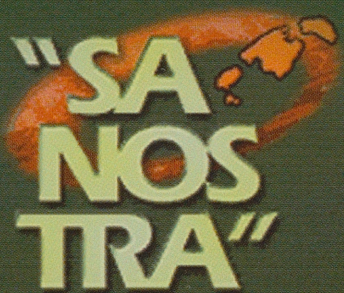


ona

Quadern de debat

Número 88 - juny-juliol 2001 - 600 pta - 3,61 eur

►► Turisme i ecotaxa,
cap a una nova realitat



CAIXA DE BALEARS

www.sanostra.es



4 hemeroteca i editorial

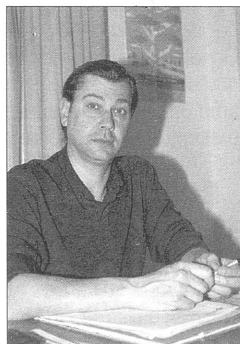
5 informe

Turisme: canvi de model i ecotaxa.
Sebastià Verd.

12 turisme

Aquest model turístic du al conflicte.

Entrevista a Francisco González Paredes, per Constanza Forteza.



16

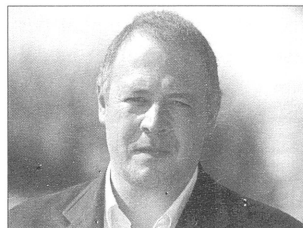
Contra la inèrcia.

Entrevista a Tiffany Blackman, per Magdalena Cortès.

22

Turisme: culpable o innocent?

Taula rodona amb Joan Carles Alia, Antoni Garcías Moles, Pedro Calvo i Antoni Munar, per Magdalena F. Mulet.



28

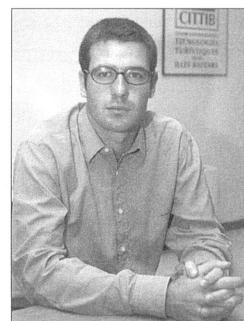
Hotelers en guerra.

Entrevista Ignasi Esteve, per Maria Ferrer.

34

Cap a un model sostenible.

Entrevista a Alfonso Meaurio, per Antoni Oliver.



40

El millor negoci hotelier és virtual.

Entrevista a Onofre Martorell, per Gina Garcías Sansaloni.

45 la clau d'ONA

ona Quadern de debat

n. 88, juny/juliol 2001

Edita: Fundesba, SL.

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, Magdalena Cortès, 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

L'ecotaxa, un instrument i un símbol

S'ha dit moltes vegades, però no sobra recordar-ho un pic més: l'ecotaxa no és una finalitat en si mateixa, sinó un instrument per poder finançar part de la necessària i urgent reconversió del model turístic de les Illes Balears. Un instrument que, no obstant això, ha esdevingut imprescindible davant la negativa de l'Administració central a participar a través del Règim Especial en el fons de rehabilitació. I és que dissortadament o per fortuna, l'impost s'ha convertit en símbol dels seus mateixos objectius i de la política del Pacte de Progrés, com molt bé ha quedat demostrat amb el ressò que la seva aprovació ha tenguut als mitjans de comunicació estatals i estrangers. És a dir, l'ecotaxa és avui al nucli de la confrontació política, com també ho és al centre del debat sobre el futur turístic d'una comunitat que ha tocat sostre en molts de sentits però a la qual queden, si es prenen les decisions oportunes, moltes dècades de prosperitat.

Separar ambdues coses -lluita política i model turístic- és avui impossible, però s'ha d'intentar. La polèmica és viva des de fa temps. Tothom diu ser a favor d'un model de reconversió turística, però les discrepàncies sobre com aplicar-lo i, sobretot, com finançar-lo són moltes. L'Administració central discrepa, en un clar exemple de deslleialtat, atès que no només es nega a col·laborar amb el Govern de les Illes Balears sinó que combat amb duresa l'impost i el considera, ja ara, la causa del descens de turisme alemany. No és cert. Les causes reals són molt diferents i són, precisament, les que encertadament o errònia es volen combatre des de la Conselleria de Turisme a través de l'ecotaxa. Quan el president del Foment de Turisme de Mallorca replicà la dissortada intervenció del *Bild* en la polèmica, reconegué públicament que l'impost no tindrà efectes catastròfics per a l'economia de les Illes Balears, encara que personalment s'hagi declarat en contra de la seva aprovació. El problema és saber si les Illes Balears i d'una manera molt especial l'hostaleria són en condicions de fer front a la creixent competència del sud i de l'est mediterrani que, situada fora de la Unió Europea, sempre podrà oferir preus molt inferiors. En aquest sentit, és cert que l'ecotaxa significarà un encariment del paquet turístic, però és insignificant respecte del diferencial que, de cada vegada més, separarà la nostra economia de la dels nostres competidors.

El pitjor efecte de l'ecotaxa és que afecta directament la butxaca d'un col·lectiu que, després de cinc anys ininterromputs de creixement, durant els quals ha guanyat molts de doblers i ha fet moltes d'inversions en modernització, s'enfronta ara a una relativa recessió del nombre de clients. Però aquest fet no hauria d'impedir el diàleg amb l'Administració autonòmica per reconduir el model turístic que les Illes necessitaran en els pròxims anys. Un objectiu que no es contradiu amb l'ecotaxa. És més, l'ecotaxa té la virtut de ser una senyera que simbolitza perfectament la voluntat de canvi i, en aquest sentit, no creiem que sigui perjudicial per a la imatge de les Illes, tot i que a curt termini el debat pugui provocar qualche efecte no volgut.

Amb l'impost pot passar el mateix que amb l'aprovació de la Llei d'espais naturals. Va ser combatuda pels lobbies econòmics més poderosos del nostre país que, un cop aprovada, no dubtaren a convertir-la en un reclam propagandístic per continuar atraient inversors. Així mateix, el reclam de l'impost pot contribuir que les Illes Balears continuïn sent líders mundials en el turisme, no només en el seu desenvolupament, sinó en l'adopció de mesures que el facin compatible amb el medi ambient.

Mallorca

El Constitucional permite que el Consell tenga su propio gobierno

Antich resalta la visió "autònoma" de la decisió presa a Madrid i Mallorca manifesta que responen a preparar un projecte de llei

La decisió de suspensió de la suspensió de los artículos recurridos por el Gobierno central, el Consell Insular de Mallorca, es va rebre amb alegria la decisió del Tribunal Constitucional d'aixecar la suspensió dels articles de la Llei de consells que va ser recorreguda pel Govern central. Ara, els consells podran formar el seu propi govern amb inclusió de "consellers" no electes que rebran comptes i podran participar en els plenis.

VICTÒRIA DAVANT EL CONSTITUCIONAL

Des del Govern de les Illes Balears i d'una manera molt especial des del Consell Insular de Mallorca es va rebre amb alegria la decisió del Tribunal Constitucional d'aixecar la suspensió dels articles de la Llei de consells que va ser recorreguda pel Govern central. Ara, els consells podran formar el seu propi govern amb inclusió de "consellers" no electes que rebran comptes i podran participar en els plenis.

El Tribunal encara es torbarà a pronunciar la sentència del cas, però aquesta decisió és el preludi d'una anunciada constitucionalitat que demostra com el Govern de les Illes Balears no va actuar d'espallles de la Constitució. No cal dir que des de l'executiu, tal com recull el *Diario de Mallorca* s'ha rebut la notícia amb una enorme satisfacció, sobretot perquè s'espera que el Govern central presenti un recurs sobre l'ecotaxa i, també, sobre la Llei de comerç.

BOOM DEMOGRÀFIC

"Balears és la comunitat que registra el major augment de població dels darrers vuit anys". Aquest és el titular d'*Última Hora* a l'Anuari Econòmic d'Espanya de La Caixa. Unes dades que no per ser més o manco conegudes -l'increment demogràfic és objecte de molts d'estudis en aquests moments- deixen de ser interessants. Ans tot el contrari: són tremendament il·lustratives de la realitat actual de les Illes.

En els darrers vuit anys, la població de les Balears ha crescut un 16%, situant-se en els 821.820 habitants, 112.682 més. Una xifra preocupant que fa que els informadors parlin de "kongkonització". Segurament no n'hi ha per a tant, però el paral·lelisme és ben il·lustratiu.

Balears es la comunidad que registra el mayor aumento de población en los últimos 8 años

El crecimiento demográfico de las Islas, con 821.820 habitantes, 112.682 más que hace 8 años, según la Caixa

Más gente y menos paro

Los inmigrantes encerrados en la iglesia se quejan de que Interior les ningunea

El consejero Giró denuncia la explotación de 15.000 "sin papeles" en Baleares

Alarma social tras el quinto caso de malos tratos en seis días

ELS IMMIGRANTS TANCATS A LES ESGLÉSIES

A Eivissa, com informa *El Día* i des de Palma, el col·lectiu d'immigrants ha protagonitzats diferents tancaments per reivindicar el dret principal de l'home: el dret a ser reconegut com a persona i, per tant, a poder obtenir els papers que li permetin treballar en la legalitat.

El conseller de Treball ha propiciat un diàleg amb els empresaris per conèixer quines són les necessitats d'ocupació, de manera que els immigrants puguin tramitar els permisos de residència. Eberhard Grosske ha parlat d'injustícia i ha demanat a la Delegació de Govern una interpretació més flexible de la Llei d'estrangeria.

TREN FINS A LA UNIVERSITAT

El conseller de Transports ha presentat el projecte de tren que enllaçarà Palma i la universitat. Seran prop de nou quilòmetres de vies, quatre dels quals estaran soterrats i la resta transcorrerà a l'aire lliure, amb set estacions. Un projecte molt ambiciós que va ser recollit àmpliament per la premsa del dia, entre la qual es troba el *Diari de les Balears*.

La inversió és de vint mil milions de pessetes que, si no s'arriba a un acord amb el Govern central, haurà de ser assumida per l'autonomia. Segons el conseller Ferrer, allò que no es pot fer és esperar amb els braços plegats que Madrid es decideixi.

El tren fins a la UIB i el soterrament de les línies costaran 20.000 milions

El conseller Ferrer preveu que l'execució de les obres en perfil·larà fins al 2005

EL TREN AL CAMPUS DE LA UNIVERSITAT

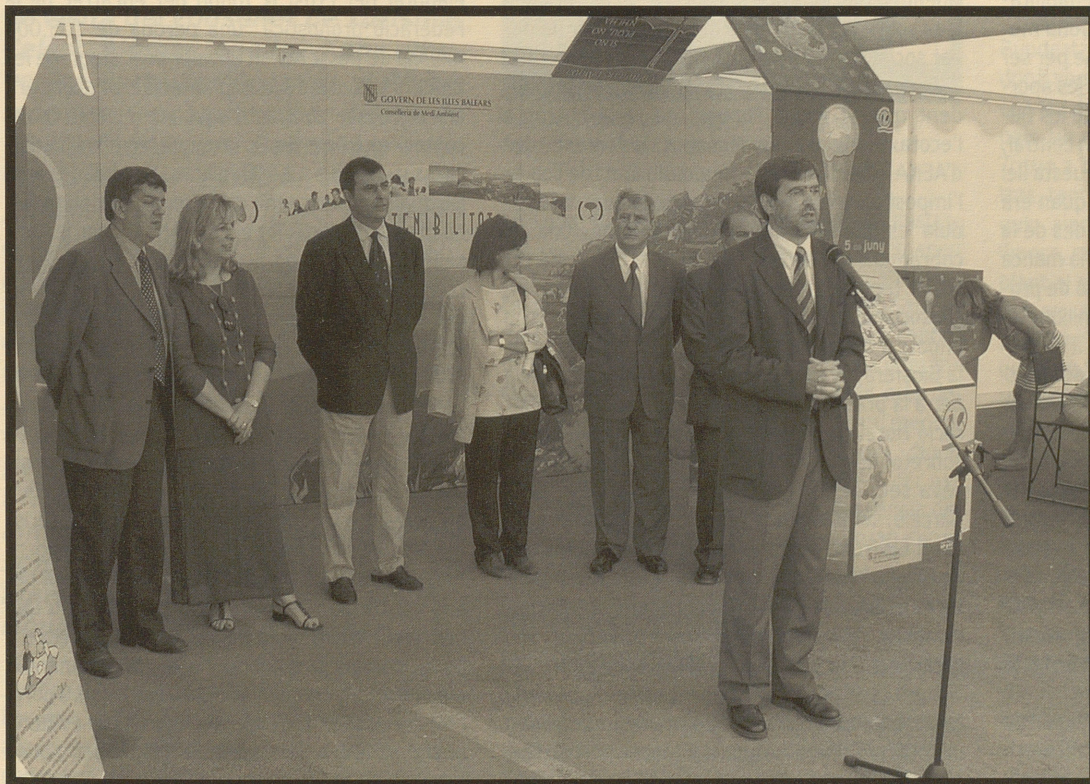
INFORME

Turisme: canvi de model i ecotaxa

Per Sebastià Verd

Mai fins a l'aprovació de l'ecotaxa pel Parlament balear no s'havia donat un cas de confrontació com el protagonitzat pels hotelers contra el Govern i, no obstant això, l'executiu afirma amb rotunditat que el principal beneficiari de l'impost és el sector turístic. La mateixa evolució del mercat, amb un fort creixement de l'oferta a altres destinacions

mediterrànies, fa que les Balears s'hi hagin d'adaptar amb un canvi de model, on el respecte al medi ambient jugarà un paper molt important. Hotelers i Govern estan d'acord en aquest extrem, però discrepen obertament amb les receptes per garantir la competitivitat de les Illes.



El president Antich a la inauguració de la Fira de Medi Ambient.

Totes les previsions apunten que la temporada d'enguany serà molt similar a la del 2000 i no massa allunyada de la dels anys anteriors que, sens dubte, varen ser històrics. Hi ha, això sí,

una baixada relativa del mercat alemany que, tot i marcar una fita preocupant, no fa sinó demostrar que les Illes Balears com a destinació poden haver tocat sostre. El mercat alemany fa anys que

no creix, mentre que l'oferta de les diferents destinacions mediterrànies sí que ho fa. L'informe de la Universitat de Dresden encarregat per l'IBATUR preveu, precisament, una estabilització, amb variacions mínimes, al llarg dels pròxims anys. I, en qualsevol cas, tots els informes de conjuntura (Conselleria d'Hisenda, Cambra de Comerç, "SA NOSTRA"), argumenten que no cal pensar en una imminent crisi sinó en un alentiment que, fins i tot, presenta aspectes positius de cara a la mateixa sostenibilitat turística de l'arxipèlag.

Primer el Govern i després la Cambra han revisat a l'alça les previsions de creixement de l'economia balear per al 2001. La Cambra ho fa en quatre dècimes (del 3,2% al 3,6% del PIB), que és un percentatge important, i per a això es basa, entre d'altres coses, en l'estabilització dels ingressos turístics, que situa al voltant del bilió de pessetes. Enguany es preveu una lleugera disminució del nombre de visitants, un menys 1%, així com un descens del nombre de pernòctes,

si bé s'incrementarà la despesa per persona i dia gràcies al major poder adquisitiu assolit pels britànics en el canvi de la lliura a euros i per l'increment dels salaris. No hi ha, per tant, motius d'alar-

ma, encara que -segons reiteren els hotelers- aquestes bones perspectives no es corresponen amb la realitat si només es parla d'hostaleria. Excepció feta dels mesos de juliol i agost, l'ocupació serà inferior i s'han hagut de fer ofertes, una raó que des de la Federació Hotelera de Mallorca s'ha esgrimit per qualificar l'ecotaxa d'injusta i discriminatòria, la qual culpen a més d'espantar els clients.

Per contra, segons va dir el president Antich en la seva intervenció davant el club ABC, un dels punts claus de la política que vol fer el Pacte de Progrés, i que justifica l'impost turístic, és el "redisseny d'un nou model de creixement sostenible". "L'ecotaxa -afirmà el president- és un instrument fiscal nou, la recaptació del qual tindrà un caràcter finalista (...) una contribució d'un euro per persona i dia per restituir el paisatge, el medi ambient i la qualitat dels serveis turístics. Parlem de menys d'un 0,9% sobre el preu del paquet mitjà de vacances a Mallorca. I els preus turístics l'any passat apujaren un 10% i els mercats ho varen acceptar". El govern argumenta la necessitat inajornable de reformar el model de desenvolupament per poder continuar sent competitius en els mercats internacionals, la qual cosa requereix uns doblers que avui per avui no són a l'abast de l'Administració autonòmica.

UN FONS PER CANVIAR EL MODEL TURÍSTIC

Per això s'ha creat un fons per a la rehabilitació d'espais naturals i turístics que, en bona mesura, serà cobert per l'ecotaxa, però que per ser justs s'hauria de satisfer totalment amb les aportacions estatals que el Règim Especial de les Balears hauria de tenir previstes. El Govern central, però, ha hivernat el REB, a pesar que aquesta llei va ser bandera del Govern de les Illes quan era en mans del Partit Popular. En concret, des de la Conselleria d'Hisenda s'ha informat que la manca d'aplicació del Règim impedeix l'execució de projectes quantificats en més de 200.000 milions de pessetes, dels quals 90.000 serien per a la promoció i diversificació del turisme. Les raons explicades per la Conselleria de Turisme són clares: "la consolidació del turisme com a activitat primordial de les Illes s'ha fonamentat essencialment sobre un producte estàndard, amb una bona relació qualitat-preu, la creació del qual, durant anys, gairebé només va mobilitzar com a recursos únics el sol i la platja. No obstant això, des de fa poc més d'una dècada, aquest turisme de sol i platja ha donat pas a un turisme de vacances més actiu, amb majors exigències respecte de la destinació elegida".

Aquest fenomen coincideix amb una expansió dels productes turístics dels països de l'entorn mediterrani que, amb uns costos menors i uns recursos menys explotats, ja signifiquen una seriosa competència per a les nostres illes, competència que conjunturalment s'ha vist disminuïda per

qüestions geopolítiques -les guerres balcàniques i el terrorisme islàmic, sobretot- i desastres naturals, com els terratrèmols soferts a Turquia i Grècia. Uns mercats que, com s'insisteix des de la Conselleria de Turisme, "no s'han de perdre de vista a l'hora de realitzar els esforços necessaris per al manteniment de la competitivitat del nostre producte".

UNA IDEA ANTIGA, ACTUALITZADA PEL PACTE

La idea d'aplicar un impost específic per finançar la rehabilitació d'espais turístics no era nova. Ja el 1989 la va insinuar l'expresident Cañellas, però ja llavors topà amb l'oposició dels empresaris i Cañellas no va voler oposar-se al *lobby* hotelier amb el qual ja havia costat molt negociar el Pla de modernització hotelera i el mateix POOT (Pla d'ordenació de l'oferta turística) dissenyat mentre el conseller era Jaume Cladera, un dels pocs hotelers que ara és a favor de l'ecotaxa. Una dècada més tard, l'actual ministre de Medi Ambient, Jaume Matas, ressuscità la proposta amb idèntic resultat, proposta que el Pacte de Progrés faria seva poc després. Tal volta per això, coneixedor de primera mà de l'oposició que despertava, Jaume Matas va treure aquesta qüestió en el debat televisiu que durant la campanya electoral l'enfrontà al llavors candidat socialista a la presidència. Francesc Antich evità un pronunciament directe, a pesar de la insistència de l'encara president en funcions que afirmà que només era una idea sobre la qual encara hi havia d'haver un debat social.

