

Ona

Quadern de debat

Número 78 - juliol/agost 2000 - 600 pta - 3,61 euro

▶▶ Turisme 2000,
la nova frontera

▶ Els turistes, qui són?, com són?



Tantes coses fetes... ...tantes per fer

Encara no fa un any, i...

- Avui hi ha més prosperitat social.
- El nostre territori ha millorat en qualitat.
- Preparam unes infraestructures modernes i adequades.
- Apostam a fons per l'economia productiva.
- Avui els joves estan més preparats per al futur.
- L'estructura administrativa és més democràtica i participativa.
- El diàleg social és avui més present que mai a les nostres Illes.

***Tantes coses fetes...
...tantes per fer***



**GOVERN
DE LES ILLES BALEARS**

Quatre illes,
un país
cap frontera

4 hemeroteca i editorial



5

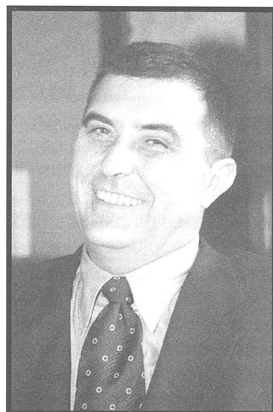
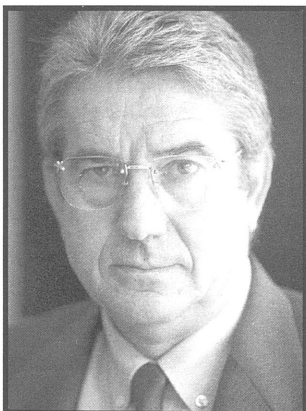
informe

Els turistes, qui són?, com són?
Per Maria Ferrer.

10

turisme 2000

El país turístic.
Entrevista a Celestí Alomar, per Sebastià Verd.

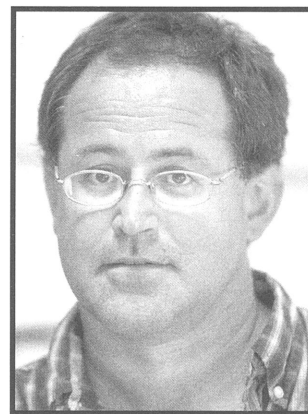


16

En crisi, no parlariem d'impost turístic.
Entrevista a Miquel Àngel Fornés, per Constanza Forteza.

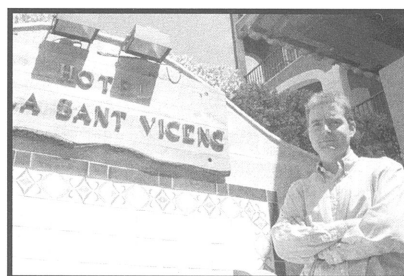
22

L'ecotaxa triomfarà.
Entrevista a Javier Rey Maqueira, per Gina Garcías.



28

Estalviar Mallorca.
Taula rodona amb Joan Flaquer, Joan Mari, Sebastiana Moranta i Xavier Pastor, per Magdalena F. Mulet.



34

Vendre Mallorca a preu de patató.
Entrevista a Miquel Suau, per Jordi Calleja.

40

La conseqüència de la globalització.
Per Antoni Oliver.

45

la clau d'ONA

ona Quadern de debat

n. 78, estiu 2000

Edita: Fundesba, S.L.

Directora gerent: Sinfo García Gómez.

Director: Sebastià Verd.

Consell assessor: Mateu Carrió (arquitecte), Bartomeu Bennassar (teòleg), Antoni Fleixes (economista) Jaume Garau (psicòleg), Sinfo García (dir. gerent Fundesba), Empar Rocabruna (economista).

Secretària de redacció: Magdalena F. Mulet.

Redacció i col·laboradors: Jordi Calleja, Gina Garcías, Maria Ferrer, Constanza Forteza, Miquel Massutí, Antoni Oliver, Joana M. Roque i Antoni Rosselló.

Disseny i muntatge: Eparrutx, tel. 971 42 09 66 - Palma

Impressió: Imp. Homar. Tel. 971 43 08 61 - Palma

Administració i Publicitat:

Fundesba, S.L. c. Francesc de Borja Moll, 10, entresòl b.
Tel. 971 71 16 61 - Fax 971 71 91 94. 07003-Palma de Mallorca.

Dipòsit legal: PM-608-1992

Preu: 600 pessetes (3,61 euros) - Subscripció: 5.000 pta. (30,60 euros) per any (10 números)

(Miquel Massutí és l'autor de totes les fotografies no signades)

Tarja de subscripció

En

Adreça

Ciutat Tel

C/c. Banc o Caixa d'Estalvis

Signatura:

Per a subscripcions, copiau aquesta tarja i adreçau-la a **Fundesba, S.L.**
c. Francesc de Borja Moll, 10, entresòl b. 07003-Palma de Mallorca, o
telefonau al 971 71 16 61 - Fax 971 71 91 94 - e mail: fundesba@jet.es

Fons turístics sí, ecotaxa també

Un cop més la societat balear ha de fer front a un nou estiu amb tot allò que suposa de saber que l'activitat econòmica que genera la temporada alta continua sent el principal motor, però al mateix temps conèixer que ja no és possible créixer més. Cal cercar nous segments de mercat que permetin un desenvolupament que sigui sostenible de veritat i, per aconseguir-lo, tothom coincideix en la necessitat d'invertir en medi ambient i en la rehabilitació de les zones turístiques. Aquest és el propòsit del fons turístic que el Govern va introduir als pressuposts generals d'enguany: disposar d'uns fons per a la compra de possessions amb les quals ampliar la xarxa d'espais naturals públics i, al mateix temps, reconvertir els espais turístics que no hagin resistit el pas del temps. Tothom està d'acord. El problema sorgeix amb les mesures elegides per dotar aquest fons i, per tant, per fer-lo viable. Després de molts d'estudis, el Govern ha arribat a la conclusió que es podia fer a través d'un impost, la mal anomenada ecotaxa, que paguin els turistes mitjançant les factures dels hotels o d'altres fórmules d'hostatge. I aquí sorgeix, precisament, la disputa.

Els hotelers creuen injust que siguin ells els recaptadors perquè pensen que, a la llarga, ells també seran els que hauran de pagar si els majoristes de viatges no accepten que repercuteixi sobre els preus de contractació. Endemés diuen que també és discriminatòria perquè una part important dels turistes, aquells que s'hostegen a cases particulars o llogades en el mercat immobiliari, romandrà sense pagar. La Federació Hotelera i les principals cadenes han reaccionat durament contra aquest impost que, no obstant això, compta -segons una enquesta feta per encàrrec del Govern- amb el suport majoritari de la població. La raó, segons els hotelers, és senzilla: qualsevol persona serà a favor que la Hisenda ingressi més doblers si no els ha de pagar ella, de la mateixa manera que hi ha un sentiment generalitzat que s'ha d'intensificar el control sobre l'urbanisme, sentiment que sovint limita amb els interessos particulars quan l'objecte de les limitacions és una propietat de qui expressa la seva opinió. Per això mateix, perquè hom ha de ser conscient que hi ha un interès general per sobre de l'interès particular d'una persona o d'un col·lectiu determinat, l'ecotaxa esdevé en aquest moment l'únic instrument a l'abast del Govern de la Comunitat Autònoma per poder ampliar els seus recursos i fer front a la reconversió del producte turístic.

És en aquest sentit que els hotelers haurien de fer gala de major pragmatisme del que han deixat entreveure amb les seves declaracions públiques. Al capdavant perquè ells són el principal sector implicat i també beneficiat, podrien reivindicar un major protagonisme social en el control dels recursos. La moneda de canvi a la participació en la recaptació no pot ser altra que poder formar part de la comissió de seguiment del fons turístic, al mateix temps que col·laborar perquè l'ecotaxa no sigui l'única fórmula per engrair el fons. Altres alternatives, com la proposada per UM -i que sembla, per les declaracions, que podria tenir el suport del PP- de retornar l'IVA turístic a les Illes o d'omplir de contingut el règim especial, tenen el punt de partida en uns objectius concrets: les inversions mediambientals, que de moment no tenen cap altra possibilitat que l'ecotaxa. Les altres alternatives, en tot cas, vendran a continuació sempre i quan la societat balear sigui capaç de mobilitzar-se, sempre i quan els hotelers col·laborin a cercar vies alternatives en lloc de limitar-se a l'enfrontament amb l'executiu.

Lecotaxa és un punt de disputa entre el Govern i els hotelers. Però sent tothom d'acord amb la finalitat del fons turístic el que cal esperar d'uns i altres és el diàleg constructiu. L'executiu té clars els objectius del canvi, perquè el producte turístic continuï sent competitiu en els pròxims anys (engany sembla que ja s'ha començat a notar una desacceleració en el creixement turístic) quan s'incorporin al mercat noves destinacions o se'n recuperin d'altres que havien quedat endarrerides per conflictes bèl·lics. El que fa falta és que la resta d'agents, sobretot els empresaris d'hostaleria, siguin conscient del seu paper social i col·laborin en la recerca de noves alternatives. L'ecotaxa és un punt de partida, però sobretot és una eina que pot ser eficaç. Allò que no és, o no hauria de ser, és motiu d'una estratègia política d'oposició que, per molt legítima que pugui ser, no faria sinó retardar les solucions que les Illes Balears necessiten per garantir la seva prosperitat actual.

El fons turístic és necessari, tothom hi és d'acord. Però l'ecotaxa també ho és, si més no mentre no hi hagi altres vies alternatives per dotar aquest fons i, en conseqüència, per poder dur endavant els projectes d'inversió mediambiental que ha plantejat el Govern.

LA DIMISSIÓ DEL CONSELLER

Havia entrat en el Govern amb molta d'il·lusió i ganes de reformar la forà vila, però no ha tengut temps per inaugurar el Congr s del Món Rural previst per al pr xim mes de novembre. Els poders fàctics d'aquest món, el PP i les discrepàncies internes del PSM sobre com resoldre la crisi determinaren la dimiss  de Joan Maval com a conseller d'Agri-

Mayol volia abolir alguns mals costums de l'agricultura i racionalitzar en la mesura del possible el sistema de subvencions, volia que l'increment de la renda agrària afavorís tots els pagesos i no només una part o els grans propietaris. No ha estat possible i, per tant, tal com recollia el **Diari de Balears**, es va convertir en la primera baixa de l'executiu del Pacte de Progrés.

ELS PROBLEMES HÍDRICS

Medi Ambient respectarà l'ús agrícola de l'aigua. Així de clara va ser la consellera de Medi Ambient, com es pot comprovar a la informació de **El Mundo**. La crisi hídrica causada per la sequera i pel fort creixement de la demanda han obligat a instal·lar dessaladores mòbils després de rebutjar la utilització dels recursos destinats a fora vila per a consum urbà. És, en qualsevol cas, un capítol més -inclosa la polèmica entre el Govern i el nou ministre de Medi Ambient- abans que la solució sigui definitiva.

El pla hidràulic continua a l'espera, així com el conveni que l'expresident Matas afirmà que ja s'havia pactat amb la seva antecessora al Ministeri de Medi Ambient. Mentrestant ha arribat un nou estiu i, de bell nou som davant una emergència, una situació d'alerta que demostra, un cop més, l'elevat grau de saturació que pateixen les Illes.

[illegible]

TOTHOM A PAGAR IMPOSTS

Última Hora resumia l'inici de la campanya de l'IRPF -ja finalitzada- amb aquest titular: "cada ciutadà de les Balears pagà el 1998 cinc-centes mil pessetes de mitjana en impostos". Així de clar. Una xifra

que, si li sumam la despesa en la Seguretat Social, arribà a les vuit-centes mil pessetes, una quantitat prou elevada i, sobretot, molt superior a les inversions que l'Estat realitza a les Illes.

Una xifra, en definitiva, que ha de ser tenguinada molt en compte a l'hora de negociar el nou sistema de finançament autonòmic. Aquest serà el gran repte al qual haurà de fer front l'executiu d'Antich respecte al Govern central d'Aznar, de manera que es podrà comprovar fins a quin punt té raó el Pacte Progrés quan discrepa sobre la possibilitat de transferir l'IVA turístic en lloc d'implantar l'ecotaxa.

De moment les Balears continuen incrementant el seu superàvit i aporten a l'Estat molt més, fins a dos-cents mil milions de pessetes anuals, del que reben.

[illegible]

ELS HABITATGES PELS NIGULS

Els habitatges són més cars que mai. La millor prova és aquesta dada publicada pel **Diario de Mallorca**, segons la qual el preu mitjà hauria pujat un 30% en només un any. Davant aquesta situació s'imposa una nova política d'habitatge que afavoreixi la rehabilitació de les cases antigues o la construcció d'habitatges socials. En

cas contrari la compra d'una casa serà un impossible per a la major part de la societat, sobretot per part dels joves.

El Govern ha aprovat una via de subvenció per a famílies amb ingressos inferiors als 4.850.000 pessetes.

Els turistes, qui són?, com són?

Per Maria Ferrer

En un moment en què el debat de l'ecotaxa ens du a parlar del turisme que volem per al nostre futur, bo és tornar un poc la vista enrere i veure com ha evolucionat un sector que representa el 84% de la nostra producció econòmica. Com, en deu anys, el nombre de visitants ha crescut prop d'un 60%, els doblers que ens han deixat s'han multiplicat quasi per tres i, com, paral·lelament, aquestes xifres han provocat en la població resident una sensació de

saturació i d'opressió abans inimaginable. Com és i com ha canviat el turista que tria Balears per passar les seves vacances? D'on arriba, què gasta i en què? Què pensa dels serveis que li oferim a les Illes? Les respostes dibuixen una realitat pròspera, encara que amb alguns interrogants. Lligat al que dèiem abans, veiem com els nostres visitants es queixen cada cop més de la massificació. És el peix que es mossega la cua.

Cala Mondragó.





L'any 1999 arribaren a Balears deu milions cincents mil turistes, que deixaren gairebé un bilió de pessetes a les Illes, un total de 917.000 milions. Fou un exercici que, des del punt de vista turístic, continuà les tendències iniciades en anys anteriors, sobretot, a partir del 1994: fort creixement quantitatiu del nombre de visitants i de la seva despesa, sobretot per l'apujada del cost del viatge i de l'allotjament, més que pels diners que gasta quan és a l'arxipèlag; primacia del mercat alemany, encara que el britànic es recupera; i lleugera caiguda del període d'estada, que ara és de devers deu dies. Són dades que han estat fetes públiques per la Conselleria de Turisme en aquests darrers mesos, però encara no s'ha presentat oficialment la tradicional enquesta de despesa turística de l'any passat, que sol ser una fidel radiografia del sector. Per tant, les dades oficials completes, més recents, corresponen a 1998.

Si haguéssim de definir, amb les xifres d'aquest exercici, el turista "tipus" que visita Balears diríem que és alemany o britànic, arriba en avió, preferentment els mesos d'estiu, i té entre trenta i quaranta-cinc anys. Treballa -no n'és responsable ni propietari- a una empresa del seu país d'origen, encara que també ve un percentatge significatiu de professionals liberals. Per allotjar-se, tria majoritàriament un hotel, millor si és de tres estrelles, on romandrà en règim de mitja pensió. Sol viatjar acompanyat d'una persona i ha fet la

seva reserva a través d'una agència minorista, que li ven tot el paquet turístic. La seva decisió de passar les vacances a Balears la va prendre entre una setmana i un mes abans d'agafar el vol.

QUASI UN BILIÓ DE PESSETES

Quant als doblers que li costarà la seva estada, gastarà una mitjana de 11.547 pessetes, en temporada alta; 10.962, en temporada mitjana; i, els mesos d'hivern, 9.805 pessetes. Aquesta xifra inclou tot el que paga el turista en el seu viatge. Hi hauria una part, si agafam la quantitat en temporada alta, que gastarà al seu país d'origen (7.018 pessetes) i la resta, a Balears (4.199 pessetes). A partir d'aquestes variables, i per calcular quina és la quantitat real que deixa el turisme a Balears, s'ha de tenir en compte que, dels doblers gastats al país d'origen, només una part arriba a les Illes. En aquest cas (any 1998, temporada alta), 3.789 pessetes. Són els doblers que els majoristes que organitzen el viatge paguen als hotels, a les empreses de transport o a les agències de viatge receptores a l'arxipèlag, mentre que ells, juntament amb les companyies aèries estrangeres, es quedarien amb la quantitat restant (7.018-3.789= 3.228 pessetes).

A partir d'aquesta "depuració" de xifres, s'obté la despesa turística total, que ha pujat, primer

més tímidament i, els darrers anys, de forma important, des dels inicis de la dècada dels noranta. Així, en el 1992, un any en què es patia especialment per aquest concepte, donada la recessió econòmica dels països europeus, fou de 387.168 milions de pessetes, gairebé un 2% més que l'any anterior. A partir de llavors, els percentatges es dispararen i, en el 93, la despesa ja era de 443.660 milions (+13%); el 1994, superava el mig bilió (584.448 milions, +21%). Els anys posteriors, l'augment continuà: 656.421 milions, l'any 1995; 690.146 milions, en el 96; 761.252 milions, el 97; 869.361 milions, en el 98, fins arribar als citats 917.000 milions de l'exercici passat.

LA DESPESA AL PAÍS D'ORIGEN

Si analitzam la despesa mitjana per persona i dia, l'evolució, lògicament, és semblant, i si l'any 92 aquesta xifra era de 7.676 pessetes, en el 98 apujà a 11.217 pessetes. La tendència ascendent, segons les dades de la conselleria, hauria continuat l'any passat. Per conceptes, veiem com l'augment ha estat percentualment superior a la part que el turista gasta al seu país d'origen que no el que ho farà a Balears. És a dir, que de l'increment de la despesa se'n beneficien més els majoristes i les companyies estrangeres, i, en segon lloc, els allotjaments, les empreses de transport i les agències minoristes de Balears, que no pas l'oferta

Les claus del futur

L'evolució del sector turístic en els darrers anys ha estat més que positiva, però ningú no garanteix que això sigui per a sempre. Les claus perquè Balears no siguin un model esgotat d'aquí uns anys, segons els experts, passen per centrar els esforços en l'atracció de visitants els mesos d'hivern -la qual cosa requereix donar un

valor afegit a l'oferta de sol i platja-, fer-se un lloc a les rutes de vacances del sector de la tercera edat i potenciar productes turístics alternatius. Alguns mercats, com quedà clar a les jornades que tengueren lloc a Palma el passat mes de març, demanen a més que se'ls presti més atenció per augmentar l'arribada dels seus turistes.

ALEMANYA CONTINUA APOSTANT PER BALEARS

Enguany, l'economia alemanya es recupera i s'espera que creixi un 2,5%, encara que, segons Francisco Piñares, director de l'Oficina Espanyola de Turisme a Berlín, el mercat de viatges d'aquest país es manté al marge de la situació econòmica, perquè la majoria de llars inclouen una partida destinada a vacances any rere any. Espanya és la destinació preferida pels alemanys i, en gairebé la meitat dels casos, l'elecció és Balears, que representen un 7% del total de viatges que es realitzen a l'estranger. El grau d'atracció, segons Piñares, es manté de cara al futur, amb perspectives molt optimistes, que inclouen la temporada mitjana i baixa, en què el nombre de visitants alemanys ha anat en augment. Encara així, cal no dormir-se i el director de l'Oficina demana que les Illes desenvolupin noves estratègies i diversifiquin els seus productes per continuar al seu lloc capdavanter. "Els tres objectius bàsics del nou eix de model turístic de Balears són la recuperació dels espais naturals, la remodelació integral de les zones turístiques i la segmentació de l'oferta per adequar-la a la demanda", afirma Francisco Piñares, que demana que es millorin aspectes com les senyalitzacions o la informació que es dona al turista i que es potenciï l'oferta esportiva i d'activitats com el senderisme.

GRAN BRETANYA, MILLORAR L'ACCESSIBILITAT

Manuel Butler, responsable de l'Oficina Espanyola de Turisme a Londres, destaca com un dels reptes de futur superar la marcada estacionalitat del comportament dels visitants britànics. Per aconseguir-ho, creu que és bàsic millorar l'accessibilitat. "Sense una accessibilitat bona cap al producte, per molt bo que sigui, aquest no es vendrà. Les companyies aèries de baix cost juntament amb els creuers en temporada mitjana són dues oportunitats per millorar-la", opina Butler. Les perspectives econòmiques a Gran Bretanya són bones, la qual cosa fa preveure que es mantindrà l'augment de la xifra de visitants. El responsable de l'Oficina a Londres insisteix en la necessitat de captar el segment de la tercera edat, que genera, dins la Unió Europea, enguany, més de 136

milions de viatges. Com l'estacionalitat és un factor lligat al "sol i platja", considera necessari que es comercialitzin altres productes com els anomenats 'citybreaks' -breus escapades els cap de setmana fora de l'estiu-, el turisme nàutic, el golf o els programes culturals.

MÉS CURA PER AL TURISTA FRANCÈS

El turista francès és molt particular, com explica Antonio De la Morena, director de l'Oficina de Turisme a París. "La seva tendència domèstica el dur a quedar a França, on no li falten varietat de productes ajustats a la seva butxaca. Quan pensa a viatjar a l'estranger li agraden destinacions on es parli la seva pròpia llengua, d'aquí la preferència per les antigues possessions franceses d'Ultramar, receptores de turisme francès d'hivern. En un 94,2% dels casos, organitza el viatge ell mateix", assenyala De la Morena com a exemples del seu comportament. En el cas de Balears, l'any passat vengueren 344.000 turistes del país veí, el quart mercat després d'Alemanya, Gran Bretanya i el nacional. És remarcable la importància del turisme nàutic. Per millorar aquestes xifres, el responsable de l'Oficina creu que s'ha de tenir més cura d'aquest mercat. Hi ha d'haver, diu, més material de promoció i, a més, capacitat d'allotjament, limitada per les reserves dels majoristes alemanys i britànics. Un altre problema expressat per De la Morena és la manca de vols directes entre França i les Illes, que sí que hi són amb destinacions com Tunísia o el Marroc.

L'OPORTUNITAT DEL MERCAT NÒRDIC

L'any passat, vengueren a Balears procedents de Dinamarca, Finlàndia, Noruega i Suècia 488.000 turistes. Són països que, segons Octavio González, director de l'Oficina Espanyola de Turisme a Oslo, mostren unes previsions econòmiques molt optimistes, amb una tendència clarament expansiva del mercat de viatges. La seva distribució de vacances al llarg de tot l'any els fan, a més, especialment atractius per l'objectiu de desestacionalització. Balears, i sobretot Mallorca, és present a tots els catàlegs de viatges. "Pel que fa a la imatge, Balears és una destinació consolidada, que 'es ven bé' i que, a més, és una de les més antigues del mercat. És prou coneguda pel públic, té molt a oferir i és el lloc que més fidelitat genera. Segons opinions dels operadors, especialment d'aquells amb major

quota de venda, Balears és una destinació mòdica per la seva capacitat de renovació, per la qualitat i perquè ha permès introduir i experimentar novetats en el mercat", assenyala Octavio González. De cara al futur, recomana orientar l'oferta cap al turisme familiar i les activitats esportives, com el golf.

L'ITALIÀ I EL TURISME DE CIUTAT

Segons Guillermo Puerto, director de l'Oficina Espanyola de Turisme a la capital italiana, les preferències de futur dels ciutadans d'aquest país mostren un estancament del producte de sol i platja i un creixement del turisme de ciutat, que, en el cas d'Espanya, s'orienta sobretot cap a Barcelona i Madrid, per la facilitat d'arribar-hi en cotxe. L'any passat, arribaren a l'arxipèlag 270.000 visitants italians, principalment en l'estiu. "Un dels majors obstacles per al creixement del turisme de sol i platja -manifesta Guillermo Puerto- és la dificultat d'aconseguir contractes d'ocupació, a causa de la baixa capacitat financera de la majoria dels majoristes i agències italianes, molts d'ells en permanent risc. Hom preveu que de cada vegada serà més difícil la contractació a Balears per la impossibilitat de competència amb els majoristes britànics, alemanys i escandinaus". Destaca, a més, com creix la competència, per a les Illes, del Carib. Per potenciar el turisme de ciutat, el responsable de l'Oficina mostra com a obstacle la no-existència de vols directes entre Itàlia i els tres aeroports de l'arxipèlag. Considera que seria positiu captar visitants amb l'ofertament de festes locals i folklòriques.

DESCONEIXENÇA GENERALITZADA A PORTUGAL

El turisme portuguès cap a Espanya augmentarà un 10% en els propers tres anys, segons les previsions de Jaime Axel, responsable de l'Oficina Espanyola de Turisme a Lisboa. L'any passat, arribaren gairebé 1.500.000 visitants d'aquest país, dels quals només 65.000 anaren a Balears. Les Illes, segons Axel, són unes grans desconegudes a Portugal, encara que són als catàlegs de les agències i presenten preus competitius. Un problema afegit és la dificultat de les connexions aèries. De cara al futur, recomana augmentar la promoció de les Illes al país, amb l'edició de fullets en aquest idioma.



Cala Marçal.

complementària, on el visitant gasta el seus doblers "de butxaca". Un bon exemple d'aquest comportament el trobam l'any 1994, en què la despesa per turista (8.916 pessetes), respecte a l'exercici anterior, cresqué un 10%, però si la dividim entre el que es gasta al país d'origen (una part, com hem dit, va a Balears) i entre el que es gasta directament a l'arxipèlag, veiem com la primera quantitat creix un 16,8% i la segona, queda pràcticament igual (+0,9%). Amb les dades de 1998, dels doblers que el visitant gasta diàriament a les Illes (4.199 pessetes), una petita part (878 ptes.) queda a l'establiment on s'allotja i la resta es divideix entre els següents conceptes: "diversions" (547 ptes.), "menjars i begudes" (1.349 ptes.), "excursions i lloguer de vehicles" (455 ptes.) i "altres despeses" (940 ptes.).

BRITÀNICS I, SOBRETOT, ALEMANYS

Han gastat més i n'han vengut més. El nombre de visitants arribats a Balears per avió i vaixell ha passat dels 6.600.000 de l'any 1991 als 10.500.000 del 1999. Ha estat la dècada de la consolidació de les Illes, sobretot de Mallorca, com a destinació dels alemanys, que, segons dades dels tres aeroports de l'any passat, representaven el 42% dels passatgers internacionals. Gran Bretanya fou el país emissor de turistes per excel·lència durant els anys vuitanta, en què superava en més d'un milió el nombre de turistes procedents d'Alemanya (any 1987, als tres aeroports, 2.827.000 passatgers de Gran Bretanya per 1.674.000 d'Alemanya). Però començà una tendència regressiva, derivada de la crisi econòmica generalitzada, que es produïa de forma paral·lela

a l'augment dels visitants teutons, que han fet notar la seva presència no només com a turistes, sinó també com a residents a les Illes. Encara així, cal dir que els britànics han recuperat posicions a partir de l'any 1997 i ara sumen 3.318.000 de passatgers als aeroports illencs.

Precisament, aquestes dues nacionalitats preponderants a Balears, no es caracteritzen per ser, segons les estadístiques, les que més gasten. Un alemany paga una mitjana de 10.824 pessetes per dia (dades de 1998, en temporada alta) en la seva estada a l'arxipèlag, mentre que per a un britànic, aquesta xifra apuja a les 11.688 pesse-

tes. Els turistes que més convenen, des d'aquest punt de vista, són els nòrdics: els noruecs gasten una mitjana de 14.764 pessetes per dia, els danesos, 14.019 pessetes i els suecs 12.930 pessetes.

Respecte al turisme nacional, l'any passat quasi arribaren al milió de visitants. No ha estat un mercat que hagi seguit el ritme creixent de la resta aquests darrers anys. Els majoristes espanyols es queixen, en aquest sentit, que no els deixen places, sobretot en temporada alta, perquè estan reservades per als estrangers.

DEU DIES DE MITJANA

Les estades dels turistes són d'una mitjana de 10,56 dies (1999), una xifra en lleuger descens en els darrers anys: 10,71 (1997), 10,64 (1998). Per nacionalitats, els nacionals són els que passen menys vespres en les seves vacances a Balears (una mitjana de 7,51 dies d'estada, segons dades del 99), mentre que els alemanys i els britànics se situen prop de la mitjana, una mica més elevada en el cas dels primers.

Una informació important que s'obté a partir de les enquestes que es realitzen anualment per conèixer la despesa turística és el nivell de satisfacció i les qüestions que els visitants creuen que s'han de millorar de les Illes com a destinació turística. El nivell de satisfacció, durant la temporada alta de 1998, va ser del 83,9% -resultat de la suma d'un 41,7% de "molt bona" i del 42,2% de "bona"-, quedà un 16,1% menys satisfet. Per altra banda, la mitjana de queixes i suggeriments d'aspectes a millorar, en aquest mateix període, és d'un 17,3%.

El 98 fou un any en què va baixar el percentatge dels que se n'anaven amb una mala impressió del seu viatge, ja que l'exercici anterior la xifra apujava fins al 18,6%, mentre que el 96 havia estat del 14,9%. Encara més enfora en el temps, l'any 1989, segons les enquestes, la quantitat de

Sóller.



turistes que no quedava satisfet de les seves vacances a Balears arribava fins al 28,1%. En aquest període, el nivell de queixes també ha millorat notablement i s'ha estabilitzat al voltant del 17%. Cal dir que, fa onze anys, se situava en un 30,4% dels visitants enquestats.

EXCÉS DE TURISME I CONSTRUCCIÓ

Respecte de les qüestions que els turistes consideren que han de millorar, el primer lloc del rànquing, de forma significativa, ja que fou un any rècord d'afluència turística, l'ocupà per primera vegada, l'any 98, "l'excés de turisme i construcció", en un percentatge d'un 23%. Aquest augment de la percepció negativa de la saturació estiuenca es refereix més a la faceta "d'excés de gent" (10,7%), que a "excés de construcció"

cient tractament dels fons de l'activitat turística a les zones d'ús públic (plàstics, envasos de begudes, etc) sinó més aviat a causa d'un empitjorament de la neteja dels llocs (8,2%) i de les platges (6,5%), tal i com recull l'informe de despesa turística que elabora la Universitat per encàrrec del Govern.

