCIA  
DEMANDA

EXÓGENOS



# LIMITACIONES



La actividad turística descansa su rentabilidad en un patrón principalmente acumulativo que topa con una **limitación inherente**: la escasez de recursos.

**ELEVADA  
DEPENDENCIA  
CANTIDAD**

La principal vía de aumento el gasto turístico es el incremento continuo del número turistas



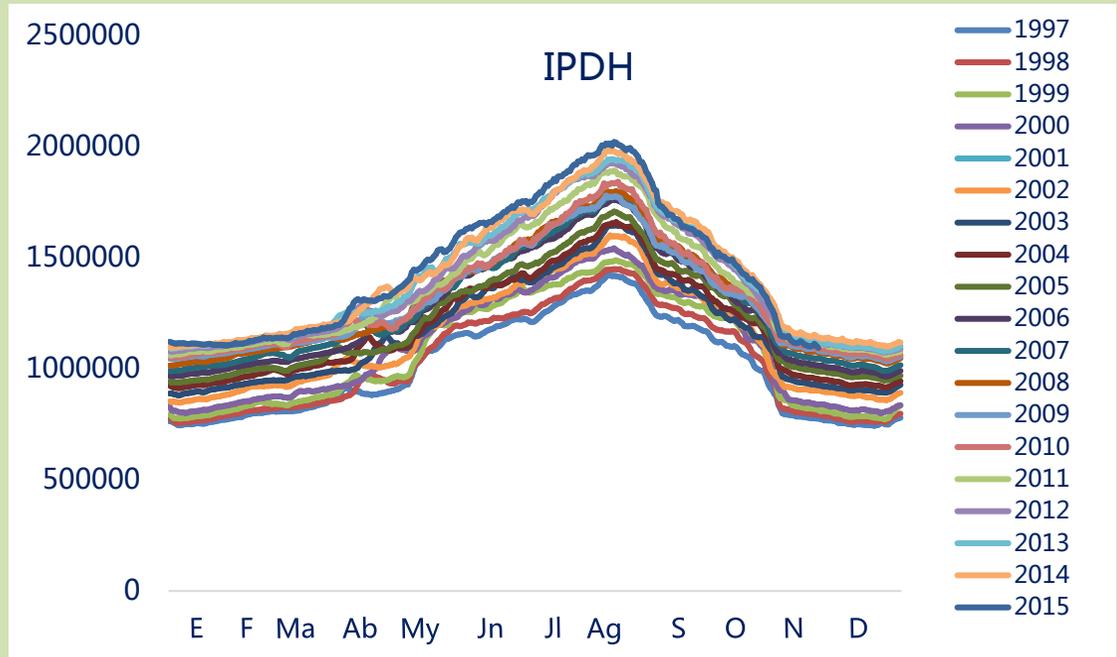
# LIMITACIONES



El reconocimiento de este hecho resulta clave para (1) la gestión de aquellos **factores que limitan** el disfrute de la experiencia turística, como son la congestión y sobrecarga tanto de infraestructuras como del entorno ambiental del archipiélago.