El debat s'inicià, però tot d'una es va fer evident que el Partit Popular no faria costat a l'ecotaxa. Així des del Ministeri de Foment i des d'AENA advertiren de la "impossibilitat" de cobrar l'impost a través dels aeroports, la qual cosa reduïa les diferents alternatives a només una: el cobrament als hotels, una decisió que si bé tot d'una tengué una bona acollida a Menorca, on l'Associació Hotelera s'havia mostrat a favor d'un impost mediambiental per finançar la Reserva de la Biosfera, aviat esdevingué un cavall de batalla per a la pràctica totalitat dels hotelers. La Federació Hotelera de Mallorca va ser capdavantera, sobretot després d'una assemblea celebrada a la seva seu, on les grans cadenes, sobretot Sol i Barceló, sembla que hi tengueren un paper rellevant. Els fronts restarien oberts fins a l'aprovació de l'impost i encara ho són. Més enllà de les fronteres espanyoles, la IFTO (la Federació Internacional de Tour Operadors) deixà ben clar el seu particular "no passaran" i, fronteres a dins, el Govern central proclamà directament l'oposició i anuncià que si finalment s'aprovava presentarien un recurs d'inconstitucionalitat fonamentat en l'argument que per a ells es tracta d'una doble imposició sobre un fet, l'hostatge, que ja és gravat per l'IVA.

POLÈMICA EN ELS MITJANS DE COMUNICACIÓ

Durant mesos la polèmica ha omplert centenars de pàgines de diaris i, fins i tot, l'aprovació pel Parlament va tenir un seguiment insòlit a les televisions, tant a Espanya com a Alemanya. El diari sensacionalista *Bild* reclamà la intervenció del rei per aturar quelcom que considerava un "desbarat", però per contra els seus lectors, majoritàriament, en lloc de fer cas a la direcció del periòdic i enviar cartes a La Zarzuela es mostraren a favor de l'impost, tal com ja ho havien fet abans els ciutadans de les Balears mitjançant una enquesta encarregada pel mateix Govern. Davant aquesta situació, els hotelers es ratifiquen que les inversions mediambientals són necessàries i que ells estan d'acord a pagar la part proporcional que els correspongui, però no tota la factura, perquè assegurin que malgrat l'ecotaxa l'hagin de pagar els turistes això no és possible i que, finalment, l'hauran de descomptar dels beneficis i, conseqüentment, dels projectes de modernització hotelera.

Zontur, l'Agrupació Empresarial de Zones Turístiques, va demanar la intervenció del president Aznar, tot donant suport als hotelers de les Balears que una i altra vegada insisteixen en el fet discriminatori d'un impost que deixaran de pagar més del 40% dels visitants de les Balears, tots aquells que van a apartaments, cases particulars o que vénen en vaixells. Un informe econòmic elaborat per Ernst & Young per encàrrec de la Federació pronosticà "una pèrdua de 105.000 milions de pessetes en el valor brut afegit de les Balears a causa de la implantació de l'ecotaxa", una xifra que contrasta visiblement amb la recaptació prevista pel Govern que, en el millor dels casos, apujarà a 12.500 milions. Unes dades amb les quals la Conselleria de Turisme, evidentment, no hi està d'acord. Tot el contrari, segons la Conselleria, l'impost no només servirà per millorar l'oferta turística de les Illes, sinó que les inversions contribuiràn a crear nous llocs de feina. De fet, un informe de la Unió Europea referit a tot el continent diu que aquest tipus d'actuacions crearan més de cent mil llocs de feina en els pròxims anys.

Polèmica, ofertes de diàleg, anuncis de premsa pagats pel Partit Popular i boicot dels hotelers als actes organitzats per la Conselleria de Turisme. Res, ni sols l'intent d'arbitratge del president de "SA NOSTRA", Miquel Capellà, no ha servit per a la concòrdia. L'enfrontament és més viu que mai. Mentre el Govern de les Illes Balears espera poder començar a cobrar l'ecotaxa a començament de l'any que ve, tot coincidint amb l'euro, els hotelers confien en la via judicial per evitar el que qualifiquen de "malson". Malson per a uns i somni per a altres amb un punt de coincidència - cal reformar el model turístic per continuar sent competitius - que no serveix per recomençar un diàleg que ha esdevingut tan impossible com imprescindible.

El Govern defensa l'impost al Parlament Europeu i al Bundestag

"Un nou model turístic fonamentat en un desenvolupament sostenible que millori la qualitat de vida de turistes i residents, un turisme que sigui respectuós amb el medi ambient la naturalesa, el patrimoni i la cultura de les Illes Balears. I, en definitiva, un turisme de qualitat, els beneficis del qual repercuteixin sobre tota la societat". Aquesta va ser la tarja de visita del conseller de Turisme, Celestí Alomar, que tot d'una d'haver-se aprovat l'ecotaxa al Parlament va ser requerit per diferents comunitats, com Catalunya i les Canàries, per explicar l'abast del polèmic impost. Poc després Alomar va viatjar a Alemanya on pogué explicar davant el Bundestag, la cambra legislativa alemanya, el perquè d'una decisió que tant d'enrenou ha causat a les Illes i fora d'elles. I mentrestant, el president Antich anava a Madrid per parlar davant la tribuna de l'ABC, un periòdic que juntament amb el Bild alemany destaquen pel seu conservadorisme i que, en aquest cas, ho han fet per una furibunda oposició a l'ecotaxa.

Ja abans, quan l'impost no passava de ser un esborrany, el president de l'executiu balear havia anat a Brussel·les, on s'entrevistà amb la presidenta del Parlament Europeu, Nicole Fontaine i amb la comissària de Medi Ambient, Margot Wallstrom. En ambdós casos la proposta d'ecotaxa obtingué una bona acollida, tant pel fet de ser un impost finalista dirigit a inversions per preservar la natura, com per significar una mostra de corresponsabilitat fiscal, ja que fa ús de les competències autonòmiques per generar recursos pro-



Alomar amb el ministre alemany de Medi Ambient.

pis i això és quelcom que satisfà una administració, com l'europea, a la qual sempre es demanen doblers. El president no amagà que el dèficit fiscal de les Balears precisa d'una correcció i que, a més a més, els habitants de les Illes són contribuents nets respecte a Europa, ja que a diferència del conjunt espanyol, aporten molt més del que reben als fons comunitaris. Però mentre aquesta correcció no arriba, el Govern -digué Antich- no pot romandre braços plegats per assistir sense fer res a uns canvis de tendència del turisme que inevitablement repercutiran sobre l'economia il·lenca.

UN CONSELLER EN EL BUNDESTAG

A Berlín, el conseller de Turisme s'entrevistà amb el ministre de Medi Ambient alemany, Jürgen Trittin, i participà en una sessió de la Comissió de Turisme de Bundestag. El mateix conseller, de retorn a Palma, explicà que havia estat una reunió insòlita, perquè per primera vegada un conseller balear tengué l'oportunitat de fer conèixer als representants polítics del principal mercat turístic la idea de canvi de model que presideix l'activitat del seu gabinet. La sessió va ser possible

gràcies a la proposta del grup socialdemòcrata que així es feia ressò de les repercussions que l'aprovació de l'impost havia tengut a Alemanya - amb la sorprenent i mancada de rigor intervenció del Bild- i que, per tant, podia afectar l'ànim dels turistes que tenien previst viatjar a les Balears per passar-hi les vacances. Tots els grups del Parlament es mostraren d'acord amb l'ecotaxa, excepció feta de la democràcia cristiana.

PROTEGIR L'ENTORN RURAL

Igualment, tal com va fer la Comissió del Bundestag, el ministre de Medi Ambient també donà suport a l'impost, i destacà la importància que fos destinat a un fons per a rehabilitació d'espais turístics i naturals. "Una millora -declarà Trittin a TVE- que ha de ser un objectiu comú de tots, tant dels visitants com dels residents, ja siguin alemanys o illencs". A Alemanya, com a França, molts de municipis cobren un impost semblant al que ha aprovat el Parlament de les Illes Balears, però a diferència d'aquest no són impostos finalistes i això fa, segons el ministre alemany, que l'ecotaxa sigui encara més interessant. D'altra banda, el ministre destacà l'interès que el conseller de Turisme balear li havia mostrat per desenvolupar l'espai rural, atès que "si l'agricultura i el món rural desapareixen es perd la tradició i això és un dels principals al·licients per visitar les Balears".

Durant l'estada a Berlín, Celestí Alomar també va tenir entrevistes amb diferents grups parlamentaris com el "verd" i, sobretot, un encontre amb la cúpula de la DRV, l'associació d'agents de viatges alemanys. Els agents de viatges, com els hotelers de les Balears, creuen que l'impost no afavorirà el turisme cap a les Balears, però no obstant això el conseller i el president de la Comissió de Turisme Estranger, Günter Ihlau, varen arribar a un acord per col·laborar estretament en la promoció de la imatge de les Balears en el mercat alemany. Endemés, per part de la Conselleria i de l'IBATUR, que ja han contractat enguany els serveis de la Universitat de Dresden per fer un seguiment d'aquest mercat, s'estudia la pos-

sibilitat de crear una Casa Balear a la capital alemanya que servirà com a mostrador de les Illes i centre de negoci.

PER UN PAÍS TURÍSTIC

Durant aquests viatges Celestí Alomar ha tengut molts de contactes amb els mitjans de comunicació, especialitzats en la major part de casos, però també amb la premsa generalista, que es va fer ressò de l'ecotaxa. Cal dir que la premsa, excepció feta dels ja esmentats *Bild*, *ABC* i alguns altres periòdics conservadors s'hi han mostrat favorables. Alomar ha explicat que l'ecotaxa no és una finalitat en si mateixa i que de cap manera no pretén dimonitzar el turisme, ans al contrari "allò que pretenem és fer de les Balears un país turístic, un país que viu fonamentalment del turisme i que, per tant, necessita integrar socialment aquesta activitat, i això fa, precisament, que la nostra política hagi de satisfer plenament no només els visitants sinó també els residents". Amb l'impost s'ha pensat recaptar entre deu i dotze mil milions de pessetes que, en un període de deu anys, podrien dur a terme el canvi de model que el Pacte de Progrés ha dissenyat. "Els ingressos -deia el conseller en un dels seus encontres amb periodistes- revertiran en la preservació i millora de l'entorn. També per fer front a un canvi de model turístic i, per això, s'ha creat una comissió interdepartamental (formada per les conselleries de Medi Ambient, Educació i Cultura, Treball, Obres

Públiques, Hisenda i Turisme) que determinarà els programes i les actuacions".

OBERTS AL DIÀLEG

Durant la fira, Celestí Alomar també explicava que el seu departament és en condicions de controlar més del 90% de l'oferta turística de Mallorca, contràriament a allò que manifesten els hotelers que pensen que l'oferta reglada i, per tant en disposició de ser controlada, no sobrepassa el 60%. "Nosaltres -afirmà el conseller- farem que aflorin devers 25.000 places que s'estan comercialitzant com a oferta turística i que teòricament són segones residències, és a dir oferta immobiliària". D'aquesta manera no només s'actuarà contra una comercialització que fa la competència deslleial a l'oferta hotelera, sinó que "redundarà en un desenvolupament sostenible".

Demanat sobre l'ofensiva política del Govern central en contra de l'ecotaxa (tant el president Aznar com el seu ministre d'Hisenda, Cristóbal Montoro han anunciat la interposició d'un recurs d'inconstitucionalitat), Celestí Alomar creu que l'executiu del PP no està legitimat per oposar-se a cap decisió presa pel govern autònom en exercici de la seva sobirania, perquè -digué- "el govern del PP gairebé no ha contribuït en res a desenvolupar la Llei de règim especial que el mateix partit impulsà quan governava a les Illes. Es tracta d'una llei creada per compensar els costos de la insularitat". L'autonomia balear ha pre-

sentat a Madrid projectes valorats en més de cent mil milions de pessetes per inversions turístiques sense que s'hagi donat cap resposta satisfactòria, sense que es tenguí en compte el dèficit fiscal i, sobretot, sense considerar que per seguir sent competitius en el futur s'han d'introduir importants millores en infraestructures i conservació del medi ambient.

Respecte als hotelers, el conseller manifesta que sempre han tengut les portes obertes per al diàleg, però que tampoc no es tracta de fer exactament el que vol un sector concret, sinó de satisfer les necessitats de la majoria de la població. Afirmà que la primera intenció va ser cobrar l'ecotaxa als aeroports, però que això no va ser possible i que, per tant, els establiments d'hostatge esdevingueren l'única alternativa. "En qualsevol cas -digué- el sector hotelier, i a pesar de l'oposició frontal que hi fa, serà el més beneficiat per l'impost, ja que aquest permetrà noves inversions i més activitats turístiques". I com a prova del que es pot fer amb l'impost, Alomar informà que el govern del Pacte de Progrés ha invertit més en l'entorn durant dos anys que els successius governs del PP en quasi dues dècades, ja que, entre d'altres coses, ha comprat mil cinc-cents hectàrees de les muntanyes d'Artà, que serviran de nucli del futur Parc natural del Llevant, ha esbucat hotels obsolets i ha iniciat tasques de rehabilitació de zones turístiques, com el barri pescador de Santa Catarina, en el port de Sóller o la reconversió de la Torre d'en Gaumés, a Menorca, en parc.

Un euro per dia i turista, total: 75 milions d'euros

Quan l'impost comenci a vigir, amb permís dels tribunals de justícia, l'euro ja serà en circulació i la pesseta haurà desaparegut. Llavors, ja només es podrà comptar amb la nova moneda i, amb ella, els càlculs fets pel Govern preveuen uns ingressos per sobre dels 75 milions d'euros per any.

Una recaptació fonamentada en aquestes quantitats (per persona i dia)

Hotels i hotels apartaments de 5 estrelles	2 euros
Hotels i hotels apartaments de 4 estrelles	1
Hotels i hotels apartaments de 3 estrelles	1
Hotels i hotels apartaments de 2 estrelles	0,5
Hotels i hotels apartaments d'1 estrella	0,5
Apartaments turístics de 4 claus	2
Apartaments turístics de 3 claus	1
Apartaments turístics de 2 claus	1
Apartaments turístics d'1 clau	0,5
Habitatges turístics de vacances	1
Arrendament de béns amb serveis complementaris	1
Càmpings o campaments de turisme	0,75
Hotel rural	1
Hotel d'interior	1
Agroturisme	0,25



Els hotelers criden a la mobilització general

Pere Cañellas va ser reelegit president de la Federació Hotelera de Mallorca per un nou període de tres anys. Figura al capdavant d'una executiva a la qual cal qualificar de continuïsta respecte de la política seguida per la patronal en els darrers temps. El mateix Cañellas s'encarregà d'anunciar aquesta continuïtat en el decurs d'una assemblea a la qual no es va convidar cap institució política. I és que els hotelers no només no obliden, sinó que volen intensificar la campanya contra l'ecotaxa tot cridant a la mobilització general de tot el sector. Així la primera gestió feta després de la reelecció va ser viatjar a Madrid per entrevistar-se amb el màxim responsable de la CEOE, José María Cuevas, a qui demanà suport.



Pere Cañellas, presidente dels hotelers de Mallorca.

gués acceptar el càrrec, però és que per damunt de raons personals ha pesat una responsabilitat afegida (...) i aquesta realitat és que ens agradi o no el malson de l'ecotaxa no ha acabat i que la imatge negativa de Mallorca en l'opinió pública alemanya torbarà a recuperar-se quatre o cinc anys més.

CANVI DE TENDÈNCIES

Des de la patronal hotelera mallorquina no s'oblida que hi ha altres problemes, tot i que també estiguin relacionats amb l'impost. El descens del turisme alemany es deu, també -segons Pere Cañellas- a l'augment de la competència i a un canvi d'hàbits. El turisme ale-

many sap que l'oferta a la Mediterrània ha crescut i que podrà triar sense presses i, per això, retarda les reserves. O, fins i tot, prescindeix dels majoristes de viatges i programa els viatges pel seu compte. Per això a més de combatre l'ecotaxa, la Federació Hotelera estudia noves estratègies entre les quals s'hi compta la creació d'una oficina de reserves *on line*.

MALA PREMSA

Durant l'assemblea, celebrada a un hotel de la Platja de Muro, Pere Cañellas llançà dures crítiques contra el Govern de Pacte de Progrés, parlà d'una situació horrorosa, de menyspreus cap als empresaris i, sobretot, de mentides: "Aquests dos darrers anys han suposat -afirmà- una condemna generalitzada de l'activitat turística i, so-

bretot, de la classe empresarial hotelera. Dos anys de crítica injusta i permanent de la nostra activitat. Dos anys en els quals cada paraula, cada dada i cada declaració nostra era ridiculitzada".

Cañellas justificà la seva reelecció afirmant que "després de tot el que ha passat ni la meua família ni els meus amics imaginaven que jo po-

Un fons per a la rehabilitació

El Fons de Rehabilitació d'Espais Turístics creat per la Llei 12/99, de 23 de desembre és un mecanisme financer destinat a la remodelació i a la rehabilitació de zones turístiques i a la recuperació de recursos, espais naturals i patrimonials de rellevància turística.

La dotació anual del Fons queda afectada exclusivament a les despeses directament relacionades amb els objectius sense que s'especifiqui

cap quantitat concreta, si bé s'hi diu que el Govern ha de promoure la participació dels diferents agents representatius del sector turístic en la seva gestió.

De moment no té més ingressos prevists que l'ecotaxa, però n'hi podria haver d'altres en relació al REB o a projectes europeus. En qualsevol cas, aquestes són les propostes d'inversió:

REMODELAR I REHABILITAR ZONES TURÍSTIQUES

- Modificació d'accessos per descongestionar i eliminar el trànsit a la primera línia de platja.
- Construcció d'aparcaments dissuasius.
- Retirada de sòl urbà a nuclis turístics.
- Instal·lacions esportives i culturals.
- Xarxa per a la reutilització d'aigües depurades.
- Millora dels transports públics.
- Habilitació per als vianants de les zones cèntriques dels municipis turístics.
- Racionalització del model urbanístic, mitjançant l'enderrocament d'edificis obsolets.
- Creació de zones verdes a espais urbans, i dotació de mobiliari i enllumenat.
- Senyalització turística.

RECUPERAR RECURSOS I D'ESPAIS NATURALS I RURALS

- Conservació de parcs naturals i de zones d'interès ecològic i paisatgístic.
- Recuperació de camins per practicar-hi el senderisme i l'excursionisme.
- Creació d'infraestructures d'interpretació mediambiental.
- Restauració del patrimoni natural (zones humides, dunes, reserves marines...).
- Manteniment de les activitats agràries tradicionals i de les artesanies locals.