JA NO TAN CAR

El que sempre havia estat el primer motiu històric de queixes per part dels turistes, el fet que la seva estada era "massa cara" retrocedeix en el llistat. Ha passat de representar un terç de les lamentacions dels visitants (33,5%) el 1992 a un quart (24,9%) el 96 i tan sols un octau (13,7%) el 1998. La causa històrica de la millora va ser la depreciació continuada de la pesseta des del final del 1992 al 1994. Les queixes, part de les quals

mentació a la qual són molt sensibles els turistes espanyols, que creuen que reben pitjor tracte que els estrangers. A l'altre extrem se situen els alemanys, que són la nacionalitat que menys planteja aquest problema. En setè lloc, l'enquesta mostra les queixes per l'allotjament, que si el 1989 representaven el 14,2% ara suposen el 6,9%. Encara així, en relació al 96 (6,1%) hi ha hagut un augment, que és interpretat com un cert rebuig a la fórmula del "tot inclòs".

Per ordre d'importància, la resta d'aspectes esmentats pels turistes de forma negativa de l'arxipèlag són: necessitat de millorar el transport públic (4,7%) manca de professionalitat i cordialitat en els serveis fora de l'hotel (3%); problemes a l'aeroport, com poden ser pèrdua d'equipatge o retards (2,9%); en darrer lloc figura la seguretat ciutadana, de la qual només es queixa un 1,2% dels enquestats.

EL MEDI AMBIENT

Si analitzam les queixes per nacionalitats, veiem com els alemanys mostren una major sensibilitat per les qüestions mediambientals, l'entorn social i eis preus. Els britànics, en primer lloc, també es preocupen pels temes ecològics i mostren, en relació a altres anys, un menor grau d'insatisfacció quant al preu que han pagat per la seva estada. Els espanyols, per la seva banda, coincideixen amb els dos primers quant a la sensibilitat per l'entorn mediambiental.

Quant a la intenció dels visitants de les Illes de repetir la seva estada, és alta, d'un 80,7% en el cas dels turistes que vénen en temporada alta. Totes les nacionalitats mostren percentatges superiors al 65%, i destaquen, per estar per damunt de la mitjana, britànics, noruecs, suecs, espanyols i italians. Per zones, els turistes que expressen amb



Turisme nàutic.

(9,8%), mentre que, en tercer lloc, es refereix al medi ambient, en temes com l'excés de plàstics o els atemptats paisatgístics (2,8%). En exercicis anteriors, aquesta variable de sensació de saturació per part dels mateixos turistes havia estat sempre, a les enquestes, en un lloc menys important i mai no se situà al capdavant. Per exemple, l'any 90, només hi havia un 6,1% dels visitants que expressaven aquesta preocupació, xifra que va anar apujant fins al 18,8% del 96, el 20,5% del 1997 i el definitiu 23% del 98.

Un segon bloc de turistes, per ordre d'importància, amb un percentatge d'un 14,7%, creu que les Illes són un lloc "massa brut". És una queixa que creix tres punts l'any 98 respecte del 97, i això no tant a causa de la percepció d'un defi-

se centren a l'aeroport, continuen fixades en els preus abusius de begudes refrescants i d'aigua mineral, així com de les discoteques.

En quart lloc hi hauria "l'excés de renous" (10,2%), que mostra un empitjorament des del 1989, en què aquest apartat causava problemes només al 6,2% dels turistes. Les queixes es refereixen al nivell de renou nocturn i s'esmenten especialment els produïts per motors i músiques a l'aire lliure.

En cinquè lloc trobam la "manca de tipisme" (9,6%), percebuda en aspectes com l'arquitectònic o el gastronòmic, que ha multiplicat per tres la seva importància percentual des del 89. Li segueix el "sentiment de discriminació", que diuen patir un 7,8% dels visitants. Aquesta és una la-

uns índexs més als la seva intenció de tornar són els allotjats a Pollença, a la Badia d'Alcúdia i a Menorca, mentre que el percentatge més gran de turistes que no pensen repetir estada s'allotja a la Platja de Palma i a la Costa de Ponent.

Un altre indicador interessant és el que mostra si els visitants voldrien comprar una segona residència a Balears els propers anys. No és una sorpresa que siguin els alemanys els que són al capdavant d'aquest llistat, en el cas dels estrangers, ja que una cinquena part de les persones procedents d'aquest país contesta afirmativament a la pregunta. En el cas dels anglesos, el percentatge és del 15,5%. Un 21,8% dels espanyols tendria també aquesta voluntat.

El país turístic

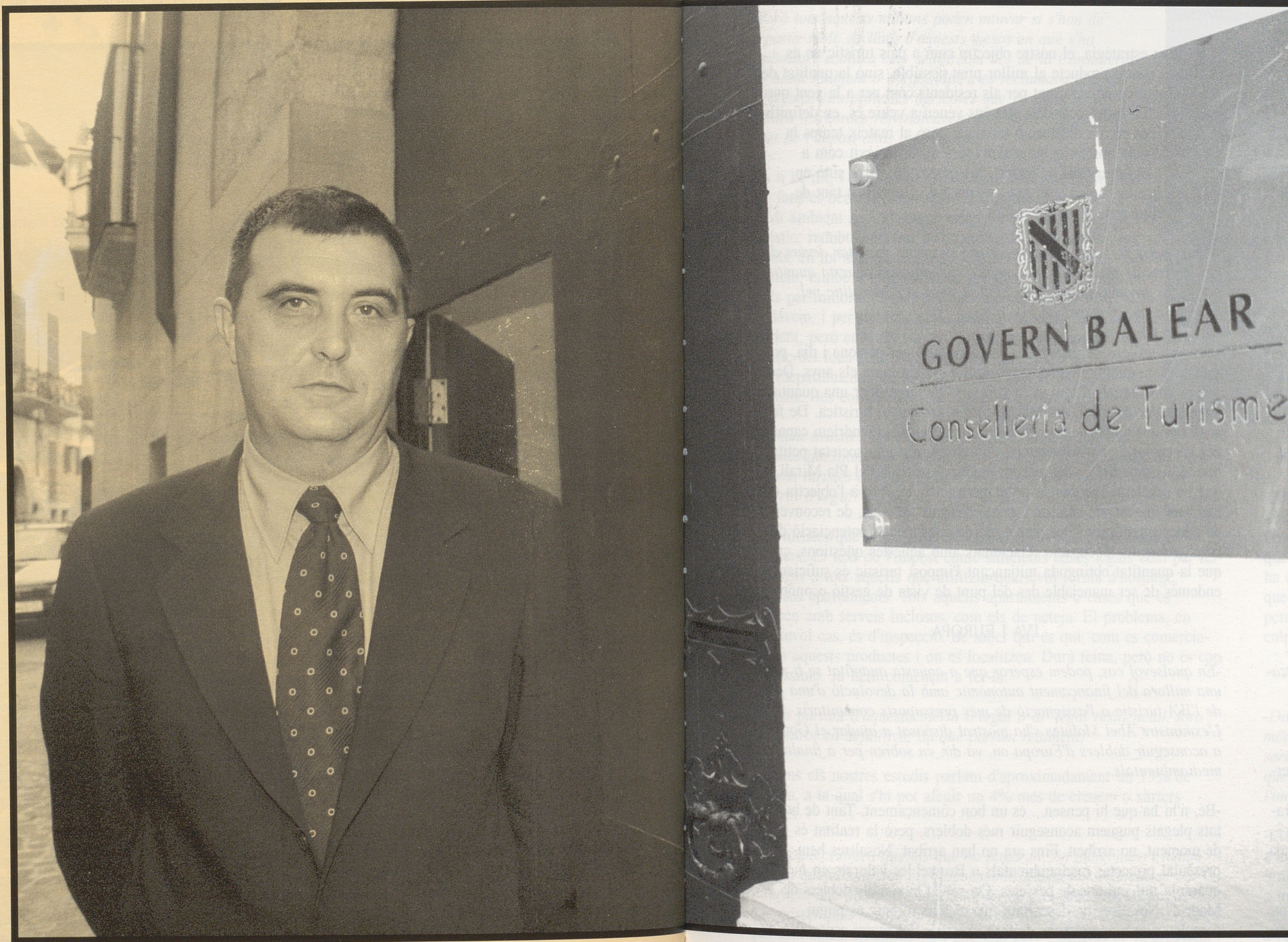
Entrevista a Celestí Alomar

per Sebastià Verd

El conseller de Turisme ens va citar pocs dies després de fer conèixer l'impost turístic que el Govern ha traslladat al Parlament, a l'endemà que la Federació Hotelera decidís posar-se en peu de guerra contra un projecte de llei que pensen que és injust, i dos dies després que el seu col·lega d'Agricultura, Joan Mayol, presentàs la dimissió a causa de la solitud en què es va trobar després que la patronal que reuneix els grans propietaris de possessions també li hagués declarat la guerra. Indiscutiblement, són temps difícil per al Pacte de Progrés, per a un govern progressista que just acaba de complir un any des que aterrà al Consolat de la Mar, un any que, segons es miri, sembla una eternitat, una eternitat de patiment, o un no res, un "no-res" a causa de l'escàs temps que han tengut per poder marcar el seu territori a un espai que sempre ha estat en mans conservadores.

Hi ha moltes coses a canviar a la societat balear, però la dinàmica econòmica ho impedeix. Limitar el creixement suposa posar traves a aquest dinamisme, és a dir, que posa la mà a la butxaca dels interessos.

Però creuar-se de mans significaria un suïcidi. Per això els mentiders polítics parlen de crisi, de dubtes, de canvis més o manco immediats i, fins i tot, de mocions de censura. De moment, però, el Govern apuntala els cruïls i posa bona cara al mal temps. Passat el primer any, creuen, les coses milloraran progressivament. "Això és el que passarà amb l'impost turístic -ens diu d'entrada Celestí Alomar- serà difícil que els hotelers l'admetin- però un cop aprovat s'adonaran de les seves virtuts i hi col·laboraran".



-El sector s'hi oposa i el conseller dimiteix. Aquesta és una realitat recent. Ja ha passat en aquest govern. Per tant, m'agradaria saber què pot passar a la Conselleria de Turisme, ja que el conseller, vostè, també ha vist com el sector el desqualificava. No vol parlar ni amb vostè ni amb el Govern.

-El sector s'oposa, però el conseller no dimiteix. El conseller és conscient que a través de l'ecotaxa du a terme un dels objectius més importants d'aquest govern i, per tant, actua en funció d'uns interessos generals que són per damunt dels interessos concrets d'un sector o, més ben dit, d'una part d'aquest sector, perquè per molt importants que siguin els hotelers, el sector turístic és alguna cosa més. El meu interès és l'interès de l'executiu, és l'interès general i, també ho és mantenir bones relacions amb el sector, sempre que això sigui possible. De vegades un polític es veu obligat a prendre decisions que sap que seran difícils d'acceptar, però si està convençut que són decisions positives per al conjunt de la societat, llavors, sens dubte,

ho fa amb més força. És el que passa en aquest cas, en el qual ens sabem amb el suport majoritari de la població, tal com ens diu una enquesta que vàrem encarregar i que ens reflecteix que dos de cada tres ciutadans de les Illes veu amb bons ulls l'aplicació de l'ecotaxa... I, endemés, també estic convençut que a la llarga els mateixos hotelers ho entendran així.

-En qualsevol cas, encara que sabem que la major part de la societat hi està d'acord, li donam una nova oportunitat perquè defensi la conveniència de l'ecotaxa.

-Miri, l'ecotaxa, a pesar d'haver-se popularitzat amb aquest nom, no és una taxa sinó un impost turístic que pagaran totes aquelles persones que pernoctin a qualche establiment d'allotjament de les nostres illes. La seva aplicació és fruit d'una reflexió que vàrem fer els firmants del Pacte de Progrés sobre el futur de la que, sens dubte, és la nostra principal activitat econòmica. Vàrem tenir en compte que el nostre és un producte turístic adult, que va sorgir en uns moments que no hi havia la mateixa sensibilitat mediambiental que ara i que, amb el pas del temps, s'ha adaptat, però no suficientment per fer front a la competència que ens ve a sobre. M'explic: en els darrers anys les Balears s'han beneficiat dels conflictes bèl·lics i fins i tot de catàstrofes naturals que han afectat la Mediterrània Oriental, països com els de l'antiga Iugoslàvia, Egipte, Turquia... també Grècia... Les Balears oferien bon preu i una garantia d'estabilitat, la qual cosa va disparar la demanda i, a pesar de les limitacions que ja varen ser imposades pels anteriors governs, també va empènyer un increment de l'oferta. Però aquesta situació ha canviat. Tots aquests països, Turquia, Croàcia..., endemés de Tunísia, són destinacions que tenen un gran futur, al qual, per cert, i això és bo, hi col·laboren els nostres empresaris amb el trasllat de bona part de les seves inversions a aquests indrets. El fet, però, és que seran destinacions més competitives que la nostra pel que fa a preu, la qual cosa ens obliga a nosaltres a marcar la diferència, a distingir-nos per la qualitat, no la qualitat dels hotels, ja que els d'allà poden ser tan bons o millors que els balears, entre d'altres coses perquè són més nous, sinó per la qualitat de l'entorn. I en aquest context, com podem fer que les

Celestí Alomar va néixer el desembre del 1949. Llicenciat en Geografia i Història, pertany al Cos Superior d'Administradors Civils de l'Estat. Activista antifranquista durant la seva etapa estudiantil, va ser un dels fundadors del PSI, partit del que sorgí l'actual PSM. Va ser posteriorment director d'Informació de la Presidència de l'Administració central amb la UCD, director d'Informació de l'ambaixada espanyola a Mèxic i director de Comunicació i Informació de RTVE.

Ja constituïda l'autonomia a les Illes Balears, va ser director gerent d'IBATUR i director general d'Ordenació del Turisme del Govern, quan Jaume Cladera era conseller de Turisme i el PP governava des del Consolat de la Mar. Cessat en aquest càrrec, passà un breu període a l'empresa privada per ser nomenat, amb el PSOE, director general d'Estratègia Turística del Govern central.

Des de juliol del 1999 és conseller de Turisme del Govern de les Illes Balears amb el Pacte de Progrés. És casat i té quatre fills.

nostres empreses continuïn sent competitives? Doncs, si potenciam segments de mercat complementaris, com el senderisme, el turisme de congressos, de salut, l'oferta cultural... i per això cal posar en valor una sèrie de qüestions que fins ara havíem descuidat. La primera de les quals són els espais naturals. Certament els havíem protegit a través d'una llei importantíssima, com és la LEN, però en canvi no els hem gestionat, és a dir, no els hem posat en valor...

UN IMPOST FINALISTA

-I per això feia falta l'impost turístic.

-Jo diria que era inevitable. Si volem parcs naturals els hem de gestionar, i això val doblers, molts de doblers. Però no només són els espais naturals que cal potenciar, sinó que també hem de rehabilitar les zones turístiques, esbucar edificis si fa falta, crear zones verdes, construir infraestructures esportives, instal·lar xarxes d'aigües depurades per regar. I per altra banda també fa falta posar en valor aquells béns patrimonials que moltes vegades hem mantengut al marge, i hem desaprofitat com a oferta turística: edificis històrics, museus, possessions. Hem de revalorar també la nostra artesanía, el nostre espai rural...I això és el que nosaltres entenem que s'ha de fer per ser competitius en el mercat en un futur prou immediat, d'aquí cinc o sis anys. Hem de crear les condicions perquè els nostres empresaris estiguin en condicions d'abandonar, si és necessari, aquella gamma de producte més barat per reconvertir el seu producte en un de major qualitat i de major valor afegit. D'aquí sorgí la idea de crear un fons turístic que es va aprovar amb la Llei d'acompanyament dels pressuposts, el desembre passat. I a la vegada per omplir aquest fons es pensà en la possibilitat d'un impost turístic, però sense descartar altres aportacions, ja sigui a través de finançament estatal, recuperació de l'IVA turístic, com ha proposat UM, o aprofitament de fons europeus.

-D'aquest impost se n'ha parlat molt des que es va anunciar fins que, finalment, s'ha aprovat inicialment per ser debatut, pròximament, al Parlament. S'ha dit que és mediambiental, però no ha quedat del tot clar.

-L'impost, com el fons, és finalista. És un impost dirigit clarament a qüestions mediambientals, però també és turístic. És una conjunció de les dues coses. No es pot destinar a altres qüestions diferents de les que, fonamentalment, he esmentat. Nosaltres entenem que aquesta és una forma nova de pensar en el turisme, de pujar un nou escaló a la nostra ja llarga història turística.

ELS HOTELERS, EN CONTRA

-Sembla que no tothom ho ha entès així. Els hotelers s'hi oposen radicalment. Diuen que aniran als tribunals si no els queda més remei i, per contra, no podem afirmar que els hotelers vagin en contra de la qualitat, si més no de portes endins dels seus establiments. La prova són els milers de milions invertits en la modernització hotelera. Com interpreta aquesta aparent contradicció?

-Aquesta aparent contradicció, com vostè mateix ha dit, només s'explica per una tradicional reticència a les coses noves. Així de clar. Una reticència com la que hi va haver davant la Llei de modernització hotelera que tan bé els anà després i la prova és que cap hotelier no dirà que les inversions fetes s'han tudent, ans tot el contrari: modernitzar els hotels els ha servit per poder apujar preus i per garantir-se una millor clientela. Una reticència similar, d'altra banda, a la que hi va haver als decrets de Jaume Cladera. És molt difícil introduir novetats i, a més a més, en aquest país sempre fan més renou, s'imposen més, aquells que s'oposen que no aquells altres que volen innovar. Li vull dir amb això que, malgrat la presa de postura

de les federacions hoteleres o dels foment de turisme, jo estic convençut que l'opinió majoritària del sector no és tan radicalment en contra, sinó que, com a mínim, és molt més reflexiva. Més encara, jo esper que una vegada que el projecte sigui al Parlament, aquesta oposició radical desapareixerà i donarà pas a actituds més serenes i, en definitiva, al diàleg. No oblidem que aquesta actuació del Govern s'emmarca, en definitiva, dins d'una concepció global de país turístic. Mai no farem res que vagi en contra d'aquesta concepció, sinó que tractarem de polir-la tant com puguem i sigui necessari. En aquest sentit, perquè ens empeny una idea de país, estic convençut que a la llarga molts dels que ara s'han mostrat contraris acabaran per donar-nos la raó, com ja ha passat altres vegades amb governs diferents. Els hotelers que avui se senten orgullosos de la modernització dels seus hotels, demà se sentiran igualment orgullosos dels espais naturals que envoltaran les zones turístiques, és a dir, els seus hotels.

-Perdoni que en aquest cas sigui jo el reticent. Vostè parla d'un país turístic, què vol dir amb això?, quin és l'objectiu al qual volen arribar?

-La nostra estratègia, el nostre objectiu com a país turístic no és vendre el nostre producte al millor preu possible, sinó la qualitat de vida, la qualitat de vida tant per als residents com per a la gent que ens visita. La satisfacció dels que ens vénen a veure és, en definitiva, el nostre èxit com a destinació turística, però al mateix temps la satisfacció dels nostres conciutadans serà el nostre èxit com a societat. L'objectiu final és aquest. No pensar en xifres sinó en qualitat, que és l'única cosa que ens pot fer competitius tant de portes endins com de portes a fora.

-Sigui com sigui, amb l'impost turístic s'esperen recaptar devers deu mil milions de pessetes, més o manco. És suficient aquesta quantitat per fer la reconversió turística? Val la pena el cost polític pel rendiment que s'obtindrà?

-Deu mil milions de pessetes, a raó d'un euro per persona i dia, pot semblar una quantitat petita, però no ho és si sumam els anys. Deu mil milions anuals d'aquí sis o vuit anys pot significar una quantitat suficient per capgirar les Balears com a destinació turística. De fet, si l'Estat ens donàs de cop vuitanta mil milions no tendríem capacitat per gastar-los en un sol exercici. Nosaltres som una societat petita, que té els seus límits. No podem repetir l'esquema del Pla Mirall, que ha accelerat l'economia de manera artificial. Per a l'objectiu que ens hem marcat, de compra i gestió d'espais naturals, de reconversió de zones turístiques i, tot plegat, de descobriment i potenciació de nous jaciments d'ocupació relacionats amb aquestes qüestions, creim que la quantitat obtinguda mitjançant l'impost turístic és suficient, endemés de ser manejable des del punt de vista de gestió econòmica.

IVA I EUROPA

-En qualsevol cas, podem esperar que a aquesta quantitat se li sumi una millora del finançament autonòmic amb la devolució d'una part de l'IVA turístic o l'assignació de més pressuposts comunitaris. L'exministre Abel Matutes s'ha mostrat disposat a ajudar el Govern a aconseguir doblers d'Europa on, va dir, en sobren per a finalitats mediambientals.

-Bé, n'hi ha que hi pensen... és un bon començament. Tant de bo que tots plegats puguem aconseguir més doblers, però la realitat és que, de moment, no arriben. Fins ara no han arribat. Nosaltres hem presentat projectes mediambientals a Brussel·les valorats en més de quaranta mil milions de pessetes. On són? On són els doblers de Madrid? Nosaltres no descartam que el fons turístic es pugui completar amb aportacions de fora, a través del règim especial o de

la comissió de turisme a Brussel·les, i no tenguí cap dubte que hi farem feina, tots sols o acompanyats de tots els que hi vulguin col·laborar, però l'experiència ens diu que no en podem confiar gaire. Allò que volem ho hem d'aconseguir nosaltres mateixos. Els recursos de l'impost turístic seran nostres i els podrem destinar a la finalitat elegida sense més problemes. En canvi, quan demanem doblers a Brussel·les, i no en parlem de Madrid, sempre se'ns té en compte la part bona de la fotografia, aquella que ens mostra com una regió rica. Ho som, relativament rica si vol, més que altres, però a costa de molts de desequilibris, de moltes deficiències, de molts de perills. Per això tant a Europa com a l'Estat espanyol els hem de convèncer que la nostra fotografia també té un negatiu i això és una feina llarga i difícil de fer entendre. I, sincerament, no podem esperar tant. Hem d'actuar sobre allò en què som sobirans. I som sobirans, per exemple, per posar un impost.

-Però tots aquests milions poden minvar si s'han de repartir molt. Al llarg d'aquests mesos en què s'ha embastat l'ecotaxa hem sentit com des de la Conselleria de Medi Ambient o d'Agricultura es reclamava una part dels fons. Les protestes agrícoles que posaren Mayol contra les cordes reivindicaven, precisament, que una part de l'impost anàs a fora vila.

-Ja li he dit, i no em sap greu d'insistir-hi, que la finalitat del fons és ben explícita. Mai no hem dit altra cosa. El medi ambient serà el sector més beneficiat per l'impost turístic, indubtablement. I l'organització dels espais rurals, en tot allò que no sigui una activitat agrícola estricta, també. Perquè aquests són dos aspectes essencials per millorar el país, aquest país turístic del qual parlàvem, i per millorar-ne la qualitat de vida. Això és evident, però endemés, li vull recordar que el control polític del fons serà en mans d'una comissió interdepartamental de la qual formen part, a més de Turisme, les conselleries que vostè ha esmentat.

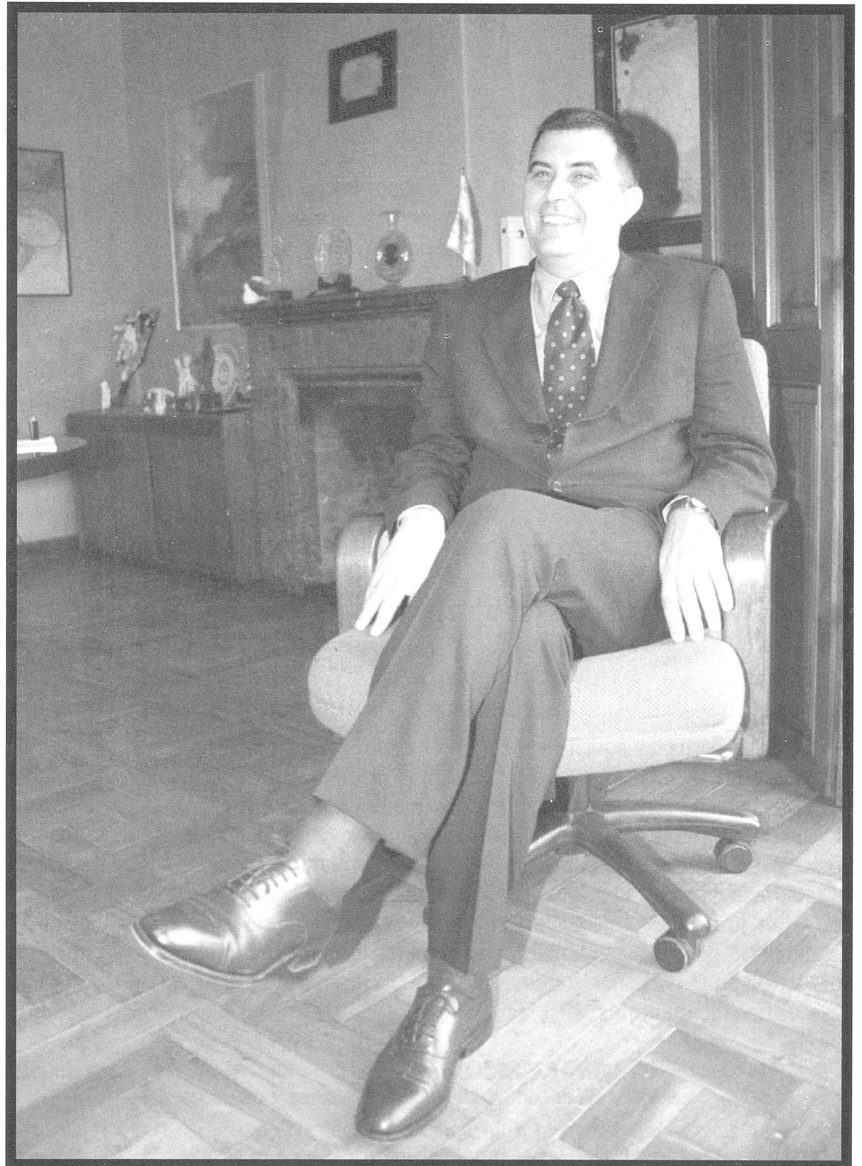
-Lament insistir tant en l'impost, però... encara queden algunes qüestions per aclarir, com per exemple: què passa amb tots aquells turistes que no el pagaran?, què passa, en definitiva, amb l'oferta il·legal?

-Els turistes que no pagaran són molts menys dels que diuen els hotelers. El text de l'impost conté suficients bases legals com per fer-lo pagar a tots aquells que utilitzin qualsevol forma d'hostatge, inclosos apartaments. Tots aquells apartaments o cases que es lloguen amb serveis inclosos, com els de neteja. El problema, en qualsevol cas, és d'inspecció, de saber qui és qui, com es comercialitzen aquests productes i on es localitzen. Durà feina, però no és cap impossible. Ja hem començat a fer-la.

-Quan parlem d'aquesta oferta il·legal o al·legal residencial, fora de control en definitiva, de què parlem realment?

-Segons els nostres estudis parlem d'aproximadament un 15% de l'oferta, a la qual s'hi pot afegir un 4% més de creuers o xàters nàutics.

-Els hotelers diuen que els que no pagaran són molts més, i també pensen que ells no són els responsables d'aquesta sensació de saturació que patim els estius, que hi ha prop del 40% de turistes que passen pels aeroports, però que no van a cap hotel. El fet real és que s'ha construït moltíssim i que una part essencial de la propietat



immobiliària de les Illes és en mans estrangeres. No serà cert que estam culpant els hotelers?

-De cap manera, podem discrepar en xifres o en l'oportunitat de l'impost, però a l'hotelero no se'l responsabilitza de res. Al contrari, el que diem és que formen el sector econòmic capdavanter, aquell que ha estirat la societat cap endavant i, per això mateix, perquè són els que estan més preparats, els demanem la seva solidaritat, l'ajuda perquè facin de cobradors, com també ho fan amb l'IVA. No se'ls culpa de res.

GLOBALITZACIÓ TURÍSTICA

-Diuen també que l'impost llevarà competitivitat a les Illes, en un món tan globalitzat com és el turístic. Precisament ho diuen empresaris, les grans cadenes, que són presents a molts d'altres indrets que, d'alguna manera, competeixen amb les Balears. Ja al marge de l'impost, com veu vostè aquest procés de globalització?

-El veig molt positiu. El fet que les nostres empreses siguin presents a aliances internacionals i a altres destinacions fa que puguin ser més fortes i això, sens dubte, dona força al conjunt del sector i, a més a més, obre noves oportunitats de negoci per a indústries d'equipament o de l'oferta complementària. Comptar amb una forta presència a l'exterior ens permet, almenys, que els nostres joves no només

pensin a incorporar-se al sector serveis de les Illes, sinó que puguin plantejar-se altres alternatives, tècniques, directives, també de serveis, per donar suport logístic a les cadenes. Aquest és un dels reptes de la nostra societat: passar d'ocupar un rànquing d'universitaris que és per davall de la mitjana espanyola a ser capdavantera. Una economia forta, amb presència internacional i diversificada és la base per garantir-nos un millor futur. Si més no, l'expansió de les nostres empreses s'ha de fonamentar en gent ben formada. Això és molt important. Amb una forta presència exterior creix el prestigi de les Illes Balears, la qual cosa resulta beneficiosa per al conjunt de la societat.

-Aquests empresaris que han sortit a fora, que tenen noms propis i que han construït autèntics imperis turístics donen prestigi internacional a les Balears i, com vostè ha dit, obren noves possibilitats de negoci o de desenvolupament professional a tècnics de les Illes, però: quin és el seu paper dins de la societat balear, quin comportament tenen de portes endins?