SATURACIÓN  
CAPACIDAD  
CARGA

Presión demográfica



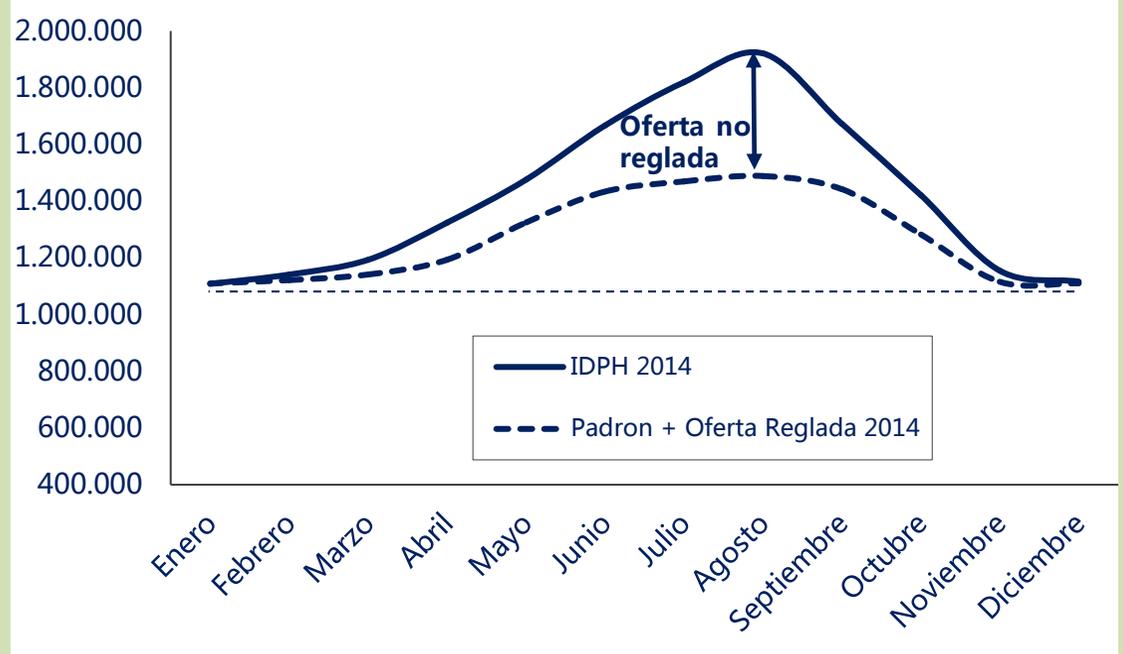
# LIMITACIONES



El reconocimiento de este hecho resulta clave para la gestión de aquellos **factores que limitan** el disfrute de la experiencia turística, como son la congestión y sobrecarga tanto de infraestructuras como del entorno ambiental del archipiélago.

## SATURACIÓN CAPACIDAD CARGA

+127,1% de la población no residente alojada en oferta no regulada (vs -8,7%, oferta regulada) en los últimos quince años.



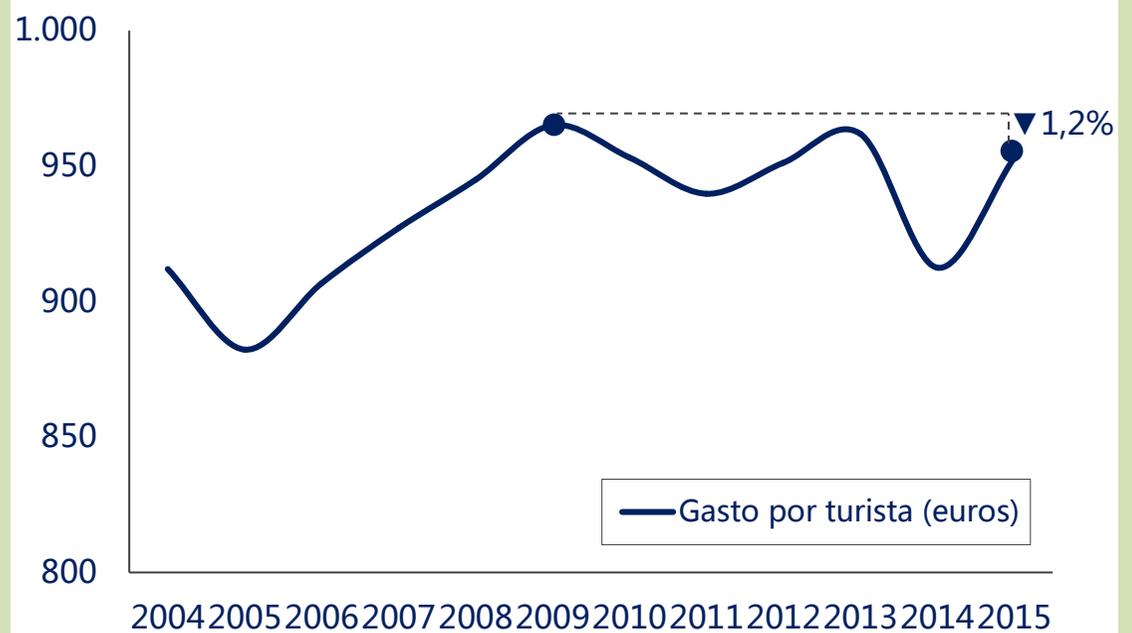
## LIMITACIONES



El reconocimiento de este hecho resulta clave para (2) la gestión de aquellos **factores que están limitando** la rentabilidad marginal de la actividad turística, tanto en términos privados como sociales.