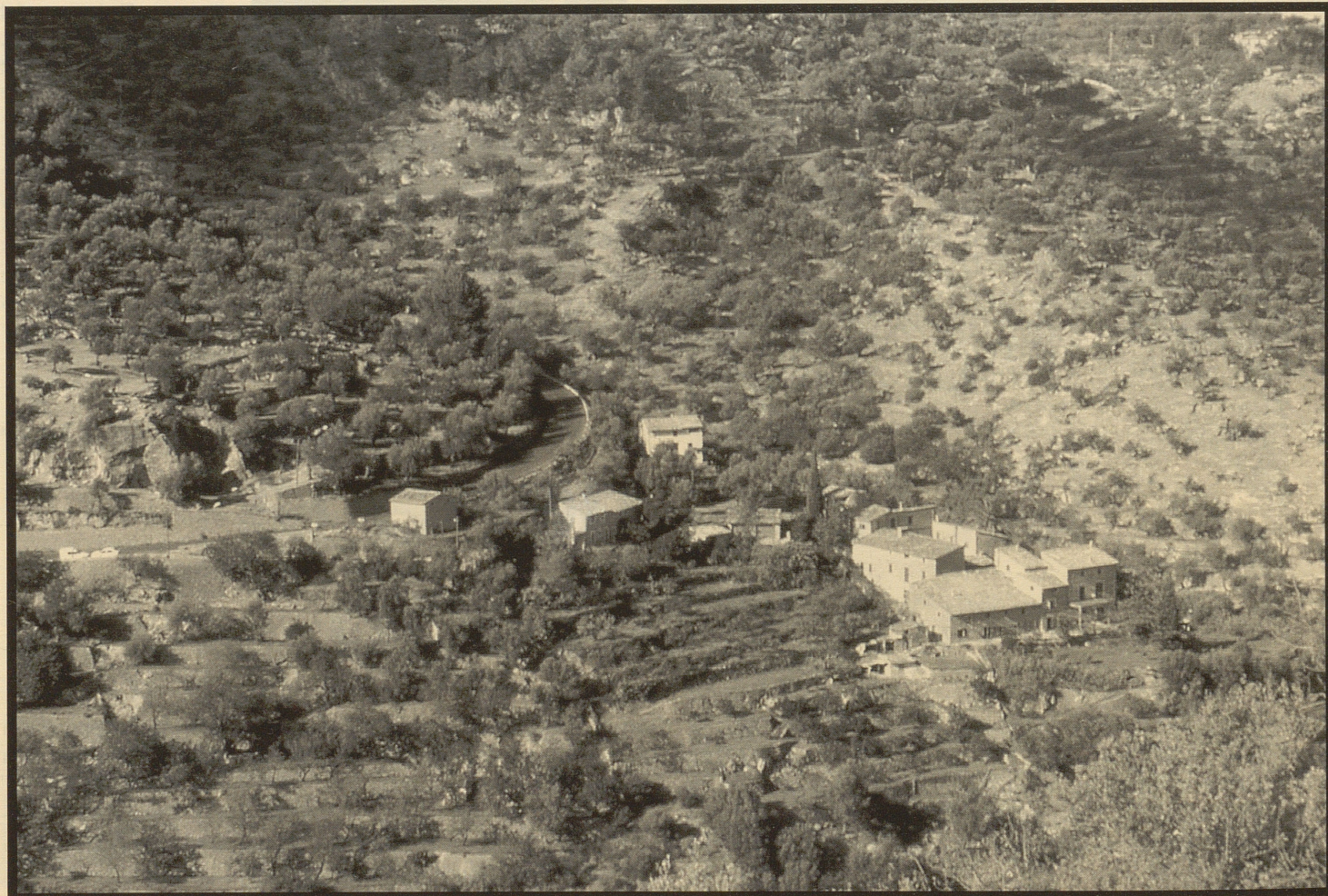
REVALORAR ELS ELEMENTS PATRIMONIALS DE RELLEVÀNCIA SOCIAL, CULTURAL I TURÍSTICA

- Rehabilitació de monuments.
- Equipaments culturals i de congressos.
- Senyalització, il·luminació i condicionament de recursos patrimonials.
- Conservació de jaciments arqueològics.
- Recuperació d'arquitectures populars.
- Creació de centres per a la difusió de tradicions i valors etnogràfics (salines, pedreres, festes populars, tafones, etc).

REVITALITZACIÓ DE L'AGRICULTURA COM ACTIVITAT COMPETITIVA ECONÒMICAMENT

- Recuperació del paisatge rural.
- Recuperació i conservació del patrimoni rural.
- Creació de punts de venda de productes autòctons de les Illes Balears.

*Els espais naturals,
objectiu prioritari del fons.*



El turisme massiu, una amenaça per a la Mediterrània

WWF/Adena va presentar a Berlín, tot coincidint amb la darrera ITB (Borsa de Turisme) un informe sobre els impactes del turisme a la Mediterrània. Segons els ecologistes l'increment desmesurat de l'oferta produeix una degradació de l'entorn que afecta tant el patrimoni natural com el cultural de tota la regió.

Les costes mediterrànies reben anualment 220 milions de turistes, una xifra que s'estima que pot arribar als 350 milions en el termini de vint anys. Es miri per onsevulla, les xifres ens situen davant un creixement desmesurat que, segons els ecologistes, pot dur a degradar la riquesa natural i cultural de tots els països costaners. Així es diu a un informe que el Fons Mundial per a la Conservació de la Naturalesa (WWF/Adena) va presentar a Berlín durant la darrera Borsa de Turisme, la ITB.

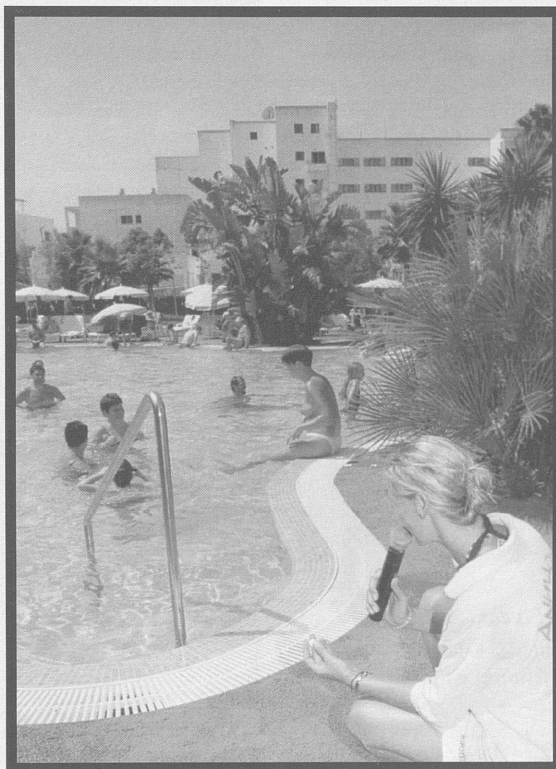
L'elecció no era casual. La ITB és la principal fira turística del món i, a més a més, el mercat alemany no sols és el més important de tota Europa, sinó que dona proves d'una creixent consciència ecològica. En aquest sentit, els ecologistes creuen que és necessari introduir una nova forma de fer turisme a la Mediterrània per aturar o per revertir el deteriorament mediambiental que produeix una excessiva pressió demogràfica sobre la costa, ja que el turisme se centra en els indrets més interessants des dels del punt de vista paisatgístic. Això fa que, precisament, els entorns més amenaçats siguin les zones marines que conserven la major diversitat biològica.

NOVES ZONES D'EXPANSIÓ

Segons l'anàlisi del WWF, el 2005 països com França, Itàlia i Espanya incrementaran encara més la pressió turística sobre la costa, mentre que d'altres com el Marroc, Tunísia, Grècia, Turquia, Croàcia i Egipte registraran un nou creixement massiu. Segons l'organització ecologista, qualsevol nou desenvolupament turístic hauria de tenir present una acurada planificació que inclogués una xarxa d'espais protegits per salvaguardar la biodiversitat de la regió, així com fer un ús sostenible dels recursos naturals com són el territori, l'aigua o l'energia.

MAJOR CONSCIÈNCIA ECOLÒGICA

Davant aquesta situació, que el responsable de turisme de l'Oficina Mediterrània de WWF/Adena, Peter DeBrine, qualifica d'alarmant, els ecologis-



tes aposten per demanar la col·laboració de la indústria turística per tal de reduir els impactes que provoca sobre la naturalesa. D'aquesta manera es pretén que contribueixi a salvar la Mediterrània i sobretot que se salvi ella mateixa. "Si destrossa el valuós medi del qual depèn, el gran perdedor serà el turisme", digué. Per evitar-ho, DeBrine demanà un gir cap a una nova manera de fer el turisme, tant per part dels majoristes de viatges com de les administracions locals, a les quals s'exigeix un desenvolupament sostenible que no hipotequi el futur de les regions.

D'altra banda, l'organització ecologista també demana un canvi d'hàbits entre els turistes que, normalment, tendeixen a despreocupar-se durant les vacances i a alterar el seu comportament habitual. El WWF diu, per exemple, que un turista consumeix una mitjana de 880 litres d'aigua diaris, mentre que un ciutadà normal només 250. Una dada que confirmà el director alemany del

Fons qui exhortà els seus compatriotes a comportar-se com ho fan a Alemanya quan viatgen a la Mediterrània.

CALVIÀ I L'AGENDA LOCAL 21

En definitiva, la situació de la Mediterrània preocupa no només per poder salvaguardar el patrimoni natural i cultural, sinó també per protegir el turisme contra els seus efectes negatius. És en aquest sentit que Peter DeBrine va posar d'exemple Calvià on es du a terme un programa de turisme sostenible fonamentat en l'Agenda Local 21. La WWF no considera modelic el desenvolupament seguit per aquest municipi mallorquí, que va ser l'abanderat del turisme de masses en les dècades dels seixanta i setanta, però sí que elogià l'esforç de reconversió que du a terme i que el converteix en un exemple a seguir per a les noves destinacions emergents.

Els ecologistes són conscients que els països del sud mediterrani necessiten el turisme per al seu desenvolupament, un desenvolupament en el qual estan disposats a col·laborar els hotelers de les Illes Balears que ja són presents a països com Tunísia, Turquia, Croàcia i Bulgària, entre d'altres, i que darreament a través de l'Observatori de la Mediterrània (que promou "SA NOSTRA", la Cambra de Comerç i la Universitat) han fet prospectives al Marroc o a la Mar Roja. Allò que demana l'Informe del Fons Mundial de la Naturalesa és que les inversions es facin amb criteris de sostenibilitat no només locals sinó per al conjunt d'una Mediterrània que necessita preservar la seva biodiversitat.

COMPROMÍS ÈTIC

WWF/Adena finalitza el seu informe recomanant una nova manera d'entendre el turisme a la Mediterrània per així "aturar o revertir el deteriorament de la naturalesa", un canvi que només és possible si la indústria del turisme, des dels operadors als hotelers tot passant per les autoritats locals, hi col·laboren i es comprometen amb un "desenvolupament responsable". Una nova manera que segons l'organització ecologista significa un compromís ètic per part de tots els agents turístics, per tal d'adoptar "una adequada protecció de les àrees claus per a la conservació de la biodiversitat, no desenvolupar turísticament els llocs més crítics d'aquestes àrees, i procurar el desenvolupament més beneficiós per a les comunitats locals".

Aquest model turístic du al conflicte

Entrevista a Francisco González Paredes

per Constanza Forteza

No hi ha molta sociologia a les Balears, la UIB no compta amb els estudis corresponents i l'entitat que engloba aquests professionals no passa dels cinquanta socis. Potser per això no comptam amb una radiografia detallada de cada manifestació de l'estat social. I, de tenir-la, potser ara ens sentiríem una mica més alarmats. Un recent simposi celebrat a Palma sobre sociologia turística ens avisava que hi ha motius de preocupació i possibilitats de conflicte. Algunes raons, encara que no totes: les condicions de treball, la manca d'estudis i qualificació de la població i la vulnerabilitat de les famílies a causa del model turístic i laboral que mantenim. Francisco González, president de la jove Associació de Sociòlegs de les Balears, diu que encara hi som a temps de canviar una societat que basa el seu dinamisme econòmic i la seva riquesa global en la intensitat del treball familiar mal pagat i, a la fi, en una qualitat de vida dubtosa.

-Tenint en compte el monocultiu turístic de les Balears, aquestes illes deuen ser un laboratori ideal per als sociòlegs, especialment per a la branca sobre la qual vostès han organitzat recentment un simposi, la sociologia turística.

-Les Balears deuen ser en aquests moments el major laboratori de sociologia turística del món. Seria molt difícil trobar un altre lloc on es produeixi una major concentració turística en relació a la població. En realitat, qualsevol estudi social que es faci a les Balears ha de ser, de manera directa o indirecta, sociologia turística. Si parlem del treball, parlem de turisme; si parlem d'inseguretat laboral, parlem d'hotels i de construcció turística; si parlem de medi ambient, també ens referim a la incidència del turisme. I si volem estudiar els hàbits, la manera com viu aquesta societat, mai no podem oblidar l'escenari turístic.

-I amb quin volum, amb quina investigació i estudis de sociologia del turisme comptam aquí?

-Doncs, paradoxalment, la sociologia del turisme és quasi inexistent a les Balears. És una absència clamorosa. Ara ja fa tres anys que un grup de sociòlegs de les Illes anàrem per primera vegada al congrés espanyol de sociologia, a la sisena convocatòria. Lògicament, ens sentírem obligats a integrar-nos en el grup de sociologia turística, que ja funcionava. Perquè, curiosament, a nivell estatal ja hi havia

gent que feia feina en aquest àmbit, i és increïble, però, sense comptar amb ningú de les Illes. A partir d'aquí va ser quan els pocs sociòlegs que hi ha a les Illes ens començàrem a organitzar, a integrar-nos i a iniciar un treball que anàs més enfora de les reunions professionals periòdiques. I és d'aquests contactes d'on va sorgir la convocatòria del Primer Simposi de Sociologia del Turisme que celebràrem a la UIB. Obtinguérem el suport de les institucions i que hi participassin els millors sociòlegs especialitzats en aquesta matèria.

POCA SOCIOLOGIA

-Vol dir que dins la ingent quantitat d'estudis que hi ha sobre el turisme no hi ha aproximacions especialitzades sobre la realitat social que genera?

-La major part dels estudis que hi ha sobre el turisme tenen una base

econòmica, encara que alguns aporten perspectives sociològiques. Però encara que sembli irreal ens falta fer anàlisis sobre nosaltres mateixos, sobre com canviem a causa del turisme, sobre com ens afecta de cara al futur. No es tracta de dir el que ha passat o passa, sinó d'analitzar les conseqüències que tenen els fets i intentar preveure què més pot succeir. I aquesta és una feina de la sociologia.

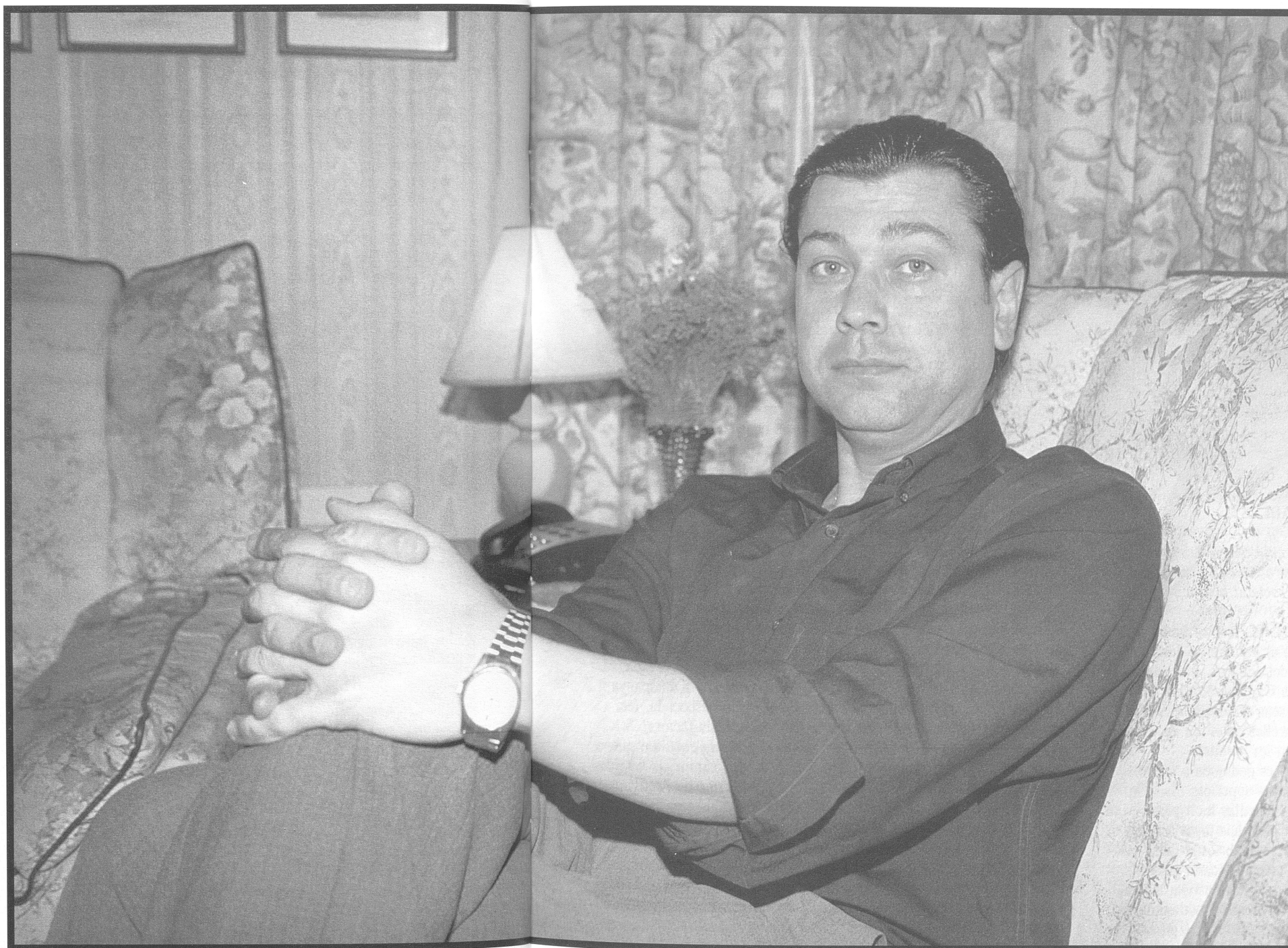
-I quina és la raó que hi hagi tan poca activitat de la seva especialitat?