-Miri, jo pens que aquests noms propis, i tots els hotelers en general, haurien de tenir un paper més actiu a la nostra societat. Haurien d'assumir el paper d'un empresariat adult que se sent compromès amb la societat i que impulsa processos socials, tant de formació com de participació. Haurien de reforçar el paper de determinades institucions, culturals, professionals, també polítiques, per donar-los la força que permetés aquell avanç social que les condicions econòmiques de les Illes permeten... Miri, d'alguna manera, quan hem plantejat l'impost turístic ho hem fet com una manera de reivindicar el paper actiu del turisme a la societat balear. Desgraciadament, la nostra és una societat desestructurada. Una desestructuració que ara és molt evident i que només es pot superar mitjançant la generositat del sector turístic respecte de la resta de la societat. Aquesta és l'assignatura pendent dels hotelers i del conjunt d'empresaris d'aquest país: aconseguir un major compromís social encara que sigui a costa de sacrificis conjunturals.

PER UN PAÍS COHESIONAT

-D'això parlava quan es referia a un país turístic?

-Efectivament. Un país turístic necessita un país cohesionat. El Govern està obligat a fer polítiques d'educació, d'habitatges socials, d'infraestructures. Està obligat a crear espais de comunicació entre els ciutadans, però és als ciutadans als quals correspon donar passes per crear els fonaments socials que duguin, per exemple, a formar una cultura turística, amb la qual tothom se senti implicat i a constituir unes institucions capaces de respondre als reptes d'una societat pròspera i adulta, unes institucions pròpies d'un país desenvolupat que mostrin a la societat el camí que ha de seguir.

-En una primera fase del turisme els visitants s'aïllaven, gairebé no sortien de les zones turístiques o no anaven més enllà de les excursions i visites més clàssiques. Per tant, passaven desapercebuts. Ara, en canvi, els trobam per tot arreu. Alguns fins i tot han arribat a establir-se a les Illes i vénen cada cap de setmana. Segurament és per això que tenim aquesta sensació de saturació. Sensació o patiment, perquè les carreteres són plenes, les cases són més cares... El turisme provoca reaccions negatives.

-Potser sí, potser perquè en els mesos punta el nombre de visitants sigui per sobre de la capacitat desitjada i això crea una certa crispació, però aquesta realitat no ens pot dur a un rebuig del turisme sinó, tot el contrari, ens obliga a avançar més en la normalització de les relacions entre el turisme, els turistes i la resta de la societat. Normalitzar-la, per exemple, en espais comuns. El que ens fa falta és que el pensament que gira entorn de l'activitat turística no es limiti a

l'òrbita dels doblers, és a dir del negoci, sinó del país, o sigui de la disponibilitat de poder gaudir d'espais, d'infraestructures, de serveis en definitiva, que permetin una millor qualitat de vida tant als residents com als visitants. Nosaltres quan parlem de la necessitat que els hotelers siguin generosos, parlem d'estimar el país. Jo no dubt que ja estimen el país, però s'ha de demostrar. En aquest sentit, el canvi de filosofia, de passar de l'òrbita dels doblers a la de la qualitat de vida, pròpia d'un país desenvolupat, és essencial per combatre tots els efectes negatius, la qual cosa, evidentment, afavoreix també el negoci. En definitiva, allò que ens interessa a tots és una integració del turisme a la societat, de manera que sigui respectuós amb el nostre entorn, la nostra identitat, la qual cosa no s'aconsegueix amb postures d'oposició sinó de participació, de convidada a compartir espais i formes de vida. Allò que voldríem és que la societat econòmicament més potent tengués unes expressions socials i culturals i una política de país. Això és important. I només s'aconseguirà mitjançant la posada de coses en comú i, sobretot, a través de la generositat dels que tenen més recursos amb els que en tenen menys.

DESESTACIONALITZACIÓ SÍ, CREIXEMENT NO

-Una de les missions que té encomanada la conselleria és la desestacionalització, però enguany el turisme de temporada baixa ha minvat i pot tornar a créixer el de temporada alta?

-Enguany potser es produeixi una conjuntura diferent. Hi va haver l'efecte mil·lenni, ha fet més bon temps a Centreeuropa i ara hi ha l'Expo d'Hannover o els campionats de futbol. Bé, el cert, però, és que encara que cresquem a l'hivern, posem que un 3%, a l'estiu passam del 7%, i això no és desestacionalització. Això és creixement. I no podem créixer. Per això pensam que és important empènyer altres segments de turisme, no un, sinó diferents, com turisme de congressos, turisme actiu, cultural... etcètera, que no tot sigui sol i platja, perquè d'aquesta manera serà possible avançar en segments que no necessiten ocupar el cent per cent de les places per ser rendibles. Segments que permeten una política comercial diferent on menys turistes paguen més.

-És cert que un país turístic implica compartir moltes coses, però així com és possible refer determinats impactes mediambientals, que passa amb la identitat cultural dels mallorquins, dels menorquins, dels eivissencs... El turisme i la immigració li han fet un gran mal. Dins el seu projecte, quin paper juga el ressorgiment d'aquesta identitat?

-Sí, ja li deia que la nostra fotografia social té també un negatiu. La riquesa generada per l'economia turística té un contrapès en el seu repartiment, que potser no és tot l'equitatiu que seria desitjable. Té impactes mediambientals que s'han de corregir. I, efectivament, també té conseqüències culturals que no podem deixar de banda. En qualsevol cas, però, no tota la culpa la tenen els que ens visiten. Nosaltres mateixos quan hem venut el producte turístic ho hem fet amb una cultura absolutament estandard quan hauriem d'haver estat més respectuosos amb nosaltres mateixos. Per tant el que s'ha de fer en una política de reequilibris és potenciar els aspectes més fràgils de la nostra cultura, per fer que sigui present al carrer amb igualtat de condicions que altres mostres culturals que han vingut de fora i que no per això han de ser rebutjades. Si no ho feim així, per incorporar la nostra identitat als projectes turístics, correm el perill de crear un esplèndid jardí, però un jardí que només serveixi per mostrar on no es pugui viure. Fins ara molts creien que el turisme era un fet aïllat de la societat. Ara ja no és possible pensar així. Ara sabem que perquè tots vivim del turisme tots hi hem de participar, tots podem opinar i, per això mateix, no podem renunciar a les nostres senyes d'identitat.

MILLORAR LA IMATGE

-El turisme no només és economia, sinó una forma de vida, una forma de país com diu vostè. En aquest sentit, al marge de l'ecotaxa i dels seus objectius mediambientals, quins són els grans trets de la política turística de la conselleria?

-Un dels objectius és fer una revisió profunda de la Llei general de turisme, per introduir-hi els conceptes de qualitat. Hem de tenir present que la nostra planta hotelera ja té molts d'anys, que va ser construïda seguint unes pautes, en els anys seixanta, que avui ja no serveixen i que, per tant, per transformar-la cal llevar cotilles. No pot ser que la indústria turística pateixi una doble o triple legislació, en matèria turística, sanitat, indústria...etcètera. Hem de simplificar les normes. Miri, jo no li he de dir a un hotelier com ha de fer les cambres, o la recepció, ha de ser ell amb la seva experiència que ha de prendre les decisions que cregui oportunes dins, això sí, d'uns criteris de qualitat i dins de les normes urbanístiques corresponents. L'urbanisme ha de ser una disciplina sagrada, com també la limitació del creixement, però no en funció de l'intercanvi de places, sinó amb uns paràmetres més objectius, zona per zona, i sense perill de fomentar l'especulació. Això per una part. Per altra banda, hem de crear un gran sistema d'informació per al sector turístic. Això és fonamental en un món globalitzat. Nosaltres podem obtenir bona informació del mercat i impulsar fórmules de cooperació amb el sector que siguin útils per fer front a la competència.

-I promoció?

-Indiscutiblement. Forma part de la informació, només que adreçada cap a l'exterior per millorar constantment la nostra imatge. En aquest sentit hem de reconèixer que a les Balears en el seu conjunt tenim molt millor producte que imatge. L'hem millorada moltíssim, però encara ens continuen veient com una destinació massificada, exclusivament de sol i platja, de turisme barat, etcètera. A les darreres fires turístiques ja hem introduït canvis. Ja no tractam de vendre només unes places turístiques, sinó un producte en la seva globalitat, és a dir, tractam d'oferir als possibles turistes tot un país que es pot visitar i on es pot gaudir, a més de beure cervesa o prendre el sol a la platja. Ens interessa oferir la imatge d'un país que funciona tot l'any i no només uns pocs mesos, de manera que gradualment puguem substituir el turisme més barat per un altre de major poder adquisitiu o, si més no, de major sensibilitat.

-Per què canviar si així ens va tant bé?, diria qualche hotelier poc emprenedor. Aquests darrers anys el nombre de turistes no ha fet més que créixer. I això que gairebé només tenim dues castes de turistes: els alemanys i els britànics.

-El problema és que en aquests darrers anys les Balears eren quasi un monopoli entre les destinacions de vacances de la Mediterrània i amb els turistes alemanys o britànics ja en teníem més que suficient. Són els mercats més poderosos i si ells omplen sembla que ja no hi ha lloc per a ningú més. Però la situació canviarà. Altres destinacions ja han començat a obrir-se, especialment Turquia i Croàcia, o han disparat la seva oferta, cas de Tunísia, de manera que és probable que haguem d'anar a cercar turistes d'altres nacionalitats, nous



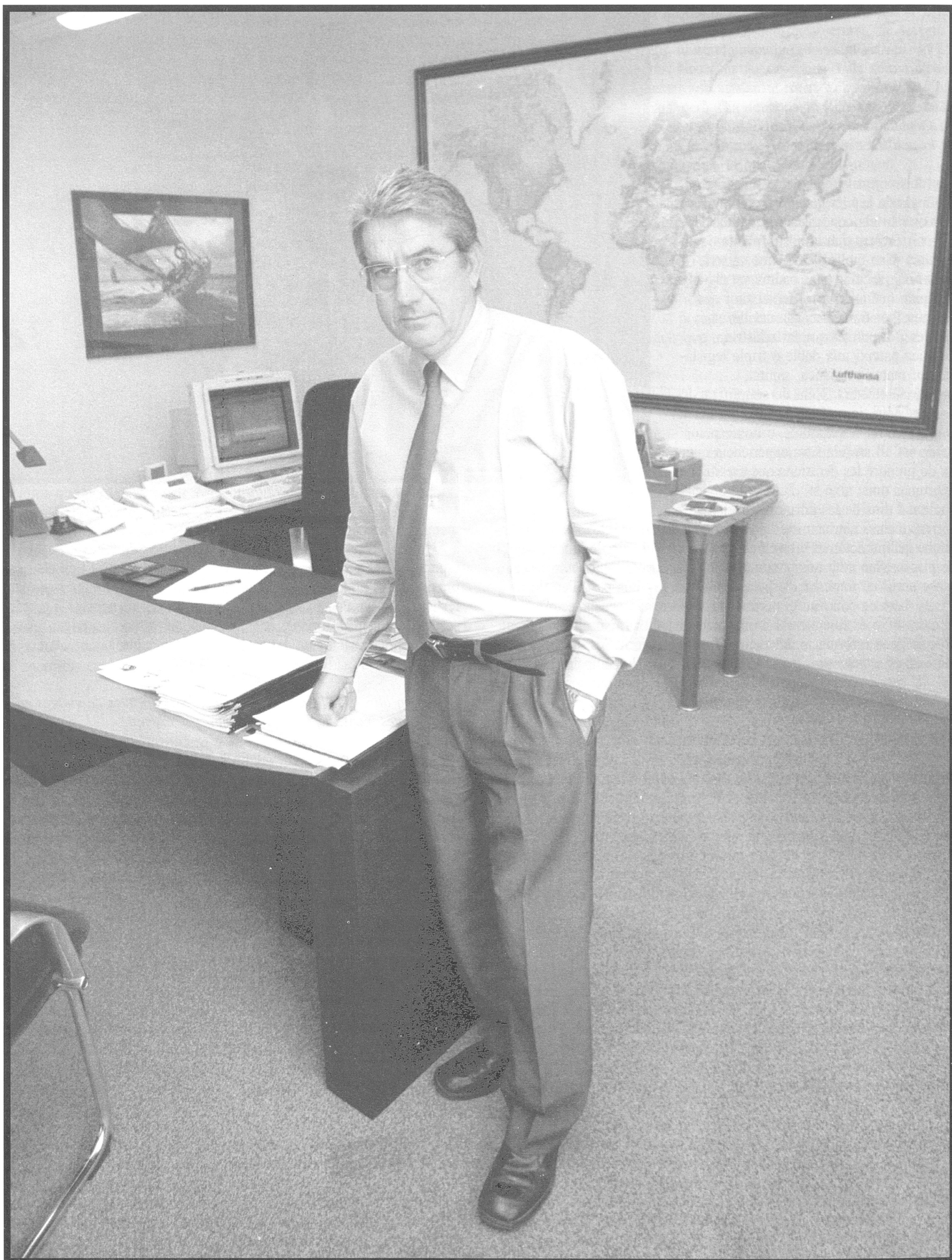
mercats o a recuperar-ne d'antics. De moment la quota de mercat tant a Alemanya com a Gran Bretanya és d'autèntic privilegi i no cal esperar que es produeixi cap canvi radical a curt termini i en els pròxims anys tampoc no ens hem d'espantar, sempre i quan sapiguem fer les coses bé. Per això mateix, hem d'anar obrint mercats, i cercar sempre, això sí, un turisme de major qualitat, disposat a pagar una mica més per anar a una destinació que, sens dubte, també ofereix aquesta mica més.

-Hi ha un altre perill, la concentració dels majoristes de viatges en unes poques mans: TUI i Neckermann, per exemple.

-Sí, però aquest és un perill relatiu ja que els operadors que controlen majoritàriament el mercat europeu són bons socis nostres. Tenen grans interessos a les Illes i unes bones relacions amb el sector, de manera que esper que si s'expandeixen, aquest fet encara més repercutirà en la diversificació de la seva clientela i que ens enviaran turistes d'altres països i no només anglesos o alemanys. No es tracta de canviar de soci sinó, en tot cas, d'experimentar noves formes de comercialització.

-Noves formes? Internet, per exemple?

-Internet pot ajudar, però ja veu que els mateixos majoristes són els que copen la xarxa. Internet no substituirà el majorista de viatges, sinó que fomentarà l'especialització i, en definitiva, diversificarà els productes. Això a nosaltres ens interessa i per això un dels nostres reptes és disposar d'una pàgina web digna que ofereixi informació sobre les Illes. Precisament una de les coses que més m'han decebut de com vaig trobar la conselleria és la baixa qualitat del nostre sistema d'informació telemàtica. Per això hem creat una nova unitat que ja s'ha posat a fer feina. Ja es poden consultar estadístiques. Hem creat una unitat d'investigació dins del Centre d'Investigació i Tecnologies Turístiques sobre mercats. Hem contractat serveis d'informació als mercats emissors. Tot plegat fa que posem a l'abast dels nostres empresaris, d'una manera directa i senzilla, tota la informació que fa uns anys costava molt de temps i de doblers reunir.



En crisi, no parlariem d'impost turístic

Entrevista a Miquel Àngel Fornés Nombela

per Constanza Forteza

Que es qüestioni el fenomen turístic genera en Miquel Àngel Fornés una reacció de decepció. No entra dins la lògica que coneix i aplica. El turisme, diu, "és el que ha fet que jo hagi pogut donar estudis als meus fills". L'entrevista es va fer el dia següent de la reunió del primer gran "no" dels hotelers a l'ecotaxa, reunió a la qual ell era present com a principal representant de l'agrupació que suma les grans cadenes hoteleres de les Illes. Per aquesta circumstància, aquest directiu turístic, rarament localitzable entre els que es repeteixen en els torns de declaracions dels mitjans, tenia ganes d'explicar-se. I dins l'explicació, emfatitzar els que considera els tres grans errors d'aquest debat públic. Un: dir que els turistes no paguen impostos. Dos: considerar que si baixa el turisme tendrem més qualitat de vida. Tres: pensar que un impost contribuirà a millorar el medi ambient. I, a partir d'aquí, arriba a una conclusió de causa efecte tremenda i sense clarobscur: és una inconsciència i una irresponsabilitat imposar una taxa, el sector perilla i alerta si hem de tornar a veure'ns les cares amb una repetició de la crisi dels vuitanta.

Miquel Àngel Fornés Nombela és el director general de Barceló Hoteles Europa – cadena a la qual ha ocupat, en càrrecs successius, vint-i-quatre dels seus vint-i-sis anys d'experiència professional -vicepresident segon de la Cambra de Comerç, responsable de la comissió de Turisme de l'entitat i president de l'Agrupació de Cadenes Hoteleres de les Balears, on són integrades totes les grans cadenes mallorquines. Curiosament, a pesar de la substància i representativitat dels càrrecs públics que ocupa, no té una imatge pública reconeguda, circumstància que ja dona pistes sobre el seu caràcter. Nascut a Son Servera el 1945, fill de mallorquins que varen haver d'emigrar, és un bon exemple d'un prototip generacional, freqüent entre els homes del turisme que han triomfat: emprenedors, treballadors, tan orgullosos a l'antiga de la seva empresa com capaços de practicar la globalització i d'invertir a les Antípodes, i amb tots els pros i el contres dels que tenen una memòria instantània i fixa sobre l'escassetat de Mallorca abans que el PIB fos turístic. Miquel Àngel Fornés és casat i té tres fills, amb els quals diu que es va haver de seure un dia per explicar-los per què els hotelers no volen l'ecotaxa. Quan té temps diu que agafa un veler petit que té i que no viatja, que s'estima més quedar aquí.

-Adverteixen vostès com a hotelers certa animadversió social a causa de la negativa de la seva patronal en relació a l'ecotaxa?

-Sí, sí, això està clar. En bona part perquè no hi ha hagut una meditació, una reflexió sobre els termes reals de les coses. Només s'ha escoltat una part, no hi ha hagut una segona part. I sí que hi ha hagut una mediatització del debat. Però clar, aquells que coneixem la quantitat d'imposts que arriba a pagar un turista en un hotel..., perquè no es diu, però per cada metre cúbic d'aigua que es consumeix a un hotel no només es paga aquest metre cúbic com fa qualsevol altre consumidor, sinó que es paga amb un recàrrec escalonat. Allò que costa 100 pessetes a un particular, a un hotel en costa 700. A l'apartat impositiu estam suficientment castigats. Per exemple, la recollida de fems, concepte pel qual l'hotel paga, per cada habitació, el que es paga per un domicili normal. I el cànon de la societat d'autors, i l'impost sobre béns immobles i el d'activitats econòmiques, i l'IVA, el més directe que hi ha..., nosaltres feim de recaptadors d'imposts constantment.

-Però el problema no és que han ofert una imatge negativa, que dels hotelers només s'ha escoltat un "no"?

-Jo crec que hi ha gent bastant interessada que aquesta sigui la nostra imatge, però no es correspon amb la realitat, en absolut. És més, crec que l'alternativa és claríssima. Els hotelers, millor dit, tot el sector turístic, considera que és fonamental que hi hagi un fons mediambiental, entre d'altres raons perquè hem de tenir cura de la vaca, hem de donar menjar a la vaca, si no es morirà..., però l'existència d'aquest fons no és qüestió d'incorporar un impost més, és clarament un problema de gestió. Si tots els impostos que es recaptin, que són moltíssims, es parla de milers de milions, se'n van a Madrid, doncs per l'amor de Déu!, que una part, sigui l'IVA turístic o no, quedi aquí per nodrir el medi ambient. Això era el règim especial de les Balears, que s'havia de dotar..., doncs que el dotin, que l'acabin d'omplir i que amb aquests fons facin les actuacions necessàries. Miri, a la meua empresa, a Hotels Barceló, estam molt preocupats pel medi ambient. Des de fa molt de temps tenim en marxa una guia d'implantació de sistemes i d'auditories mediambientals, adreçada a aconseguir una norma de qualitat. Cada mes feim un informe mediambiental, d'on surten les actuacions que s'han de fer, som al programa Ecotur de qualitat ambiental, comptam amb sistemes d'estalvi d'energia i d'aigua i disposam dels mecanismes per separar selectivament els residus. Tot voluntàriament. Tot això, què vol dir? Vol dir que si ara, en lloc de carregar un nou impost per aconseguir uns fons que encara no saben per què seran, s'impulsés el compliment de normes mediambientals estrictes, llavors es resoluria bona part del problema. Pensi que la incorporació de sistemes per a reutilització d'aigua, d'estalvi d'energia o de reaprofitament dels residus costen molts de doblers..., has d'instal·lar contenidors, tenir els espais necessaris, els circuits d'aprofitament de les aigües de dutxes i lavabos per als WC, fer que els jardins es reguin amb aigua depurada, etc. Doncs bé, més que fer pagar més impostos haurien d'obligar a fer aquestes coses, haurien de fer que tothom fos conscient que no s'ha d'emprar més aigua que la necessària.

ELS DOLENTS DE LA PEL·LÍCULA

-Sembla que el que es debat no és només que els hotelers impulsin instal·lacions mediambientalment correctes sinó que, sent un sector amb beneficis potents, siguin solidaris, també històricament, en relació a un problema global de la societat.

-És evident que ens faran ser els dolents de la pel·lícula, de fet ja ens han atorgat aquest paper. Però bé, seguiré el meu raonament. Abans li parlava d'imposts indirectes, i encara ens falta parlar dels directes. Si diu que els hotelers tenim beneficis, també haurà de saber que un 35% d'aquests beneficis se'n van en forma d'imposts directes cap a l'Estat. Què més aportació es pot demanar als hotelers que un 35% sobre els beneficis? En realitat, l'Estat és el nostre principal soci directe. A més, hem d'afegir el 7% d'IVA. I aquest és el nucli de la qüestió. Aquests doblers es poden dedicar al medi ambient, aquesta és una decisió dels que gestionen, no és una decisió nostra. I en relació a aquestes acusacions que ens dirigeixen dient que som els hotelers els que destrossam, els que construïm..., en relació a això jo vull destacar que la cadena Barceló -i parl de la meua empresa perquè és la que conec- que té vuitanta hotels i és considerada com una de les grans, fa trenta anys que no construeix un hotel a Mallorca. Dels cinc o sis que tenim a l'illa, només n'hem construït un, els altres han estat adquirits a propietaris que abans havien fet fallida. El nostre criteri ha estat molt clar: no augmentar la planta i introduir bons criteris de gestió.

-I com creu que pot evolucionar aquest assumpte des de dues posicions tan enfrontades?

-Totalment enfrontades, és cert. És més, crec que tot això perjudica la gestió turística, en bona part per la injustícia que significa. Per altra banda, no feim més que escoltar una part de la societat que diu que ens sobren turistes i a mi ja m'agradaria que aquesta gent s'adonés que a les Balears, a diferència d'altres zones com les Canàries, no tenim la possibilitat de rendibilitzar un hotel al llarg de dotze mesos, només tenim sis mesos de temporada i altres sis mesos d'activitat mínima. Els sis mesos de temporada l'any passat varen ser excepcionals, no crec que mai ho puguem repetir, perquè vàrem viure unes circumstàncies excepcionals, però enguany estam davant altres circumstàncies: Àsia s'ha tranquil·litzat, comença a anar molta de gent a Croàcia, molta de gent a Turquia, Grècia augmenta molt, Tunísia pega fort..., en resum, pens que aquest estiu serà bastant més fluix.

-Pensa que igualar les xifres de l'any passat seria bo?

-La situació ideal seria aplanar les xifres al llarg de tot l'any. A més, és que aquest debat de l'augment dels visitants no és ja una qüestió dels hotelers. Nosaltres no podem tenir més gent, perquè hi ha una moratòria, no podem augmentar places, no hi ha més llits. Hi ha una llei que ens diu que no hi pot haver més places hoteleres. El creixement es registra a altres sectors, a l'oferta residencial i no a l'hoteleria. En qualsevol cas, vull respondre a aquesta gent que diu que ha de venir un 25% menys de turistes. Aquests que opinen això han de saber que és en aquest 25% on hi ha els beneficis del sector; hi ha una corba segons la qual un hotel amb un 75% d'ocupació no guanya, guanya només amb el 25% final. Igual que els avions, que diuen que només tenen beneficis del 85% al cent per cent d'ocupació. I si ens falta aquest marge potser l'hotel hagi de tancar i, si no tanca, el que és segur és que no podrà renovar-se, no podrà competir.

ENQUESTES

-Vostè parlava de causes reals per les quals vendran menys turistes que l'any 99. Però als diaris sortia la veu d'algun interlocutor que indicava que els alemanys vendrien menys perquè s'han difós els problemes de l'aigua. No hi ha demagògia per les dues parts?

-És evident que les coses no succeeixen per una única causa, obeeixen a un conjunt de factors. Però bé, les opinions interessades pesen més d'altres costats. Per exemple, l'altre dia el senyor Escarrer em comentava que s'havia fet una enquesta entre els turistes dels seus hotels sobre l'ecotaxa, amb uns resultats que revelen que un 80% dels turistes no volen pagar més impostos, que, en definitiva, no la volen pagar. Aquesta informació contrasta amb altres, que s'han escampat per tot, que destacaven que als turistes no els importa pagar un poc més. Doncs no és veritat. Imagini que vostè, quan entra en un centre comercial, el primer que li diuen és que, per entrar, ha de pagar una taxa. Això abans de comprar res.

-No deu ser tan estrany pagar-la a un aeroport o a un hotel des del moment que a altres països es fa.

-No, no, aquest és un altre concepte erroni que s'ha transmès, una idea totalment falsa. No podem comparar-la amb les taxes aeroportuàries que es paguen a altres països, entre d'altres raons perquè aquí també pagam taxes a l'aeroport. Tampoc no es pot comparar amb les taxes que es paguen als aeroports de països del Tercer Món, perquè són països sense sistemes tributaris, sense sistemes fiscals, que els supleixen i cobren d'aquesta manera. En realitat, pel que fa a taxes que ha de pagar el turista a un hotel només conec dos casos molt específics. Un d'ells és el de la Selya Negra d'Alemanya, on es paga per entrar en una zona específica. És com entrar a un hotel a Disneylandia i pagar l'entrada de Disneylandia a l'hotel. És un altre concepte, no té res a veure amb el tema de l'ecotaxa. Cap d'aquests

exemples no és aplicable i, a més, en el nostre cas hi ha una carretada d'imposts i de doblers que es poden dedicar al medi ambient sense haver de recórrer a un més. Per què un impost més si els gestors encara no han estat capaços d'impulsar un sistema d'utilització de l'aigua depurada que hauria de finançar-se a través d'un impost que ja existeix, el cànon de sanejament? Si nosaltres impulsam, quan es fan reformes als hotels, tots els sistemes d'aprofitament d'aigües residuals, per què l'autoritat competent no ho regula, per què ho deixa en mans del voluntarisme? Ara ens parlen de doblers per comprar finques, quan encara no tenim resolts problemes que haurien d'estar resolts des de fa temps. Fa vint anys que a altres llocs tenen aquestes coses. A Lanzarote ja ho tenen, tenen una xarxa terciària perfecta mentre nosaltres tiram als vàters aigua potable, aigua potable que s'ha desmineralitzat abans a la dessaladora. Un absurd. Quantes vegades s'han obert els carrers de Palma, que si per fems, que si pel Pla Mirall, que si per una cosa o l'altra..., per què no han fet una distribució de les aigües del terciari?

SI ARA VENGUÉS UNA CRISI...

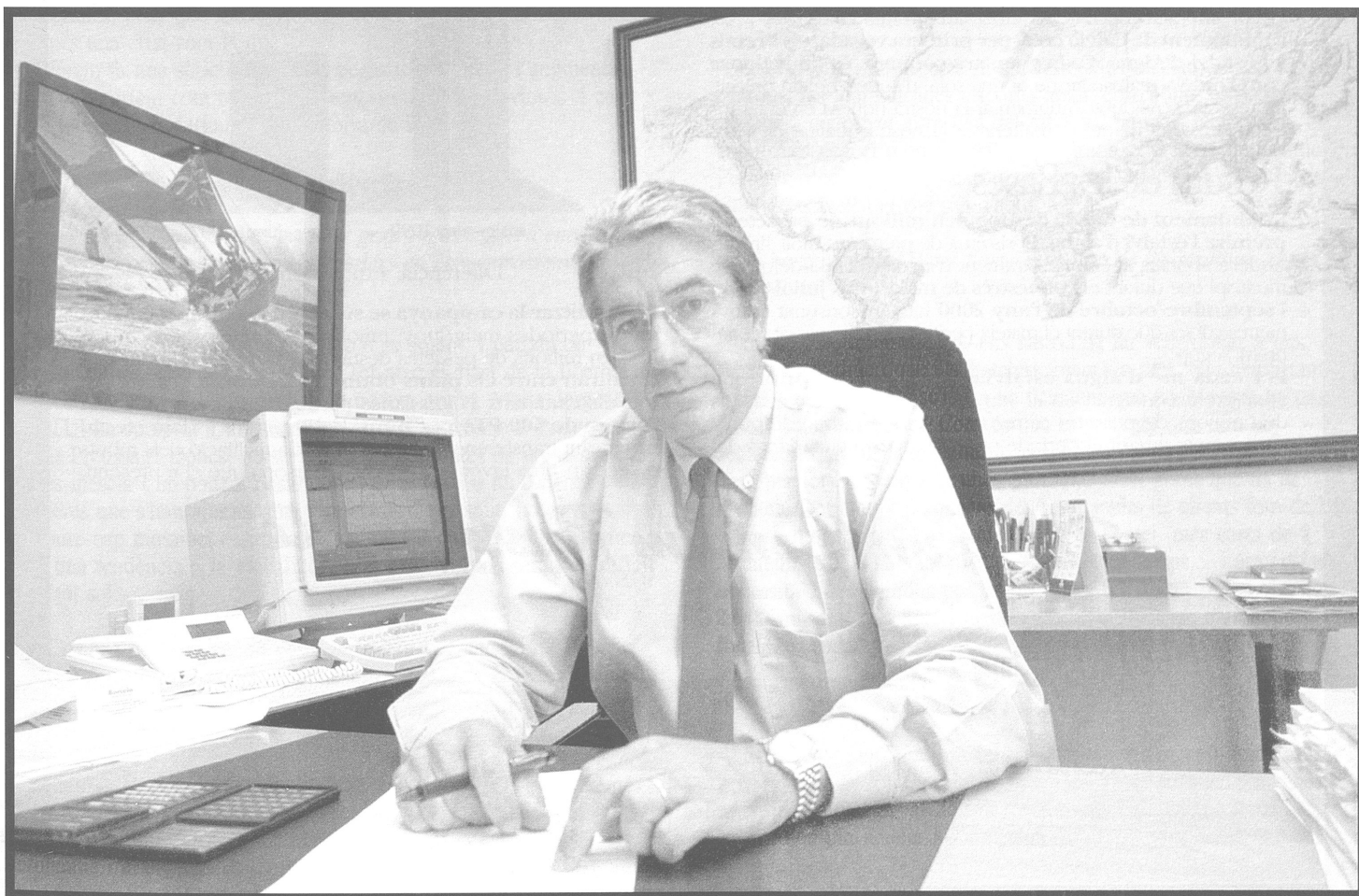
-I què poden dir els hotelers als propietaris rurals, que també s'enfronten al seu sector i diuen que no volen ser servidors seus per mantenir el paisatge curiós?