### REDUCCIÓN RENTABILIDAD MARGINAL

La reducción de la estancia media (-13,7%),  
anula el aumento del gasto por turista y día  
(14,4%),



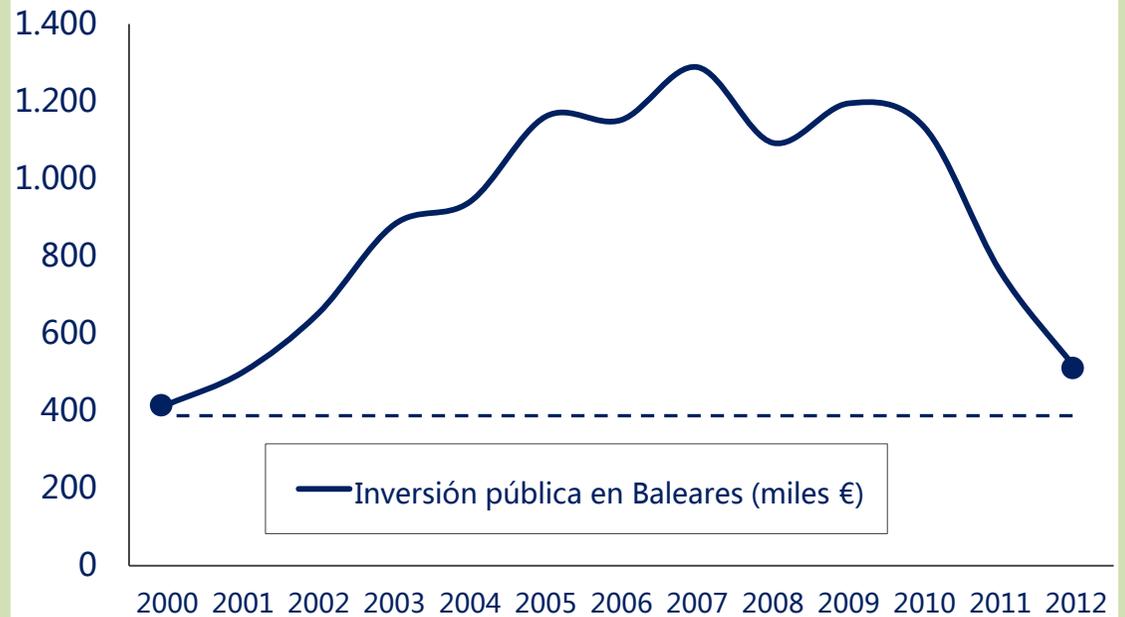
# LIMITACIONES



En este contexto, la menor inversión pública **amplia el carácter limitante** de estos factores en la medida en que impide el acondicionamiento de las infraestructuras básicas, en términos de movilidad, seguridad y saneamiento.