-Jo diria que hi ha dos factors que ho expliquen clarament: en el món acadèmic, a la universitat, només comptam amb una representació mínima, una àrea de coneixement integrada dins el Departament de Filosofia, departament des d'on s'imparteixen les matèries sociològiques que hi ha als estudis de la UIB, una docència que, per cert, no sempre la fan els sociòlegs. Des de l'Associació de Sociòlegs de les Balears trobam que és un objectiu importantíssim absorbir més

sociòlegs per part del món acadèmic. A la fi, el nostre objectiu final és que es creï una facultat de sociologia i de ciències polítiques. Després, un segon front professional que volem obrir pretén que les administracions públiques creïn, com ho han fet amb altres professionals com poden ser els psicòlegs, places d'especialistes. Al marge d'aquests dos déficits, n'hi ha un tercer, encara que aquest és més

Francisco González Paredes

va néixer l'any 1963 a Barcelona, encara que les seves arrels familiars són gallegues i que pràcticament tota la seva trajectòria laboral s'ha desenvolupat aquí. És llicenciat en sociologia, diplomant en ciències polítiques, president de l'Associació de Sociòlegs de les Illes Balears des de l'any 1996 i vocal del grup de treball de turisme de la federació estatal que agrupa aquests professionals. Ha treballat i col·laborat per a diverses empreses consultores i d'estudis de mercat com CYR Consultores, Gadeso o Sondymark. El 1999 es va incorporar com a assessor tècnic per a les campanyes de sensibilització de la Conselleria de Benestar Social, des d'on va dirigir molts dels programes de cooperació i solidaritat amb el Tercer Món. L'any passat es va incorporar a la Conselleria de Treball i Formació com a assessor tècnic i responsable del Pla d'acció contra la sinistralitat laboral.





difícil de resoldre, la baixa demanda d'estudis socials per part del món empresarial. A Alemanya es destina un 0,5% de cada inversió de mercat a fer l'estudi sociològic previ. A Espanya, aquest percentatge és del 0,01%, és a dir, inexistent. Als Estats Units mai no es pot pensar engegar una inversió sense que darrere no hi hagi un treball sobre les necessitats i les aspiracions del mercat. La nostra presència a l'empresariat és simbòlica, i aquí encara més.

FAMÍLIES VULNERABLES

-Una de les ponències presentades en la reunió d'experts es referia als canvis soferts per les famílies a les Illes a causa del turisme. Com és aquesta família generada per una societat turística?

-És una família on la dona treballa molt més. De fet, les Balears són la primera o la segona comunitat en relació al nombre de dones que treballen. Tal i com es va exposar al llarg del simposi, concretament a la ponència que va presentar Ma. Antònia Carbonero, a les Balears és abundant la parella en què treballen els seus dos membres, encara que aquí predomina més aquest tipus de parelles en el cas de treballs no qualificats i no, com en altres indrets, on les parelles homogàmiques des del punt de vista laboral es dediquen a treballs més qualificats o estan formades per llicenciats superiors. És, a la vegada, una família on els fills comencen a treballar molt prest. Això significa l'abandó prematur dels estudis per part dels joves a canvi d'un treball, generalment de baixa qualificació, amb tot el que aquesta passa implica en relació a un baix nivell educatiu general. Per tant, tenim un model molt dinàmic des del punt de vista laboral però que està basat en la intensitat del treball familiar poc qualificat. Que els pares de la família treballin no es tradueix, com a altres

llocs, a finançar els estudis dels fills i, a la mateixa vegada, l'estacionalitat pròpia del treball de les Balears tampoc no significa un impuls a la combinació de treball i estudi. Aquests factors concorden amb el fet que les Illes, i les famílies, tenen un nivell salarial més baix que el d'altres comunitats, qüestió que només es pot explicar si es considera la manca d'especialització de la mà d'obra. Vull dir que el baix nivell formatiu de la societat balear ja és avui un gran problema, no ens adonam però això pot ser la nostra tragèdia, la nostra hipoteca de cara al futur. El dinamisme laboral de les famílies de les Balears pot ser considerat positiu en uns moments d'expansió com els actuals, però hem de pensar què passarà si aquesta expansió s'atura. Sense ànim d'ofendre ningú hem de començar a pensar que no podem aspirar a ser eternament una societat de cambrers.

-S'ha inculcat als joves la mentalitat del benefici ràpid?

-Sí, però es tracta d'un benefici molt relatiu. Segons les dades del padró del 96, un 31% dels joves de les Balears no havien completat l'ensenyament obligatori; a Eivissa, aquest percentatge és superior al 35%. És a dir, una tercera part dels adults són, si no analfabets, sí analfabets funcionals. I aquest és un procés que pot ser molt dolorós per als mateixos afectats. Als 16 anys tenir poder adquisitiu per poder comprar-se una moto, o dur l'al·lota al cinema o de viatge, pot ser molt satisfactori. S'integren molt prest en el mercat laboral, però, anys després, comprovaran que allò que els servia per pagar els capritxos no els basta per mantenir una família. Sense considerar que ser una de les comunitats amb menys llicenciats superiors significa que molta de gent preparada i especialitzada se n'ha d'anar fora, perquè aquí no tenim camp per a determinades capacitats. I, a la vegada, ens obliga a importar cervells perquè nosaltres no els preparam per a les activitats més qualificades.

QUALITAT INTEGRAL

-La contradicció és que tot això succeeix a una comunitat que supera la mitjana europea de riquesa.

-Com ja se sap, perquè s'ha difós reiteradament, aquesta és una comunitat rica però amb una riquesa mal repartida. En el Simposi Turístic es va parlar molt de dos conceptes que semblen iguals, però que són diferents, el de la qualitat total i el de la qualitat integral. Una de les conclusions va ser que havíem de donar el pas de la primera a la segona. Què vol dir això? Vol dir que no hem d'anar a cercar només la satisfacció del turista, la qualitat total, sinó la satisfacció de tota la societat turística, dels habitants receptors, és a dir, la qualitat integral. Es tracta que el ciutadà d'aquestes illes assimili el turisme equilibradament, que no el vegi com un fenomen agressiu. És que si no és així a la llarga es perjudicarà el mateix turisme, perquè es tracta de fenòmens que s'alimenten mútuament. Tothom sap que aquesta és una societat molt dinàmica, amb un tipus de treball estacional i precari, caracteritzada per un alt rendiment laboral, aquí es treballa més hores que a altres llocs. A la vegada, és la comunitat amb la taxa de sinistralitat laboral més alta d'Espanya i d'Europa, que prové del turisme, de la construcció desbocada, feta amb presses. Com es poden no relacionar tots aquests factors? Tot això són símptomes de manca de qualitat integral, una qualitat que no es pot aconseguir convertint determinats grups, siguin els hotelers o sigui l'Administració, en els protagonistes exclusius de l'activitat turística, sinó tot fent del turisme una activitat social sobre la qual tots tenim alguna cosa a dir, perquè ens afecta tots. Hi ha d'haver una gestió social del turisme, una gestió que impliqui no només els interessos dels que mantenen directament l'activitat, sinó també del treballador turístic, del ciutadà que viu a una zona turística, del ciutadà amb una vida laboral aliena al fenomen, de l'agricultor, de la mestressa de casa, de tots.

MODEL TURÍSTIC I EQUILIBRI SOCIAL

-Molts consideren que el principal benefici de l'ecotaxa és haver obert una discussió pública sobre si volem o no volem aquest model turístic.

-Evidentment, potser aquest en sigui un dels beneficis. En el simposi, parlant amb els especialistes de fora d'aquí, em va sorprendre l'alt grau de coneixement que tenien sobre l'ecotaxa balear. Els sociòlegs presents, que no eren polítics, que no havien de defensar cap ideologia ni satisfer cap expectativa política, sinó que més aviat són persones que viuen en el món acadèmic, científics socials, doncs aquesta gent va mostrar una unanimitat total a l'hora de defensar l'ecotaxa. És més, un dels avisos més repetits va ser que aquesta és una mesura insuficient. I tot amb arguments que tornaven a la qualitat integral de la qual parlava. Si el turisme ens serveix per crear una societat vulnerable, vulnerable des del punt de vista laboral, cultural i social, és que s'ha de canviar la gestió turística i que aquesta ha de ser sostenible en funció de les expectatives de tota la societat. Com es veu, els raonaments anaren més enllà de la valoració de l'ecotaxa com a impost i, fins i tot, més enllà del que serien arguments estrictament mediambientals, com poden ser destacar que ha arribat l'hora d'especialitzar-nos en turisme de qualitat i deixar el turisme de masses per als països en vies de desenvolupament.

-Vol dir que la valoració de l'èxit del turisme haurà d'incloure factors d'equilibri social?

-De moment es continua valorant el turisme des de criteris exclusivament econòmics. I hem de començar a mesurar-lo des de la perspectiva d'altres indicadors, indicadors que integrin altres fenòmens, el mateix nivell cultural, la salut laboral, la satisfacció emocional sobre la conservació del nostre entorn físic. Des d'una òptica únicament econòmica s'ha de deixar de calcular el nombre de visitants i començar a comptar en pessetes, o en euros. I des d'una visió global, mesurar el nostre nivell de benestar social. No podem continuar emprant el model dels anys seixanta, ja fa molt de temps que hem superat el nombre de turistes sostenible per a aquesta terra. I no només des del nostre punt de vista com a receptors sinó també des de l'opinió dels mateixos emissors, són els turistes els primers que es queixen davant la massificació. Les Balears han de deixar enrere, d'una vegada per totes, el turisme de masses. I no parl de qualitat específicament turística, perquè tots sabem que la indústria hotelera ha fet molts d'esforços per millorar la seva planta, sinó de qualitat total.

CONFLICTES SOCIALS

-És d'aquests factors d'on surt la relació tan ambivalent que tenim amb el turisme, que per un costat valoram, però que moltes vegades odiam?

-Jo encara veig molt viva la mentalitat del turisme dels anys seixanta, amb reaccions de satisfacció perquè el nombre de turisme continua creixent i reaccions de preocupació perquè, en unes circumstàncies o en altres, baixa. D'altra banda, és cert que de cada vegada és més gran el col·lectiu de persones sensibilitzades davant l'impacte mediambiental, social i cultural que té el turisme massiu. Hem de raonar bé les coses, no podem oblidar que ha estat el turisme

que ha facilitat que les Balears deixassin de ser, com tantes altres, una comunitat rural i pobra. Les Illes possiblement varen ser la primera comunitat espanyola a experimentar un canvi social gràcies al contacte amb els ciutadans del nord i del centre d'Europa. Tots aquests són factors que s'han de conservar a la memòria. Ara bé, ja és hora de canviar de model. I és cert que comença a haver-hi manifestacions clares de rebuig al turisme. Aquest és el perill si no es modifica la manera de créixer. En realitat, ens podem demanar per què aquests símptomes de rebuig no són encara més intensos. I bé, possiblement perquè tots som molt conscients que vivim del monocultiu, sabem que no hi ha diversificació. Però ens podem preparar per a un futur en què la insatisfacció creixerà.

-Vaticina l'aparició de conflictes socials a causa de reaccions negatives cap al turisme?

-Si aconseguim passar al model de qualitat integral del qual parlava abans o si, almenys, aconseguim el mateix nivell de riquesa amb menys turistes -i quan dic menys és literalment menys-, llavors potser puguem evitar l'arribada de conflictes. Però si es manté el model turístic que genera bosses de pobresa, problemes d'estaciona-



lit i una societat amb un baix nivell salarial i amb un baix nivell d'estudis, possiblement en generarà, i molts. Hem d'evitar la degradació. Com s'ha dit tantes vegades, hem d'evitar morir d'èxit.

-La contrapartida positiva de tot el que diu no és la multiculturalitat d'aquesta societat? Considera que es podrà aconseguir una integració de les diverses nacionalitats?

-Des de la perspectiva de la sociologia el fenomen residencial dels diversos col·lectius nacionals encara s'ha d'estudiar. A més, hem de pensar que parlem de col·lectius molt diferents, per un costat tenim grups de residents europeus que viuen aquí una part de l'any o tot l'any i, per l'altra, col·lectius d'emigrants econòmics que vénen per treballar. Per tant, costa molt especular sobre què passarà. El que sí és cert és que, a nivell polític, s'hauria de començar ja a prendre mesures d'integració. Multiculturals ho serem, ja ho som, això és inevitable. Ara bé, depèn de nosaltres aconseguir que sigui una multiculturalitat enriquidora o una societat de cultures separades o, fins i tot, enfrontades. A la fi, és el mateix debat que es planteja en relació al model turístic, la necessitat de modelar la nostra identitat social i, així, aconseguir que els altres la respectin.



Contra la inèrcia

Entrevista a Tiffany Blackman

per Magdalena Cortès

"Som molt famosos i poc coneguts" Tiffany Blackman té clares quines són les necessitats actuals en el sector del turisme: millorar, diversificar i informar. El repte és canviar el turisme de sol i platja per un altre que cerqui molts més al·licients. El mercat ara demana natura, esport i cultura entre moltes d'altres coses, tot això no ens manca però és necessari desenvolupar-ho i, sobretot, donar-ho a conèixer. L'IBATUR lidera aquests canvis en el sector del turisme amb noves estratègies de promoció i amb una nova imatge. Les noves tecnologies ens donen l'oportunitat que ens coneguim a llocs on mai no havíem arribat abans. El problema és projectar la imatge que realment volem i no una de distorsionada que ens limiti a uns determinats tipus de visitants.

A aquesta nova concepció del turisme també entren en joc els ciutadans, ja no poden quedar al marge d'un fenomen que ha passat de concentrar-se a les zones costaneres a estendre's per tots els racons del nostre territori. Els ciutadans comencen a demanar comptes per tot el que el turisme deixa al darrere i l'ecotaxa potser sigui la conseqüència lògica d'aquest estat de coses. Tiffany Blackman s'estima més no prendre partit en relació a l'ecotaxa, i és que l'IBATUR, amb un consell rector integrat en un 60% per empreses privades, podríem dir que està "entre les dues aigües". Sigui com sigui, la directora de l'IBATUR valora l'ecotaxa sobretot perquè ha obert un debat social en què, per primera vegada, el ciutadà ha manifestat el que pensa sobre el turisme. Temps de canvis en el turisme on, una vegada més, ens toca ser capdavaners i trencar la inèrcia de tot un sector.

- Podriem començar per parlar de l'IBATUR: quines són les seves competències, què fan en l'actualitat i què tenen previst fer de cara al futur.

- Les competències de l'IBATUR són de promoció del turisme. Està dividit en dues parts, la part d'estudis i la part de promoció. En la part de promoció tenim quatre departaments: el de fires, el de presentacions i premsa, el de publicacions i el de productes.

En relació al de presentacions i premsa enguany hem augmentat els viatges un 75%. Es tracta de viatges de premsa que vénen de l'estranger a conèixer les Illes, sabem que és molt més efectiu a nivell d'imatge i d'informació que la gent vengui aquí i vegi les coses.

El tema de presentacions s'havia abandonat una mica en els últims anys i l'hem reprès. Enguany hem anat a Itàlia, i és previst que hi tornem a finals d'any, també està per confirmar un viatge a França

Tiffany Blackman va néixer el 24 de desembre de 1968 a Massachusetts (Estats Units), però als sis mesos vengué a viure a Espanya. Començà els seus estudis al Liceu Francès d'Alacant, i als 11 anys se n'anà a estudiar a l'Anglo-American School de Barcelona. És diplomada en disseny de moda per l'Institut Marangoni de Milà. La seva carrera professional ha estat relacionada amb el món de la moda, començà a Milà fent de representant de marques de calçat, després anà a París, on hi va fer feina del 91 al 96, primer com a redactora de moda i després a Camper, al departament de premsa i relacions públiques

i de directora de botigues, com diu ella, aquí començà la seva "love story" amb Mallorca. De París a Canadà, on treballà un any en el llançament i direcció de la botiga "Comrags" de Toronto. Al 97 vengué a Mallorca després que Camper la tornàs a cridar per fer feina d'analista de producte. Durant el 98 i 99 tornà a fer feina en investigació de mercat i desenvolupament de producte per a l'empresa nord-americana de roba "Banana República" (GAP). Des de l'abril de 2000 és directora de l'Institut Balear del Turisme (IBATUR), per a ella la moda i el turisme tenen una cosa en comú "que vens il·lusió".

per promocionar la part d'hivern a les Illes.

Després tenim la part de publicacions, l'any passat l'IBATUR va distribuir un milió i mig de publicacions. Un dels objectius que tenim enguany és canviar-ho tot, en el passat s'han subvencionat molts de fulls informatius i cadascú ha fet el que li pareixia, ara posam ordre i esperam que per al 2002 puguem tenir una base de publicacions noves, amb un disseny gràfic modern i amb una visió unificada i un criteri similar, d'aquesta manera quan anem a les fires se sabrà quins són els nostres fullets. També dins del departament de publicacions tenim una persona que s'encarrega d'enviar els fulls informatius a totes les oficines de turisme nacionals i estrangeres i a empreses privades.

Per últim, quant a promoció, tenim el departament de productes, que és un departament que ara està dividit en dues parts: cultural i esport-natura. Les persones del departament es dediquen a crear producte, un exemple és el turisme actiu, que a les Balears existeix però que mai no s'havia promocionat com a producte complet. L'any passat férem un primer viatge de premsa, que ens agradaria repetir i que va ser un èxit, de fet estam molt satisfets perquè la forma en què dissenyarem les jornades va agradar molt i altres comunitats ens han copiat.

Per promocionar el turisme actiu agafam totes les empreses de turisme actiu i les venem com un producte a l'exterior. Aquest és l'exemple més clar, un altre és anar a cercar equips estrangers que venguin aquí a utilitzar infraestructures esportives com el tennis, el futbol, etc. Es tracta de moure el producte esportiu i de naturalesa. En temes culturals coordinam "Un invierno en Mallorca", "Teatros del Món", exposicions de pintura... i també els promocionam a fora. Ara acabam de començar i tenim moltíssims temes culturals en marxa que en el futur s'espera que es multipliquin.

Dins l'IBATUR enguany també tenim en marxa un pla de màrqueting nou que anirà del 2001 al 2005, ara som a les últimes fases de preparació del document final, que ens ajudarà a fer la promoció dels propers anys. Tots som conscients que ens trobam a un moment molt interessant en el turisme en general, hi ha canvis molt profunds, no només en el món del turisme com a empresa, sinó també a nivell del consumidor.

TEMPS DE CANVIS

-Quins són aquests canvis que es produeixen al món del turisme?

-Fa vint anys el consumidor cercava sol i platja, però avui cerca moltes altres coses. Hem de ser conscients que no es poden fer les coses de la mateixa manera que fa deu o vint anys, perquè ara la gent se'n va de vacances d'una altra manera.

Des del principi, les Balears han estat conegudes només pel "sol i platja" i això és el que ara intentam canviar. Primer de tot amb una promoció que sigui, sobretot, constant, perquè fins ara un dels problemes que tenim és que no hi ha constància en la promoció. També s'han de mantenir els mercats de sempre, els tradicionals, i anar a poc a poc obrint mercats amb productes nous.