-Ja ho veig, ja. És evident que ens haurem d'explicar millor, que haurem de fer un esforç per explicar bé les coses. Aquest missatge repetit que diu que els turistes no paguen res, que consumeixen i no paguen, que ho destrossen tot..., aquest missatge cala. I és una equivocació tan i tan grossa..., és que, primer de tot, el turista paga, i paga més que un resident pels mateixos serveis. I, després, crec que hem de ser responsables i destacar que aquesta societat és el que és gràcies al turisme. Jo, i molts com jo, han tengut pares que han hagut

d'emigrar, per cercar feina, al Brasil, a l'Uruguai..., perquè aquí no hi havia res. Ara maleïm el turisme amb una certa inconsciència. Hem de saber que aquest és un mal camí, fer culpables els turistes dels nostres mals és una sortida fàcil. I perillosa. Nosaltres, quan els turistes arriben a l'hotel, els donam una copa de benvinguda i ni d'enfora volem anunciar-los que han de pagar una taxa.

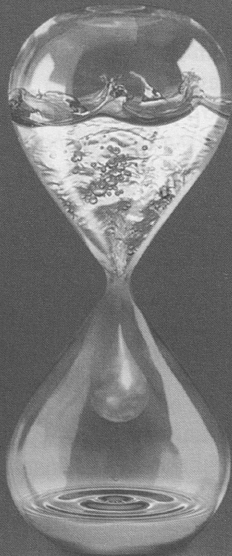
-No sembla que ningú vulgui estigmatitzar el turisme. A més, pel que sabem, el tema de l'ecotaxa s'ha llançat ara però ja va ser objecte d'estudi per part d'executius anteriors, senyal que els problemes són els mateixos i que uns no ho regularen i mantengueren el projecte a l'espera, mentre que altres ho intenten.

-Possiblement varen tenir més sentit comú. Perquè és absurd anar a pagar als que duen benestar a aquesta societat. On són les solucions? En primer lloc, no fer més places. Ni d'hotels ni d'apartaments, ni d'altre tipus. Ni una. I, a continuació, què és el que s'ha de fer? Doncs crear un fons mediambiental a través dels excedents turístics que queden en mans del Govern central. Però, clar, abans d'anar a demanar aquests excedents convendria saber què en volen fer. Però és un error immens crear més impostos. A més, si incorporam més impostos, més doblers rebrà Madrid i més grans seran els fons a les seves mans que no podem gestionar. Crec que és una ingenuïtat descomunal pensar que amb l'ecotaxa milloraran coses com el camp. Mai no podem oblidar que el 90% del nostre PIB és el turisme. Tots podem pagar impostos perquè tenim turistes. És la nostra indústria, sobre la qual no feim més que tirar pedres. Com quan es diu, que han vengut a Mallorca vint-i-nou milions de turistes. Vint-i-nou milions! Aquest vint-i-nou milions són tots els passatgers de l'aeroport, dels quals set són turistes, turistes i, d'aquests set milions, una part va als hotels. Si hi ha 200.000 places turístiques i es fan bé les divisions, s'haurà d'acordar que la resta de gent que passa pels aeroports se'n va



PREMIS A L'ESTALVI D'AIGUA POTABLE

DE MAIG A OCTUBRE DEL 2000



Cada Gota Or

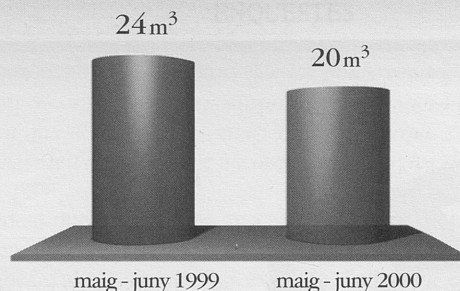
L'aigua és un recurs escàs i essencial per a la vida. Només el seu consum responsable pot garantir-nos el subministrament d'aigua a curt, mitjà i llarg termini. Per aconseguir-ho és imprescindible la col·laboració de tots els ciutadans i ciutadanes. Per això, **l'Ajuntament de Calvià crea, per primera vegada, els Premis a l'Estalvi d'Aigua. Cada gota, ara com ara, és tan valuosa com l'or.** No malbaratar-ne ni una sola, d'aquest bé tan preciàt, representa, sens dubte, augmentar la nostra riquesa en el temps i ens permetrà mantenir inalterable la nostra qualitat de vida.

Resum de les Bases

L'Ajuntament de Calvià destina deu milions de pessetes a premiar l'estalvi d'aigua. El sistema de premis és molt simple. Aquells abonats al subministrament d'aigua potable del nostre municipi que durant **els bimestres de maig/juny, juliol/agost, i setembre/octubre de l'any 2000** haguin consumit menys metres cúbics que durant el mateix període de l'any passat rebran premi segur.

Per cada m³ d'aigua estalviat obtindrà un punt que apareixerà consignat en el seu rebut o factura d'aigua. Els deu milions de pessetes es repartiran entre el total de punts aconseguits durant el període pels ciutadans i ciutadanes del municipi.

Exemple de consum d'aigua familiar (segons facturació)



Diferència: 4 m³ = 4 punts

En finalitzar la campanya se sumaran els punts obtinguts en els períodes maig/juny, juliol/agost i setembre/octubre. Els deu milions de pessetes destinats a aquesta campanya **es dividiran entre els punts obtinguts** de maig a octubre per tots els ciutadans i ciutadanes participants, **amb un límit màxim de 500 PTA per punt**. L'abonament es farà efectiu mitjançant transferència al compte de domiciliació dels rebuts o xec bancari a favor de l'abonat o persona que el representi.

Per a un Consum Responsable



**AJUNTAMENT DE CALVIÀ
MALLORCA**

www.calvia.com

a altres llocs, a cases particulars, a una multiplicitat d'allotjaments. Si no fos així, els hotels no ho passarien tan malament com ho passen durant l'hivern, quan has de mantenir obert amb una ocupació molt petita, mantenir el personal i fer feina per tres mil pessetes la pensió completa. I la gent ens demana, per què ho donau tan barat? Doncs, perquè no ens compren a un altre preu. Perquè aquesta és l'altra part de la pel·lícula. Hi ha gent com el senyor Alenyà que diu coses com que hem de cobrar el doble als hotels. Miri, escolti, jo intent cobrar tot el que puc; a mi em podran dir que som beneit, però quan m'assec amb un majorista intent estirar tot el que puc fins que arribam al punt d'això o res, al punt d'això és el que hi ha, t'interessa o no t'interessa. Jo he negociat hores i hores, amb una pressió tremenda, per 25 pessetes. Per això em fan gràcia quan diuen "és que només és un euro més". És un augment que repercuteix en un increment de preu, i el turisme, en funció dels competidors que tenim, és una matèria extremadament sensible. De vegades, pens que si ara vengués una crisi com la que tenguérem fa una sèrie d'anys i tot pegàs una baixada i augmentàs l'atur, ja veuríem com tots ens començam a posar nerviosos. I com prest tots ens oblidàrem de la història de l'ecotaxa.

NO ÉS POSSIBLE ANAR TOTS SOLS

-L'absorció de Thomson per part del grup Preussag farà encara més difícil la negociació? Pensen els hotelers en concentracions per poder respondre?

-De moment, no sabem si això és bo o és dolent. I parlam de concentracions, clar que en parlam. Tot això és fruit de la liberalització dels mercats, d'un procés que no podem aturar. Molta de gent diu: TUI ha comprat Thomson. I no és cert, ha comprat Preussag. I qui és Preussag? Doncs, potser milers d'accionistes de no se sap on. Tot es mescla i no podem posar portes al camp. Hi ha cadenes hoteleres que s'han ajuntat amb majoristes i, per tant, no es pot excloure cap moviment. Aquest és un mercat en moviment continu, amb una tendència a la globalització on cada vegada serà més difícil anar tot sol.

-La Cambra de Comerç, on vostè presideix la comissió de Turisme, impulsa la difusió dels coneixements turístics dels hotelers mallorquins a altres mercats i, a la vegada, l'expansió hotelera a mercats llunyans. Com valora l'exportació turística?

-És un aspecte més de la globalització. Cada vegada el món és més petit. A la meua generació, quan decidíem viatjar, anàvem a París, Londres o a Roma. Això eren els nostres somnis. Amb l'avanç aeronàutic i la baixada dels preus, un se'n pot anar a Nova York per



48.000 pessetes. Tot és més a prop. Des de la Cambra consideram el sector turístic com a exportador i, a més, exportador de *know how*. Ens hem convertit en professionals del turisme, i així ens ho reconeixen internacionalment. Per tant, promocionam aquesta exportació. Fa poc, va venir una comitiva de la Xina per aprendre com feim les coses aquí. Veuen que aquesta societat ha generat riquesa i llocs de feina i volen saber com. I tenim uns mecanismes professionals, que hem exportat, que val la pena mostrar. Com val la pena mostrar l'Escola de Turisme, que té un gran prestigi i a la qual vénen ja a estudiar professionals estrangers. En relació a l'expansió hotelera de cadenes com la que jo presidesc, he de dir que, si no fos per les explotacions de fora de Mallorca, amb el que tenim aquí aniríem molt justets. Ara, amb la societat del grup, Barceló explotará desset hotels més als Estats Units. No ens podem quedar aturats.

-Pensa que les cadenes mallorquines acabaran per deixar Mallorca?

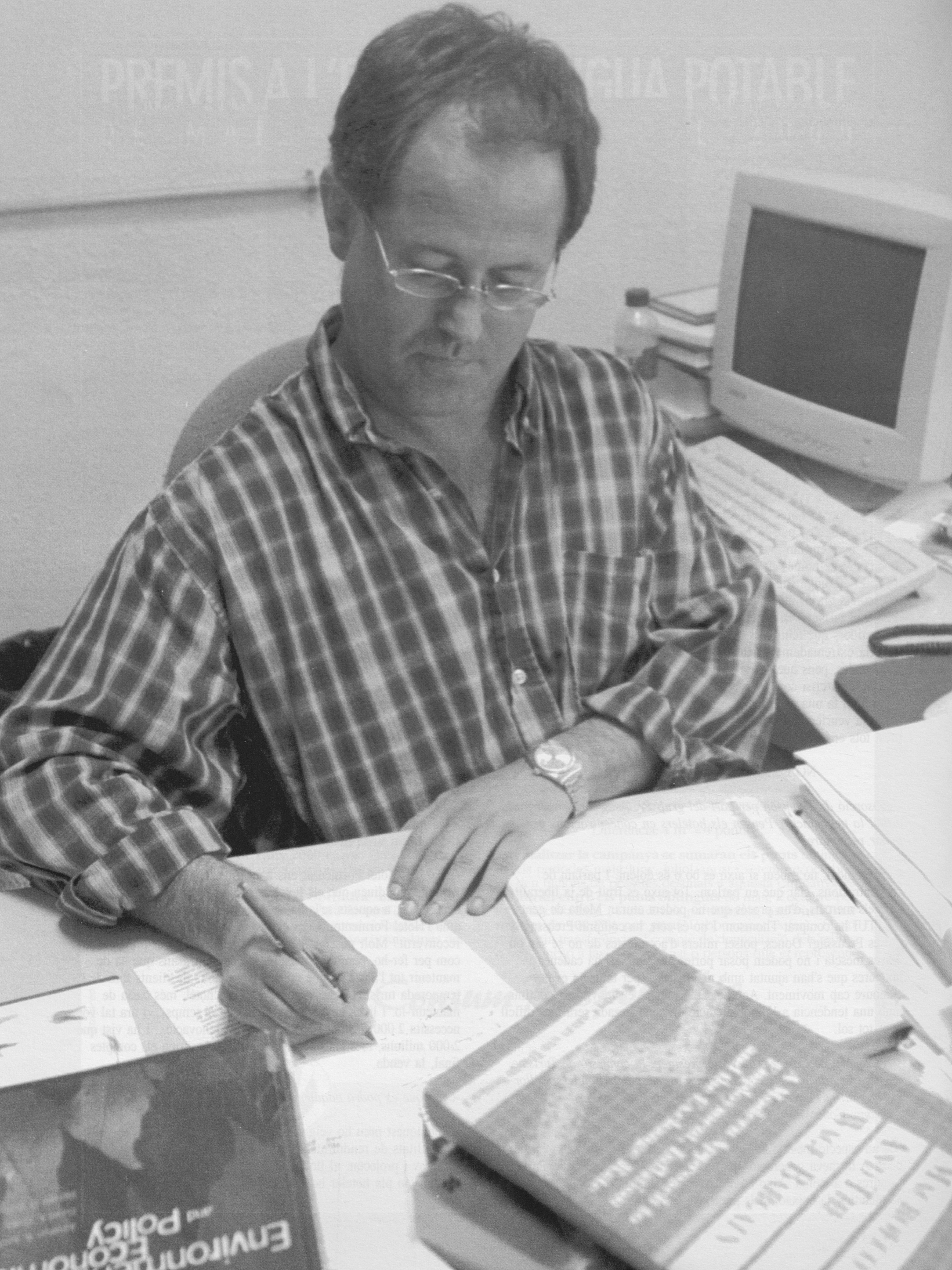
-No, ca d'anar!, no ho crec ni d'enfora. Miri on han muntat les seves centrals, les han ubicades a Palma quan, en realitat, es podien establir a qualsevol altre lloc del món, a Miami, a Nova York, on tenen més negoci o on funcionen els grans centres de finançament. Però els propietaris i els executius són de Mallorca i volen viure aquí. El cervell i el cor són d'aquí.

-Què passarà amb l'Hotel Formentor, cap de les grans no el comprarà?

-Això de l'Hotel Formentor ens hauria de fer reflexionar a tots. Aquests que diuen que els hotelers guanyam tant, que tenim tants de beneficis..., a aquests se'ls ha de demanar què pensen que ha passat amb l'Hotel Formentor. Com és que es ven, per què no s'ha reconvergit? Molt possiblement, perquè no ha tengut prou beneficis com per fer-ho, perquè té unes plantilles molt grans que ha de mantenir tot l'any i perquè no deu tenir molts de clients fora de la temporada turística. I, com més antic és l'hotel, més costa de mantenir-lo. I li ha anat passant i passant el temps..., i ara tal volta necessita 2.000 milions per fer una gran renovació... i ha vist que 2.000 milions, més això i això altre... i no li surten els comptes. I, al final, la venda.

-Creu que es podrà adquirir?

-Amb aquest preu ho veig difícil, amb aquests preus i amb unes possibilitats de rendibilització limitades. Com sempre, pot sortir un alemany i projectar, al lloc de l'hotel, una casa meravellosa. No ho sé, però en pla hotelier ho veig difícil.



L'ecotaxa triomfarà

Entrevista a Javier Rey Maqueira

per Gina Garcías

Pot ser a aquest govern li costi pena implantar l'ecotaxa, però més segur és que, si ho aconsegueix, cap altre govern ja no la llevarà. Així ha passat amb polèmiques reformes urbanístiques i fiscals, amb la llei del divorci o la de l'avortament, perquè malgrat la ferocitat d'algunes resistències, el temps invariablement corre i manifesta les noves necessitats que la mateixa societat genera. La llei sempre va al darrere de la realitat. I ara, segons l'economista Javier Rey Maqueira, l'impost és l'instrument inevitable perquè els turistes assumeixin, tot i que sigui a preu simbòlic, el cost de les despeses que generen i que no paguen dins la factura vacacional. Rey Maqueira matisa fins al detall del matemàtic, i diu que és un error parlar d'ecotaxa, perquè el concepte descarta el pagament d'altres consums turístics -des de les carreteres fins a la policia o els hospitals- que són més definitius que el sol o la mar a l'hora que un visitant triï, precisament, l'hotel de l'hoteler balear que es queixa, i no el turc o el tunisenc. I que no es queixin els hotelers, perquè si és cert que els governants han de tenir cura de la indústria turística, així la tenen, i a més, afegeix, ja és ben hora que aquesta demostrï la seva maduresa i assumeixi les seves responsabilitats. I emfatitza: un govern progressista no s'ha de sentir poc emparat perquè la minoria que defensa uns interessos miops li faci una pressió en contra més forta que la favorable opinió de la majoria en el nom de la qual actua. La minoria poderosa sempre és més activa que la majoria que delega la veu i la voluntat en els que l'han de representar. I així Rey Maqueira urgeix decisions en positiu. I no ho fa amb l'animositat del militant, sinó amb la contundència de la ciència empírica. La que conclou que, en el moment de la definitiva integració monetària, el sector turístic de les Balears haurà de passar la prova vertadera de la competitivitat. Una prova que exigeix l'acció correctora, selectiva, reconversora i impositora dels poders públics.

-Vostè se sent intel·lectualment còmode, en veure les dimensions turístiques d'aquestes illes?

-Estic absolutament convençut que l'economia turística està sobredimensionada a les Balears. Ha arribat a un extrem que no només afecta negativament el benestar dels ciutadans, sinó la mateixa oferta, que es deteriora pels seus excessos. L'activitat turística té uns condicionaments i una dinàmica diferent a altres tipus d'indústria. A Alemanya el producte d'una fàbrica de cotxes, per exemple, no està condicionat pels productes que fan les fàbriques veïnes. Aquí, el producte que "fabrica" un hoteler afecta la resta. Ja pot un hoteler fer un establiment respectuós amb el medi ambient, amb bona qualitat etc., que no podrà vendre bé les seves places si té una externalitat negativa, és a dir, si al seu costat hi ha una oferta degradada, uns clients de baixa qualitat, un medi ambient deteriorat.

-La relació ocupació ingressos a les Balears és la desitjable?

-El model turístic de les Balears s'ha basat en l'ocupació intensiva del territori: més capital, més places hoteleres, més feina incorporada. Als darrers anys hi ha hagut una millora de la qualitat. Però s'ha sobrepasat la capacitat òptima de l'oferta i això afecta el preu actual del producte i, sobretot, pot afectar el preu futur. L'ingrés mitjà per turista disminueix a mesura que es deteriora el medi ambient. Tenim els instruments i les eines teòriques per saber quin és realment el nivell econòmicament òptim d'oferta de places i d'ocupació del territori. El que passa és que cap hoteler no té incentius per millorar individualment. És com la tragèdia dels comuns que s'explica en economia.

-Com és?

-Es basa en un fet veridic. Si es permet que a unes terres pasturin lliurement les guardes de vaques, els pastors tenen la tendència a sobreexplotar la terra i finalment totes les vaques es moren per manca d'aliment. Ningú no té incentius per retirar les vaques a temps, si els altres no ho fan. És un problema de coordinació

*Nascut a Palma, 38 anys, **Javier Rey Maqueira** és doctor en ciències econòmiques per la Universitat de Barcelona i especialista en temes de turisme i medi ambient. És professor de la Universitat de les Illes Balears. Com a investigador principal en projectes de competitivitat i medi ambient, dirigeix diferents tesis relacionades amb el turisme, el medi ambient i el creixement econòmic. Especialista en temes d'integració monetària i turisme, va obtenir un premi d'investigació de "SA NOSTRA" sobre els efectes de la integració monetària a l'economia de les Balears.*

econòmica. És una contradicció de l'economia de mercat, que demostra que a vegades és necessària la intervenció del sector públic.

-Com va fer el Decret Cladera.

-Quan es vol regular un sector econòmic s'han de preveure mesures a curt, a mitjan i a llarg termini, i preveure els seus efectes. El problema d'un decret restrictiu com el que va voler fer el conseller Jaume Cladera va ser que el va anunciar tres mesos abans de signar-lo, i va provocar els efectes contraris als suposadament desitjats. I això que quan el conseller Cladera va decidir regular l'oferta turística, ja estava pràcticament tothom d'acord que l'estructura turística estava sobredimensionada.

-El Decret Cladera posà fre al creixement hotel·ler, però des de llavors la construcció residencial a les Balears ha crescut com mai no havia succeït.

-Des de fa setze o disset anys el problema a les Balears no és el creixement de l'oferta hotel·lera sinó de l'extrahotel·lera, que fuig de les regulacions i que provoca una competència deslleial i una evident pèrdua de qualitat mediambiental, i per tant, de qualitat de vida. Alemanya va transformar la seva indústria de l'automòbil per poder pagar salaris elevats i aconseguir un alt valor afegit: i va fer una gamma de cotxes de qualitat. Si nosaltres volem donar un alt valor afegit al producte turístic hem de millorar la seva qualitat, i això no ho pot fer cada hotel·ler pel seu compte. És necessària l'acció coordinadora de l'Administració.

ELS INTERESSOS COL·LECTIUS

-Quin és el model, les dimensions, més productives a llarg termini? Hi calen, encara, diferents polítiques turístiques?

-És clar, hi ha diferents grups d'interessos. Uns que defineixen interessos molt concrets i uns altres que defensen els interessos, més difusos però també majoritaris, dels ciutadans. Hi ha d'haver un partit polític que assumeixi el cost d'enfrontar-se als grups d'interessos, perquè si no els ciutadans mai no estaran representats: el benefici individual de cada ciutadà és petit en relació al cost que s'imposa a un hotel·ler a qui li imposen un impost o l'obligues a tomar el seu hotel. La teoria de l'elecció pública explica que l'hotel·ler es defensarà notablement, mentre que, com el benefici de tomar l'hotel es dilueix entre tots els ciutadans, és més difícil la defensa activa dels interessos generals.

-El turisme ha complert a Balears la funció progressista que a altres llocs va suposar la revolució industrial?

-L'empresari respon exclusivament als seus incentius personals, no se li pot demanar altra cosa. És el poder polític que ha d'actuar. Naturalment hi ha uns empresaris, que, o per miopia o perquè defensen interessos molt concrets, creuen que els seus interessos particulars estan en contra de certes mesures d'ordenació del mercat. Un empresari que gestiona un hotel de qualitat no només no s'ha de sentir perjudicat per la imposició d'una taxa turística, sinó que ha de veure que beneficiarà el producte que genera. Ara bé, aquell que no té capacitat de comprensió o no és competitiu, s'hi oposarà. Però jo crec que el conjunt de la indústria turística necessita aquesta regulació. Aquí, a més, estam en una situació paradigmàtica. Aquí, quan s'ha tractat de regular l'oferta, se li ha donat de fet el poder de monopoli als hotel·lers. Ningú més no pot construir un hotel. Als hotel·lers els donam un poder de mercat molt fort.

LA COVARDIA EMPRESARIAL

-L'empresari turístic de les Balears no és audaç?

-No hauria de tenir tantes pors. Una bona política turística no ha de fer por. Jo ja no dic que s'hagi de congelar l'oferta. És que s'ha de reduir. Alemanya vivia abans de la fabricació de molts de cotxes. Ara en fabrica més pocs i té un nivell de vida més alt. Si nosaltres volem que salaris i beneficis creixin al llarg del temps no hem de continuar fabricant el mateix producte turístic. Aquest producte s'ha mantingut competitiu pels preus, pel baix cost del transport i sobretot perquè hi ha hagut una forta inversió del sector públic que no s'ha incorporat als preus. Un dels motius que la indústria turística de les Balears és competitiva és que els governs han fet grans inversions en seguretat ciutadana, en proporcionar al turista –que és bastant advers al risc– tota casta de seguretats... això és una despesa pública que no està incorporada al preu dels hotels. Els nostres preus són semblants als de Tunísia, però aquí hi ha un munt de despesa pública que no s'ha fet a Tunísia. Per això el nostre hotel és més competitiu. Això és una assignació ineficient de recursos, perquè els preus no recullen tots els costos.

-Això no ho cobreix l'ecotaxa?

-A mi no m'agrada l'ecotaxa. Jo crec que s'ha d'establir un impost turístic. Perquè no només tenim un problema ambiental, l'impost hauria de cobrir els serveis públics que incorporam a la nostra oferta i que fa que aquesta sigui més competitiva. És una qüestió d'eficiència econòmica. Una externalitat en economia significa generar al teu veí un efecte, positiu o negatiu que el veí no incorpora, ni com a un cost ni com a un benefici. Si jo aboc tots els meus residus al teu solar, puc vendre més barat... Això és una externalitat negativa. Si tu fas un jardí al teu solar, jo em beneficiaré sense que no em costi res. Això és una externalitat positiva. En cap dels dos casos el meu preu no és eficient perquè no incorpora tots els costos. És un error típic i tradicional de l'economia de mercat. Ho diu qualsevol manual. El sector turístic de les Balears ens genera una externalitat negativa. L'eficiència és introduir un impost pel valor del cost que el turisme genera als altres. L'empresa ha d'assumir el cost que genera. Falla l'economia de mercat, perquè no internalitza el cost mediambiental, que fins ara no ha tengut preu.

-L'impost introduirà eficiència?

-I serà rendible. Pot oferir un doble benefici: la millora de l'entorn genera ocupació. Si recicles part dels ingressos turístics per millorar el medi ambient, millores a la vegada el producte turístic. Una fàbrica de cotxes paga impostos per millorar el medi ambient, tot i que no en ven. La indústria turística ven medi ambient. Per tant, l'impost no només retorna el cost mediambiental que genera sobre els altres, sinó que, a més, contribueix a fer un producte més competitiu.

-Per què la patronal hotel·lera es resisteix tan radicalment?

-En primer lloc, perquè és un error greu que l'impost s'apliqui exclusivament sobre la indústria hotel·lera. Això afavoreix encara més la competència deslleial de l'oferta extrahotel·lera. Tenen raó. Si es fixàs l'impost d'una forma generalitzada a tots els turistes, només podrien estar en desacord els empresaris que no són competitius. Evidentment, l'impost ha de fer desaparèixer aquesta oferta. No s'ha de crear l'ecotaxa perquè vengui la mateixa gent, sinó perquè en vengui més poca. Crec que només la miopia o la manca de competitivitat poden ser raons per oposar-se a l'ecotaxa.

SELECCIONAR EL TURISME

-Però vostè creu que per 166 pessetes diàries deixarà de venir qualque turista?

-Evidentment, un euro diari no tindrà excessives repercussions sobre el nombre de turistes. Però és que jo crec que l'impost hauria de ser més alt. Jo crec que el Govern l'ha estudiat poc, perquè té por i ha dit, serà d'un euro diari. Aquesta quantitat no cobreix l'externalitat turística, és a dir, el consum de serveis públics i de medi ambient.

-I pot ser que els hotelers s'hi oposin per la pressió dels majoristes de viatges, que no els deixen augmentar el preu del paquet turístic? Ens desvetllarà l'ecotaxa que els hotelers no són els amos dels seus hotels?

-La demanda està concentrada als majoristes, que tenen molt de poder de mercat. El suposat temor dels hotelers a ser ells mateixos

-L'impost ha de racionalitzar l'oferta. La reconversió vendrà després i necessita de la intervenció dels poders públics. És un tema complicat, perquè els polítics moltes vegades actuen per motius de popularitat, per pressions, per l'acció de grups d'interessos. La reconversió turística és difícil de dissenyar, tot i que és evident que l'economia balear està sobreencalçada. Hi ha un excés de demanda, un excés de construcció, un excés de salaris reals. L'impost turístic no ha de servir per introduir més demanda sobre l'economia, ara necessitem refredar-la. Hem de reservar recursos per fer la reconversió el dia que es posi definitivament en crisi aquest model. Ara, és clar que els polítics no tenen incentius per a l'estalvi, perquè ells han de respondre cada quatre anys a les campanyes electorals.