**DÉFICIT  
INVERSIÓN  
PÚBLICA**

Inversión pública en niveles cercanos a los del año 2000



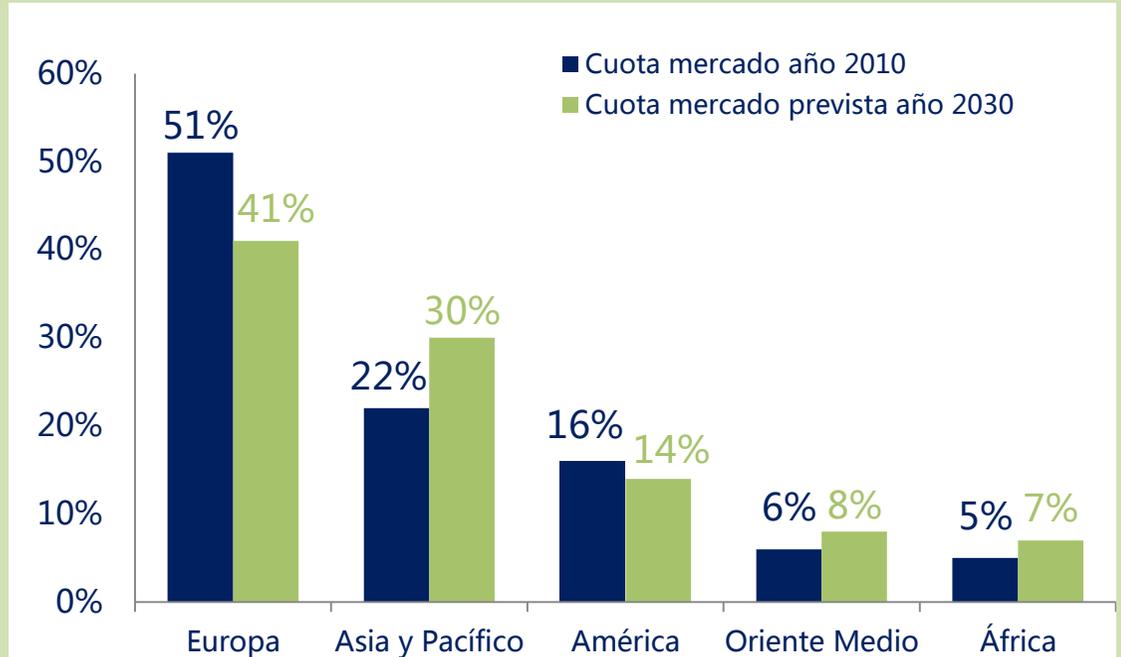
# LIMITACIONES



Junto a los factores limitantes de carácter endógeno, sobresale entre los factores exógenos la **limitación** que deriva de la creciente competencia entre destinos a nivel mundial.

COMPETENCIA  
CRECIENTE

▲ Capacidad de atracción por parte de destinos competidores



## LIMITACIONES



A la que hay que sumar el cambio de las demanda en términos de preferencias ambientales y su mayor exigencia en lo que a la experiencia recreativa se refiere, lo que constituye también un claro **factor limitante** del crecimiento turístico futuro.

CAMBIOS  
PREFERENCIA  
DEMANDA



## OPORTUNIDADES



La gestión de estas limitaciones debe enmarcarse en las **oportunidades** que se esconden detrás de la expansión turística que se prevé a nivel internacional para los próximos años.

### CONTINUIDAD?

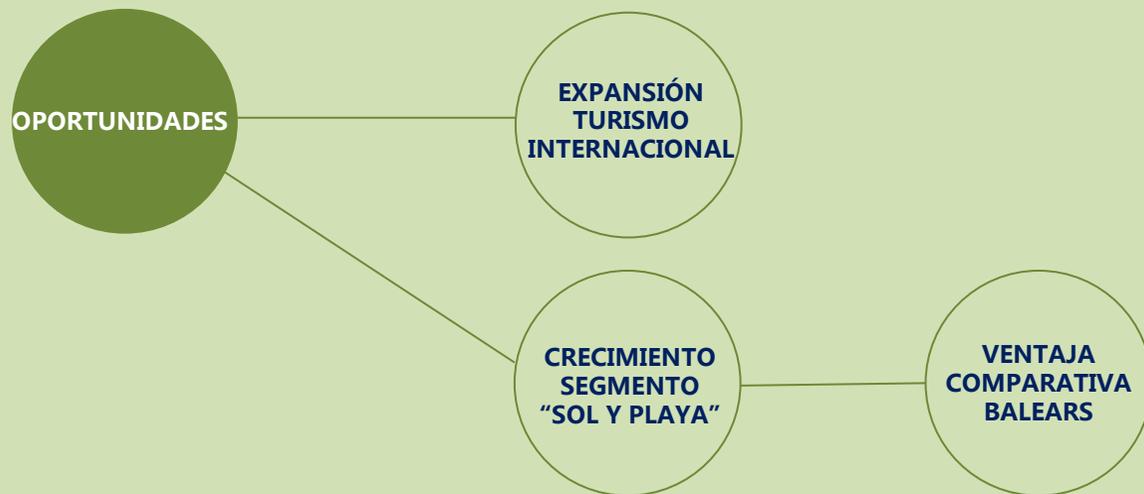
La continuidad no sólo temporal sino también cualitativa del turismo sobre el bienestar de la sociedad balear requiere de una valoración detallada de las oportunidades que brinda el futuro.



## OPORTUNIDADES



La gestión de estas limitaciones debe orientarse al aprovechamiento de las **oportunidades** que se esconden detrás de la expansión turística que se prevé a nivel internacional para los próximos años.





El turismo experimentará a nivel mundial una continua expansión.

## Perspectivas a largo plazo

De acuerdo con las previsiones a largo plazo de la OMT, incluidas en *Tourism Towards 2030*, las llegadas de turistas internacionales a escala mundial crecerán un 3,3% anualmente entre 2010 y 2030, hasta alcanzar los 1.800 millones de turistas.