En el pla de màrqueting es preveu que hi hagi un creuament entre productes i països. Per exemple, si vas a Estats Units, que és un mercat on no feim promoció, vas amb sol i platja i tots els productes gastronòmics, patrimoni, etc., si vas a Alemanya, no vas amb sol i platja, vas amb un producte cultural, novetats interessants, etc., per promocionar el ciclisme pots anar a països del nord... s'especifica moltíssim més del que s'ha fet en el passat.

I després, evidentment també s'han de promocionar les Illes en conjunt, però separades. Són molt diferents entre elles, són les Illes Balears però cada una és com tenir fills diferents, i a cada país el concepte de cada illa és molt diferent. Aquest és un dels temes estrella d'enguany.

-Quins altres canvis tenen prevists?

-Un altre tema estrella previst per al 2002, just quan entri l'euro, és el nou logotip, la nova marca Illes Balears. Separarem l'IBATUR de les Illes Balears, com si separàssim l'empresa del producte o la marca. A l'estranger ningú no sap què és l'IBATUR, i posar "IBATUR" a qualsevol esdeveniment on participam no té sentit. A partir d'ara, IBATUR és l'empresa i la marca "Illes Balears", junt amb el nom de cada illa. De moment s'ha començat amb el canvi dels estands, després, com he dit, es canviaran les publicacions i la imatge corporativa. A partir d'allà amb el nou disseny del pla de màrqueting serem molt més actius i menys reactius, que és un poc el que ha passat en els últims anys. Això pel que fa a la promoció. Pel que fa a la part dels estudis, la nostra web ha estat l'estrella d'enguany, és molt completa i està en cinc idiomes, l'adreça és www.visitbalears.com. A part d'això es fan estudis sobre arribades de turistes, ocupació... Aquest any s'ha firmat un conveni entre la UIB i la Universitat de Dresden per fer estudis de mercat, sobretot de mercat emissor. A Anglaterra existeixen uns estudis sobre el moviment de passatgers, les tendències de mercat, etc. però a Alemanya no existien.

El tema dels estudis pren molta força per una raó fonamental, i és que en el turisme mai no s'han tengut dades reals, excepte en allò que són ocupacions hoteleres. Ara, més que mai, tenim previsions, estudis, entenem millor com es mou la gent, entenem millor les fluctuacions de passatgers... i així podem tenir més previsió en el futur i podem prendre decisions i avançar-nos als fets. Ara mateix tenim capacitat limitada per fer-ho, però esper que amb tots els canvis que es fan, que són molt profunds, es podrà reaccionar molt més ràpid.

I amb tot això, també ens mudam.

DIVERSIFICACIÓ

-Aquest canvi de perspectiva del turisme, de desplaçar la idea de "sol i platja", creu que els empresaris hotelers el comparteixen amb vostès o senten que han d'introduir la idea?

-Mai no es parla d'abandonar el sol i platja, sinó de mantenir-ho. Tots, inclosos els empresaris, sabem que el sol i platja funciona, però tenim la sort de poder disposar de molts més productes, molts dels quals ni tan sols no hem de crear. Tots som conscients que el futur està en la diversificació, durant molts d'anys s'ha parlat de la desestacionalització i aconsegueix a poc a poc.

L'important és diversificar, és a dir, que la gent no vengui aquí a fer només una cosa, sinó que sàpiga que hi ha altres coses a fer. A l'hivern nosaltres tenim una temporada de ballet fantàstica, una temporada d'òpera, es pot comprar, es pot fer esport, es pot navegar... es poden fer moltíssimes coses, però no se'ns relaciona amb totes aquestes altres coses. Per exemple, en el nord d'Espanya no se'ns considera per res més que sol i platja. A mi personalment em costa molt d'entendre que els alemanys sàpiguem més del que es pot fer durant l'hivern a Mallorca que els nacionals, no ho entenc. Dóna la sensació que, si no hi ha sol i platja, ho tancam tot i no hi ha res, com si ens congelàssim sis mesos. S'ha aconseguit canviar aquesta idea, però només a determinats mercats, i és una feina que tenim pendent. L'exemple que sempre don és que nosaltres tenim un escenari amb un munt de coses, i només li hem posat el focus a un tema, que és el sol i platja, ara el que s'ha de fer és obrir el focus i informar.

En els darrers anys s'ha fet un esforç molt gros per crear esdeveniments, siguin culturals, esportius, gastronòmics... i ara ho hem de continuar fent, però sobretot hem de començar a informar, perquè moltes coses que feim a les Illes queden a les Illes. Hem de canviar un poc no només el que pensa la resta, sinó també el que pensam

nosaltres. Palma al desembre és una ciutat preciosa i s'hi poden fer un munt de coses, quan hem fet l'agenda de la nostra web, ens hem sorprès molt de veure que és molt difícil trobar un lloc on es puguin fer tantes coses, jo almenys estic impressionada de la quantitat d'opcions que hi ha. Ho dic sincerament, i és que hem creat molta cosa i ara el que ens toca és comunicar-ho, i aquesta és la feina que es farà d'una manera molt més fàcil que fins ara.

Les noves tecnologies també ens ajuden molt, el correu electrònic, la web... Arribam a llocs on mai no havíem arribat, així que ara és la nostra responsabilitat informar del que feim. Sorprenentment el



segon mercat que visita la web és l'americà, i no feim promoció a Amèrica.

No és que nosaltres prenguem iniciatives, és que el sector i la manera en què canvia aquest món ho demana. Sabem que hem de diversificar, tothom ho té molt clar. Com? Aquesta ja és una altra pregunta i aquí ja és més difícil contestar.

-O sigui que estam al final d'un cicle.

-Jo crec que sí, vivim un moment molt interessant.

-És un indicador el fet que enguany hagi baixat l'ocupació hotelera?

-És cert que ha baixat un poc l'ocupació hotelera. Fins ara l'ocupació hotelera ha estat el termòmetre del món del turisme, i malgrat es continuï utilitzant, no és un termòmetre fiable al cent per cent, perquè la gent té segones residències i perquè els mercats canvien. Al final de la temporada potser l'ocupació sigui la mateixa però amb països molt diferents als que estam acostumats, la gent va a agroturismes, a apartaments, també arriben creuers... tot això és turisme, però no pernocta en un hotel. Potser baixi l'ocupació hotelera, però pugin els passatgers de l'aeroport. Ara hem d'arribar a entendre com es pot mesurar d'una manera real.

ECOTAXA I DEBAT SOCIAL

-En el model que volen introduir de diversificació del turisme encaixa perfectament l'ecotaxa com a concepte, però també es podria emprar com objecte de promoció que posàs l'accent en la nostra preocupació per la conservació del paisatge.

-Sí, això en la lògica hauria de ser així, però s'ha polititzat tant, hi ha hagut tanta controvèrsia i, sobretot, tanta desinformació, opinió i falsedats que ara mateix no és un objecte de promoció molt positiu.

Pens que més endavant, quan hi hagi més tranquil·litat i els temes es prenguin d'una altra manera sí que serà un tema important.

Però avui, el que s'ha de fer, i aquesta és una tasca del Govern, és informar. Hi ha massa informació i la gent no sap per on agafar-la, en aquest sentit s'ha creat una web sobre l'ecotaxa perquè tothom es pugui informar.

L'ecotaxa és un instrument per aconseguir una cosa que necessitam d'una manera urgent. A mi m'hagués encantat poder utilitzar-la com a promoció, el que passa és que s'ha tret de totes les maneres, i ara és molt difícil utilitzar això en positiu. És un tema que ha de seguir el seu curs, no es pot llançar tant missatge, sobretot conflictiu, perquè encara que tu diguis que l'ecotaxa és meravellosa, seria una opinió més i no tendria cap pes.

-De tota manera, si es vol sortir del sol i platja s'hauran de potenciar i conservar al màxim els espais naturals.

-En el tema dels espais naturals nosaltres encara estam en fase de protegir-los i no de promocionar-los. Promocionar parcs naturals i facilitar l'accés a llocs de bellesa extraordinària com els que tenim és positiu, però encara som a la fase de "defensa de". En el futur, amb les finques que ha comprat el Govern, s'espera arribar a això. Ara no compartim sinó que defensam el nostre territori, és el tema a nivells socials: a la gent ja no li va bé que vinguin tants de turistes, i això és una realitat, per tant el que no pots fer és protegir-ho però que després hi puguin entrar deu milions de persones. Primer s'ha de protegir, i un cop que estan protegides les coses, després ja es pot promocionar.

-Però sembla que encara hi ha una part del sector turístic, sobretot els hotelers, que no té molt clar el tema de la protecció del paisatge.

-Jo crec que sí són conscients que s'ha de protegir, el que no els va bé és ser ells els que ho hagin de pagar. Les coses es confonen, estan d'acord a protegir però no els agrada la manera.

ATURAR-SE A PENSAR EN EL FUTUR

-El president del Wordwatch Institute va dir recentment, en una

CALVIÀ Turismo y desarrollo sostenible



**AJUNTAMENT DE CALVIÀ
MALLORCA**

visita a Palma, que l'ecotaxa ens dona l'oportunitat de ser líders en reconversió turística, com ja ho forem en turisme de masses. Sempre hem anat per davant en el tema del turisme?

-Sí, som un mercat madur. Tenim la sort de ser pioners, i ara també serem els primers que haurem de canviar, i no és fàcil perquè no tenim un exemple. Hi ha altres països que vénen aquí a estudiar el que hem fet per aprendre el que han de fer i també, sobretot, el que no han de fer. Però nosaltres no tenim un exemple, i prendre iniciatives i decisions que canviïn el model que tenim avui és molt difícil, no per les decisions que s'han de prendre, sinó sobretot per la inèrcia que té aquest sector. S'ha de pensar en el bé del futur, no només en el de demà. D'un any per a l'altre és molt fàcil dir que l'ocupació ha baixat, s'han de veure les xifres dels últims vint anys i es veu una corba quasi vertical, d'una pujada espectacular. És molt fàcil per a mi, sent aquí, dir això perquè no són les meves empreses, però els bons empresaris han de pensar a mitjà i llarg termini, pensar només en demà no és empresarial.

El que passa és que nosaltres hem tengut molta de sort i és difícil canviar. És difícil però ho necessitam de manera claríssima, i no només per nosaltres, sinó perquè el món canvia i no podem continuar amb el mateix model. La gent ja no se'n va de vacances com fa deu anys, no es viatja com fa deu anys, la comunicació no és la mateixa... el món canvia amb una rapidesa brutal i ens hem de reciclar.

-També fins ara tot venia donat i ara hi ha més competència.

-Mentre tot et ve has de fer feina, i ara és el moment de pensar cap on hem d'anar. La pregunta és què volem ser en ser grans, perquè amb aquesta inèrcia que tenim, i sobretot la que tenia l'IBATUR, això no pot acabar bé mai. Nosaltres no podem permetre'ns el luxe d'acabar malament, per tant el que s'han de cercar són solucions. De vegades no és fàcil prendre decisions, però esper que les coses canviïn a poc a poc.

-En el nou model turístic que planteja, la societat sencera s'haurà d'implicar. Fins ara el turisme era com en un món a part, ara arriba més enllà i crea una pressió a la població que abans només patien les zones turístiques.

-Jo crec que aquí hi ha un parell de temes: el primer és que el món, sobretot les Illes, ja no és homogeni. La immigració creix, i se n'ha de fer una lectura positiva: això vol dir que hi ha doblers, que hi ha feina i que la gent pensa que tenim un bon nivell de vida. En relació al turisme, és cert que el turisme i la societat han estat molt dividits, però crec sincerament que l'ecotaxa ha donat l'oportunitat al ciutadà de dir el que pensa, que és una cosa que mai no havia passat. L'ecotaxa ha estat l'espurna que ha donat llum a una realitat d'aquestes Illes, que és que, agradi o no, tothom té una opinió d'un sector. Tal vegada els residents no sempre en siguin conscients, malgrat que ho saben, de l'important que és el turisme per a la riquesa d'aquestes illes, però per una altra banda, també entenc que es digui que ja n'hi ha prou, que ja som molts i no en poden venir més. Jo crec que ara mateix, tot el debat de l'ecotaxa ha donat l'oportunitat a la societat a dir què pensa, i potser no agrada el que pensa o tal vegada ens adonem que hem de sensibilitzar més i comunicar més. És la primera vegada en la història de Balears que hi ha un debat real dins la societat, és veritat que la gent n'està farta, però abans no ho deia. Per exemple, el 99 va ser un any fantàstic a nivells financers, però aquí no es podia viure perquè tot estava saturat, ara bé, el que passa després a la història són les xifres espectaculars d'aquell l'any.



Per una altra banda també s'ha posat sobre la taula el fet que ja no som illes, som un país d'immigració i ens agradi o no ho hem d'acceptar.

-El problema és que som un territori limitat.

-Els estudis que es fan ara al CITTIB són sobre creixement sostenible. El turisme sostenible està de moda en tots els mercats, perquè tothom veu que això no pot anar a més, sinó que el que ha d'anar és a millor, i a l'IBATUR el que es pretén és millorar. En el passat, quan es parlava de promoció era perquè en vinguessin més, però ara es tracta d'informar, de millorar i de diversificar. Per exemple, no anam a França perquè venguin més turistes, sinó perquè els que venguin no venguin només pel sol i platja i perquè sàpiguen que aquí invertim molts de doblers i esforços per poder oferir altres coses. Hem rebut crítiques, he sentit a dir que l'IBATUR no ha de promocionar més perquè no en poden venir més, no parlem de promocionar més, sinó millor.

Sobretot, tenim un problema seriós que és el de la nostra imatge exterior, pensam que tothom ens coneix i no és veritat: som molt famosos i poc coneguts. El canvi profund de l'IBATUR és aquest, no promocionam per a més, sinó per a millor, ja no promocionam com es feia abans perquè no podem continuar com abans, perquè el món canvia i hem de canviar amb el món.

Taula rodona amb **Joan Carles Alía** (cap de comunicació del Grup TUI),
Antoni Garcías Moles (regidor de Turisme de l'Ajuntament de Calvià),
Pedro Calvo (portaveu de la Federació d'Hostaleria d'UGT),
Antoni Munar (gerent de la Federació d'Hotelers).

Turisme: culpable o innocent?

Per Magdalena F. Mulet

Els nostres convidats coincideixen a afirmar que l'ecotaxa, de moment i abans de la seva regulació, ha servit si més no per engegar un debat del qual la societat balear n'estava mancada i per començar a considerar el fet turístic com a fet social i no només com a activitat econòmica puixant.

La qualitat de la nostra indústria principal, i gairebé única, no s'escau amb la nostra qualitat social. El turisme que ha jugat a favor de la nostra economia crea desequilibris: mediambientals, laborals, culturals i socials que hem de corregir, en benefici del mateix turisme. En tot cas el turisme ja no és com fins ara -diu un dels tertulians- un fet inqüestionable, un mal menor que hem de suportar per progressar econòmicament, sinó una activitat que produeix una societat vulnerable, que sense dimonitzar-lo ha de saber assumir els seus efectes i assimilar-lo com a activitat social de la qual tots en siguem protagonistes.



ONA: Tot i que no és l'objectiu d'aquesta conversa, segurament no podem començar sense referir-nos a l'ecotaxa, perquè si més no, ningú no pot negar que l'ecotaxa ha encetat un debat sobre l'activitat turística com fins ara no s'havia produït. Com ha evolucionat aquesta qüestió en els darrers mesos? És l'ecotaxa el debat central del turisme balear, o amaga altres qüestions més de fons que encara no s'han resolt?

Munar: Efectivament serà bo parlar-ne de bona entrada i així podrem passar a tractar altres qüestions perquè, per altra banda, l'ecotaxa no hauria de ser el principal tema preocupant per al sector i en definitiva per a tota la societat mallorquina.

Garcias: L'ecotaxa s'ha tret de context per múltiples raons, que val la pena tornar a dir. És un instrument que d'acord amb el finançament de la nostra comunitat autònoma és absolutament necessari per poder recuperar i conservar el territori, es podrien trobar altres instruments, sens dubte, però al final sembla que no ha estat possible. Nosaltres des de Calvià hem de dir una vegada més que la nostra batlessa ha estat una de les impulsores de l'ecotaxa, encara que no com ha quedat, però sí en la seva concepció, com a instrument que servirà... clar que és millorable, no hi ha res que facin els legisladors que no sigui millorable, però en tot cas és un instrument vàlid per recuperar i conservar el territori.

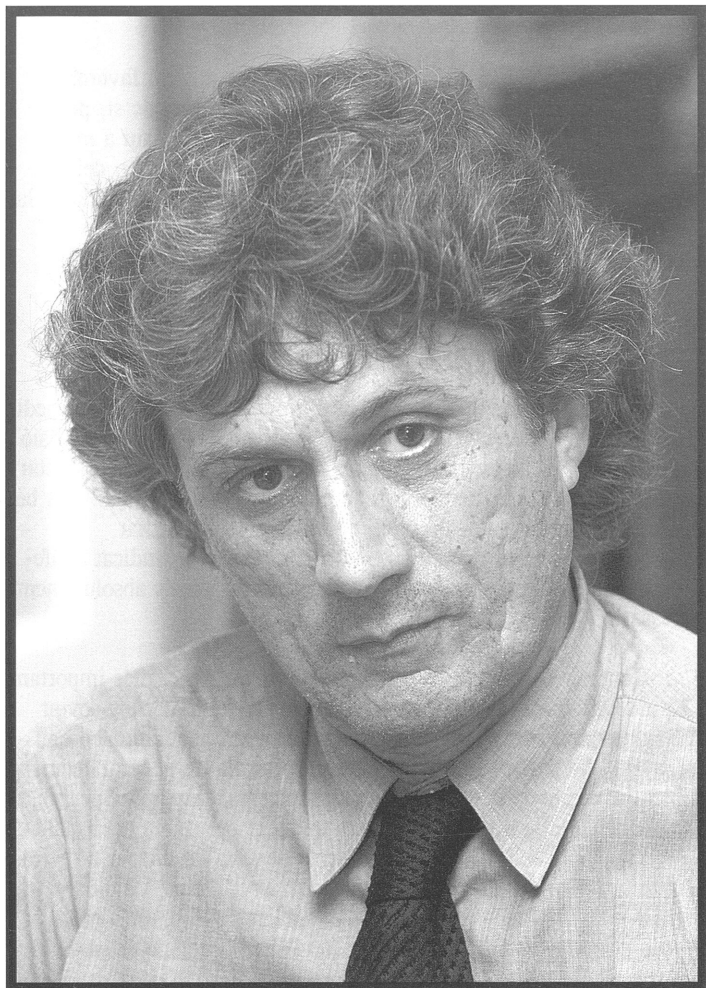
EL NO DELS HOTELERS

Munar: Nosaltres ja ho hem dit per activa i per passiva, i les posicions no varien a la Federació. El rebutjam, bàsicament perquè és arbitrari i injust. Tot i que en una taula no hi haurà temps per explicar les qüestions de fons, si que podem, encara que sigui repetir, dir per què no l'acceptam. El problema d'aquesta comunitat des del punt de vista financer és el dèficit canònic i històric que tenim. I clar, amb aquest impost, perquè jo no parlaré en cap moment d'ecotaxa, sinó d'impost, no és una ecotaxa perquè a qualsevol lloc normalitzat i civilitzat una ecotaxa és una taxa que es posa a aquelles empreses que afecten mediambientalment de manera ostensiva, en canvi això és un impost dur i pur sobre les estades en allotjaments reglats, amb aquest impost, es diu que es recaptarien, si es cobrass, dotze mil milions de pessetes, i francament, no crec que amb aquestes quantitats es pugui resoldre, ni tan sols arreglar de forma pal·liativa el dèficit d'aquesta comunitat. Per tant, sempre hem dit i ja ho vàrem dir al president Antich i al conseller, quan ells, al principi de la legislatura ens varen dir que al Pacte de Progrés hi havia, al capítol cinquè, sobre el finançament autonòmic, un punt referit a un debat sobre un impost. Però això, ens indicaren que no seria a aquesta legislatura, sinó que s'obriria un debat profund. I clar, nosaltres vàrem dir que si es tractava d'afectació mediambiental hi estàvem ben interessats i que ens hi posàrem al front. Però esperàvem un estudi seriós amb una diagnosi en la qual tothom hi estigués d'acord, i llavors de cop i volta ens enroscaren l'ecotaxa. Perquè en principi, els hotelers estàvem ben disposats a contribuir en la part alíquota que ens correspongués. Però no va succeir res de tot això i mai no acceptarem l'impost. Motius?: en queden fora un munt de visitants que no el pagaran mai, i per tant és injust, i és arbitrari perquè només afecta un 25% del total la cadena de valor afegit del turisme, i la nostra pregunta és: és que els hotelers són els causants de tots els mals, de totes les mancances mediambientals de la comunitat? Dels nostres associats el 65% són petits empresaris, i ells com a petits i mitjans, no són responsables ni s'hi senten, cau per la base. Hem de respectar les decisions de l'executiu i del legislatiu, però com que som a un estat de dret, tenim l'opció d'anar als tribunals. I així ho farem.