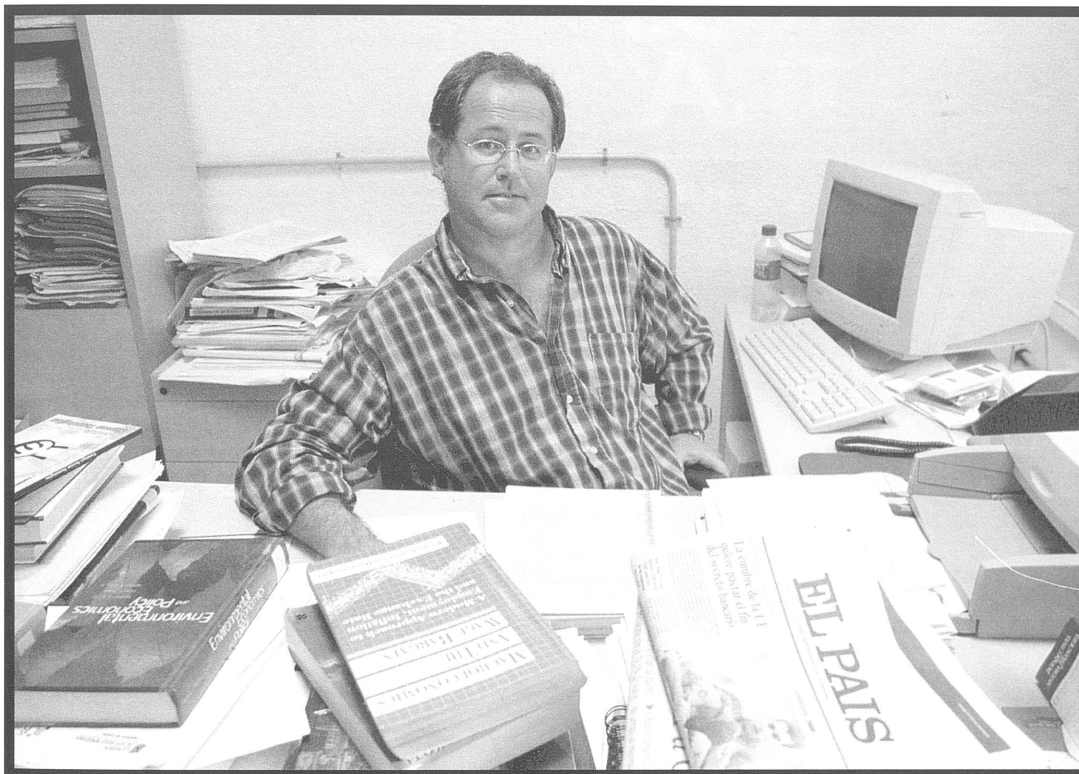
-Ja s'ha dit que adoptar mesures necessàries li pot costar a un polític el poder.

-N'hi ha molts que pensen, jo no vull assumir el cost polític d'implantar un impost que crec que és necessari, però si després guany les pròximes eleccions tampoc no el llevaré.

DESBARATS

-Hi ha un grup polític que diu que l'alternativa a l'ecotaxa és obtenir de Madrid l'IVA turístic.

-Això significaria subvencionar el mateix sector que contamina. No té cap sentit. En segon lloc: l'impost turístic no s'hauria de substituir per cap altra partida, perquè és l'assumpció del compromís del turista de pagar el cost "extern" que genera. L'impost és una qüestió d'eficiència econòmica, perquè carrega el cost real en el preu. En tercer lloc, demanar l'IVA turístic és un absurd. Qualsevol sector de la producció podria demanar el seu IVA per fer front als seus costos de reconversió. Finalment, l'IVA és un impost generalista. No es pot transformar en impost finalista. No té cap sentit aquesta demanda.



els que acabin pagant l'impost turístic, pot tenir fonament. Però jo vull dir una altra cosa: l'impost hauria de produir l'efecte addicional de fer desaparèixer la part més poc competitiva de la nostra oferta.

-I qui pagarà la reconversió?

-És evident que la reconversió tindrà uns costos econòmics i socials, a curt i a mitjan termini, però els beneficis econòmics i socials a llarg termini també són evidents. Hi hauria més poc negoci, hi hauria un augment de l'atur... Per això s'ha de pensar bé què s'ha de fer amb els ingressos de l'impost per tal que la transició de la nostra indústria turística sigui poc dolorosa, i el més ordenada possible. Les reconversions econòmiques no es produeixen de miracle, i la nostra indústria turística precisa una reconversió. Els hotels que han de desaparèixer és evident que generen salaris i beneficis, però això no lleva que hagin de desaparèixer.

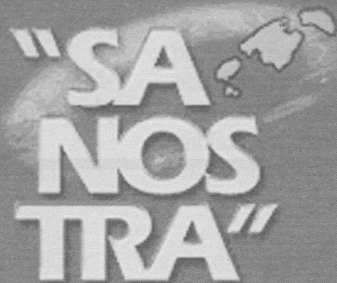
-L'impost turístic serà suficient mecanisme per a la reconversió de l'oferta?

-Per què succeeix que si hi ha propostes polítiques que són aberracions tècniques o conceptuals, ningú no ho diu?

-És clar, en aquest cas els polítics poden estar interessats que Madrid ens enviï més doblers, i no reparen a esgrimir motius acadèmics incoherents per aconseguir-ho. Perquè reivindicar sempre és popular, i els polítics tenen tendència a optar pel populisme abans que pel rigor. El poder moltes vegades és temorenc. Als acadèmics no se'ns demana, i nosaltres tampoc no tenim interès a entrar a un debat polític que moltes vegades només ens suposa una càrrega personal.

-Quantes vegades les propostes polítiques posen els cabells drets als acadèmics?

-Moltes, moltíssimes. El nostre paper seria fer-les veure. Fer veure allò que ningú no vol veure. Els pressuposts públics haurien de moderar una mica l'alegria intrínseca, i s'haurien de gastar amb la mateixa serietat que el pressupost familiar. Aquest és el primer gran



CAIXA DE BALEARS

www.sanostra.es



error que es detecta. Però hi ha molt més. Per exemple: en el tema de la integració monetària. A les Balears l'economia va molt bé i tenim la sensació que és pels nostres mèrits. No som conscients que aquí s'ha produït el que en economia deim "xocs asimètrics positius", és a dir, que hem rebut un augment de la demanda perquè les zones en competència amb nosaltres per circumstàncies diverses han tingut problemes, tècnics o de seguretat, com Iugoslàvia, Turquia o Egipte. Hem rebut més turistes, però no pels nostres mèrits. Quan els conflictes desapareguin, la demanda es reassignarà. A més, tenim la integració monetària. Ja no ens recordam que l'any 1992 molts dels nostres hotels tancaven per manca de competitivitat. Ara ens haurem d'acostumar a competir amb una moneda forta. Nosaltres tenim més inflació que els països emissors de turisme. Si la diferència d'inflació s'acumula any rere any, prest es farà evident la nostra pèrdua de competitivitat, sobretot en relació als països que són fora de la moneda única. Què succeirà? Que ja no podrem devaluar -com vàrem fer l'any 1992 fins un 30% la nostra moneda, ja no ho podrem tornar a fer. No podem tampoc abaixar els salaris per contenir la inflació. Si això no es preveu pot arribar a ser un problema greu. Per això hem de fer una indústria més competitiva, no en preus, sinó en qualitat. I tot això suscita una sèrie de temes que jo crec que ara alguns polítics no afronten amb la suficient seriositat.

-Reconversió és qualificació?

-Sí, però també ha de consistir en una aposta decidida pel món del coneixement. Els empresaris balears no només han de fer hotels a Amèrica llatina, o competir amb els majoristes de viatges, sinó que també han de convertir les Balears en l'àmbit de difusió de la tecnologia turística. Que la universitat aposti per això. Nosaltres tenim avantatges comparatives en poques coses, i les hem d'aprofitar.

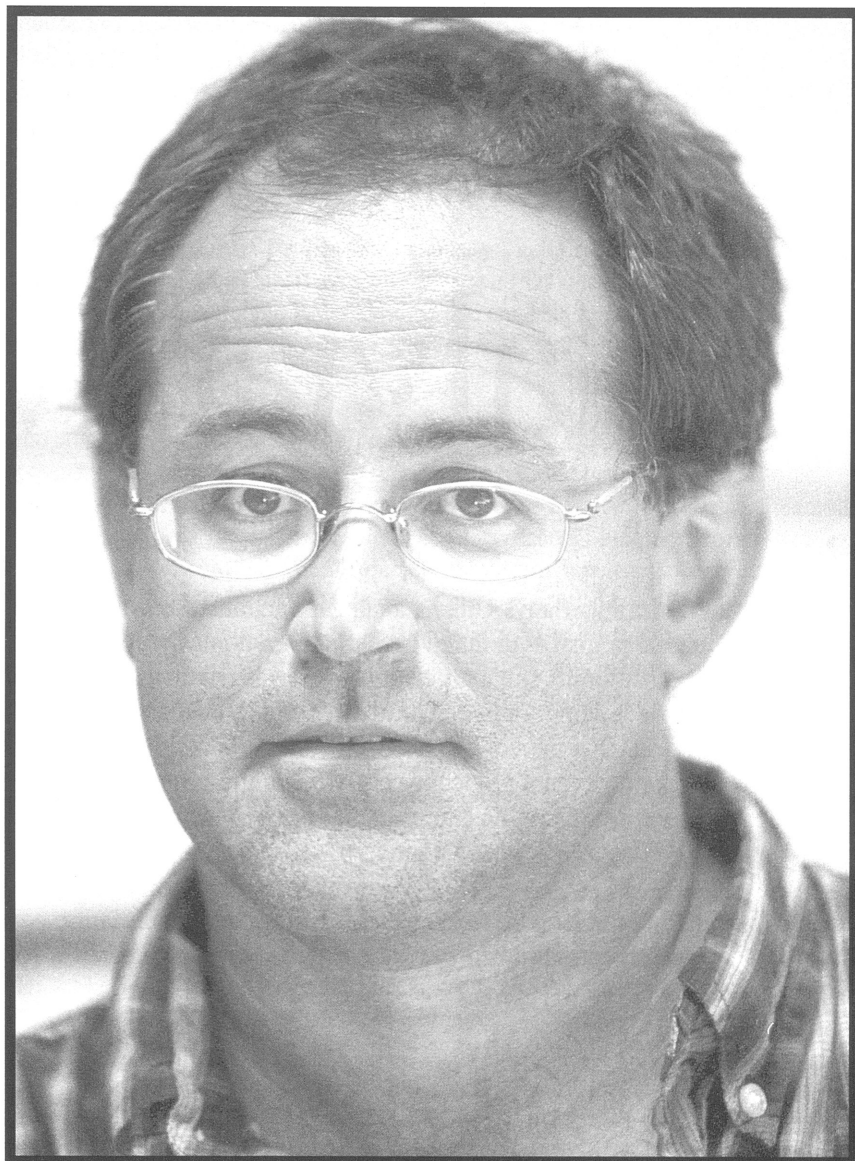
LA CULTURA, L'AGRICULTURA I EL COMERÇ

-Part de l'excedent turístic convendria dedicar-lo a recuperar la nostra identitat, tan malmenada en part a causa del turisme?

-A mi les "identitats nacionals" em produeixen molt de temor, no som gens partidari d'estimular-les. Som partidari de fomentar estructures que millorin el benestar dels ciutadans, però sense connotacions transcendents. En el que sí que crec és que hauria de col·laborar molt més en la formació. Els empresaris de les Balears no creuen en la formació. A altres països les empreses tenen un contacte amb les universitats molt superior al nostre. Aquí empen llicenciats en "pràctiques" per tenir mà d'obra barata, a la resta d'Europa, l'empresari aprofita els nous coneixements dels llicenciats, a la vegada que els proporciona l'experiència de la seva empresa. Allà són conscients que la inversió en coneixements els beneficia. Aquí la universitat hauria de saber quins problemes tenen les empreses, no ha de ser un lloc tancat, però també els empresaris ens haurien de cridar per fer feina amb independència. La independència acadèmica front al món polític i empresarial és imprescindible, i al final reverteix positivament a l'economia.

-I en l'agricultura? Quin és el futur de l'agricultura a les Balears?

-Com a economista no em queda més remei que dir coses desagradables. En principi no és bo mantenir activitats que hagin de ser



subvencionades més enllà d'un moment transitori. En la meua opinió l'agricultura de les Balears només sobreviurà si és capaç de fer un producte que, tot i que sigui més car, sigui competitiu per la seva qualitat i en la mesura que ho sàpiga vendre al sector turístic. A més, com a economista, he de recordar que quan Europa subvenciona el sector agrícola posa entrebancs a la capacitat de producció dels països del Tercer Món, que en aquests moments només són competitiu a aquest sector. Els demanam que liberalitzin els seus mercats i a la vegada els posam barreres en allò que són capaços de produir i vendre.

-I el del petit comerç? Se l'ha de protegir front a les grans superfícies, front a la liberalització d'horaris?

-És un altre error. És miopia cercar la supervivència del petit comerç a base de restringir l'oferta del gran. Només s'aconseguirà retardar la seva desaparició. Si no es facilita la vida al consumidor en el seu accés al producte que vol, acabarà per comprar per telèfon o per Internet. A més, el polític no és qui per dir al ciutadà quins han de ser els seus hàbits de consum. La solució no és tapar-se els ulls, sinó generar un comerç suficientment especialitzat i atractiu per al públic. S'ha de fomentar la formació, la integració, sense perdre de vista que el petit comerç sobreviurà només si és competitiu.

Taula Rodona amb **Joan Flaquer** (portaveu parlamentari de Turisme del Grup Popular),
Joan Marí (portaveu parlamentari de Turisme del PSOE),
Sebastiana Moranta (Federació Empresarial Hotelera de Mallorca)
i **Xavier Pastor** (Greenpeace-Espanya)

Estalviar Mallorca

Per Magdalena F. Mulet

En els darrers vuit anys Ona ha analitzat anualment l'evolució turística. Començarem a un moment de forta crisi, el 1992, de la qual avui ningú no parla, i ara només vuit anys després som a un nou boom, un boom que pot ser una bomba. Quins són avui els reptes i les alternatives que presenta el turisme al nostre entorn més immediat? Després de la temporada del 99, d'èxit rotund, enguany esdeveniments en principi aliens, però és que el turisme pot ser destorbat pel vol d'una mosca com diu una dels nostres convidats, com són ara l'Eurocopa, o l'Exposició de Hannover tornen a preocupar els hotelers i provoquen discursos si més no perillosos..., però Mallorca aspira a crear el seu propi joc, en la mesura del possible en una economia globalitzada i en un entorn que s'insereix en el conjunt d'Europa. En aquest context no podem si no començar per l'ecotaxa, que ha servit per posar sobre la taula velles qüestions relacionades amb el turisme balear.

L'impost turístic ha posat de manifest els interessos, no sempre coincidents amb l'interès general, de certs sectors, però l'objectiu prioritari és, sens dubte, i així ho ha entès la societat, estalviar Mallorca a qualsevol preu.



ONA: El tema estrella és l'ecotaxa. Pot servir-nos per emmarcar la problemàtica del turisme a Balears a aquest començament de segle?

Mari: Jo crec que per centrar el tema, i és ben cert que enguany la temporada s'inicia amb l'ecotaxa de rerafons, s'ha de dir en primer lloc que tot nou impost crea una certa inquietud, sigui de la casta que sigui, i l'ecotaxa, que encara no sabem com s'estructurarà, en definitiva no és sinó una mesura per intentar restablir infraestructures i entorn i intentar que el desgast que patim per aquest allau de turisme pugui ser neutralitzat. I si el que hem de cobrar és un euro per persona i dia, la veritat, els que no ho puguin pagar tal volta serà millor que comencem a pensar que val més que no venguin. Aquesta taxa, que ja té precedents a altres indrets, crec que als que més beneficiarà serà als mateixos que ara s'hi oposen: la part hotelera que s'aprofitarà del valor afegit que suposarà la millora de l'entorn i de les infraestructures.

Flaquer: Jo pens, si hem de parlar d'ecotaxa, perquè en temes de turisme s'hauria de parlar de moltes altres coses, que la qüestió clau és l'obtenció de recursos, i els recursos no només han de servir per al turisme. A aquests moments tenim un sector agrari que ho passa molt malament i ningú no es planteja quina injecció econòmica forta se li ha d'administrar. Parlam d'infraestructures, que evidentment són necessàries, però no es donen solucions valentes als problemes del camp. Si s'ha d'arribar algun dia a posar una ecotaxa, que en aquests moments no ho sabem, voldrem discutir no només la figura, sinó la seva finalitat i recursos, però en tot cas els recursos, que sempre han faltat, poden provenir d'altres bandes. A un moment determinat la comunitat autònoma va poder fer tota una xarxa de depuració, obres molt importants i d'embelliment de zones turístiques, i això es va fer amb recursos fonamentalment autonòmics i sense haver d'implantar nous impostos. I avui tenim l'oportunitat històrica, ja que l'any que ve es renegocia el finançament d'un quinquenni, que aquesta comunitat pugui plantejar a l'Estat central, qüestions de finançament tenint en compte el desfasament que es produeix entre la població de fet i la de dret. A aquests moments hi ha un govern a Madrid que té una sensibilitat quant al fet insular, n'estic convençut, i per tant el fet diferencial d'aquesta comunitat autònoma pot ser reconegut, abans de pensar en figures impositives que sempre són problemàtiques i que, a més, suposen greuges comparatius i discriminació, que s'afegeixen als problemes que hi ha per a la seva implantació. És discriminatori que un senyor que va a un hotel hagi de suportar un impost que no tindrà el que vagi a un xalet o a un apartament, és fora de mida. I pagaran els que tenen els comptes regularitzats amb Hisenda, etc... tot això és discriminatori i a més culpa un sector en concret, l'hotelier, que és cert que ha guanyat molt, però que també ha arriscat molt i ha invertit molt, i fa la impressió que tal dia com avui hi ha a la societat un desig permanent de fer aquest sector culpable de tot el que ens afecta com a conseqüència del turisme, sense tenir en compte que no només ens ha dut uns inconvenients, sinó també riquesa i benestar a tota la societat. De manera que primer, es tractaria d'esgotar les vies de finançament estatal, que són a set, vuit mesos de renovar-se, i després si això no s'aconsegueix, hauríem de parlar d'altres vies. Encara que aquesta que es planteja em sembla discriminatoria. A més, vull dir que aquest debat encara no s'ha produït, perquè a l'oposició, que representa un 46% dels votants, no ens han permès de participar al debat.

Mari: Clar que hi ha hagut un debat.

Flaquer: On? Al Grup popular ens demanen que ens pronunciem... i no sabem sobre què ens hem de pronunciar!

"TOTS SOM TURISME"

Moranta: Per parlar d'ecotaxa, tal volta he de repetir un poc el que ha dit Flaquer, però tot i això, vull fer una reflexió, que ja fa temps que en tenia ganes. Jo crec que ens hem perdut pel camí, i ho explicaré: en principi quan es fa suscitar el debat sobre ecotaxa, els hotelers hi estàvem d'acord, quant que és necessària l'obtenció de recursos per fer front a les despeses que suposa una millora del medi ambient i de l'entorn. Quan el conseller Alomar fa encetar el tema hi vaig estar d'acord, i per això dic que ens hem perdut pel camí. Perquè certament hi ha d'haver uns fons per a espais naturals i per a regeneració de zones degradades, i en això estàvem tots d'acord. I he de dir que els empresaris hotelers de Mallorca poden enarbolar la bandera de ser els més ecologistes d'Europa, perquè és per a nosaltres una necessitat. Ara, si bé fins aquí tothom està d'acord, el que no podem acceptar és la manera de recaptar-lo. Ja vaig dir fa més d'un any que no podem recaptar-lo aquest impost. Perquè és una discriminació en relació a altres destinacions, a altres països, a altres zones i fins i tot a altres comunitats dins el mateix país i a altres turistes que no van als hotels, que són un 40% dels que passen per l'aeroport. A més, és impossible, perquè si l'hem de repercutir en el paquet, no el cobrarem mai en la vida, com ens va passar amb l'IVA. Ara, com que de moment parlam, però encara no tenim clars tots aquests detalls, resulta que parlam i no sabem de què, quan surti aquesta revista probablement ja tindrem més informació, però el debat que s'ha produït fins ara ha estat un tant ridícul, perquè tots en parlam d'oïda.

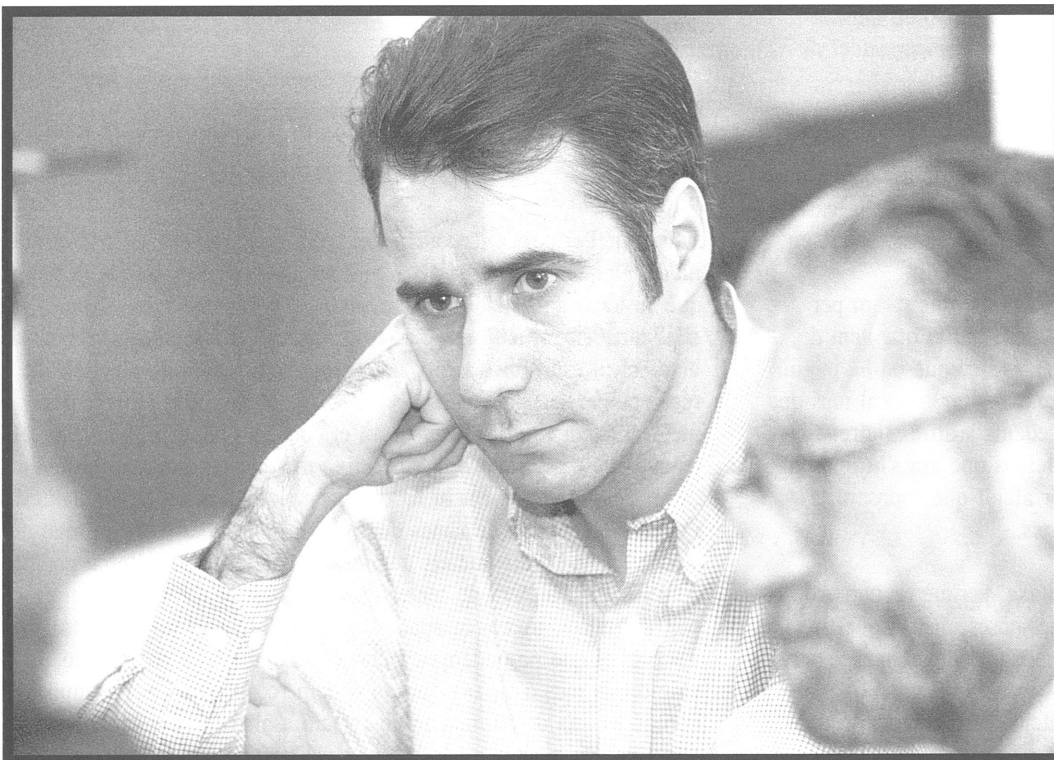
Quant a culpar, no només és l'empresari hotelier que és culpable, sinó el turista i el turisme, que són la nostra font de riquesa, no dels hotelers, sinó de tota la societat. Si llegim la premsa fa la impressió que els turistes no paguen res, cap impost, ni aigua, ni res. I no és així exactament, perquè en paguen més que un ciutadà normal, i em sembla molt bé que així sigui.

Pot ser que els nostres mals provinguin dels turistes, però també tots els nostres avantatges, com en el cas de qualsevol altra indústria.

Els turistes paguen impostos i molts. Ara, què passa?, que els impostos van al Govern central i el Govern central ha de reinvertir tenint en compte el nostre fet diferencial, i això no ha estat prou explicat a Madrid. A Madrid no veuen que els fons mediambientals són una necessitat per a nosaltres. A altres zones no els tenen i no els necessiten, però cada comunitat és diferent, aquesta realitat és nostra... i diferent. Però crear un impost sobre una activitat única, l'hotelera, és una bestiesa, en tot cas l'impost hauria de ser sobre el sector turístic complet, és a dir, sobre pràcticament tota l'activitat de l'illa. Perquè dins el sector turístic, els hotelers rebem un 60% del turisme i a més som els que més procuram estalviar aigua, produir menys fums, etc...

OBJECTIUS MEDIAMBIENTALS

Pastor: El concepte d'impost ecològic, nosaltres fa més de deu anys que el defensam, ara bé, a qui ha de cobrar-se i com s'ha de fer, no és una qüestió que correspongui debatre a organitzacions com la nostra. En tot cas, el que demanen és que aquests recursos



Joan Flaquer.

que s'obtinguin siguin realment per a la millora del medi ambient, és a dir, que sigui un impost finalista, i en segon lloc que també hi hagi un mecanisme perquè sigui la societat que decideixi on s'empren aquests doblers, què es compra i per què, ja que sovint s'anomena mediambiental allò que no ho és en absolut, i fer un passeig marítim per a vianants no és una qüestió ambiental, o fer una regeneració de platges mitjançant extracció d'arena dels fons marí, que no només no és mediambientalment acceptable, sinó que va en contra del medi.

A un moment determinat hem quedat desconcertats, perquè s'ha introduït un canvi de nom. I el que en principi era impost ecològic, passa a dir-se impost turístic, que ja no té necessàriament a veure amb el medi ambient, i amb un impost turístic es poden fer coses que no tendrien els mateixos objectius que ha de tenir un impost ecològic, que ha d'anar molt lligat a la compra d'espais protegits, de titularitat pública o privada, i aquest és un altre debat que tal volta val la pena d'introduir.

La regeneració de zones turístiques també és una altra qüestió que pot ser o no mediambiental. I sobretot aquests recursos podrien servir per a temes de regeneració de residus i d'aigües (depuració, reutilització, aigües grises) dos dels pilars del nostre medi ambient. Ara, també vull dir que des que es planteja el tema, el Govern ha anat molt a poc a poc, i es parla sense concretar i el debat que s'havia de produir ja s'hauria d'haver produït, ja fa un any que en parlem. I no ens temerem i serà hora de plantejar les noves eleccions i ja no es podran prendre decisions. Les legislatures són així: primer aterren, després en parlen i llavors ja no es pot fer res que no sigui electoral fins que no passin les pròximes eleccions. Quant a medi ambient s'han de prendre decisions ràpides.

LES ZONES RURALS

Mari: Jo crec que és cert que els recursos han de servir per mantenir les zones rurals, un valor més afegit al turisme de les

Illes i molt important. Quant a les depuradores també, en definitiva crec que quant a la destinació dels recursos hi ha consens. Però necessitem recursos i per tenir-los els hem de recaptar.

Flaquer: És cert, per això he dit que hem d'aprofitar ara el finançament per part del Govern central, per poder fer front a les nostres necessitats.

Mari: Ens movem en un marc de finançament de les comunitats autònomes en el qual nosaltres som una part, i serà difícil que ens donin el que no donen als altres. Estam tots d'acord que hi hagi una taxa, però...

Moranta: No, jo això no ho he dit, el que he dit és que estic d'acord que necessitem recursos per fer front a les nostres necessitats, i que aquestes necessitats per les

característiques de la nostra economia i de la nostra indústria: la turística, són avui per avui mediambientals.

En principi, es parlà de necessitat de recursos, però en cap moment no es va emprar la paraula taxa, ecotaxa o impost.

Mari: Quant al temps que ha passat, crec que el debat ha estat enriquidor.

Flaquer: El debat amb qui?

Mari: Amb l'opinió pública.

Flaquer: Però nosaltres representam el 46% dels ciutadans i no hem pogut participar al "debat", quin debat?

ONA: Bé, de moment tenim un consens: és necessari invertir en medi ambient, i per tant cercar uns recursos...

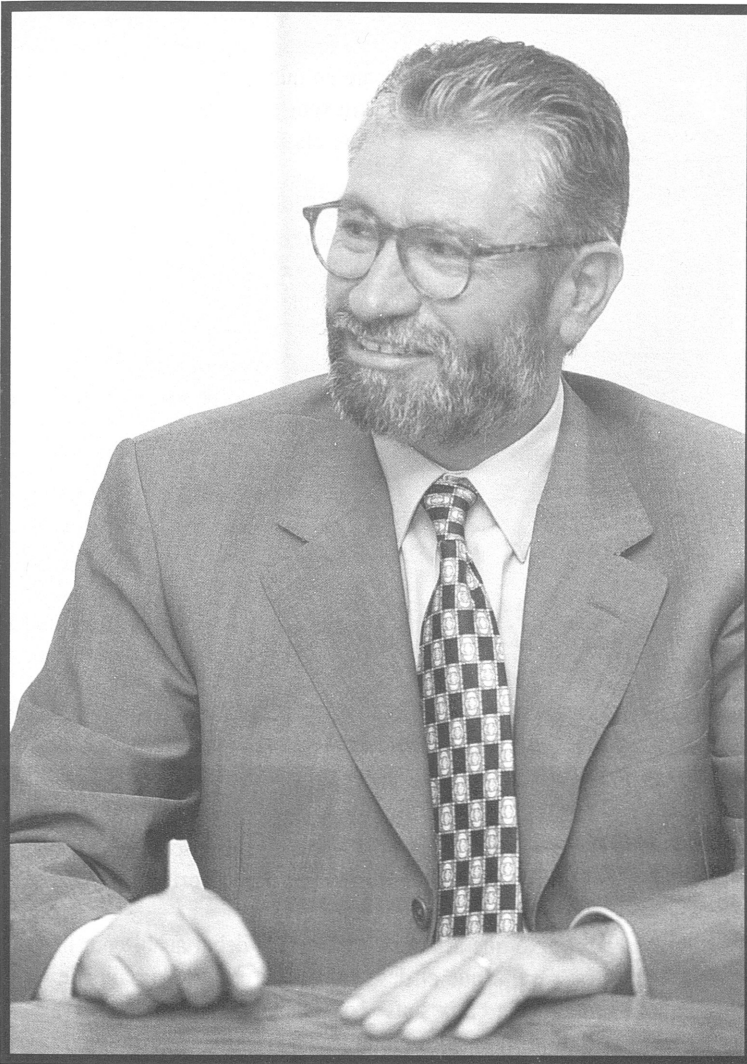
Moranta: Que els hotelers siguin els recaptadors no és viable. I a més és discriminatori.

Mari: Però l'argument no pot ser aquest. Evidentment sempre n'hi ha que podran esquivar la legislació vigent, i els impostos vigents, però això no és un motiu per prescindir de legislació i d'impostos.

Flaquer: Tota la societat rep un benefici del turisme i per tant no poden recaptar només els hotelers. A més l'import de l'impost en definitiva qui el pagarà no serà el turista, serà l'hotelier que ja es va menjar l'IVA al seu moment.

Mari: Que vosaltres no cobreu l'IVA no pot ser un argument, perquè quan jo vaig a comprar sí que pag IVA.