EXPANSIÓN  
TURISMO  
INTERNACIONAL





Los principales mercados turísticos de Balears siguen optando por el "sol y playa" como motivación preferencial en sus vacaciones, un segmento en el cual el archipiélago dispone de ventaja comparativa respecto a sus competidores.

## Perspectivas del "sol y playa"

CRECIMIENTO  
SEGMENTO  
"SOL Y PLAYA"

Según el *Preferences of Europeans Tourism Towards*, (*Eurobarometer of European Comission*), los mercados de la Unión Europea están aumentando su preferencia por el "sol y playa" como una de sus tres principales motivaciones de viaje.

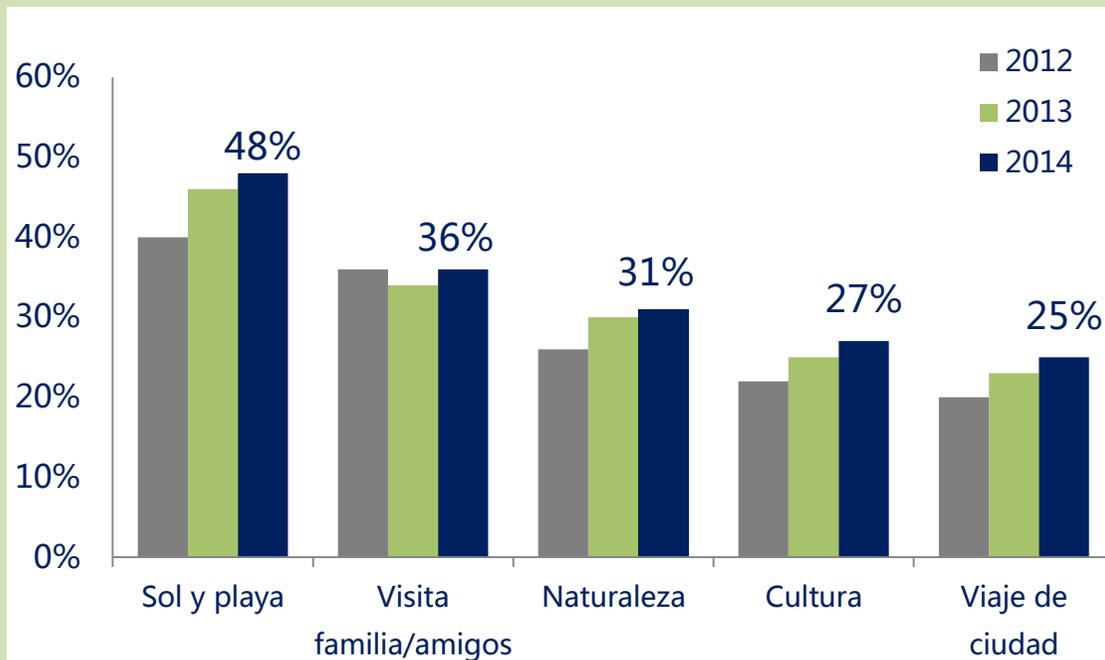


## OPORTUNIDADES



Los principales mercados turísticos de Balears siguen optando por el "sol y playa" como motivación preferencial en sus vacaciones, un segmento en el cual el archipiélago dispone de ventaja comparativa respecto a sus competidores.

CRECIMIENTO  
SEGMENTO  
"SOL Y PLAYA"



# RETOS



El actual modelo turístico balear se enfrenta a **retos** de gran envergadura que requiere de una nueva política turística orientada a la mejora de la eficiencia y al aumento de la competitividad turística global del archipiélago..



## COMPETITIVIDAD



Balears no precisa incidir en una cuestión de VOLUMEN si no en su capacidad generadora de RÉDITOS tanto a nivel empresarial, como regional.

### CONTINUIDAD?

La política turística debe superar la creación de un entorno competitivo desde un **enfoque tradicional**.

La continuidad del turismo obliga a adoptar una **visión holística** para encontrar soluciones capaces de garantizar el posicionamiento del sector y su contribución a la creación de riqueza y bienestar.