COHESIÓ SOCIAL

Calvo: La Federació d'Hostaleria d'UGT té una posició favorable respecte a l'ecotaxa que també és pública: impost turístic sí, però... amb algunes modificacions. Perquè hauria de ser extensiu a més subsectors de la nostra economia, que també se n'aprofiten del fet turístic. UGT diu sí a l'impost sempre i quan serveixi per millorar la cohesió social a les Balears. La població de Balears està molt necessitada d'una política redistributiva de la riquesa. L'impost turístic actualment pensat com és, hauria de ser extensiu a més sectors, ja que no només és l'hostaleria que viu del turisme a les Balears, i no només l'hostaleria té la responsabilitat de la situació actual. L'impost ha de ser extensiu als iots d'esbarjo, a les residències, a tots els agents que interfereixen en el deteriorament del medi. Si aquest impost serveix per lliurar recursos que millorin la cohesió social, i ens fa abandonar els furgons de cua dels índexs de benestar social entre les desset comunitats autònomes, la UGT, diu sí. Ara bé, sobre la qüestió de posar en perill el tema de la solidaritat interterritorial, creim que en absolut, pensam com a sindicat confederal i federal que la solidaritat fiscal al nostre país és absolutament necessària.

Alia: Com a representant d'un majorista de viatges, el més important a les Balears, crec que tenim una postura ben definida, que sovint s'ha volgut mal interpretar, nosaltres sempre hem dit, i així ho han assenyalat els nostres presidents, que la filosofia de generar recursos, doblers per intervenir en el tema mediambiental sempre és positiu. Tot el que signifiqui protegir el medi ambient per a una destinació turística sempre serà bo a la llarga per a aquesta destinació turística, perquè significa millorar-ne la qualitat. Ara bé, creiem també que la manera com es volen recaptar aquests doblers no és la més justa, perquè el que fa és encarir un producte d'una destinació turística i a la llarga pot repercutir negativament en els xifres de visitants de les Illes. Si ara, que encara no s'ha implantat, ja es nota un poc... perquè fa dos anys que en parlem, més negatiu serà quan es posi. En el mercat alemany no és bo que se'n parli tant. I fa que els alemanys que no tenen decidit on aniran, aquests rumors siguin també un factor que influeix en la seva determinació. Sobretot perquè als alemanys d'alguna manera se'ls diu, aquí sou més benvinguts que a un altre lloc. Quant a l'acceptació de l'ecotaxa, sigui quin sigui el nom que li donem, resulta que la societat, en general, els sindicats, etc... són a favor... clar!, perquè no la paguen, qualsevol impost si no l'hem de pagar nosaltres ja ens vendrà bé, com és natural. Els residents, els mallorquins, no hem de pagar l'impost, i per tant ens sembla bé. Que els paguin els "guiris" que són els causants dels nostres mals, i aquest és un argument molt perillós. Perquè el turisme, ara sembla ser el causant dels mals de la societat. La problemàtica mediambiental, que tampoc no és tan problemàtica si comparam la nostra situació amb la d'altres regions, perquè resulta que aquí es fan les coses molt millor que a la resta de la Mediterrània, i hem de dir que som de les destinacions més respectuoses amb el medi, la problemàtica mediambiental, deia, no la causa únicament i exclusiva el turisme. La construcció de darrera generació no l'han dut a terme els hotelers, perquè les places hoteleres pràcticament no han crescut, sinó que són els mateixos residents i mallorquins que han construït. La sensació de massificació no la causen els turistes que vénen als hotels, els que duim els majoristes de viatges. La sensació de "massa de tot" la donen els residents i els visitants que vénen i lloguen un cotxe i es mouen per ciutat, però no són els turistes tal i com els hem entesos fins ara, que van a l'hotel i pràcticament no se'n mouen. I hem de dir que l'oferta immobiliària dels darrers anys no es frenarà amb un impost com l'ecotaxa, diguem-li així o d'una altra manera. No podem donar la culpa als turistes del boom dels darrers deu anys, ni als hotelers ni als turistes de majorista.



Antoni Munar.

PROFESSIONALS DEL TURISME

Garcias: Tampoc no es tracta de cercar culpables. El territori és limitat i si tenim el nivell econòmic que tenim és perquè ens hem dedicat al turisme, i les coses s'han fet com s'han fet. Ara, el que no podem fer és continuar fent-les com fins ara, perquè ja no hi ha més territori i també perquè el mercat ha evolucionat.

La professionalitat en el món turístic de Mallorca és molt gran, i això ho hem d'aprofitar per reconvertir el nostre producte i continuar sent líders al mercat internacional. I pel que fa a l'ecotaxa el que crec que passa és que ens venem malament. Podríem ser també en aquest tema líders, però resulta que ho venem malament. Donam la culpa que vénen manco turistes a l'ecotaxa, però resulta que l'ecotaxa encara no està implantada. Realment això és vendre malament les coses. Probablement es podria haver resolt d'una altra manera i amb altres instruments... Ara el diàleg s'ha romput i és molt mal de fer restablir-lo, però és necessari. Hi ha dues qüestions bàsiques que tothom pot entendre: el desenvolupament de les Illes està basat en el turisme. I el creixement ha estat desordenat, perquè els plans generals dels municipis foren posteriors. I ara s'ha d'arreglar tot el que es va fer malament.

D'altra banda si no s'hagués fet, no tendríem el desenvolupament que tenim. La planificació hagués pogut dur als mateixos resultats que tenim ara sense necessitat d'haver espatllat tot el que hem ara d'adobar.

El que sí és cert és que els turistes que ens visiten comencen a qüestionar que tenim poca cura del territori i que construïm massa. Encara que això no fa falta que ens ho digui ningú de fora.

Alia: Però la construcció continua.

Garcias: I quan a alguns llocs, com a Calvià, prenem mesures per construir de manera més racional ens vénen totes les crítiques perquè resulta que no, que hem de créixer com vulguem. La consolidació del sòl urbà és inapel·lable.

Alia: Però hem creat massa sòl urbà.

ESGOTAR ELS RECURSOS

Garcias: Sens dubte, però quan ens hem temut hem intentat posar-hi remei. A Calvià s'han desclassificat 1.600.000 metres quadrats de sòl urbanitzable. Tot i això, si es continua construint al ritme actual, a tot l'espai on es pot construir, ens acabarem el territori en menys de cinc anys. I s'han de prendre mesures. Necessitam recursos per conservar el medi ambient.

I necessitam instruments perquè això sigui així. Necessitam recursos i en això tothom hi està d'acord. Ara, contaminen més les empreses hoteleres que els altres?, doncs no, contaminam, esgotam els recursos entre tots. Tots hem de ser capaços de trobar recursos i instruments, perquè si no som capaços entre tots, és molt complicat perquè el turisme de cada vegada és més exigent amb el medi ambient.

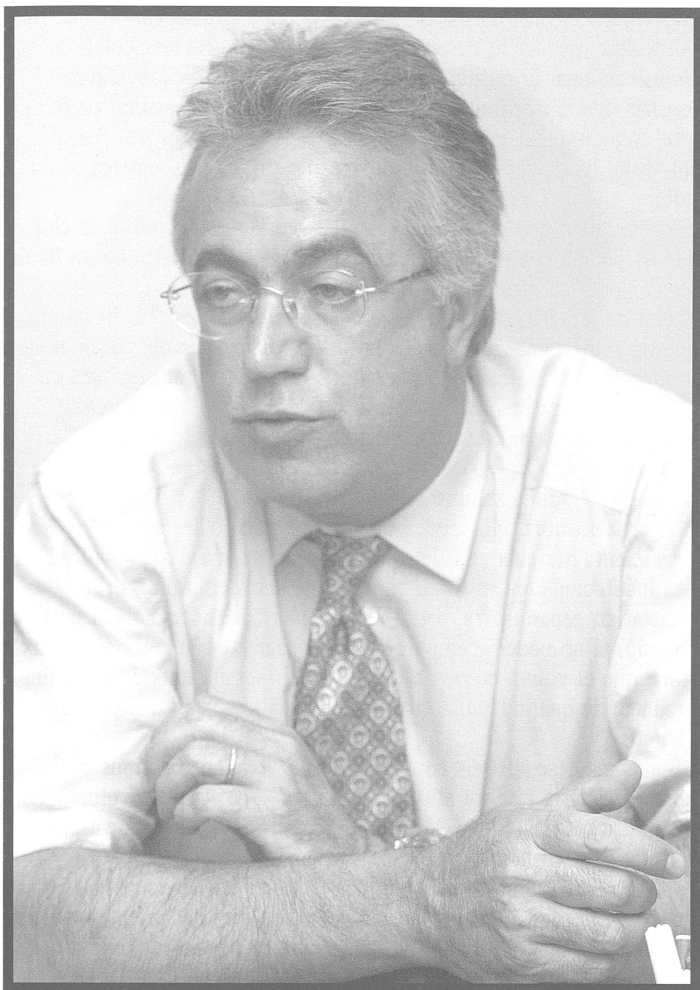
Munar: Mesclam molts de conceptes que res no tenen a veure amb l'impost, perquè la planificació territorial i l'ecotaxa, en principi, no tenen res a veure. El desequilibri el causa la situació urbanística, però no la situació del turisme dels hotels. Fa molts d'anys que parlam que el nus de tot això és precisament la definitiva planificació urbanística. Ara, jo vull fer una reflexió més conceptual, perquè si miram més enllà, podem dir que fa uns anys, tres o pocs més, el turisme era una qüestió d'estat, ningú no s'atrevia a qüestionar-lo. Però a aquests moments basta veure la televisió, els diaris..., sembla que el turisme és el causant de tots els mals d'aquesta comunitat, d'aquesta "angoixa existencial" (terme que ara s'ha posat de moda). Ara resulta que es culpa el visitant i tota la indústria que l'envolta de tot el mal estar que de fet es pecep a la societat mallorquina.

DIMONITZAR EL TURISME

Alia: Això és totalment cert, la societat mallorquina ha dimonitzat el turisme.

Munar: És probable que això sigui un reflex del que sent la societat que habita aquestes illes. Tal volta ha arribat el moment de plantejar-se de forma molt seriosa què volem. I com ho volem, ara, això es fa a través d'un debat molt profund, per saber quin paper ha de jugar el turisme, fer plantejaments globals de com ha de ser el turisme i com l'hem d'emprar perquè sigui en benefici de la nostra qualitat de vida. Però aquest debat no es pot fer en un ambient crispat com el que hi ha ara, d'enfrontament, i a la brava.

Jo interpretava que amb l'arribada de nous vents hi hauria un talant més obert i dialogant, i que abordaria de manera definitiva la política turística d'aquesta comunitat. Per modificar fins i tot el PIB perquè ajudàs per a una millor redistribució de la riquesa, i tal volta s'hauria d'alterar el PIB. Tenim una agricultura que necessita ajuda, un sector primari, i jo creia que tot això es debatria de manera profunda i tranquil·la, perquè no hi havia una "urgència històrica". Sobretot no hi ha urgència històrica si tenim en compte la resta de la Mediterrània, si comparam veiem que la gestió mediambiental que aquí es fa no és tan dolenta, és a anys llum de la d'altres destinacions des del punt de vista mediambiental. La qualitat mediambiental és molt millor que la de Grècia, Turquia, Egipte o Tunísia.



Joan Carles Alia.

Garcías: Però no ho sabem vendre.

SOSTENIBILITAT SOCIAL

Munar: El que passa és que confonem medi ambient amb protecció territorial. El medi ambient és qualitat d'aigües, aire i territori, amb tot el que se'n deriva.

Però aquí hi ha una sèrie de gent instal·lada que per les raons que sigui està interessada a encendre les flames contra el turisme i tot el que hi està relacionat... i crec que d'aquesta manera no arreglarem el problema del futur. Que és d'ordenació del territori. De gestió efectiva dels recursos limitats que tenim.

Calvo: Si parlem de futur, és indubtable que el model de creixement s'ha de replantejar, sobretot pel que fa als ritmes, perquè créixer al 6%, 7% o 8%, com en els darrers anys vuitanta i els anys noranta i a la vegada que creixem al 7% acostumar-nos a conviure amb taxes d'atur d'hivern del 20% és absolutament insostenible. S'ha de frenar el model de creixement, no amb el fre de mà que és perillós, sinó amb mesures que impedeixin que el creixement arrisqui la sostenibilitat, no només mediambiental i territorial, sinó també, i per a mi sobretot, social.

Si l'impost turístic està mal plantejat pot refer-se, en principi és incomplet. En tot cas en parlar de turisme, no podem referir-nos tan sols a creixements i xifres, sinó que hem de parlar també de la redistribució de la riquesa, dels treballadors de l'hostaleria de tota la societat en el seu conjunt. Sens dubte el turisme ha dut benestar a la classe treballadora, el turisme ha donat qualitat de vida als treballa-

dors, però ara hi ha un greu desequilibri. El cost de la vida d'un treballador ara dins la societat mallorquina és insostenible. I resulta que no pot accedir a l'habitatge, per posar un exemple. S'han de dur a terme polítiques per part del Govern autònom i del central solidàries amb el fet turístic. Nosaltres no som partidaris de tocar els equilibris de la fiscalitat interterritorial, però els poders públics han de dedicar més atenció al turisme, que és la primera indústria, ja no de Balears, sinó d'Espanya. La primera indústria espanyola. No és un servei, és una indústria, i la primera. Clar que hem de tenir cura d'aquesta indústria, però ja és hora també que en fer les valoracions es tinguin en compte els efectes negatius que té per a la societat, per als treballadors d'on es desenvolupa, per poder establir reequilibris que són sens dubte necessaris i que també aniran en benefici del turisme. Les preocupacions dels treballadors del sector del turisme van més enllà del tema de l'impost turístic, que això sí, ha servit per crear tot aquest debat.

Una preocupació molt puntual que vull introduir com a un element més a aquest debat és la valoració que fan del turisme les joves generacions de treballadors que varen néixer amb la democràcia, han d'aprendre a estimar el treball a l'hostaleria i al turisme en general, els hem d'ensenyar a valorar el treball que tenen. Això també va en relació amb tot el que parlem, del valor que donem al turisme a la nostra societat depèn també la qualitat del servei que podrem oferir. Però els joves no valoren l'hostaleria. I això em preocupa com a responsable de la primera federació de treballadors d'hostaleria de les Illes Balears. És preocupant i fracassam, també el sindicat, que hi té una responsabilitat molt grossa. Els nostres fills no valoren en general el treball que hem fet, i val la pena plantejar-ho i parlar-ne, perquè és més important que l'ecotaxa.

Alia: Aquest sí que és un factor molt interessant a introduir. Fa unes setmanes ens presentaren a l'Escola d'Hostaleria el Pla de màrqueting d'IBATUR, del 2001 al 2005, és interessant prendre iniciatives d'aquesta mena, però, en aquest marc precisament, vaig comentar la necessitat que tenim a aquesta comunitat de fer un pla de màrqueting intern perquè hem de començar a conscienciar, i amb aquesta opinió recull com a director de comunicació del Grup TUI l'opinió de molts, la nostra societat de la importància del turisme. La imatge que avui donam a Alemanya, i dic Alemanya perquè és el mercat que més conec, és que no volem els turistes. I si la premsa alemanya dona aquesta imatge és perquè recull també la percepció que es transmet a la premsa d'aquí. És la sensació que "ja no els volem" i això si ho analitzam és ben preocupant. Avui si demanam als alumnes de l'Escola d'Hostaleria si volen el turisme diuen que "no", i clar si no el volen els que estudien hostaleria, malament anam. La societat balear, per mor de la saturació, rebutja el turisme. Aquesta ja no és l'illa de la calma, l'illa amable d'acollida. I aquest rebuig es percep i es transmet al servei, va en detriment de la indústria de la qual tots en vivim. S'ha de sensibilitzar la societat balear sobre el fet turístic. Que hem d'aviciar i respectar.