Moranta: Però bé, els hotelers sempre hem de tenir la culpa de



Joan Mari.

tot!, si duim massa turistes perquè són massa, si en duim pocs, l'oferta complementària no pot viure, si gasten, en volem guanyar massa, i si en gasten pocs, resulta que no sabem gestionar... són massa pobres i no importa que venguin. Ho pintis com ho pintis resulta que els hotelers tenim la culpa de tots els mals d'aquesta societat, sempre gestionam malament.

Pastor: Un dels arguments que es dona és que la implantació d'un impost reduirà el nombre de turistes, però a mi això no em preocupa gaire, no passa res si vénen manco turistes.

Mari: La qüestió del nombre és de cap a cap d'any i és ben cert que no podem créixer gens a l'estiu.

LA DESESTACIONALITZACIÓ, UNA TRAMPA

Pastor: El tema de la desestacionalització tal com s'ha plantejat ha estat una trampa. Perquè en principi es tractava de redistribuir entre l'hivern i l'estiu els turistes que vénen, però la cosa ara ha estat que intentam que venguin el màxim de mesos possibles, el mateix nombre que vénen a l'estiu i no tant d'una redistribució... perquè ara som al mes de maig i ja estam supersaturats.

Flaquer: Aquest és un debat de model econòmic, i no tots tenim el mateix.

Pastor: Això es tracta de qualitat de vida. El model pot ser el mateix, un model turístic basat en una economia turística.

Flaquer: Aquest és un debat fals, perquè resulta que si tenim tota una sèrie d'empreses petites i mitjanes dedicades al turisme i reduïm el nombre de turistes, aquesta petita empresa serà la primera que desapareixerà, perquè els grans hotelers, i els grans majoristes, duran els mateixos turistes, i no es mouran ni un pèl del lloc on són. I els perjudicats seran els petits. Perquè els cent grans que es poden permetre cobrar vint mil pessetes cada dia, que a més, segurament seran estrangers, no seran els perjudicats, i el teixit empresarial de la petita i mitjana empresa de les Illes és el que queda fora del model que vosaltres proposau, s'ha de saber de què es parla.

CRÉIXER, FINS QUAN?

Pastor: Però el que passa és que així no ens mantenim, sinó que any rere any volem créixer, i hem de plantejar: fins on podem arribar?, perquè ens omplim la boca de sostenibilitat, i resulta que des que en parlem creixem cada any: consum d'aigua, d'energia, de nombre de vehicles, etc.. no ho veieu?, perquè quan feim teoria tots hi estam d'acord, i hem de dir basta d'una manera efectiva, però aquesta torna a no ser la realitat d'aquest estiu.

Moranta: Ja hem dit "basta", si més no els hotelers, i tots estam d'acord que s'ha d'aturar el creixement, existeix un POT i una Llei general de turisme, etc..., el creixement turístic ja s'ha aturat, el que encara continua és el creixement urbanístic. Tothom està d'acord a aturar el creixement turístic..., i ja s'ha aturat. Ara, una altra cosa és reduir-lo. Perquè no es poden plantejar les coses en aquests termes, perquè tenim el sistema que tenim, i és necessari alimentar-lo. No parlem del mateix. Tota l'oferta que tenim no la podem omplir de turistes de vint mil pessetes, i per tant que hem de fer amb el que quedarà buit, no es pot mantenir el model i a la vegada reduir el nombre, perquè això implicaria un canvi de model, ara, si hem de canviar el model, hem de parlar de com es fa i de qui ho fa.

Pastor: Com estàvem fa quatre anys?, no anava bé?, i de llavors ençà quant hem crescut?

Moranta: Fa quatre anys ja parlàvem del mateix. I realment de quatre anys a aquesta part, quant a places hoteleres, s'ha crescut molt poc. A Mallorca el creixement és urbanístic.

Pastor: Estic d'acord, en realitat no hem de centrar el problema en els hotelers, però és que tots anam a la mateixa barca. El sector hotelier no és el responsable del creixement dels darrers anys i les dades ens ho diuen clar. El que passa és que de cada vegada arriba més gent, i això ho hem de solucionar entre tots.

Flaquer: Quan feim els còmputos i veiem aquest gran creixement, resulta que en gran mesura és conseqüència del creixement en temporada baixa.



Sebastiana Moranta.

Pastor: El que jo deia, és la trampa, ara hem de ser tot l'any com els tres mesos d'estiu, i això l'illa no ho pot suportar.

CREIXEMENT URBANÍSTIC

Flaquer: No ens podem passar la vida criticant el que feim, i convé dir i recordar que el que feim a Mallorca és model per a moltes d'altres destinacions turístiques. No està tot tan malament, és cert que hem de corregir la tendència, i que hem de donar solucions als problemes que ens suposen ser una destinació madura, però el model s'està reconduint, així es reconeix des de fora. Fa poc vaig ser a Andalusia, i se'n fan creus de veure el model positiu que tenim, perquè a indrets no molt llunyans del nostre mateix país encara promouen el creixement. La Llei general de turisme és una llei que fixa una cosa tan important com és el creixement qualitatiu, perquè has de créixer en qualitat, i quan ho expliques a Andalusia o a Canàries ens troben realment el Harvard i l'Oxford del turisme. I nosaltres no en tenim consciència i ens pensam que tot ho feim molt malament.

Jo crec que vivim dins un model econòmic certament sostenible. És veritat que necessitam recursos per al medi ambient i això és una responsabilitat sobretot dels polítics. Tenim un model que és l'enveja de moltes altres societats turístiques.

Pastor: No, si les lleis, els papers, han estat ben rebuts i fins i tot copiats o admirats... però els papers!, perquè la realitat va per un altre costat. Vull dir els resultats que ens trobam..., és el que passa a Calvià, que el Grup popular critica sovint amb molta raó. Què passa a Calvià?, molts de decrets, de projectes i de plans, però el resultat final és que es continua construint, per les raons que siguin, per drets adquirits, etc... perquè el sol és urbà, etc..., les normatives estan molt bé, però el fet pràctic és que cada any creixem, i si s'ocupa un sol de primera línia, què té més que sigui ocupat per un establiment turístic, o per un d'un altre tipus, la

qüestió és que està ocupat i que ja no és un espai natural, i que a més no en queda cap. I cada any creixem entre un 5% i un 10% en tots els paràmetres.

Mari: Les lleis van encaminades a restringir el creixement, però la realitat és que creixem, i això s'ha d'aturar.

Flaquer: Però tot això no té res a veure amb el turisme, ni amb l'ecotaxa.

ONA: Ja no parlàvem d'ecotaxa. No creuen que hem de començar a veure Mallorca com un tot turístic?

Mari: Les xifres que donen quant a turistes i les de l'aeroport no tenen res a veure, i tot això és gent que també és aquí.

Moranta: Els municipis no han adequat les seves normes subsidiàries ni a les Directrius, ni al POT ni a res, i cadascun va pel seu vent, i així no podem anar, perquè som un territori petit.

Flaquer: Tot això que ara deim farà que el debat acabi com ha començat, si resulta que el desequilibri ve perquè l'urbanisme i l'oferta no regulada creix sense control, amb més raó l'ecotaxa suposa una discriminació, perquè grava els únics que ho fan bé i que no creixen etc..

ONA: No creixen perquè ja creixeren al seu dia.

Mari: L'ecotaxa no és sobre l'hotel, és sobre els turistes.

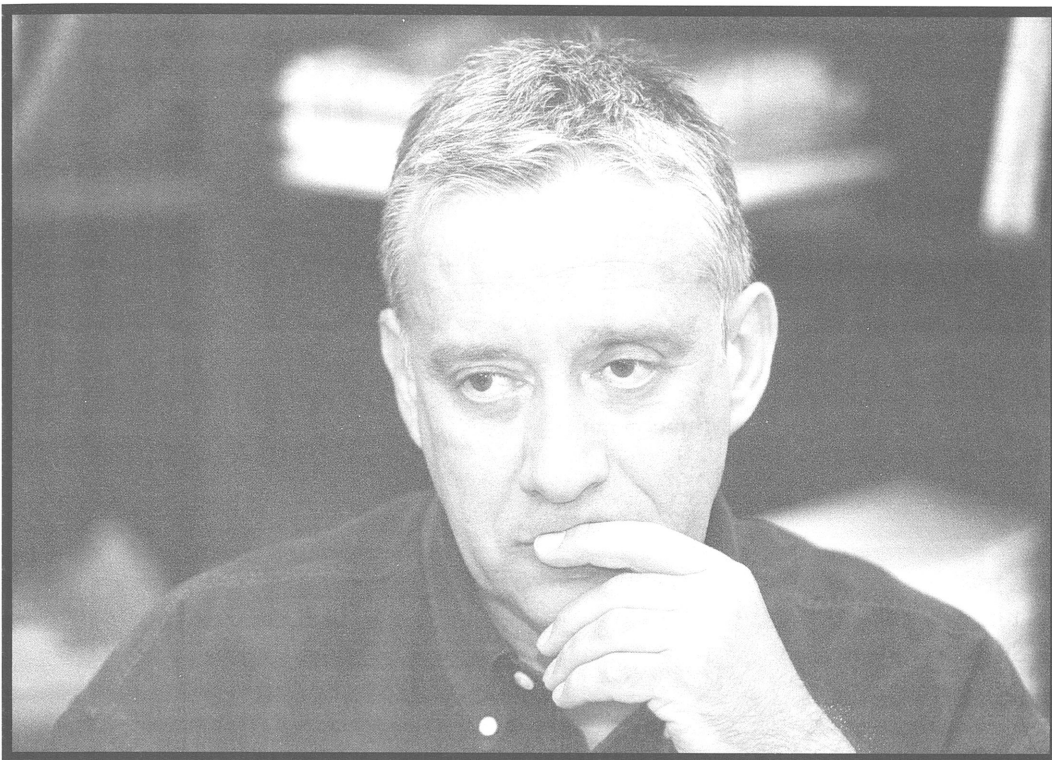
INCENTIVAR L'ESTALVI

Moranta: D'altra banda, no es tracta només de recursos, també s'han de prendre mesures que puguin promoure l'estalvi. Perquè si un hotelier ha de pagar el mateix per fer molts o pocs residus, doncs només alguns conscienciats posaran en marxa mecanismes per fer-ne manco. Igual passa amb l'aigua. Hi ha d'haver mecanismes perquè els que fan les coses bé tinguin la seva compensació perquè milloraria la situació.

Mari: Això no es pot plantejar així, ara resulta que per fer el que és bo per a tots uns han de tenir compensacions, les polítiques d'estalvi s'han de fer en base a conscienciació: aigua n'hi ha poca i per tant no en podem tudar.

Moranta: Això és vàlid per a uns quants conscienciats, però no per a la majoria.

Pastor: És cert que l'educació és bàsica, però si no hi ha incentius fiscals positius o negatius (això ho hem de veure)... i també aspectes sancionadors, no bastarà. Perquè sempre hi ha una part de



Xavier Pastor.

la població insolidària que desgraciadament entén les coses quan li toquen la butxaca, i per això no fa falta ser ecologista, això tothom ho entén.

Moranta: No fa falta ser ecologista, basta ser mallorquí.

ONA: *Analitzada amb escreix l'ecotaxa, que si més no ha servit per plantejar tota la problemàtica del turisme actual, vostès poden plantejar alternatives, sortides per a la situació actual que tots coincideixen a afirmar que és perillosa?*

CIBERTURISME

Flaquer: No hem parlat de l'aplicació de les noves tecnologies, i tothom coincideix a afirmar que suposaran grans canvis, sobretot precisament al món del turisme. Ja s'ha vist amb les agències de viatges, que han protestat quan Iberia s'ha posat a Internet per vendre passatges directament, també pot passar amb els hotelers. Ara, precisament les grans fusions de majoristes són una resposta ràpida a totes aquestes noves comercialitzacions. Els grans majoristes tenen força econòmica i suport financer per donar aquesta resposta, però, el nostre empresariat no sé com podrà fer front a aquesta nova comercialització que canviarà, sens dubte, molts d'aspectes del mercat.

Algú continuarà fabricant el paquet..., però els intermediaris que el venien, acabaran per desaparèixer i tot això torna a afectar el nostre teixit econòmic: el petit agent de viatges, l'empresari turístic més o manco independent. El món de la tecnologia ens perjudicarà, i hem de tenir una capacitat de resposta àgil.

Mari: Però si saben adaptar-se també poden beneficiar-se d'aquests nous canals.

Moranta: Els estudis i les tendències ens diuen que no, que la

tendència serà a desaparèixer. Que ja hauriem d'haver desaparegut! Els majoristes s'uneixen entre ells i s'uneixen a grans cadenes, no només d'allotjament sinó també a portals d'Internet, etc..., i han donat una resposta ràpida. El petit empresari d'aquí en queda exclòs i la solució serà que ens unim en una modalitat o altra, entre nosaltres o a grans cadenes, hem de ser capaços de donar una resposta al que ens ve damunt. Si els majoristes s'uneixen, nosaltres no tindrem cap capacitat de negociar, de decidir, de jugar a l'oferta i la demanda.

Ara, en turisme, una mosca ho canvia tot. Començant per aquesta temporada que havia de ser excel·lent i resulta que és dolenta.

PRODUCTE DIFERENCIAT

Pastor: A mi em costa parlar d'allò que no conec a fons, i voler donar

idees a gent que en sap i que viu dia a dia els problemes del turisme..., però, no seria possible que el petit empresari oferís un producte diferenciat? Com passa amb el turisme rural.

Moranta: Les grans cadenes també poden oferir un producte diferenciat, amb l'avantatge que la mateixa cadena pot oferir tota la gamma de productes diferenciats, i el petit no. I d'altra banda el turisme rural tampoc no és la panacea universal, no té tant d'èxit. I d'altra banda hem de saber què és un "producte diferenciat". El nostre turisme és de famílies, i hem de donar un producte molt especial per a nins, etc..., el turisme rural és un "producte diferenciat", el de balnearis, el de golf, el cultural (aquest més difícil, no perquè no puguem oferir el producte, sinó perquè la gent que es mou per temes culturals és un percentatge petit). Ara bé, el sol i platja és el producte que tenim i no podem pensar que és un desastre.

Flaquer: Pastor té raó i les coses han d'anar per aquí, i s'hi ha de fer feina. Ara, en tot cas el que passa és que el majorista té capacitat per donar servei a tota la cadena del turisme, des de l'avió fins a l'hotel, el transport, etc..., i el petit no pot donar tot el paquet, amb la qual cosa el producte s'encareix.

ONA: *La pressió dels grans hotelers mallorquins és molt forta, fora de Mallorca, això no obstant, la seva penetració aquí, el control no és per part dels mallorquins, mentre que l'ofensiva per part dels alemanys torna a ser molt gran.*

Moranta: Però, no estam d'acord que els hotelers van fora perquè aquí no poden créixer més?, o no? No, si ara resultarà que també ho fan malament perquè reinverteixen fora. O és que han de reinvertir aquí?, on tothom està d'acord que no podem créixer, i ho hem dit fins ara. Fem el que fem els hotelers sempre ho hem de fer malament?

Vendre Mallorca a preu de patató

Entrevista a Miquel Suau

per Jordi Calleja

Parla d'un cercle viciós quan es refereix a la situació actual del turisme a Mallorca. Segons Miquel Suau, són pocs els que han apostat per la qualitat, quan la immensa majoria dels hotelers viu sota les directrius del majorista de viatges. Té molt clar que cada dia són més nombrosos els turistes que estan disposats a pagar més per un servei de qualitat, però creu que els grans hotelers prefereixen continuar amb la fórmula del tot inclòs i que no estan interessats a millorar les condicions dels seus hotels, ni les dels seus treballadors. Això explica, segons Suau, la seva oposició a l'ecotaxa, una iniciativa que considera brillant i que no dubta a presentar com una eina de venda a mitjan i llarg termini. El temps, l'obsessió per aconseguir beneficis immediats, és precisament el que creu que corre en contra de la protecció del medi ambient i del turisme rural que, per a Suau, haurien de ser dos dels motors del turisme del futur a Mallorca. El problema és, per a aquest jove hotelier, que venem Mallorca a preu de patató.



-Com va ser el seu començament al món del turisme i la reconversió que la seva família va fer al negoci?

-Tot va començar ara fa set anys quan el meu pare va rebre una oferta per l'hotel Lagomonte, a Alcúdia, i decidírem apostar per fer un salt qualitatiu important. En aquesta operació fèrem la reforma de l'hotel i adquirírem també la finca de Son Brui, que és entre el golf de Pollença i el poble. Era un hotel de tres estrelles que el meu pare va comprar l'any 1978 i el transformàrem en un hotel de quatre estrelles tot apostant per una transformació radical. Hi hem treballat tota la família, el meu germà i jo duim la gestió, la meua mare té cura dels detalls, que són el que marca la diferència i mon pare tramita els permisos per obrir a Son Brui un hotel rural. Quan decidírem fer la reforma érem els bojos de la zona, perquè en comptes d'apurar els espais decidírem reduir el nombre d'habitacions i fer-les més amples i còmodes. Abans teníem quaranta-vuit habita-

cions i ara en tenim trenta-vuit, en canvi tenim més empleats que abans. El meu pare va descobrir la cadena francesa Relais Chateaux i el va seduir, primer a ell i després a nosaltres, la seva filosofia, la idea d'una hostaleria de qualitat. Poder tenir un nivell de clientela i una relació a l'hotel on poder tenir cura del detall va convertir-se en el nostre objectiu. Al turisme de masses que domina a Mallorca és el majorista qui marca la pauta. Ell estableix un preu i tu adaptes el servei a aquest preu, els serveis que pots oferir. Sortir d'aquesta dinàmica no és fàcil i nosaltres ho hem aconseguit. Treballam un servei, donam una qualitat i som nosaltres que establim el preu. I amb el temps ens hem adonat que, tot i que sembli una contradicció, abans teníem problemes per trobar majoristes que volguessin treballar amb un establiment com el nostre i avui podem triar els majoristes que més ens interessen. Fins i

Miquel Suau Melià (Palma 1968) és fill de Llorenç Suau i Joana Melià. Va estudiar al col·legi Lluís Vives abans de viatjar a Suïssa on va estudiar hostaleria al Centre Internacional de Lausanne. Ha treballat com a subdirector a La Residencia de Virgin fins que va començar a dirigir l'Hotel Cala Sant Vicenç amb el seu germà Alexandre. El seu pare va ser un dels primers hotelers de la zona d'Alcúdia i és la persona que més ha influït en la seva formació, dirigida sempre cap a un turisme de qualitat on s'aposta per la formació del servei i per un turisme familiar en què la gastronomia juga un paper important.

tot cada any reduïm el marge de col·laboració amb els majoristes de viatges perquè cada dia són més els clients directes, que reserven directament a l'hotel. Som a la cinquena temporada i som ja en el 60% de reserves de clients directes i només un 40% a partir de majoristes, i ho fem amb un marge de diferència de preus entre uns i altres d'un 20% i que l'any que ve reduïrem a un 15%.

Dins el turisme de masses, que és el que predomina clarament a Mallorca, els marges de clientela directa són entre un 2% i un 3% i la diferència de preus és entre un 30% o 40%.

-Parlem de dos tipus de turisme molt diferents. Creu que podrà aconseguir-se potenciar-ne un i limitar l'altre?

-No és gens senzill. Efectivament, són motivacions de clients molt diferents. Un tipus de client viatja amb el preu com una de les seves prioritats i està disposat a sacrificar la qualitat de servei. El nostre client, en canvi, pagarà un suplement de preu si el que paga a canvi li representa una millora de qualitat en el servei. El que vol és saber que si ve a passar una setmana estarà còmode, que si té un problema se li resoldrà i que tindrà espais on relaxar-se.

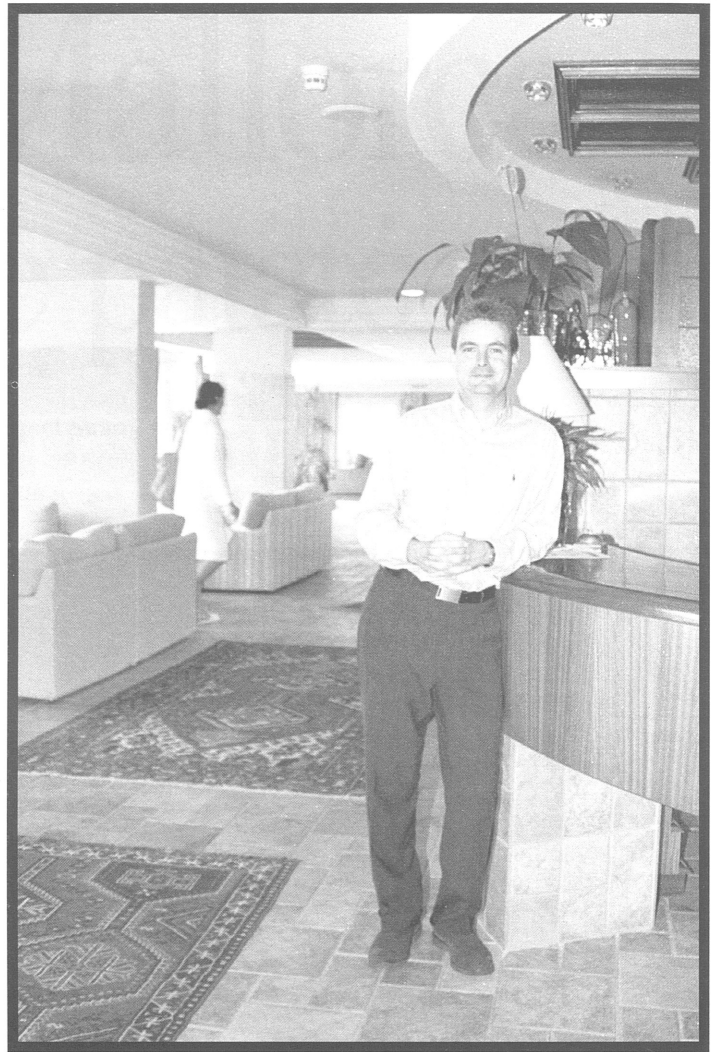
-Un canvi com el que feren al seu hotel afecta no només el client, sinó també els treballadors. Quines creu que han estat les raons per les quals han tengut una resposta tan ràpida i fidel del client, i com han treballat la transformació d'un servei de tres a quatre estrelles?

-El canvi afecta les categories laborals i la qualitat de la feina. No és el mateix tenir un cambrer per a cinquanta persones a un menjador que tenir-ne cinc per a trenta-cinc persones, que és el nombre de coberts que servim ara. En termes generals, abans de la reforma teníem vint-i-cinc empleats, i ara, si tenim en compte que hem obert dos restaurants, arribam als seixanta en temporada alta, amb deu habitacions menys. Les categories professionals també tenen una remuneració més elevada segons la categoria de l'hotel, però sobretot la diferència és a efectes de poder fer una feina ben feta. Tot té una relació molt clara. Nosaltres feim una feina ben feta i la cobram, i el client està disposat a pagar per una feina ben feta. És clar que el client serà més exigent perquè ho paga, però per a nosaltres és molt més còmode treballar en aquestes condicions. Per a nosaltres el més important és comptar cada vegada amb més clients repetidors. Si tens una cartera de clients fixa, tens el futur relativament assegurat.

UN MERCAT VICIAT

-L'altra cara de la mateixa moneda són els grans hotelers. Què pensa de les seves reserves a l'hora de millorar els hotels de Mallorca i de declaracions com les d'un alt càrrec del grup Melià que va dir que els diners se'ls gastava per fer més hotels al Carib i no per millorar els de la nostra illa?

-El gran problema que hi ha hagut a Mallorca és que aquí no hem hagut de fer res mai per dur la gent, ha estat la gent que ha vingut aquí, i ens ha forçat d'alguna manera a anar fent coses. A part d'això, crec que són gent que no té una cultura empresarial de llarga tradició, és a dir, gairebé tots els empresaris que són al món de l'hostaleria són de primera generació. El fet que els condicionants del mercat siguin uns i que la tradició empresarial nostra sigui aquesta, ha provocat que ens trobem amb un producte que podríem cobrar a preus molt elevats i que cobram a preu de patató, perquè hem viciat el mercat. La cultura de l'hoteler a Mallorca és la cultura



del cent per cent, és a dir, un hoteler per estar satisfet ha de tenir l'hotel ple al cent per cent. Quan sents parlar dos hotelers sempre parlen d'ocupació, és el que més els preocupa, però de preu ja no els agrada tant parlar-ne. Si un mes no s'ha venut bé, llancen ofertes al mercat amb l'únic objectiu d'omplir a preus molt baixos. S'ha viciat el mercat. Les grans cadenes i els grans hotelers tenen el seu mèrit, això no ho discuteixo, però són els que han provocat que sigui així. Puc posar un exemple claríssim. Nosaltres oferim un producte que podríem cobrar a preus més alts si fóssim a primera línia de la costa. En canvi, hi ha hotels de tres estrelles que són a primera línia de mar i que ofereixen el "tot inclòs", això és una bogeria, com podem millorar les condicions de l'hostaleria si oferim mitja pensió a un lloc paradisiac per 3.500 pessetes?

-Creu que la desestacionalització és compatible amb aquest boom d'ofertes de temporada d'estiu que tant interessa els grans hotelers?

-Tot es relaciona. No reinvertim en el que tenim aquí, sinó que ho feim fora. S'han construït hotels, s'exploten i es continua treballant per a la temporada d'estiu. Tenim la nostra illa totalment saturada. Tal vegada guanyem molts de doblers però la qualitat de vida que tenim els mesos d'estiu és un desastre. Abans teníem espais allà on anar, però ara tot està copat. Em fa ràbia pensar que ens ho carregam, quan tenim un producte que podríem oferir d'una altra manera. Nosaltres tenim el mateix nombre d'empleats que un hotel de gran capacitat. Els nostres clients aporten molts més diners a

Mallorca i són molt menys perjudicials per al nostre ecosistema que els clients d'hotels de masses. L'espai que ocupen, els fems que produeixen, l'aigua que consumeixen els turistes de masses són rendibles per a l'hoteler, però per a la societat mallorquina no ho és aquest tipus de client. Potser estic exagerant i m'estic fixant massa en un tipus de producte determinat i és clar que hi ha un turisme entremig, però crec que no anam en la direcció correcta.

-Quina opinió té de l'ecotaxa?

-Jo tenia molta d'il·lusió quan vaig començar a sentir parlar de l'ecotaxa, perquè em sembla una gran idea. Ara m'espanta una mica veure en el que es converteix, però la idea inicial de l'ecotaxa em semblava formidable. Els hotelers comentaven que potser perdrien quota de mercat pel que fa al turisme massificat i jo dic que ja m'agradaria. Miquel Alenyà va dir al darrer estudi econòmic de "SA NOSTRA" que els preus turístics es podrien pujar un 50% i jo ho crec. Quan escoltes aquesta afirmació penses que és una animalada, però si cobres 2.500 pessetes, passar de 2.500 a 5.000 pessetes és un 50% i continua sent molt econòmic. La filosofia de l'ecotaxa és molt correcta, ara bé, la massificació no es produeix només pels hotels i no em sembla bé la proposta d'escalonar l'ecotaxa i que quan més categoria tenguí l'hotel més pagui el client. Jo crec que el millor seria una ecotaxa comuna per a tots, que tots els turistes paguin el mateix, però que si s'ha de penalitzar algú és el turisme que no deixa els diners que mereix un producte turístic com el nostre. Nosaltres ens hem gastat doblers per aconseguir diversificar la via de comercialització del producte. Hem aconseguit evitar la dependència dels majoristes i creim que ens ha sortit bé, però la majoria d'hotelers s'han acostumat a comercialitzar el cent per cent a través dels majoristes de viatges i són en les seves mans.

L'ECOTAXA COM A EINA DE VENDA

-Una altra de les apostes del Pacte de Progrés que troba oposició dins la família turística és la declaració de parcs naturals a zones tan estratègiques com la serra de Tramuntana. Vols dir que no es podria utilitzar com a reclam d'un turisme de temporada d'hivern?

-Jo crec que sempre hi ha hagut més demanda que oferta i que mai no s'han volgut tancar portes a fer un bloquet d'apartaments, comprar un finqueta i llogar-la de forma il·legal, i tot el que pugui condicionar aquest lliure mercat espanta molta gent. El que és evident és que un producte com el nostre si es vol comercialitzar a llarg termini ha d'apostar per iniciatives com aquestes. S'ha de deixar de pensar a curt termini, si vénen més turistes feim més hotels, però no és així. Si hem de fer més hotels només hem de permetre construir-ne si els hem de fer més bons i si hi ha molta demanda a l'exterior el que hem de fer és pujar els preus, perquè el nostre territori és limitat i ja l'hem explotat sense criteri durant massa temps. Si continuem explotant l'entorn arribarà un dia que no vendrà ningú. Hem de pensar a llarg termini, perquè jo crec que tant l'ecotaxa com els parcs naturals seran una eina de venda. Si jo li puc dir al meu client que si ve a Mallorca una part dels seus diners s'invertiran en medi ambient, aquesta és una eina de venda. Sempre que he plantejat el tema als meus clients m'han dit que posarien els doblers, perquè si ells sabem que els doblers es destinaran a millorar els recursos hidràulics, a tenir cura de l'entorn, a tomar algun edifici obsolet... estaran encantats, perquè veuran que si vénen cada any les coses van millorant. A la llarga, l'ecotaxa és una eina de venda, no és un tap,

però la mentalitat de pensar a curt termini és perjudicial. Per altra banda, jo estaria disposat com a hoteler de Mallorca a guanyar 90 en lloc de 100 per tenir qualitat de vida i que els meus fills puguin gaudir de l'entorn. Per desgràcia veig que es perd i és molt greu, i el turista ho arribarà a percebre de la mateixa manera. Ja hi ha bastants turistes que coneixen bé la nostra illa i hi vénen des de fa molts d'anys, que no posen els peus a Mallorca els mesos d'estiu i si això s'allarga anem per mal camí.

-Parlem de canvis que també afectarien les condicions dels treballadors de l'hostaleria. Cada any es discuteix sobre la precarietat laboral del sector, però no sembla que arribin els canvis.