OBJETIVO

FACTORES

RESULTA

## PASADO COMPETITIVIDAD TURÍSTICA

- Incrementar cuota de mercado , medida según el número de turistas
- Aumento de margen

- Relación de precios
- Tipos de cambio
- Control de costes
- Recursos naturales

- Mercados emisores
- Perfil del turista potencial
- Competitividad-precio



PROMOCIÓN DEL DESTINO

# COMPETITIVIDAD



Nuevos tiempos, nuevos retos, nuevos conceptos.

	FUTURO COMPETITIVIDAD GLOBAL TURÍSTICA	PASADO COMPETITIVIDAD TURÍSTICA
OBJETIVO	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incrementar cuota de mercado, medida según ingresos turísticos.</li> <li>• Asegurar rentabilidad turística</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incrementar cuota de mercado , medida según el número de turistas</li> <li>• Aumento de margen</li> </ul>
FACTORES	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Facilitadores de entorno (normativo, fiscal, laboral y tecnológico).</li> <li>• Masa crítica turística (composición)</li> <li>• Infraestructuras.(funcionalidad)</li> <li>• Capital natural y cultural (valorización)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Relación de precios</li> <li>• Tipos de cambio</li> <li>• Control de costes</li> <li>• Recursos naturales</li> </ul>
RESULTA	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacidad de generación de valor añadido</li> <li>• Rentabilidad potencial</li> <li>• Incremento de rentas generades (salarios, beneficios)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mercados emisores</li> <li>• Perfil del turista potencial</li> <li>• Competitividad-precio</li> </ul>

**+** PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DEL DESTINO

**+** PROMOCIÓN DEL DESTINO



Conjunto de factores y políticas que facilitan el desarrollo sostenible del sector turístico, garantizando su contribución al desarrollo y competitividad regional.

## EL **DOBLE** OBJETIVO DE LA COMPETITIVIDAD GLOBAL TURÍSTICA

COMPETITIVIDAD  
GLOBAL  
TURÍSTICA

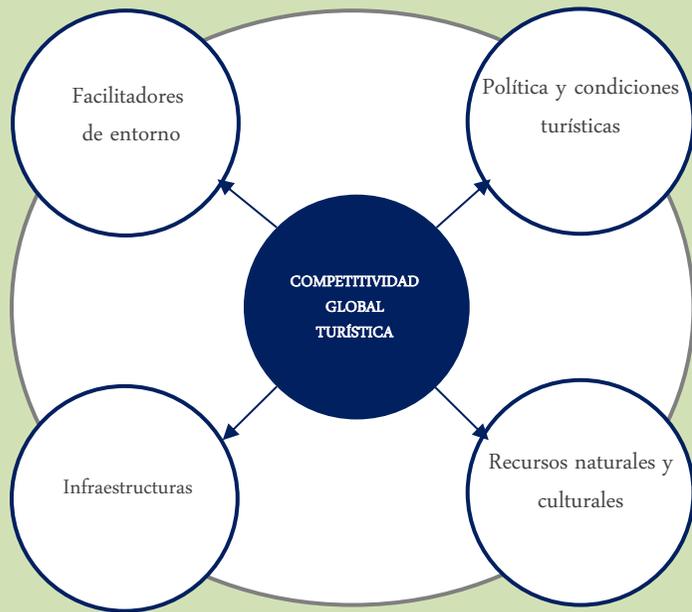
- 1) Asegurar la capacidad de Baleares de producir a través de sus empresas bienes y servicios turísticos que satisfagan las exigencias de los turistas internacionales.
- 2) Mejorar, simultáneamente, la calidad de vida de la población balear.



# COMPETITIVIDAD



Conjunto de factores y políticas que facilitan el desarrollo sostenible del sector turístico, garantizando su contribución al desarrollo y competitividad regional.