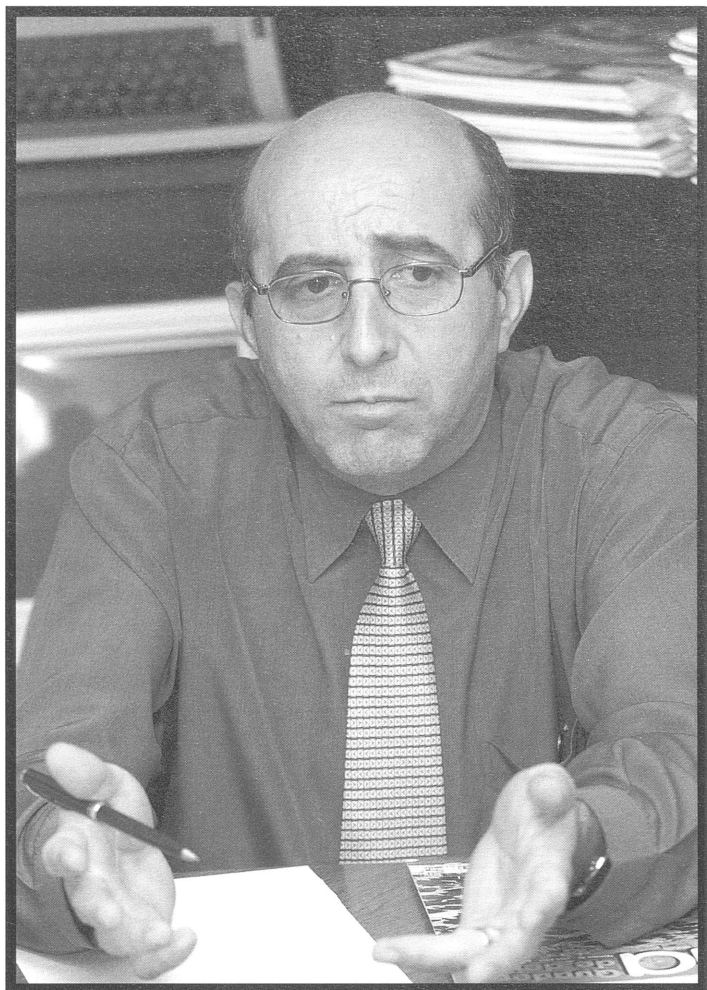
GRAU DE SATISFACCIÓ DELS TURISTES

Calvo: El tracte que els treballadors i també els empresaris donam al turisme, al marge d'interpretacions a la premsa, tant local com d'altres països, és bo. Els estudis del grau de satisfacció dels turistes és molt bo. L'opinió dels visitants sobre l'atenció a l'hotel, del lloc on passen les vacances, és bona, encara que com és natural pot millorar.

Alia: No hi estic d'acord.

Calvo: Això és el que ens diuen les enquestes que es fan als llocs de les seves vacances.

Ara, hi ha un tall entre aquesta opinió sobre que el tracte és amable i



Antoni Garcías.

cortès, que ho és sens dubte, i així ho afirm. Hi ha un tall, deia, entre el que pensa la població de l'angoixa que produeix el turisme en ple estiu. I el tracta que llavors han de donar al turisme al lloc de feina a l'hotel.

Alia: Tal volta els treballadors d'hostaleria són els més professionals, i a més tenen al darrere un empresari que els diu que així ha de ser. Però, en general, perquè el turisme no només són els treballadors d'hostaleria... sinó que turisme és una botiga, un restaurant..., el tracte no és el més adequat. Avui quan nosaltres mateixos anam a qualsevol comerç i ens tracten bé ens quedam meravellats perquè és una excepció. I que en una indústria com la nostra l'amabilitat sigui una excepció, és una animalada. El bon tracte, el somriure a la boca hauria de ser la tònica general. No ens hauria de cridar l'atenció que ens tractassin bé a un sector serveis.

La nostra feina és tractar bé els clients, i resulta que hem perdut el somriure.

LA FORMACIÓ

Garcías: La nostra economia està basada en el turisme i això encara no ho hem entès. No sempre es tracta les persones correctament, ara, al sector d'hostaleria hi ha molta professionalitat. A Calvià feim dues enquestes. Una a l'estiu i l'altra a l'hivern i l'índex de qualitat dels serveis privats, segons la percepció dels clients arriba al 80%. Són puntuacions molt altes, de les persones enquestades el 70% o el 80% diuen que tornaran a Calvià, i això és transferible a qualsevol altre lloc de l'illa. Encara que també és cert que les exigències actuals, fan

que sigui necessari un pla integral de qualitat. I això vol dir que les infraestructures s'han de correspondre a les exigències actuals, que els serveis han de millorar, que les botigues han d'augmentar de qualitat, que els restaurants han d'ajustar la relació qualitat preu, i que, conjuntament la qualitat del servei que percep la persona que ens visita ha de ser la millor, molt millor que la dels nostres competidors.

En el moment que estam i en el nivell econòmic que tenim és clar que no podem competir quant a preu, i per tant la nostra oferta ha de ser competitiva quant a qualitat, i aquesta reconversió encara no s'ha acabat de fer. S'ha d'invertir en tots els sectors. I per això hi ha una qüestió importantíssima que és la formació. Jo veng del camp de la formació, som professor d'un institut i fa més de vint anys que em dedico a l'ensenyament a hostaleria, i he de dir que a Mallorca hi ha grans professionals al sector, en això som també pioners.

A la restauració i a l'hostaleria s'ha d'invertir més en formació, i per molt que hi posem sempre serà poc.

Les persones formades de les diferents escoles d'hostaleria són insuficients per cobrir la demanda existent de mà d'obra qualificada. Les institucions tenen el seu paper i també els empresaris i la societat en general. Ara, per a això fa falta cohesió social. Si no hi ha cohesió, si no podem comptar amb una societat que creix al mateix ritme que el volum de negoci, no tindrem possibilitats de crear un producte de qualitat satisfactori, per a nosaltres i per als que ens visiten.

Els nostres desequilibris com a societat tenen repercussions en la nostra indústria i en tot allò que té a veure amb el desenvolupament integral de la nostra societat, a remolc del turisme hem creat una societat poc harmònica que necessita una reparació.

A les Balears tenim un bon producte, això és inqüestionable, però ara mateix el venem molt malament. L'equilibri qualitat preu, Munar ho diu moltes vegades, és immillorable, però el venem malament.

EL COMPORTAMENT DE LA DEMANDA

Munar: Per fer un poc d'abstracció i anar un poc més enllà, vull comentar que avui he estat amb el delegat de la Tresoreria de la Seguretat Social i hem fet un petit repàs a la situació laboral dels darrers cinc anys, per veure com s'ha incrementat el nombre de contractes, i resulta que s'ha passat dels 205.000 als 300.000. En cinc anys s'han incrementat gairebé el 50%. I si miram l'evolució dins el sector hotelier reglat el creixement ha estat del 30%, això vol dir que el ritme del creixement no ha estat tot a hostaleria, ni molt manco. Enllaç això amb el que hem dit moltes vegades: la renda de situació respecte a Europa, que és el nostre principal mercat, d'aquesta comunitat és un avantatge. Ara, que l'Administració a l'hora de prendre mesures centri la mirada exclusivament en un subsector com és l'hotelier és si més no poc intel·ligent i curt de mires. És un error perquè no permet contemplar el conjunt de tota l'activitat, i clar, de cada vegada més el visitant és més independent, de cada vegada més prescindirà dels hotelers i dels majoristes de viatges i vendrà per altres mitjans. I si això no es té en compte, de cada vegada més es perdrà el control i la visió del turisme a les Balears.

D'aquí a deu anys els turistes que vendran, no passaran pels hotels o pels majoristes. El comportament de la demanda va canviant a una velocitat vertiginosa. I si no tenim en compte aquest canvi en el comportament de la demanda, difícilment podrem adaptar el nostre mercat als nous temps. La concepció de com han de ser les vacances, de com se n'informen els turistes i de com les compren ha canviat i canvia de manera molt ràpida. El nostre repte serà d'adaptar-nos a aquest canvi. Parlar d'aquest impost, i no vull tornar al tema, però és el que hi ha, és no tenir en compte tot això. Són idees tradicionals aferrades al passat que no serveixen ni tan sols actualment.

Com a subsector important en el món del turisme, els hotelers estam



Pedro Calvo.

disposats a parlar, a assegurar-nos a totes les reunions que faci falta, per veure com hem d'apuntar no només des del punt de vista del turisme sinó des de la perspectiva de tota l'activitat econòmica d'aquesta comunitat en el seu conjunt per anar per davant de la demanda. Per adaptar el nostre producte al mercat que ens vendrà. Amb un desenvolupament equilibrat que ens permeti gaudir de qualitat de vida a nosaltres mateixos. I això passa per gestió mediambiental encertada, per redistribució de la riquesa justa, i per tenir unes infraestructures com calen. I passa també per una formació adequada al canvi vertiginós que ja és aquí. No parlem del futur, parlem d'un present que ja ha canviat i continua canviant dia a dia. Si analitzem els valors que exigirà el visitant a una destinació madura com la nostra, en surten tres: en primer lloc les qüestions de sanitat i higiene, en segon lloc la seguretat i per últim la gestió mediambiental. Ara, gestió mediambiental no pot ser posar un impost, sinó gestionar en la seva integritat i bé l'ús i el consum dels elements que conformen el medi: territori, aire i aigües... i de tots els recursos.

Hem de ser capaços de desenvolupar al voltant d'aquests tres valors tota la nostra indústria en els paràmetres de qualitat que ens exigeixen ja avui els visitants. Hem de ser capaços de desenvolupar futuribles al voltant d'aquests tres valors en els quals es mourà la demanda. D'aquí a deu anys, cinc de cada deu visitants que vinguin a la nostra comunitat, no vendran a hotels i a través de majoristes de d'viatges, per tant hem de pensar en quina ha de ser la política que s'ha d'aplicar a aquests cinc que no seran "nostres". On aniran?, com

satisfarem les seves demandes?, què els oferirem? Aquest 50% anirà a la gran oferta immobiliària que ara es construeix.

UNA SOCIETAT FRUIT DEL TURISME

Garcias: Això no serà d'aquí a deu anys, això passa avui. El trànsit aeri amb Alemanya és espectacular. Les segones residències de persones que viuen a l'estranger, a Alemanya sobretot, és molt elevat.

D'altra banda ja que parlem no del turisme com a activitat purament i exclusiva econòmica, sinó també com a fet social vull dir que el turisme no només no és el culpable de tots els mals, sinó que ha permès la societat que tenim, més plural i tolerant que la que hauriem tengut en una comunitat tancada com era la nostra de no haver-se produït aquest fenomen. La societat mallorquina actual és un fruit del turisme, perquè el turisme ha dut la immigració i ara tenim la societat que tenim com a fruit d'aquesta barreja. El que passa és que ara som a un punt d'inflexió i el turisme que ha dut beneficis, ara ha de servir per reconduir la societat cap a majors quotes d'equilibri. La renda per càpita és molt alta, però les pensions són un 25% més baixes que a la resta de la geografia nacional.

Munar: El conjunt de la societat ha de veure el turisme com una activitat beneficiosa, i que ha tengut costos, és clar... però han de ser visions "despolititzades", com a mínim no partidistes, que han de reconduir el tema. Hem de ser capaços d'adaptar-nos a les noves realitats per poder fer polítiques que ens permetin ressituar-nos i continuar gaudint dels beneficis del turisme. I això no és possible en un ambient de crispació com el que s'ha instaurat ara. El meu missatge és que l'activitat turística tot i que ha dut conseqüències desagradables, si les tenim emmarcades i definides també hem de ser capaços de gestionar polítiques de reconducció.

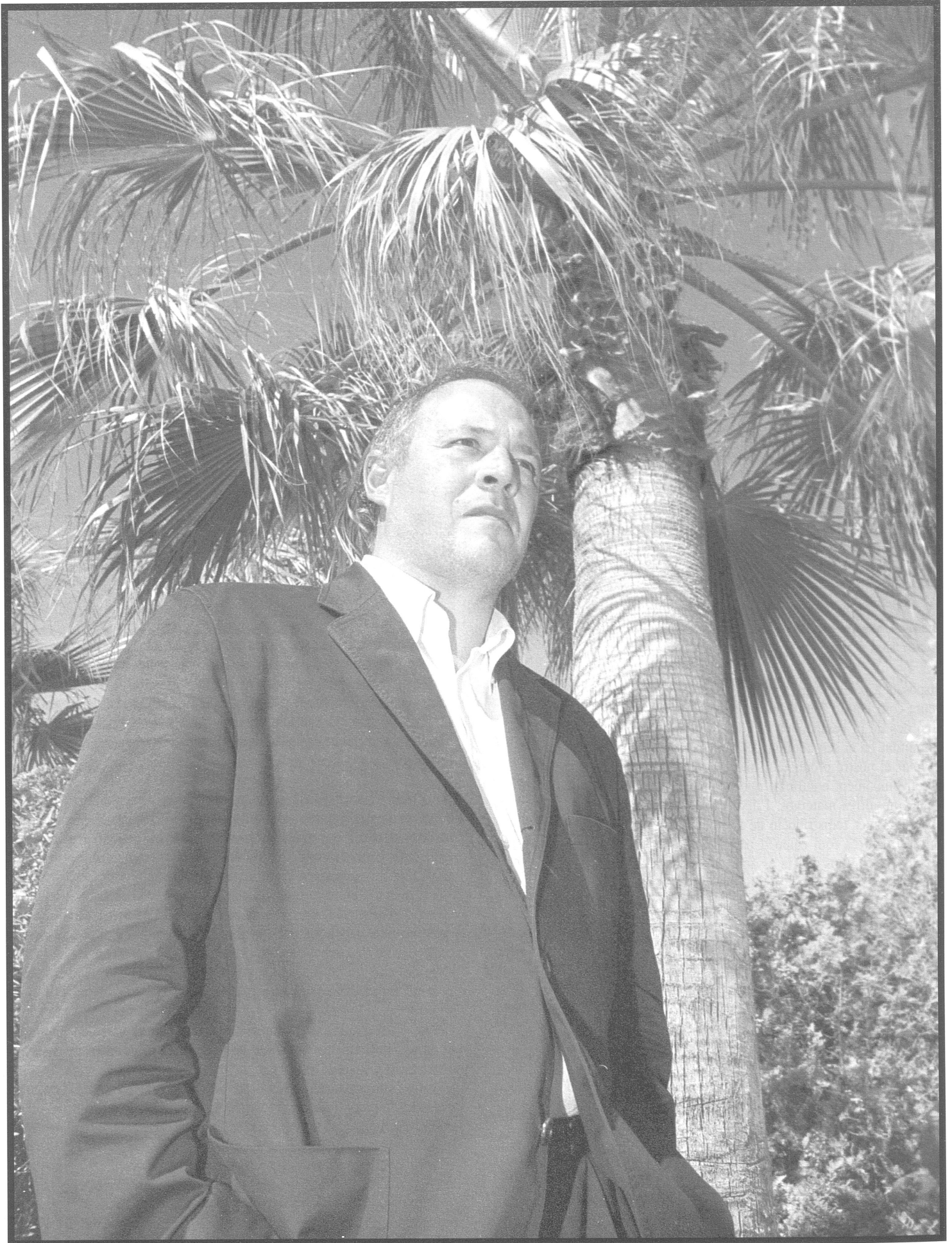
Però això només es podrà fer a partir d'un acord entre tots els sectors, de tota la societat. I ara veig una societat dividida. La societat balear no pot estar enfrontada al turisme, no aquí. Si Michel Potter, inventor del concepte d'avantatge comparatiu, veies el que feim es posaria les mans al cap, perquè nosaltres, que hem estat capaços de ser pioners i tenir el major avantatge comparatiu de la Mediterrània, com és possible que l'ataquem d'aquesta manera tan furibunda?

Alla: Hem d'anar alerta, perquè som a punt de tirar per la borda allò que ens dona per viure a tots. El turisme és l'única indústria que tenim, per sort o per desgràcia, vivim del sector serveis, i n'hem de tenir cura, respectar-lo i millorar-lo. Si anam a aquest ritme no arribarem a bon port.

Garcias: Per suposat que hem de valorar en la seva justa mesura el que tenim i a més ho hem de vendre bé, i transmetre, tant a la nostra societat com de cara a l'exterior "en positiu".

Hem de tenir un creixement sostenible perquè la nostra societat, en general, ha perdut aquest equilibri.

Calvo: Com a sindicat, i com a representant d'una part ben important de la societat, vull proposar també la reflexió sobre el ritme de creixement i sobre el mateix model que tenim. Hem d'aspirar que el turisme continuï sent un factor de desenvolupament material, però ara també social, de la nostra qualitat de vida, de la de tots els treballadors i hem de procurar que les joves generacions valorin el treball al sector turístic.



Hotelers en guerra

Entrevista a Ignasi Esteve

per Maria Ferrer

No se sap si és pel Pacte, pel conseller Celestí Alomar, o, la raó formal, per l'ecotaxa. El cert és que mai les relacions entre el Govern i els hotelers, llevat de diferències amb el PP que no anaven més enllà, no havien estat tan dolentes. La patronal que agrupa aquests empresaris, amb Pere Cañellas al capdavant, acaba de renovar la seva directiva. Les mateixes persones, amb Ignasi Esteve com a vicepresident, i el mateix discurs, fins i tot més dur, contra l'executiu autonòmic i el seu projecte estrella, l'impost turístic. Els hotelers hauran estat els més perjudicats, econòmicament, per una taxa que en teoria han de pagar els turistes -euro per dia-, però que de fet sortirà de les seves caixes de beneficis. Ells paguen, diuen, el malbé al medi ambient que fan els milers i milers de turistes que no passen pels seus establiments i el malbé que, si se'ls tengués en la mateixa consideració que a ells, es podria considerar que fan altres sectors econòmics beneficiats pel turisme que de l'ecotaxa no en sabran res. Aquest és el seu discurs, dur, ferm, tancat, envers un impost que sembla popular entre l'opinió pública i que ara per ara sembla més pendent, no de la política, sinó d'una decisió del Tribunal Constitucional.

-Amb l'ecotaxa ja aprovada, amb la Conselleria fent feina en el reglament que s'ha d'aprovar en els pròxims mesos, què volia dir el senyor Pere Cañellas quan va parlar de batalla contra la taxa després de la seva reelecció?

-Bé, jo crec que el nostre president es referia que, després del que ha succeït en aquests darrers anys, gràcies a Déu, nosaltres som en un escenari, en un context, d'un estat de dret on hi ha tres poders molts diferenciats i molt separats, com són el legislatiu, l'executiu i el judicial. En el cas concret de l'impost sobre estades turístiques, el que passa és que ha arribat el moment en què el Tribunal Constitucional s'haurà de pronunciar. Nosaltres, des que es va començar a parlar d'aquest impost, des del primer esborrany, vàrem detectar que hi havia moltes possibilitats d'estar, com a mínim, vorejant la Constitució i per això, com que no ho teníem clar, vàrem contractar els serveis jurídics d'un bufet de Madrid

***Ignasi Esteve** fou reelegir vicepresident de la Federació Hotelera de Mallorca el passat 25 de maig. Repetia en el càrrec, igual que el president Pere Cañellas. Barceloní de naixement, arribà a Mallorca el juny del 92, per tractar de salvar un hotel de la seva família que havia començat amb mal peu. El seu pla de viabilitat va funcionar, fins al punt que finalment es va fer seu l'establiment, situat a Cala Rajada. Tot d'una es va començar a relacionar amb la resta d'hotelers de la zona, que un any després de la seva arribada li demanaren que presidís l'associació del nucli turístic. Així, va entrar en contacte amb la Federació de Mallorca, on, amb Ferran Porto com a president, l'any 1995, fou elegit secretari general. El 1998, Pere Cañellas substituïa Porto i ell passava a la vicepresidència. L'any 98 construí un altre hotel al costat del que ja tenia.*

especialitzat en temes constitucionals, i quan ens va donar el dictamen aquest bufet, doncs ja no tenguérem cap dubte que realment era inconstitucional. Bé, doncs a partir d'aquí, evidentment nosaltres aquest dictamen primer el vàrem presentar a tots els grups parlamentaris, incloent els que representen el Pacte de Progrés, i a partir d'aquí veig que ells han continuat endavant. Bé, nosaltres com a administrats, el que farem és demanar al Govern central, i ja s'ha demanat, que presenti un recurs d'inconstitucionalitat.