-Aquest és un dels vicis que ha creat el sector, perquè ens ha convengut tant a l'hoteler, com a l'empleat, com al constructor. És molt còmode tenir sis mesos d'hostaleria massificada de temporada, on la qualificació laboral no s'ha tengut mai en compte i sis mesos en els quals molta gent que ha treballat a l'hostaleria i cobra subsidis, fa feina amb doblers negres a la construcció. És evident que dins l'hostaleria enguany hi ha una manca de mà d'obra real i sobretot de mà d'obra qualificada. Som nosaltres mateixos que hem creat aquesta situació. Des d'un principi mai no hem exigut un nivell professional a un cambrer, a un cuiner o a un recepcionista. Jo crec que dins el nostre tipus d'hostaleria, evidentment, s'ha d'apostar per la formació, per poder assegurar un bon nivell del servei. Si no adaptes el teu producte a les expectatives del client, si no tens una mentalitat oberta quedes enquistat. Hi ha hotels que han tengut molt de nom a èpoques passades i que s'han pensat que no havien d'evolucionar, perquè el seu èxit no depenia dels clients sinó del seu servei. Jo m'he cansat d'escoltar que els clients d'ara no són com els d'abans. Evidentment, la demanda canvia i som nosaltres els que ens hem d'adaptar a allò que cerca el client. La culpa no és de l'empleat, sinó de l'empresari. Si durant vint anys has fet que el servei funcionés d'una manera, ara és difícil canviar les coses. Has d'invertir en la formació per assegurar una bona resposta.

-Quin tipus de client arriba a hotels com el seu? Quines són les coses més importants de les quals han de tenir cura?

-Fer un hotel familiar, oferir tranquil·litat i bona gastronomia. La primera i segona cosa s'aconsegueixen amb una instal·lació còmoda i amb un bon servei per al turista i és clau pel tipus de client al qual arribam. Pel que fa a la gastronomia hem treballat una mica contràriament. Hem hagut de lluitar una mica amb la tradició gastronòmica mallorquina, perquè, com a l'estranger, la cuina dels bons hotels sempre és un reclam, com per exemple anar a fer un cafè al Ritz de les grans ciutats, a la nostra illa s'han fet els hotels d'esquena a la població de l'illa. La imatge de l'hotel que hem fet els mateixos hotelers és que són per als turistes, no són un punt obert. El mallorquí que ha fet duros ha comprat un mobiliari barater, per a la gent que paga poc i això no s'associa a bona gastronomia i a hotel. És difícil fer entendre al públic mallorquí que es pot passar gust de dinar o sopar a un hotel. Hem notat que la resposta de l'estranger és diferent de la del mallorquí, però a poc a poc hem aconseguit arribar també al mercat illenc. El més important és treballar amb matèria primera de Mallorca i d'alta qualitat. Fins ara era un punt molt complicat de treballar, però ara ja començam a trobar més possibilitats: olis, vins, fruita, ametlles... Tots els serveis dels hotels estan orientats a un turisme de masses i fins ara era molt difícil trobar vies per a una qualitat superior, però a poc a poc hi ha més hotels de qualitat i més restaurants de categoria.



al servei de la societat illenca

Nova adreça:

Francesc de Borja Moll, 10, entresòl

Tel. 971 71 16 61 - Fax 971 71 91 94

e mail: fundesba@jet.es

07003-Palma de Mallorca

TEMPORADA D'HIVERN

-Pot aconseguir-se amb aquest model allargar la temporada turística?

-Aquest és un fet molt important del qual no hem parlat fins ara. Nosaltres obrim l'hotel deu mesos a l'any. Abans l'obriem set mesos i ara sobre els deu mesos l'any passat aconseguirem una ocupació mitjana d'un 82%. Els mesos de febrer i novembre són els més fluixos, però la nostra temporada alta que va de l'1 d'abril al 31 d'octubre i el mes de maig és temporada mitjana.

Hi ha una sèrie de productes que sí que poden apostar per una temporada llarga de deu mesos, però no és el cas més freqüent. El més còmode i ràpid de rendibilitzar i que han fet molts d'hotelers ha estat tenir un hotel d'estiu obert durant sis mesos i obrir-ne un altre per a la temporada d'hivern. Si tu tens un hotel orientat únicament al sol i platja és molt difícil fer-lo rendible els sis mesos restants, però hi ha altres casos en què sí que es podria treballar en aquesta direcció. Són pocs els hotels que ofereixen qualitat a preus raonables i que treballen per acostar el turista a conèixer altres atractius de Mallorca. Ara bé, aquí també vull dir que ens trobam amb molts de problemes els hotelers que volem comercialitzar l'hivern, perquè, per exemple, en els darrers deu anys s'han tancat la majoria d'excursions. La informació que enguany passam al turista per anar d'excursió pot deixar de ser vàlida l'any que ve, perquè han tancat una altra possessió, i així és difícil. El client està disposat a pagar per fer una excursió, però el que no pot ser és que trobi que tres de cada quatre excursions estan tancades. Potser per això seria positiu acceptar que els parcs naturals són una bona opció per millorar aquesta situació. El que no podem fer és un parc natural d'esquena a la realitat turística de Mallorca. El turista no tindrà cap problema de pagar per anar a fer una excursió, però també se li ha d'oferir un bon servei i s'ha de tenir cura de l'entorn natural. Jo si puc anunciar el meu hotel com un hotel que és aferrat a un parc natural per a mi és fantàstic.

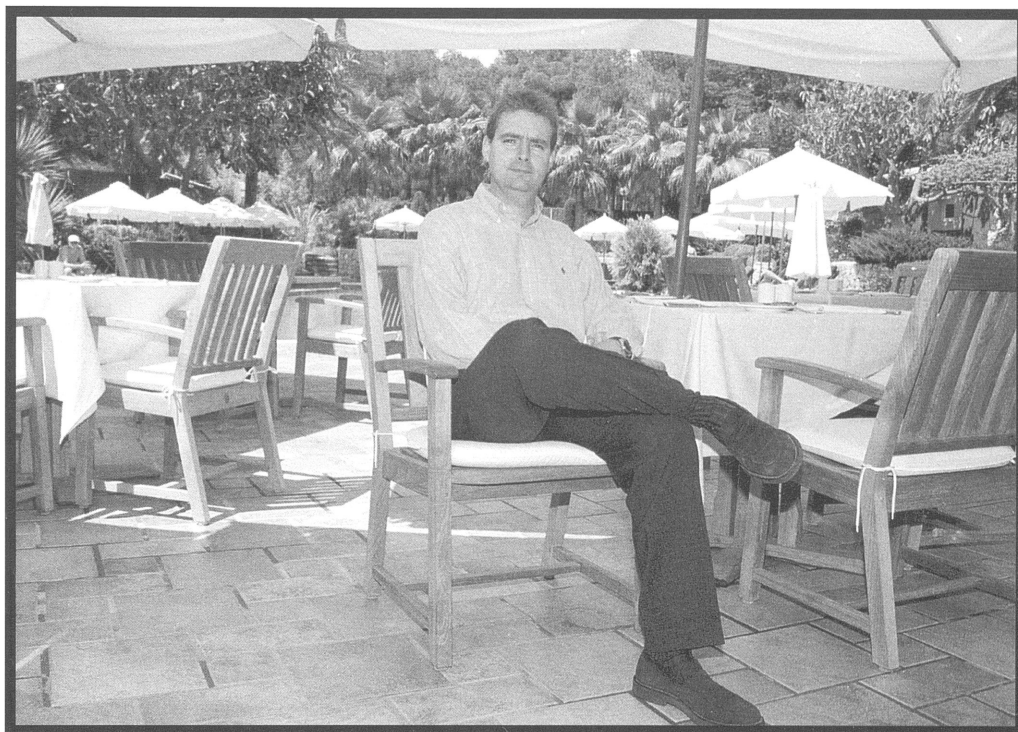
-Quin futur creu que pot tenir el turisme rural a la nostra illa?

-Avui representa una part molt petita del turisme que arriba a Mallorca. Crec que és una bona manera de dinamitzar el tema rural i crec que orientat a clients de qualitat pot tenir un gran futur. Jo hi crec i serà la nostra pròxima inversió. Jo crec en una oferta on puguem donar un servei de primera categoria, com si fos un hotel de cinc estrelles, i on també puguem oferir al client la sensació que gaudeix dels productes naturals de la millor qualitat. El client ve cada vegada més de grans ciutats i per a ell és molt atractiu poder gaudir del camp. Si li pots oferir llet d'allà mateix, un suc de taronja de les taronges de l'hort... segur que el faràs sentir molt bé. És clar

que no voldrà patir les mosques de la vaca, ni embrutar-se les sabates per agafar la taronja, però crec que és un segment de mercat interessant que a més a més és un turisme de tot l'any, i no de temporada. A més, crec que s'hauria de potenciar aquest turisme que no ataca el medi ambient.

-Fins ara hem parlat de molts de temes diferents que estan interrelacionats i que afecten el món del turisme. Hem vist que la realitat dels petits hotelers és ben diferent de la dels grans hotelers, però quina creu que és la direcció de la família turística a curt i mitjan termini?

-No és fàcil fer un pronòstic, però sí que és cert que parlem de dues



situacions ben diferents. A mi no m'agrada gens veure la imatge dels grans hotelers negant-se en rodó a una ecotaxa, no m'agrada la imatge que dona la patronal hotelera a la societat. L'exemple hi és, i la gent que aposta per la qualitat té bons resultats, però no crec que tothom estigui preparat per donar la passa. Fa uns dies m'explicaren el cas d'un hotel que va fer arreglar un hotel de les mateixes característiques que el nostre i que ha donat la venda en exclusivitat a un sol majorista. Alerta! tu canvis de producte i has de canviar la manera de comercialitzar-lo, el que no pots fer és continuar lligat a un majorista, perquè entre altres coses els majoristes de viatges no estan acostumats a treballar amb aquest tipus d'oferta i pot ser que entris en el mateix sac que la resta d'hotels. Jo el que veig són filosofies empresarials molt trobades, molt diferents. Quan parla la patronal hotelera sempre parla de la comercialització via grans majoristes de viatges. La importància dels majoristes de viatges, dels operadors, és brutal, excessiva. Jo no puc dir quanta gent podria sortir d'aquest cercle viciós, però crec que seria possible d'una altra manera. El problema és que l'hotelier no ho veu, no té clar que vulgui canviar i així és molt difícil canviar les coses.

La conseqüència de la globalització

Per Antoni Oliver



Hotel Bendinat Golf, inversió estrangera a Mallorca.

La nova economia desencadena unes macroempreses que tendeixen a dominar els mercats a escala mundial. És un fenomen que va començar fa gairebé bé deu anys i que varen preveure alguns economistes i historiadors. Allan Toffler a *La tercera ola* quasi va resultar profètic. Aquest autor alertà que s'apropaven uns temps de macroconcentracions d'empreses i afegí que la concentració del poder econòmic en poques mans és una forma de dictadura, una dictadura del capital. Amir Samin, estudià el fenomen de la crisi asiàtica i analitzà el paper que varen tenir les grans corporacions. Altres autors, com Albert

Recio, han alertat del perill que tenen les megaempreses pel que fa a la precarietat laboral, la supressió de llocs de feina i altres aspectes que incideixen en la sobreexplotació dels treballadors. Aquestes empreses incideixen molt també en la societat de l'oci, i altres autors han alertat sobre el perill que té la gran concentració d'empreses dedicades a l'oci -parcs temàtics, hotels, cinemes- quan es concentren en poques mans, perquè van en detriment de les cultures minoritàries i tendeixen a la difusió, sense fronteres, del que s'ha anomenat pensament únic.

Però sembla que de la globalització no se'n pot

fugir. Si hi ha una indústria a Balears on aquest procés es veu clarament, aquesta és la del turisme. També s'han donat alguns moviments al sector de l'alimentació o de l'oci, però on la radiografia del que passa resulta més clara és en el sector turístic, tant en l'hostaleria, com en els majoristes de viatges i transportistes.

La concentració de grans majoristes turístics sembla una conseqüència irreversible del procés de globalització de l'economia. O almenys així ho expliquen els economistes i experts en turisme. El que passa és que ja hi ha veus crítiques amb aquestes grans concentracions d'empreses



Sol, globalització cap a fora.

i alguns economistes que comencen a apreciar-hi signes negatius. Però mentre, sobretot a Europa, es continuen produint les macroconcentracions d'empreses. En concret, el procés de concentracions als operadors turístics no ha fet més que començar. A aquests moviments s'hi ha d'afegir també l'entrada d'aquests mateixos majoristes a cadenes hoteleres de les Illes. Són dos processos paral·lels que poden arribar a concentrar en poques mans una part significativa de l'oferta turística a Balears.

MACROCONCENTRACIONS

La fusió, algú pensa que fagocització, de l'operador britànic Thomson per l'alemany TUI ha causat una autèntica commoció al si del sector turístic de Balears. Ha causat inquietud pel fet que una bona part del turisme balear resta a les mateixes mans. L'operació va ser ràpida i d'una audàcia empresarial considerable, també amb conseqüències per al mateix macrogrup que podria vulnerar les lleis antimonopoli i s'haurà de desprendre, tal vegada, de la participació en altres empreses. A Balears el president del Grup Sol ha manifestat les seves reticències. Els principals grups hotelers de les Illes han vist l'operació des de diversos punts de vista. Iberostar creu que el seu soci Neckermann no va poder concretar amb ells l'operació, i Riu i Grupotel, socis de TUI, veuen les coses d'una altra manera, més favora-

ble.

Aquesta operació, la compra de la britànica Thomson per TUI va encendre algunes alarmes al sector hotelier. Aquesta operació va anar precedida d'altres intents per part del competidor més directe de TUI, Neckermann, també per comprar l'empresa britànica.

Les reaccions a aquesta gran concentració han estat diverses, des d'intentar llevar una certa importància a l'operació, dient que continuaran sent dues empreses amb línies d'actuació diferenciades, tesi que defensa bàsicament Thomson, fins a la reacció de Felipe Gaspar, secretari general de Zontur, que creu que s'ha creat "un monstre, amb capacitat per dominar el mercat", i que afegeix que "no ens podem oposar a les lleis de mercat, però hi ha preocupació perquè la pressió creixerà".

Davant la preocupació manifestada pels hotelers de Balears el director executiu de Thomson, Charles Gurassa, va fer una visita a Balears, després que s'anunciàs la venda a TUI, per dir que "Thomson conservarà la seva independència dins el grup Preussag".

Els hotelers mallorquins varen manifestar la seva preocupació i fins i tot anunciaren una reunió de la Federació Hotelera per tractar el tema. Aquesta reunió es va ajornar perquè un altre tema que té preocupats els hotelers, l'ecotaxa, sorgí a l'arena política en donar a conèixer el Govern el projecte de llei que es presentarà al Parlament.

El president de la cadena Sol Meliá, Gabriel Escarrer, alertà el primer dels perills de les grans concentracions. A unes declaracions, després d'entrevistar-se amb el director executiu de Thomson, digué "fa tres o quatre anys es diagnosticà el futur dels operadors turístics: en quatre o cinc anys en quedarien a Europa cinc com a màxim i això es compleix, perquè el peix gran es menja el petit".

"No m'ha sorprès la unió de TUI i Thomson, però no deixa de ser preocupant perquè si hi ha quinze o vint majoristes és molt més avantatjós per a la indústria turística espanyola que el fet que n'hi hagi tres o quatre. Per això, les cadenes hoteleres s'han d'unir i intentar millorar el producte i donar una bona relació qualitat preu. Quan el majorista detecti que l'hotelier dóna una gran qualitat al preu just, no podrà prescindir de l'hotel".

L'alarma al sector turístic és justificada si es té en compte que una quarta part dels llits disponibles a les Balears seran en mans de TUI i de Thomson, és a dir, més de cent mil de les quatre-cents mil places disponibles a l'oferta turística a les Illes.

TUI també s'uneix al majorista més important de França, FRAM, que també opera a Balears i augmenta per aquest costat la major presència en el mercat illenc.

Les conseqüències d'aquesta macroconcentració encara són per avaluar. Però el negoci turístic

a Europa no serà el mateix. La unió suposa que un sol operador mourà més de vint milions de turistes cada any. L'operació ha suposat per a TUI pagar 500.000 milions de pessetes a Thomson i encara no han acabat els plans expansius. És clar que la capacitat de pressió sobre les cadenes hoteleres és enorme.

Algunes dades posen de relleu d'una forma més evident encara la magnitud de l'operació. La facturació de TUI és de 7.645 milions de marcs, té més de sis milions de clients i un 22% del mercat alemany. A Balears té 1,2 milions de clients. Per la seva banda, Thomson té una facturació de 3.002 milions de lliures, quatre milions de clients, un milió de clients a Balears. Respecte de Balears, Thomson hi té un 10% del turisme i TUI un

empresa important. El període 1998-99 va ser el de millors resultats en tota l'existència de l'*holding* de TUI (Preussag). TUI va comprar a la borsa de Londres un 7,2% de Thomson Travel Group. Això va ser el 12 de maig. Dies després feia una oferta a Thomson per tota la companyia. Oferta immediatament acceptada. D'aquesta manera el grup alemany consolidava la seva posició preponderant al mercat turístic europeu. L'oferta es va fer amb el pagament en efectiu i a un preu per damunt de la cotització darrera de Thomson. Això demostra la gran fortalesa de l'*holding* alemany Preussag, ben capitalitzat i amb uns beneficis nets de 676 milions de marcs l'any 1999, un 15% més que en l'exercici anterior, quan el turisme suposà un 44% de la seva facturació.

Domina tot el paquet turístic: venda majorista i minorista, transport i llits.

UN ENTRELLAT D'INTERESSOS I ALIANCES

Aquesta unió té una gran incidència sobre el negoci turístic de Balears. El majorista alemany és un accionista important de la cadena RIU i de Gruphotel. Per la seva banda, Thomson té un gran pes a Viatges Iberia, és a dir, que tot plegat, l'operació suposa un gran impacte sobre la indústria turística de les Illes.

El Govern balear està més pendent de la reacció dels hotelers envers l'ecotaxa que de les



La globalització present a les fires com Word Travel Market.

12%, entre ambdós arriben a més del 20%. A això s'ha d'afegir que TUI és accionista majoritari de JMC que té a Balears 300.000 clients. Encara que aquesta darrera empresa fos venuda a un altre majorista de viatges, per no vulnerar les lleis antimonopoli, això incidiria també en la concentració.

La compra de Thomson per TUI va ser una sorpresa, perquè l'operador britànic estava en converses amb l'altre gran operador alemany: Neckermann.

Hi havia alguns indicis que el grup Preussag cercava l'expansió i la fusió o compra d'una altra

Preussag va actuar amb molta celeritat quan el seu rival C&N liderat per Neckermann, va entrar en contacte amb Thomson per oferir-li 1.600 milions de lliures. Preussag va fer finalment una oferta que suposava una prima d'un 89% sobre el valor en borsa de Thomson.

L'adquisició de Thomson suposa entrar també en una sèrie d'operacions colaterals. Controlant Thomson, TUI també es fa amb centenars de punts de venda minorista i amb la companyia xàrter Britannia. És a dir, que el mateix majorista també té part als allotjaments turístics, amb participació a cadenes hoteleres i en el transport.

unions d'empreses turístiques, però el conseller de Turisme, Celestí Alomar, manifestà que "s'ha de seguir amb molta atenció aquest assumpte" i destacà que el sector ha de fer una aposta decidida per mètodes alternatius per poder tenir una dependència menor dels grans operadors.

Tots els principals operadors europeus tenen aliances amb els grups hotelers de les Illes i en alguns casos participacions. Per exemple, ara ho dèiem, TUI té una part de les cadenes RIU i Gruphotel i també, a través de Thomas Cook, participa a Iberostar que, també a la vegada, està participada per Neckermann.

Aquest és un exemple, encara que aquestes relacions van a vegades tan lluny que és pràcticament impossible esbrinar fins on arriben. Un altre exemple, TUI també controla Ultramar Express que és una agència de viatges especialitzada en viatges, excursions, lloguer de cotxes, etc., implantada també a Balears. D'altra banda Airtours és present a la cadena Hotetur, Viatges Marsans i Spanair; Hoteles Globales està participada per Sunwing i SAS.

El grup C&N, Neckermann, ha intentat fins ara algunes adquisicions i aliances que no han quedat. Fa uns mesos va voler adquirir el complex Bellevue que finalment va quedar en mans d'Hotetur i Airtours. Després d'aquesta fallida operació el director executiu de C&N, Stefan Pichler, declarava: "per a totes les actuacions posam totes les xifres sobre la taula i feim uns càlculs perquè el que resulti sigui el millor per a totes les parts implicades. Per suposat sempre intentem tenir inversions hoteleres que siguin de primera qualitat per als clients i a un cost raonable. En alguns casos, funciona i a altres llocs continuem cercant oportunitats", és a dir, que continuen interessats en l'adquisició de places hoteleres.

Els hotelers mallorquins també han fet les seves aliances, com les del Grup Barceló amb Globalia, Sol i Iberostar amb Viva Tours. S'espera que aquesta política d'acords i concentracions continuarà. Però tampoc no s'aturaran les operacions dels majoristes europeus per augmentar la presència al mercat de les Illes i a les empreses mallorquines. Els interessos són mutus. Luis del Olmo Piñero, director de màrqueting de Sol Meliá, destacava fa ja mesos que el seu grup estudiava quina posició adoptaria davant les grans estructures turístiques. Del Olmo resumia així la situació: "El món dels majoristes turístics europeus travessa una fase de canvi des de fa uns anys també generada pel fet que a Europa ens movem a un mercat únic i és natural que les fronteres comencin a reduir-se. Això no vol dir que hagin de donar a tots els clients el mateix, es manté el reconeixement cultural de cada país. Malgrat això, no poden ser aliens a l'evolució que es produeix als majoristes turístics i a la concepció d'un mercat en mans d'unes poques empreses, molt grans. Nosaltres estem a l'expectativa i parlem amb tothom per veure la posició que eventualment ha de prendre Sol dins aquest concepte de grans estructures turístiques. A partir d'aquí existeixen moltes possibilitats: integració total, integració estratègica, assegurar places, etc".

És a dir, que cada un es defensarà com podrà. El que sí és clar és que les aliances continuaran i alguna reacció ja es planteja per fer front a aquesta situació.

UN PROBLEMA A LA INDÚSTRIA TURÍSTICA ESPANYOLA

Alguns experts sostenen que la indústria turística espanyola, i també la Balear, sempre ha tengut un gran problema: mai no hi ha hagut un majorista espanyol que hagi operat, per exem-

ple des d'Alemanya o des d'altres països europeus. En aquesta perspectiva, Viva Tours darremament aspira a convertir-se en emissor des de països estrangers i ha fet alguns contactes per tal d'aconseguir-ho. En aquest sentit, Herminio Gil, director general de Viva Tours, ha manifestat que Viva Tours "anirà a tots els països que siguin possibles en haver-nos consolidat a Espanya. Ens instal·larem a Alemanya, Itàlia, Estats Units i Mèxic, però no podem començar la casa pel terrat".

Si Viva Tours continuàs amb la idea d'intentar posar en marxa un operador a l'estranger segurament comptaria amb la participació de Sol Me-

Algunes xifres en el sector turístic europeu

El majorista de viatges més important a Europa per volum de negoci actualment és TUI (Alemanya) amb 1.191 milions de pesetes, seguit d'Airtours (Anglaterra) amb 978 i Neckermann (Alemanya) amb 782. A continuació se situa Thomson (Anglaterra) amb un volum de 689. A Alemanya també operen Rewe i LTU amb un volum de negoci de més de 1.000 milions entre ambdós. També hi ha altres majoristes alemanys ben situats en els mercats europeu i mundial. És a dir, que en aquests moments, la indústria turística europea està dominada pels alemanys. La resta d'operadors, italians, escandinaus, etc., no presenten un volum tant gros de negoci i, en conseqüència, no mouen tants de turistes.

liá, Iberostar i Globalia que veuen clarament la necessitat d'un majorista amb presència a Euro-

LA POSICIÓ DELS HOTELERS

Els hotelers de Balears veuen amb preocupació aquesta situació. La Federació de Mallorca ha fet pública la seva postura que bàsicament incideix a propiciar més unió a l'hora de negociar preus i també d'augmentar la qualitat. El marge que té l'hotelier per negociar no és molt gran, però els hotelers compten amb una cada vegada major qualitat i una oferta atomitzada que pot fer més difícil als grans majoristes imposar de cop les seves condicions, en definitiva, tot depèn del vell joc de l'oferta i la demanda.

Antoni Munar, gerent de la Federació Hotelera de Mallorca i consultor en temes turístics assenyala que "la concentració de majoristes de viatges no és més que la conseqüència de la globalització i de la nova economia. Es tracta d'un procés irreversible en el qual ningú no pot fer res, a

excepció de respectar la llei de la lliure competència, i és el Tribunal de la Competència de Brussel·les que ha de dir si aquests acords violen el lliure mercat o si una determinada fusió és vàlida o no, correcta o no, en funció que es respectin les lleis del mercat i d'antimonopolis".

L'opinió que té Munar al respecte és que aquest procés de concentració farà que quatre o cinc macromajoristes puguin arribar a dominar el mercat turístic en els propers anys. Amb això coincideix amb altres rellevants personalitats del món hotelier que ja han alertat d'aquesta possibilitat.

La conseqüència més immediata d'una gran unió de majoristes turístics cap a l'hotelier és que es perd capacitat de maniobra a l'hora de contractar preus i condicions. Malgrat això, dit en caràcter general, es poden donar dos casos. "Una situació on la demanda és superior a l'oferta suposa que l'oferta imposarà els preus encara que hi hagi quatre o cinc majoristes de viatges que dominin el mercat, perquè són "macro i això vol dir que necessiten milers de llits", destaca Munar.

Si, al contrari, l'oferta és superior a la demanda, és la demanda que imposarà els preus".

A Balears l'oferta està molt atomitzada i els que pertanyen a grans cadenes, sempre es defensaran més en alguns casos.

Respecte d'aquests hotels que no pertanyen a grans cadenes s'han de distingir alguns casos: en primer lloc hi ha hotels ben situats com a oferta turística, per qüestions geogràfiques, que tenen una bona situació a primera línia o són a un lloc privilegiat, per exemple Formentor seria un dels exemples paradigmàtics, però n'hi ha d'altres que no.

Hi ha un altre grup constituït per aquells establiments turístics que tenen reconeguda una singularitat per la seva qualitat i una molt bona relació qualitat/preu. Segons Antoni Munar aquestes categories agrupen hotels que estan en millor disposició de fer front a la concentració dels majoristes que altres, no patiran tant les conseqüències.

"Sofriran aquells que no estiguin en cap d'aquestes categories quan l'oferta sigui superior a la demanda", afegeix Munar.

Què es pot fer davant aquesta situació? Respondre aquesta pregunta passa per dir una obvietat de la qual no es pot fugir, perquè, avui per avui, el negoci turístic és una realitat. És clar que no es pot escapar de la comercialització i que un 80% de l'ocupació es contracta mitjançant majoristes mentre que el 20% restant es comercialitza directament, incorporant a la gestió els avantatges de les noves tecnologies i l'execució permanent de campanyes de promoció i de vendes en els mercats de demandes.

Incidir en aquesta comercialització directa, amb l'ajuda de les noves tecnologies, pot ser una de les alternatives. De fet ja s'han començat a moure les grans cadenes per participar en un portal de negoci a Internet. En la creació d'aquest portal hi participaran Grup Barceló, Telefónica i Sol. Tal vegada els hotelers més petits puguin fer també un portal de negocis que ajudi la seva comercia-



Son Sant Joan, aeroport total.

lització. De fet, cada vegada més, és necessària una iniciativa d'aquest tipus perquè hi ha molta gent que no vol intermediaris. Encara està per explorar fins on es pot arribar amb les noves tecnologies i els hotelers independents tenen aquí una nova oportunitat. El comerç virtual agafa cada vegada més importància.

Una altra reflexió que es fan els experts en turisme és que no es pot saber ara de forma immediata quina serà la reacció del mercat davant la gran concentració de majoristes. Les lleis del mercat cada vegada s'acompleixen menys i això també és una de les característiques de la nova economia: la incapacitat de preveure com evolucionaran els mercats. El temps anirà resolent aquestes incògnites. I d'altres, com una pregunta que es fan alguns experts consultats respecte

de la compra de Thomson per TUI és com reaccionarà el mercat anglosaxó, tot sabent que s'ha de reservar amb un majorista que se sap que és alemany. Es retraurà per aquest fet una part del mercat? Són preguntes que es fan alguns i ja es comenta aquest fet entre hotelers i experts en el món turístic. Després de tot, el que hi hagi una economia cada vegada més globalitzada no treu que, en definitiva, el que fa funcionar el mercat siguin les persones que tenen una determinada cultura, uns hàbits i una manera de ser que incideix en el mercat.

"El mercat és un sistema viu i es desenvolupa de forma permanent", diu Antoni Munar. Aquesta afirmació no per òbvia ha de deixar de tenir-se en compte. Aquesta dinàmica del mateix mercat permetrà que surtin nous agents especialit-

zats en un producte concret que poden obtenir un nínxol satisfactori. En definitiva, poden fer forat.

El mercat canvia a un ritme vertiginós i les empreses necessiten respondre amb rapidesa; davant aquesta situació els grans són més lents i els petits són més àgils. Està per veure si al final tenir una bona posició al mercat no serà una qüestió d'agilitat més que de grans concentracions. "Fins ara pràcticament ens compraven i ara hauríem d'anar a vendre el producte directament", assegura Munar.

En definitiva, les conseqüències de la política de concentració de majoristes turístics encara és per veure. Malgrat que s'intueixen alguns comportaments, no es pot fer un pronòstic a curt termini.