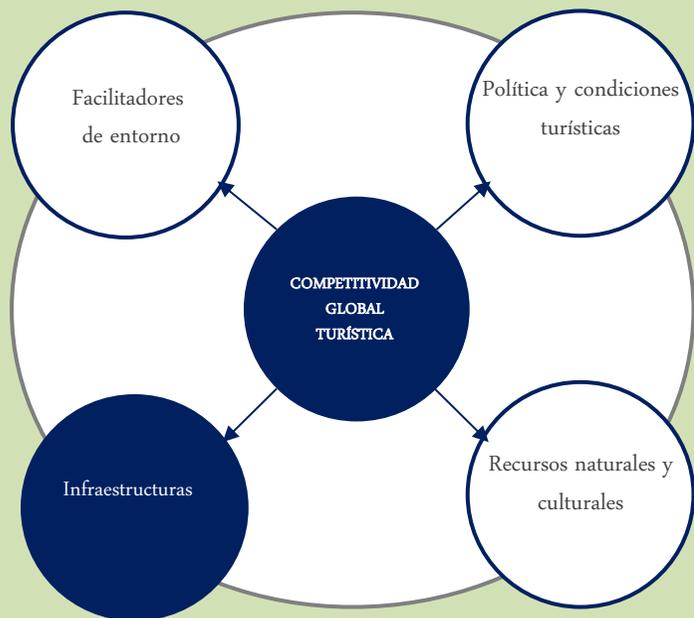
## LOS 4 PILARES DE LA COMPETITIVIDAD GLOBAL TURÍSTICA



# COMPETITIVIDAD



La nueva política turística debe superar la creación de un entorno competitivo desde un punto de vista cantidad de infraestructuras.



## Transporte aéreo

- Calidad infraestructura aeroportuaria.
- Densidad aeroportuaria.
- Núm. operadores/salidas.

## Transporte marítimo

- Calidad infraestructura portuaria.
- Calidad infraestructura viaria.

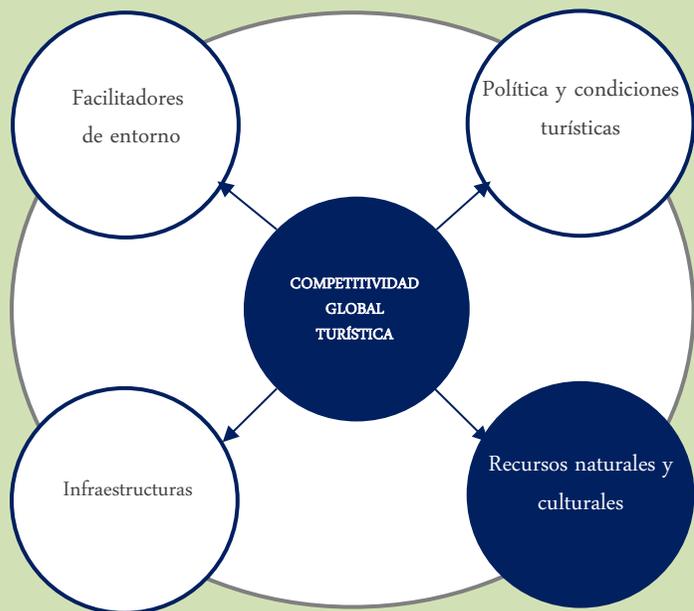
## Servicios turísticos

- Densidad plazas hoteleras.
- Presencia grandes compañías
- Alquiler vehículos..
- Extensión recomendaciones vía viajes de negocios.





Garantizar la sostenibilidad de los atractivos naturales y culturales mediante la gestión de la capacidad de carga y asegurando su protección y mantenimiento.



## Recursos naturales

- Espacios naturales patrimonio mundial.
- Superficie protegida.
- Biodiversidad.
- Demanda digital turismo natural.
- Calidad del entorno ambiental).

## Recursos culturales y de uso turístico

- Espacios culturales patrimonio mundial.
- Núm. congresos internacionales.
- Demanda digital turismo ocio/cultura.

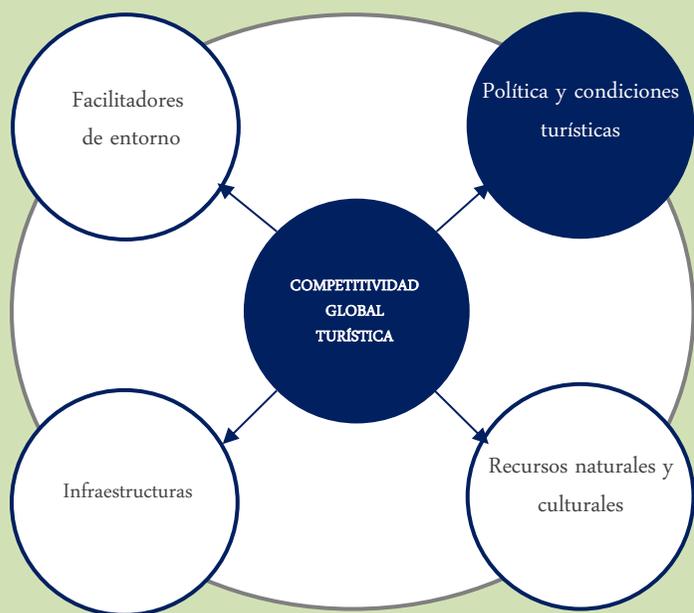
## Sostenibilidad ambiental

- Estrés hídrico.
- Contaminación atmosférica
- Tratamiento aguas residuales.
- Cambio superficie forestal.
- Desarrollo prácticas turismo sostenible.





Activar palancas transversales para consolidar la posición internacional y traducirla, a nivel interno, en mayores niveles de calidad de vida y bienestar.



## Priorización del turismo

- Priorización gubernamental sobre turismo.
- %Gasto público en turismo.
- Efectividad marketing atracción turistas.
- Estrategia de marca-país.
- Disponibilidad estadística turismo.

## Apertura internacional

- Requerimiento de visados de entrada.
- Grado de apertura Acuerdos servicios aéreos bilaterales.
- Tratados comerciales internacionales.

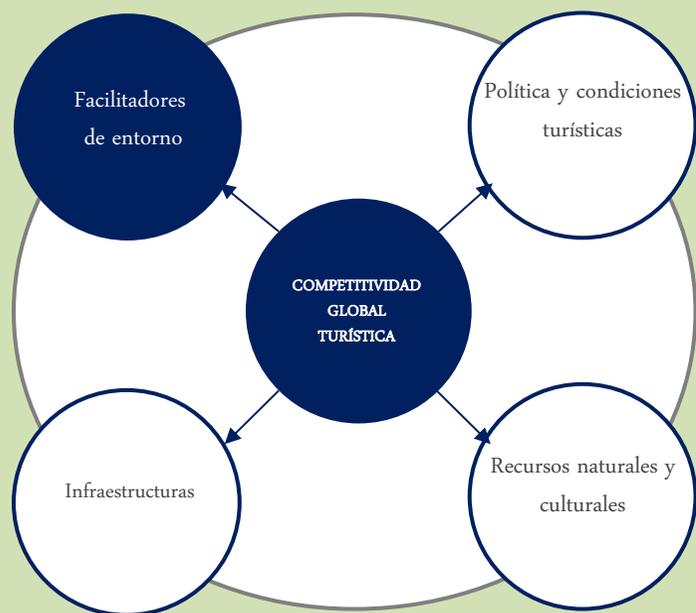
## Competitividad precio

- Precios hoteleros.
- Recargos aeroportuarios y otras tasas.
- Precio combustible
- Paridad del poder de compra





Fomentar la sinergia público-privada aprovechando el know-how de las empresas como observadoras de tendencias globales.



## Entorno empresarial

- Agilidad trámites administrativos (negocio, construcción, etc.).
- Eficiencia del marco legal.
- Efectos fiscales sobre incentivos (inversión, trabajo, etc.).
- Presión fiscal (sobre beneficios, laboral, etc.).
- Dominancia del mercado (concentración).

## Recursos humanos y mercado laboral

- Cualificación de la fuerza laboral.
- Formación empresarial a la plantilla.
- Relación salario-productividad.
- Facilidad contratación/despido laboral.
- Facilidad reclutar trabajadores formados.
- Satisfacción de los clientes.

## Preparación TIC

- Utilización TIC en transacciones B2B/B2C.
- Redes de telecomunicaciones: cobertura y conectividad.
- Grado de penetración TIC (uso individual/empresas).





La FEHM pone a disposición del Govern el conocimiento técnico para poder avanzar y pasar de la imposición al consenso en la toma de decisiones.

3

Priorizar ÁREAS DE IMPACTO

Palancas estratégicas



Sectores/nichos de actividad concretos

2

Fijar OBJETIVOS

Vías de progreso

1

Establecer VISIÓN

Visión

Situación de partida

+

Riesgos y oportunidades



# MODELO TURÍSTICO ACTUAL

---

**MUCHAS GRACIAS!**



**FEDERACIÓN EMPRESARIAL HOTELERA DE MALLORCA**  
Inmaculada Benito Hernández – Presidenta Ejecutiva  
[dirección@fehm.es](mailto:dirección@fehm.es)