La Clau d'ONA

PER ENTENDRE EL PRESENT, PER OBRIR EL FUTUR

**Antich aconsegueix a
Brussel·les suport per
a l'ecotaxa i reforços
per la insularitat** (pàg. IV)

**El Pacte, un any
després** (pàg. II)

**Cent milions per
dur el català al
comerç** (pàg. III)



El Pacte, un any després

El govern del Pacte de Progrés ha complert el primer any durant el qual ha hagut de fer front a molts de conflictes interns, a la imatge de paralització i, sobretot, a una oposició radical del Partit Popular i dels sectors socials més arrelats en el conservadorisme. Segons el president Antich poder celebrar un aniversari ja és un bon senyal per aspirar a mantenir la coalició durant tota la legislatura. Per contra, el PP confia que aviat es podria presentar una moció de censura, mentre el ministre Matas prepara un nou desembarcament en el Consolat de la Mar per d'aquí a tres anys.

S.V.

El president Antich confessava a un grup de periodistes que superat el primer any, els pròxims mesos seran els de la consolidació del Pacte de Progrés com a una seriosa alternativa a la política que va aplicar el PP durant els seus setze anys de govern. Els fets sembla que li donin la raó: l'ecotaxa ha estat un revulsiu a pesar de l'enfrontament amb el sector hotelier, ja que suma dos factors importants, per una part la consciència que les Illes han superat els seus límits i d'altra, la creença, majoritàriament estesa entre la població, que els turistes han de contribuir d'una manera més directa en el sosteniment del medi ambient. Endemés, el president va viatjar a Brussel·les, on obtengué el suport d'importantes personalitats comunitàries per continuar apostant per la defensa de l'entorn. Tot plegat, així com la solució dissenyada per resoldre els problemes d'aigua d'enguany, han permès capgirar la imatge d'un executiu que en aquest 2000 encara no havia aconseguit aixecar el cap.

LA TRACTORADA I EL SUBMINISTRAMENT D'AIGUA

Durant aquest any de govern el Pacte ha hagut de fer front a nombrosos problemes interns, entre els quals s'hi compten les qüestions hídriques que han ocupat un lloc destacat, però també a molts d'altres enfrontaments provocats per la radicalització del PP i dels sectors socials més arrelats en el conservadorisme, com són la cúpula dirigent de la FAGB (Federació Agrícola i Ramadera) i l'associació de propietaris de les grans possessions. Una tractorada davant el Consolat de la Mar i una posterior manifestació a Campos varen provocar la dimissió del conseller d'Agricultura, Joan Mayol, que se sentí tot sol davant el seu mateix partit. El secretari general del PSM, Mateu Morro, el va substituir. Varen ser, potser, els moments més difícils. La llarga sequera i el ferm propòsit de Mayol de racionalitzar el repartiment de les subvencions agràries impediren, si més no momentàniament, imposar els criteris del Pacte.

I és que, finalment, el Govern ha hagut de demostrar una alta dosi de pragmatisme per fer front als conflictes. En aquest sentit, ha estat necessari que Els Verds acceptassin la possibilitat d'ampliar la dessaladora i d'instal·lar-ne de noves mòbils, en contra dels seus principis que abonen una racionalització del consum. Però davant un perill real de desabastiment, s'ha acceptat el mal menor per poder continuar fent feina en els objectius previst pel Pacte. Una situació molt semblant a la viscuda en el tractament de residus sòlids. Els ecologistes acceptaren mantenir la incineradora a canvi de poder avançar en el reciclatge, la qual cosa ha significat un Pla de residus sòlids de Mallorca que pot ser modèlic.

Aquest és l'argument de l'executiu: solucionar aquelles qüestions que el Partit Popular no va abordar en el seu moment. L'objectiu principal de la coalició d'esquerres, o de centre esquerra,

si hi incloem UM, continua sent la reforma del model de desenvolupament, a través de l'adopció de paràmetres de creixement diferents als que han vigit fins ara. L'ecotaxa pot ser una excel·lent eina perquè aporta filosofia, l'acceptació d'un nou model com a objectiu i, sobretot, nous recursos, encara que ha obert un nou front, el dels hotelers dirigits des de la Federació Hotelera i, d'una manera molt especial, des del despatx de Gabriel Escarrer, que a causa de l'impost ha reaccionat de manera airada contra el Pacte.

ELS HOTELERS CONTRA EL PACTE

Aquest és, precisament, el gran repte dels pròxims mesos que pot marcar el destí del Pacte a mitjan i llarg termini. Per això el Govern s'ha plantejat trencar l'enfrontament amb els hotelers fent-los veure la necessitat d'aplicar l'ecotaxa. De fet, com ja s'ha dit en altres ocasions, els hotelers no són ciutadans de mel i sucre. És a dir, que de cap de les maneres no són ciutadans que es puguin permetre el luxe de jugar barrejats amb la resta de la societat, però sense prendre part activa en la partida i, per tant, sense el perill de poder perdre-la. Quan de petits jugàvem a conillons sempre hi havia algú, encara més petit, que era declarat de *mel i sucre*. D'aquesta manera restava protegit i, endemés, fos qui fos el que finalment es feia amb la victòria sempre formava part dels vencedors. Doncs bé, darrerament sembla que els hotelers han sentit la temptació de convertir-se en personatges intocables, de mel i sucre, o sigui per damunt del bé i del mal. Com si ningú no pogués afectar els seus interessos, de manera que, finalment, guanyi qui guanyi, ells han de ser amb el grup triomfador. Però això és impossible. El sector que representen té massa pes, és massa adult com per atorgar-se un paper reservat a infants. Els hotelers han de tenir un paper actiu a la societat que vagi, evidentment, més enllà dels seus interessos corporatius.

La importància de l'hoteleria en particular, i del turisme en general, és tanta que fa que no participar sigui un suïcidi tant empresarialment com social, a no ser que -cosa que no podem acceptar- els hotelers, a pesar del seu enorme pes en l'estructura econòmica, s'estimin més ser considerats com un mal necessari per a la societat, en lloc del factor de dinamització que els correspondria. Llavors es queixen que la societat illenca no acaba d'integrar el turisme, que l'accepta com el mannà que dona menjar a la pràctica totalitat dels seus individus, però que en el fons el menysprea, és a dir, que és molt lluny de ser la societat de turisme integrada que reclamen els hotelers més conscienciats, la societat que ha de donar força a la ja vella "indústria dels forasters" per continuar sent competitiva en un món on les destinacions turístiques són cada vegada més nombroses i més diverses.

LA DIMISSIÓ DE MAYOL

I el mateix es pot pensar sobre el sector agrari. Després de tot el que s'ha escrit sobre la fora vila, segurament ja no faria falta insistir sobre la gravetat d'una situació que ja fa molts d'anys que és pràcticament insostenible i que, no obstant això, cal aixecar una i una altra vegada perquè és imprescindible per al conjunt de la societat. Llevat d'alguns sectors excepcionals, sempre relacionats amb la indústria agroalimentària o a una bona comercialització, la major part de la pagesia sofreix un deteriorament irreversible. Tot plegat fa que el camp sigui un sector fàcilment manipulable pels pregoners de falses esperances, que és allò

que més o manco ha passat amb aquells que han fet de l'exconseller d'Agricultura, Joan Mayol, la víctima propiciatòria pel simple fet d'haver anat en contra de la continuïtat del sistema de subvencions agràries que ha vigit fins ara i que, sens dubte, afavoreix els grans propietaris en detriment dels petits empresaris agrícoles, al mateix temps que manté intacta una estructuració social que, si més no, recorda les passades èpoques de caciquisme de la part forana mallorquina. El gran pecat de Mayol va ser, justament, escoltar les veus interiors que li dictava la consciència: no menysprear les subvencions perquè són imprescindibles per a la supervivència de la pagesia, però sí intentar fer que aquestes contribuïssin a un millor equilibri de la renda agrària i a afavorir, sobretot, aquells subsectors i iniciatives que malgrat la insularitat, i la competència del turisme i de la construcció, poguessin tenir futur.

UM EN EL PUNT DE MIRA

Des del PP s'espera que els conflictes madurin per intentar trencar l'aliança del Pacte amb Unió Mallorquina i retornar a l'antiga coalició de centre dreta que Gabriel Cañellas va dinamitar en el seu dia. Però a pesar dels anuncis que periòdicament fan alguns columnistes de la premsa local, sembla que des d'UM no es contempla aquesta hipòtesi o, almenys, no fins al quart any, quan la proximitat d'eleccions aconselli moure peça a favor o en contra del Pacte en funció de la percepció que d'aquest tenguin la societat en aquell moment. Certament que des d'UM s'han seguit de prop els conflictes entorn del Parc Natural, de les subvencions agràries, de l'aigua o de l'ecotaxa, qüestions sobre les quals UM manté postures parcialment o total diferents al Pacte, però la distància no fa pensar en trencament, sinó tot el contrari en l'establiment de nous ponts de diàleg.

Cent milions per dur el català al comerç

El vicepresident del Govern, Pere Sampol, el conseller d'Educació i Cultura, Damià Pons i la també consellera de Cultura del Consell Insular, Maria Antònia Vadell, varen presentar conjuntament la campanya de normalització lingüística d'enguany que pretén traslladar el català al carrer a través del seu ús des del comerç. Els tres polítics nacionalistes coincidiren en la necessitat de cercar la complicitat dels agents socials per defensar la llengua pròpia de les Illes.

ONA

El Govern de les Illes Balears i els tres consells insulars duran a terme una campanya de promoció de l'ús del català en el sector del comerç, que suposarà una inversió total aproximada de 100 milions de pessetes. Així ho posaren de manifest el vicepresident del Govern, Pere Sampol i els responsables directes de Cultura en l'executiu balear i el Consell Insular de Mallorca, Damià Pons i Maria Antònia Vadell. Els tres polítics nacionalistes coincidiren en la necessitat de cercar la complicitat dels agents socials per defensar la llengua pròpia de les Illes en presentar conjuntament la campanya de normalització lingüística d'enguany, que pretén traslladar el català al carrer a través del seu ús des del comerç.

L'objectiu general de la campanya és incrementar la presència de la llengua catalana dins l'àmbit de les relacions comercials de les Illes Balears, tant en la comunicació oral del personal amb el públic, com en la llengua escrita (rètols, material imprès: bosses, factures, targetes...). En aquest sentit, segons es va informar, es duran a terme, entre d'altres, les següents actuacions:

- Campanya publicitària de foment de l'ús de la llengua catalana en les relacions comercials.
- Convocatòria d'ajuts a la retolació comercial i l'etiquetatge de productes en català.
- Creació d'una base de dades de productes etiquetats en català, accessible des d'Internet.
- Distribució de cartells comercials.
- Campanya de normalització als mercats municipals.



RETOLACIONS SUBVENCIONADES

Mitjançant aquesta campanya s'intenta frenar la utilització massiva de llengües estrangeres que en zones turístiques substitueix fins i tot el castellà. L'objectiu és una presència normal de la nostra llengua. En aquest sentit s'han obert diferents vies de subvenció per a retolacions en català, que poden arribar al 40% de la despesa.

Igualment se subvenciona l'etiquetatge, també en el 40%, i s'arriba fins al 70% en les cartes de menú dels restaurants que, a més, compten amb un servei de traducció i assessorament lingüístic totalment de franc.

CAMPANYA DE XOC A LES PEIXETERIES

Particularment interessant és l'acció que es farà als mercats, on es distribuïran pales de preus amb el nom dels peixos i un vocabulari amb les denominacions en català i les equivalències en castellà i científiques dels peixos més habituals en els nostres mercats. Aquesta campanya pretén difondre el nom tradicional dels peixos i dels mariscs, tant entre el personal de les parades com entre els ciutadans que hi van a comprar.

En una primera fase, tant les pales com el vocabulari es distribuïran en els mercats de Palma: l'Olivar, Santa Catalina, Camp Rodó, Llevant, Sant Ferran i Pere Garau. Després la campanya es farà extensiva a la part forana de Mallorca, a Menorca, Eivissa i Formentera, per finalment dur a terme accions semblants a altres àrees dels mercats.

Antich aconsegueix a Brussel·les suport per a l'ecotaxa i reforços per la insularitat

El primer viatge oficial del president Antich a la capital europeu serví perquè les principals personalitats comunitàries mostrassin el seu parer favorable a l'ecotaxa, així com el reconeixement dels esforços que fan les Illes Balears per la defensa del medi ambient. D'altra banda, Antich reivindicà un major protagonisme de les illes en els afers mediterranis i un reconeixement clar de la insularitat.

ONA

Alguns dels màxims representants de les institucions europees -la comissària de Medi Ambient, la presidenta del Parlament Europeu i el president del Comitè de les Regions, a més de Pedro Solbes, comissari d'assumptes econòmics- acaben de donar suport a una qüestió en la qual gairebé hi ha unanimitat: els objectius de l'ecotaxa, és a dir, la inversió en medi ambient i en rehabilitació de zones turístiques. En aquest sentit, el viatge a

seva teòrica riquesa, però la redacció de l'article ofereix dubtes que s'hauran d'aclarir.

IMEDOC I LES ILLES

A través d'IMEDOC, les Illes Balears reivindiquen que els territoris insulars siguin en igualtat de condicions dels continentals per poder competir, la qual cosa fa referència tant a la preservació del medi ambient o de l'agricultura com a la conservació de la indústria. Francesc Antich s'entrevistà a Brussel·les amb el president del Comitè de les Regions, Josef Chambert qui, en posterior conferència de premsa, donà la raó als representants de les Illes i es comprometé a crear el grup de treball abans esmentat. I igualment va veure amb bons ulls que el president de les Balears no es limitàs a demanar ajudes, sinó que s'oferís perquè les Balears assumissin el protagonisme que els correspon com a territori del sud d'Europa en el diàleg intermediterrani.

Francesc Antich reiterà l'oferiment fet ja a l'IMEDOC d'organitzar a les Balears una cimera entre el Nord i el Sud de la Mediterrània per parlar de qüestions relatives al medi ambient i al desenvolupament sostenible.

Durant els dos dies d'estada a Brussel·les el president es va reunir amb una representació dels eurodiputats socialistes, i tam-

bé amb dos comissaris. La comissària de Medi Ambient que va animar que les Illes Balears actuassin en contra dels desequilibris provocats pel turisme i, en aquest sentit, va dir que la iniciativa de l'ecotaxa era reeixida i que coincidia amb la política comunitària. Més explícit va ser encara el comissari d'affers econòmics que, en resposta a la declaració feta per Abel Matutes, (afirmà que a Europa sobraven doblers per a medi ambient i que allò que havia de fer el Govern de les Illes era anar a cercar-los en lloc de crear nous impostos), digué que era cert que hi havia molts de doblers però que la demanda encara era més gran i que, per tant, la Comissió veuria bé l'esforç de les Balears.

VISITA AL PARLAMENT

La darrera part del viatge tengué un caràcter més institucional, amb la visita al Parlament Europeu on va ser rebut per la presidenta Nicole Fontaine i pel

vicepresident Joan Colom. Ambdós coincidiren a mostrar el suport tant a l'ecotaxa com a la política que vol empènyer Francesc Antich sobre la insularitat. Al Parlament, a més a més, el president Antich defensà la necessitat que continuïn les ajudes als fruits secs -un tema que havia de ser debatut la setmana següent- per ser imprescindibles per al manteniment de la renda agrària del camp balear i, també, d'un dels paisatges, els ametllers en flors, més característics de les nostres illes.



Antich, l'ambaixador d'Espanya a Brussel·les, Pedro Solbes i Joan Colom, vicepresident del Parlament Europeu.

Brussel·les del president Antich ha obtingut la rendibilitat desitjada, però endemés ha aconseguit reforçar el protagonisme de les Illes Balears en la reivindicació de la insularitat. La constitució d'un grup de treball específic per a les illes dins del Comitè de les Regions serà una excel·lent eina perquè els territoris insulars assoleixin d'una manera definitiva el paper que correspon a la seva condició. El Tractat d'Amsterdam reconeix el dret a rebre un tractament diferenciat pel fet de ser illes, al marge de la

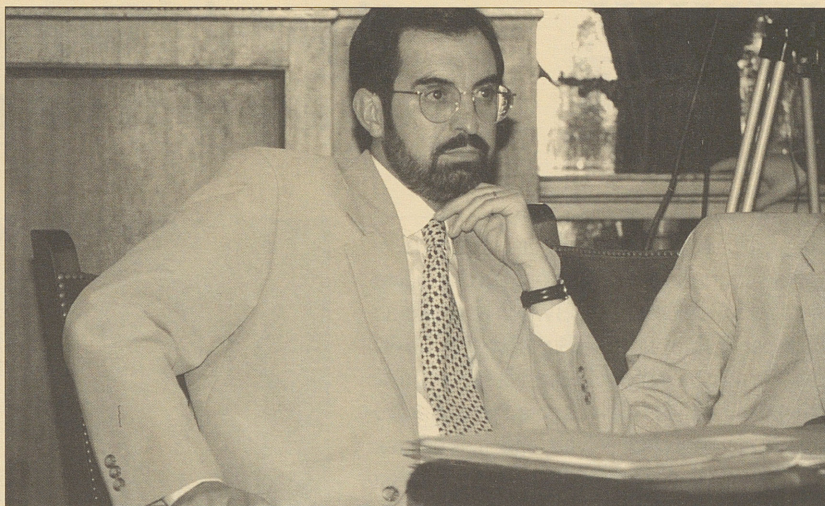
La Unió Europea invertirà 14.000 milions a les Illes Balears

El vicepresident del Govern va presentar en el Centre BIT d'Inca el nou programa de l'Objectiu 2 que reuneix la pràctica totalitat dels municipis del Raiguer i dels anteriorment inclosos al programa 5B. En total 51 termes municipals, on d'aquí al 2006 es pot generar una inversió global que superi els cinquanta mil milions de pessetes. L'antic CDER s'ha transformat en el nou CDEIB (Consorci per al Desenvolupament Econòmic de les Illes Balears).

ONA

La Unió Europea invertirà 14.000 milions de pessetes a les Illes Balears durant el període 2000-2006, d'acord amb les xifres presentades pel vicepresident econòmic del Govern, Pere Sampol, en el decurs d'una assemblea de batles i regidors dels 51 municipis inclosos en el nou Objectiu 2. El nou mapa dels fons estructurals reuneix la pràctica totalitat dels municipis que abans estaven inclosos a l'Objectiu 2 -el Raiguer- o al programa 5B, amb l'afegit de Manacor, però amb l'excepció de Calas de Mallorca, Pollença, Marratxí, Calvià i la ciutat d'Eivissa que n'han quedat al marge a causa de la densitat de població i on, com a compensació, es repartiran 900 milions de pessetes.

A Inca, Pere Sampol va explicar les línies mestres del nou programa i la creació del CDIB, el Consorci per al Desenvolupament de les Illes Balears, la seu del qual serà la de l'antic CDER, al Centre BIT d'Inca. L'Objectiu 2 tindrà cinc eixos essencials, el primer dels quals pretén la millora de la competitivitat i el desenvolupament del món empresarial, qüestions a les quals es destinaran 5.000 milions. El segon apartat correspon al medi ambient i als recursos hídrics, amb una assignació de mil milions que, segons va dir el vicepresident, s'haurà d'ampliar perquè el Govern vol donar prioritat dins de les inversions europees a superar el problema de manca d'aigua que enguany s'ha agreujat per mor de la sequera. Altres 5.000 milions es destinaran a la recerca científica, al desenvolupament de les comunicacions i a l'ener-



Pere Sampol.

gia. I, finalment, els 3.100 milions restants s'han reservat per a temes relatius al desenvolupament local i urbà.

INVERSIONS TAMBÉ PRIVADES

En qualsevol cas, com va dir el director general d'Economia, Antoni Montserrat, aquestes quantitats es veuran notablement incrementades per les aportacions dels ajuntaments i de la comunitat autònoma, administracions que han de fer una aportació alíquota a la de la Unió Europea perquè aquesta aprovi els projectes concrets. Tot plegat ens dona un pressupost aproximat de 30.000 milions que, amb les aportacions privades, podrien generar inversions globals superiors als 50.000 milions. Una quantitat prou important, però que pot ser insuficient com ho demostra que la Direcció General d'Economia ja té sobre la seva taula projectes o idees per valor de més de 80.000 milions. Es tracta dels projectes que els ajuntaments ja han fet arribar al Govern perquè siguin subvencionats a través d'aquesta línia d'actuació.

Per gestionar els fons europeus s'ha constituït un consorci integrat per representats del Govern, dels consells insulars i per sis ajuntaments d'entre els inclosos en el mapa de les ajudes comunitàries. A l'assemblea d'Inca es decidí per assentiment que els sis ajuntaments fossin Inca, Campos, Campanet, Lloseta, Manacor i Artà.

El Centre Balears Europa amplia la seu de Brussel·les

Un dels objectius del viatge del president Antich a Brussel·les va ser assistir a l'acte d'inauguració de la seu ampliada del Centre Balears Europa, que ha vist pràcticament doblada la seva superfície útil. La inauguració, que comptà amb una nombrosa assistència de la colònia il·lenca i de personalitats com l'ambaixador d'Espanya a Bèlgica o el comissari d'assumptes econòmics Pedro Solbes, serví per presentar el nou responsable de la delegació, l'exdiputat eivissenc Antoni Costa.

Francesc Antich va defensar en el seu discurs el paper actiu del centre com a representació oficiosa de les Illes Balears davant la Comunitat Europea. El Centre Balears Europa és un consorci del qual formen part el mateix Govern, la Cambra de Comerç i "SA NOSTRA" i, com a tal, és a disposició de totes les institucions, empresaris i estudiants.

Acompanyant el president Antich va viatjar a Brussel·les el director general del CBS, Francesc Quetglas, que li presentà el personal i els becaris. Prèviament a la inauguració, Antich es va reunir amb Quetglas, Costa i totes les persones que fan feina a aquesta delegació.



Personal i directius del Centre Balears Europa amb el president Antich.

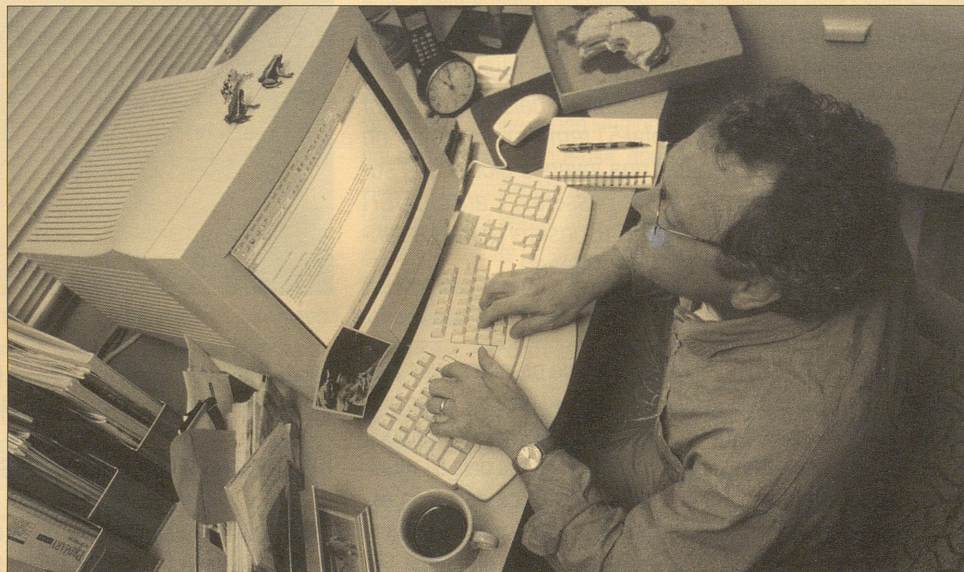
W.W.W.
BIT

El portal d'Internet creat per Barceló i Sol, a disposició del sector turístic de les Illes

ONA

Els principals grups empresarials turístic de les Balears (Barceló, Sol i Iberostar) han creat juntament amb Telefónica i el BBVA un portal de negocis per Internet, un B2B (Business to business) que han posat a disposició de tot el sector turístic de les Illes. A través d'ells es podran comprar productes, així com oferir serveis, endemés de crear una base de dades professionals per a ús intern de les empreses associades. La plataforma és aportada per Telefónica que, d'aquesta manera, fa un reconeixent implícit de la importància del sector turístic dins del negoci d'Internet.

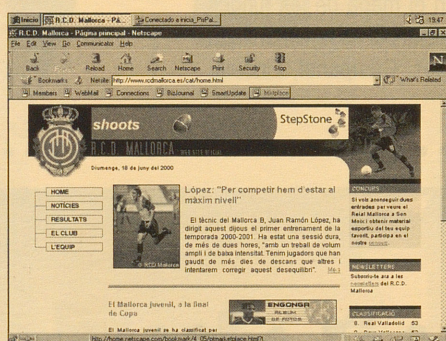
En qualsevol cas, però, aquest B2B no es limitarà a les Illes, sinó que els promotors tenen en projecte la seva difusió per Llatinoamèrica, on tenen nombroses inversions. En aquest sentit el portal disposarà de tres bases d'operacions, a



Adreces a la XARXA

PORTALS LOCALS I ESPORTIUS

A poc a poc creix l'oferta informativa per Internet, també a les Illes Balears. Una prova n'és l'aparició de pàgines destinades a difon-



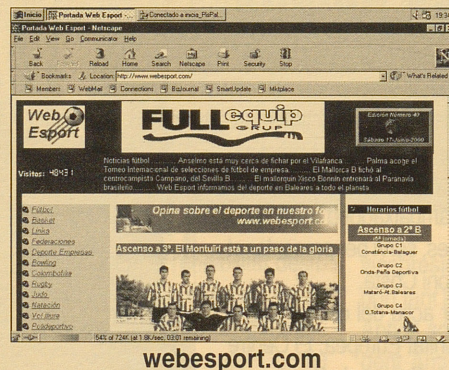
www.rcdmallorca.es

dre l'activitat esportiva d'un club, el Reial Mallorca, que ha dissenyat el seu portal o la revista *Webesport* dedicada a la totalitat de l'activitat esportiva de la comunitat autònoma. En ambdós casos el format elegit és similar al que pot oferir qualsevol altre mitjà de comunicació en la seva versió internauta, encara que es tracti d'una informació especialitzada.

En el cas de la pàgina del Mallorca tots els aficionats hi poden trobar les darreres nove-

tats, fins i tot -en alguns casos- abans que a la resta de mitjans, perquè el servei de premsa del club publica les notes a la web al mateix temps que les fan conèixer als periodistes. És, també, un instrument de comunicació directa amb els socis que en Internet han trobat la possibilitat d'una comunicació interactiva amb el seu equip.

Quant a *Webesport*, relacionada amb una vella coneguda nostra, "Mallorca Web", pretén proporcionar una informació puntual que vagi més enfora de la que habitualment es pot trobar a les pàgines dels diaris o als programes de ràdio i televisió. Informacions que es refereixen no només al futbol o als esports majoritaris sinó que obre la possibilitat d'incloure no només informació, sinó també accés a pàgines sobre altres esports minoritaris.



webesport.com

Es tracta, en definitiva, d'un procés de normalització en el qual les Illes Balears hi participen com el que més.

Palma, Madrid i Miami. Es tracta, doncs, d'un projecte de col·laboració de gran envergadura, al marge de les altres operacions que els grups empresarials esmentats tenen en marxa. Barceló amb la seva participació a Travel24, per exemple, o Sol mitjançant la seva pròpia e-business, al capdavant de la qual ha situat Luis del Olmo, fins ara director de màrqueting de la companyia.

El sector turístic és, sens dubte, el que major dinamisme registra respecte a Internet i la prova -com es va fer palès en el número anterior d'ONA- n'és que no passa setmana sense l'aparició d'un nou portal o d'una nova oferta de comercialització a través de la xarxa. Les grans empreses s'han situat estratègicament en un mercat que es preveu que sigui decisiu en el decurs dels pròxims anys.

El nou portal serà participat en un 24,5% per Telefónica i el BBVA, per Sol Meliá amb el mateix percentatge, Barceló amb un 10% i Iberostar amb el 8% restant. El president de la nova societat serà Rafael Hernández, responsable de l'àrea de B2B de Telefónica i el conseller delegat Carlos Vázquez, exdirectiu per Espanya del banc Warburg Diloan Read.

Segons han explicat, el portal significarà una reducció de les despeses de transacció, així com una disminució dels costos d'emmagatzematge, l'obertura de nous mercats i la millora de la gestió administrativa. D'aquests avantatges es podran beneficiar tots els grups o empreses turístics de les Illes que contractin el servei del nou B2B, i acompanyin així els tres grans de la indústria turística mallorquina en la seva marxa per Internet.

Estam al vostre costat

A diari. Dia i nit.

Aplicant tecnologia

innovadora,

competitiva

i respectant

el medi ambient,

amb decisió de servei

a la Comunitat Balear.



AIXÒ NO TÉ PREU

Les Illes Balears necessiten un model sostenible que garanteixi la nostra principal font de riquesa: un turisme de qualitat basat en la protecció del nostre patrimoni natural i que millori el benestar de tothom.

Per això, l'ecotaxa ens permetrà invertir en medi ambient i en la millora de zones turístiques. Perquè volem una indústria turística competitiva, la millor d'Europa.

ECOTAXA TURÍSTICA

Objectius:

Remodelació i rehabilitació de zones turístiques, modificació d'accessos a primera línia de mar i centres urbans, equipaments esportius, demolició d'hotels i edificis per millorar els espais visuals, adquisició de sòl urbà ...

Recuperació de recursos i d'espais naturals, abastament i depuració d'aigües, compra de sòl, manteniment de parcs naturals i paisatge agrari, restauració del patrimoni natural, tractament de camins rurals, infraestructures d'educació mediambiental...

Recuperació del patrimoni històric de rellevància turística, rehabilitació de monuments, conservació i senyalització de jaciments arqueològics, creació de centres per a la difusió de valors etnològics autòctons...

Hi guanyam tots



GOVERN
DE LES ILLES BALEARS

Quatre illes,
un país
cap frontera