És el Tribunal Constitucional que haurà de sentenciar si això és així o no és així. A partir d'aquí, nosaltres el que hem de fer és superar tot aquest procés desgraciat, i creiem que ha estat un procés molt desgraciat, molt mal portat per part del Govern, i per part nostra supòs, perquè no estam acostumats a cap tipus d'enfrontament polític, ja que no és la nostra finalitat, doncs segurament no haurem sabut contestar amb l'efectivitat necessària. Però,

en tot cas, el que sí tenim clar és que ara ha arribat l'hora de la veritat. S'ha acabat la demagògia, s'han acabat les acusacions, s'han acabat moltes coses. Ara el Tribunal Constitucional, d'aquí a un temps, primer el Govern presentarà o no el recurs d'inconstitucionalitat, i si el presenta el Tribunal Constitucional, en una primera fase, el que farà serà veure si ordena la paralització de la llei o no, i d'aquí a uns anys hi haurà una sentència, que en tot cas donarà la raó a uns o als altres. I a partir d'aquí, jo el que crec que hem de fer és oblidar una mica tot el que ha passat, i nosaltres, com a empresaris, hem de ser capaços de generar noves actuacions i oblidar-nos d'un govern que ens ha exclòs absolutament de tot aquest procés, que ens ha enganyat des del començament. Ha estat ell que no ha permès realment que conjuntament formàssim un projecte comú. A partir d'aquí, nosaltres, com molt bé deia el nostre president, el que hem de fer és impulsar les nostres pròpies vies d'actuació. I, en aquests moments, intentar recuperar un mercat tan important com és l'alemany per a nosaltres, perquè actualment se'ns perd d'una manera molt important. I mentrestant, torn a repetir, el temps donarà la raó a uns o als altres i en el moment que sigui, uns o altres hauran d'assumir la realitat i actuar en conseqüència.

NO PAGAR

-En aquest escenari hipotètic de futur, si el TC no decidís la suspensió preventiva de l'impost, els hotelers haurien de pagar l'ecotaxa o hi hauria una altra via?

-No, nosaltres tenim una altra via, que és en el desenvolupament de la llei, nosaltres el que sí podem preparar és un recurs via contenciosos administratiu. Evidentment, en aquest cas ja hauríem d'avaluar els imports individualment, però no li quedi cap dubte que aquesta casa, com no podria ser d'una altra manera, ho tindrà tot preparat i coordinat perquè tots i cada un dels hotelers d'aquesta casa que vulguin, que ells vulguin ja a títol individual que això es faci, ho puguin fer, ho tendrem coordinat i preparat.

-Què és el pitjor de l'ecotaxa, la filosofia o la forma com s'aplicarà?, hagués estat diferent la seva postura si s'hagués proposat el seu cobrament als punts d'entrada, com per exemple als aeroports?

-No, miri, jo crec que és una cosa que ha de començar a quedar ben clara a la societat balear, perquè en definitiva a nosaltres és el que ens importa, una vegada tot superat i havent vist que, desgraciadament, l'únic que importa a aquest govern són operacions de màrqueting polític i no la realització de projectes concrets, doncs el que ens importa és que la societat balear tenguí ben clar que nosaltres amb la filosofia final de preservar el medi ambient, com no podia ser d'una altra manera, hi estam absolutament d'acord. Però el primer que veiem és que això no és el que hi ha darrere d'aquest impost sobre estances turístiques. El que hi ha darrera d'aquest impost sobre estances turístiques és una campanya de màrqueting polític, únicament i exclusiva, i hi haurà de forma molt dubtosa unes inversions entorn al medi ambient.

Però, encara que així fos, aquesta no seria la fórmula adequada, perquè creiem que la preservació del medi ambient és una cosa que ens afecta a tots, a turistes i a residents. Creiem que amb el medi ambient no es pot fer demagògia ni ser hipòcrita. I quan el Govern fa una enquesta, absolutament viciada des dels seus fonaments, i demana què els sembla que "altres" paguin per preservar el medi ambient, clar, coincideix un 80%, i es basen que això és per l'interès general d'aquestes illes, doncs nosaltres contestam que això no és de rebut, això és fer demagògia. Perquè, si de la mateixa manera haguessin preguntat en aquesta enquesta què li pareixeria a la gent que els polítics paguessin un impost especial ells, per exercir la política per preservar el medi ambient, li assegurem que un cent per

cent de la gent hauria contestat que sí, per tant, això és demagògia. Nosaltres estam absolutament en contra de la fórmula que s'ha cercat, i no s'han trencat gaire el cervell per trobar aquesta fórmula, i també en contra de les formes amb què han actuat, amb aquest doble llenguatge, dient públicament que estan oberts al diàleg, mentre que a la taula de negociacions quan hem intentat obrir vies alternatives, la contestació sempre ha estat la mateixa: no hi ha una altra manera de fer-ho.

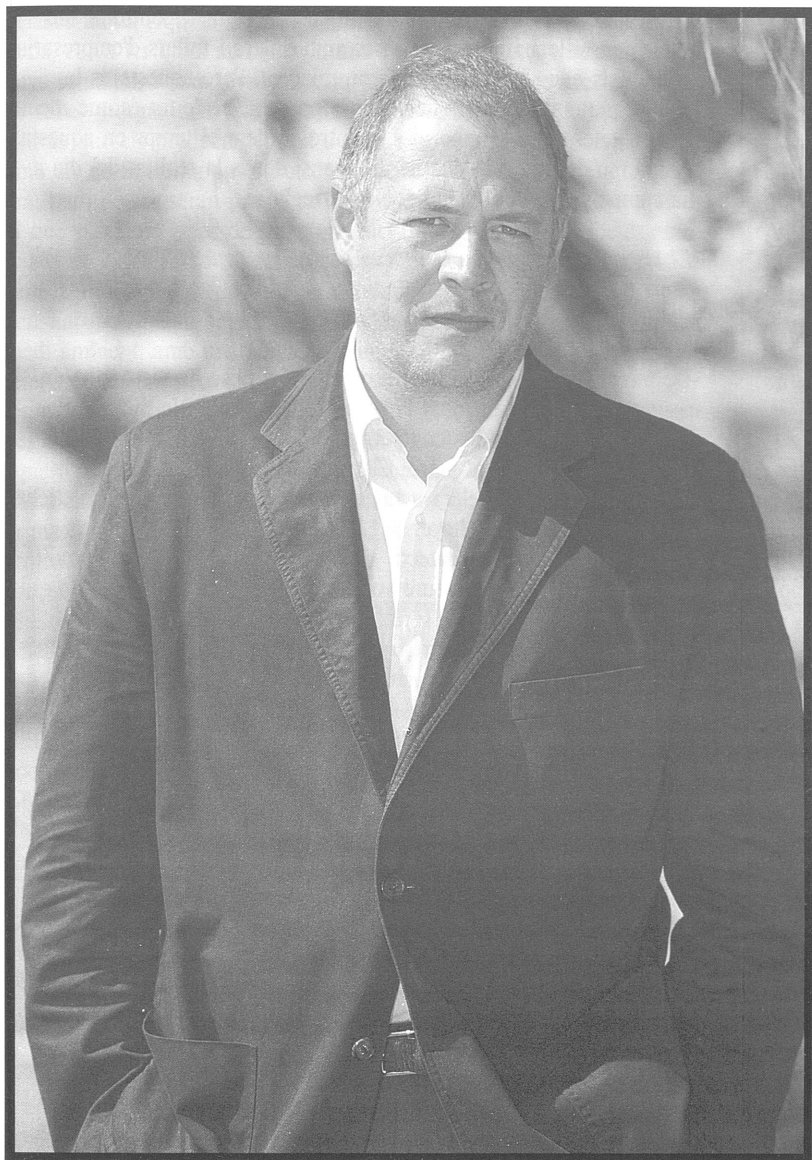
Per tant, nosaltres estam en contra de la fórmula, de les formes, de la dimonització que s'ha fet del turisme i de la classe empresarial hotelera i de la fractura social que han aconseguit entorn d'aquest tema. Creiem que això és llastimós, veure com partits que durant tants d'anys i tants d'anys eren a l'oposició esperant una oportunitat per tenir possibilitats de governar... veure com dilapiden aquesta oportunitat no fent una altra cosa que polititzar els problemes. No donen solucions als problemes, sinó que els polititzen, això és el que més greu com a ciutadà d'aquestes illes em sap i el que més lament com a persona que representa un sector i que li ha tocat, en aquest cas, ser botxí d'aquest govern. Per tant, estam en contra de com es deixa perdre històricament una oportunitat per fer entre tots un projecte comú, quan nosaltres a l'inici de tot, a aquesta casa, els vàrem oferir la possibilitat de fer estudis conjunts i finançar-los conjuntament per detectar realment quins són els problemes d'aquestes illes a l'àmbit mediambiental, per detectar on s'originen i, percentualment, quins sectors els originen, perquè després aquests sectors, de forma proporcional i mentre que no es trobin unes altres vies de finançament, els assumissin. Això s'ha posat sobre aquesta taula i en això aquest govern no ens ha fet gens de cas. S'arriba a un grau de cinisme molt gran quan el conseller, a més, ens demana que aquesta casa no s'autoexclouï d'un projecte de país, quan l'únic que ha aconseguit és que se'ns exclouï, ha estat ell com a representant d'aquest sector en el Govern.

I que tinguin clara una cosa: hi ha molta classe empresarial que quan érem universitaris vàrem lluitar per tenir un estat de dret a aquest país, no han estat ells tots sols, aquí hem estat tota una societat. Ningú no ens ha de donar classes de democràcia, i menys ells, la majoria dels quals encara anaven en calçons curts quan nosaltres ens trencàvem la cara a la universitat. Però tenim, gràcies a Déu, un estat de dret, i aquest estat de dret garanteix aquests drets mínims, a la societat i als empresaris, i quan un govern s'equivoqua hi ha un Tribunal Constitucional que dóna o treu la raó al govern que hagi actuat de segons quina forma. Si realment els interessa un projecte de país, si realment els preocupa de veritat el medi ambient, hi som a temps encara de treure tot això, de fer passes enrere i solucionar els problemes mediambientals que realment tenen aquestes illes, els problemes d'infraestructures que tenen aquestes illes, els problemes de tot tipus que tenen aquestes illes.

DIMONITZAR EL SECTOR

-Llavors, en cas que no s'obtinguessin recursos de Madrid, els hotelers estarien disposats a pagar, a fer aportacions directes de doblers sempre que no sigui amb l'ecotaxa?

-Això s'ha proposat, ells no poden negar que nosaltres l'únic que hem demanat és no ser l'únic sector a aportar, perquè creiem que som un més de la cadena turística. Nosaltres, arribat el moment, vàrem oferir la possibilitat que mitjançant els resultats d'una consultoria de prestigi internacional, fora de cap sospita, es fes un informe i es fes un dictamen, i a partir d'aquí, el que proporcionalment cada sector originí, en un programa de determinats anys, ho assumís directament, perquè creiem que és una obligació, igual que creiem que és una obligació que els turistes que ens visiten col·laborin, però principalment els sectors. Però per fer això s'han de saber afrontar els temes, preparar el consens, no només amb el sector hotelier, sinó



amb tots els diferents sectors. El que passa és que el sector hotelier era el més madur per parlar d'aquests temes. Però aquesta via s'ha menyspreat des d'un primer moment. Per a l'únic que ha tengut capacitat aquest govern és per preparar una campanya mediàtica brutal contra aquest sector i per dimonitzar-lo, desgraciadament, torn a repetir, no sols parl com a empresari hotelier, sinó com a ciutadà que viu a aquestes illes i que crec que es perd una oportunitat històrica.

-De tota manera, llevat del fet cert que és fàcil contestar que si quan es demana si alguna cosa l'han de pagar els altres, també s'han fet enquestes als mateixos turistes, a Alemanya, per exemple. Ens trobam amb la tan repetida resposta de "no volem cap turista que no pugui pagar un euro per dia" o, la d'ells mateixos: "podem pagar un euro al dia per tenir cura de l'entorn". No creu que aquesta frase suposa una reflexió necessàriament positiva pel fet que vol dir que s'ha de fer alguna cosa?, és essencial recuperar el medi ambient per al nostre futur.

-Evidentment, però no feia falta arribar a aquests nivells per tenir aquesta reflexió. El mateix sector, com a tal, ja l'havia feta. Nosaltres som l'únic sector que ha participat a aquestes illes amb un creixement zero, a l'actual Govern no, ja al passat. Amb la Llei general turística ja es va arribar a aquest punt. Per què? Perquè el sector és madur i entén que el futur passa per una gestió

mediambiental immaculada, si no, no tenim futur com a sector, així de clar. Per defensar els nostres interessos empresarials necessitam una gestió mediambiental diferencial de la que tenim. Però nosaltres vàrem anar més enllà i potser aquest ha estat el nostre error. Nosaltres vàrem dir, "no només és això, necessitam també una ordenació urbanística". Perquè, per ser d'una vegada rigorosos, què és el que ha crescut aquests darrers anys que ha creat aquesta sensació que les infraestructures són insuficients i que ens ha provocat aquesta sensació d'opressió als que vivim aquí? Els habitatges residencials, l'urbanisme, que no està controlat, perquè la llei del mercat ha fet que hi hagués una eclosió brutal en aquests darrers deu anys. La Conselleria ha de tenir dades de les places que teníem l'any vuitanta, l'any noranta, el dos mil..., i la gent se'n duria una sorpresa, perquè, lluny de créixer, estic segur que hem davallat. Però bé, nosaltres hem d'assumir que el nostre sector necessita constantment reinventar-se i nosaltres no podem fer els mateixos productes que feiem fa vint anys quan vàrem començar. Ara el mercat demana uns altres tipus de productes i evidentment els temes mediambientals i de qualitat són ben necessaris, però el sector, sense necessitat de l'Administració, aquest tema ja l'havia començat: la reconversió industrial que hi ha hagut en el sector hotelier en els darrers cinc anys és brutal. Si l'haguéssim de xifrar no baixariem del quart de bilió de pessetes. La planta hotelera de Mallorca és la millor del món vacacional de tres estrelles. I això no sempre ha estat seguit per l'oferta complementària. Tenim un sector que ha estat molt actiu, i no sempre acompanyat de l'entorn.

ALTRES PRIORITATS

-Vostè planteja que la necessitat de protegir el medi ambient seria compartida a tres bandes: el Govern, vostès com a sector i els ciutadans, però si més no pel que hem vist als darrers mesos, qui potser ho ha sabut transmetre pitjor són vostès, que sembla que s'oposen a l'ecotaxa perquè tenen altres prioritats abans de la protecció del medi ambient.

-Però és que jo, a l'opinió pública, l'entenc. A mi si em demanen si estic a favor de protegir el medi ambient, diré que sí, perquè les persones tenim la tendència a preservar allò que veiem que és en perill, no només a Balears, sinó a tot el món. Aniríem malament si no hi hagués sensibilitat cap a aquests temes. Per tant, qualsevol tema que inclogui la paraula "medi ambient", jo firm, i això és el que ha passat. Per aquest motiu, perquè és un tema tan sensible, aquest govern hauria d'haver estat capaç de tractar-lo amb la necessària delicadesa. Miri, el més desgraciat de tot és que encara en parlem. Per a mi, el més positiu, i això és el que vàrem oferir l'estiu del 99 un cop va sortir aquest Govern amb un conseller que ha estat el més ben rebut de tota la història d'aquest sector, hagués estat posar-nos a fer feina en tots aquests temes. Perquè a tot això se'ns uneix tota la conca mediterrània, que serà molt més competitiva, on es fan noves places amb uns projectes que per a temes d'espai són més atractius, i a la vegada més barats, més competitius, i com que nosaltres ja no podem jugar amb el factor de devaluació de la moneda, cada cop ho seran més. Per tant, l'única manera de contrarestar aquestes noves destinacions és amb més qualitat. A part, el sector ha fet una altra cosa, som nosaltres que inventam un pla de qualitat, que no surt de l'Administració. L'Administració té una obligació molt important en tot el que és medi ambient, però s'han de fer les coses amb seny. El més desgraciat és que s'ha caigut en la temptació de polititzar els temes i això és el que més greu em sap a mi com a ciutadà. No és un govern amb el qual ens haguem seguit tots a la taula per veure quins problemes tenim i com s'han d'arre-

glar, què han de posar uns i què han de posar els altres... Això és el que hauríem de fer per fer país.

EL CONSELLER ALOMAR

-I en aquesta taula, avui en dia, es podria seure aquest mateix conseller, o s'ha arribat a un punt en què és necessari un canvi de persones per reconduir la situació?

-Miri, jo fa temps que dic que no vull opinar sobre el conseller, perquè no vull que es digui que el sector demana la destitució d'aquesta persona, perquè es tornaria a caure en la politització i en la demagògia. Jo demanaria a aquest conseller si després de la seva actuació aquests dos anys, èticament, creu que s'ha de continuar seient a la taula, que ell mateix es contestàs, que fes una reflexió de com ha actuat, de quina manera ha actuat envers el sector, de quina manera ha encarat certes persones d'aquesta casa que confiàvem en ell, de quina manera ha dut tot aquest tema. I si ell, a pesar de tot, encara creu que té la crosta suficient per seure's a aquesta cadira. Jo no demanaré mai públicament la seva dimissió ni la seva destitució, entre d'altres coses perquè crec que a nosaltres no ens pertoca. Ha de ser una responsabilitat d'ell i del president del Govern.

-Si parlem de l'evolució del nombre de places hoteleres, el que sí ha augmentat i molt els darrers anys és la quantitat de turistes que visiten Balears.

-Sí, sí.

-I on es fiquen?, potser a la xifra escandalosa, quasi vint mil, de places il·legals que la Conselleria pensa que hi ha?

-Estic d'acord que aquesta xifra és escandalosa. I ara, aquesta gent, amb aquest impost sobre places turístiques, un cop més, aquells que estam legalitzats, controlats per totes les conselleries, Sanitat, Indústria, Turisme, que pagam els nostres impostos, doncs els clients que venguin aquí tendran un tracte diferenciatiu del d'aquells que opten per anar a un tipus de turisme, que és el que ha crescut aquests anys, que va cap a l'oferta residencial. Jo faig una pregunta en veu alta: quin ha estat el mercat majoritari que ha comprat aquests actius immobiliaris? Ha estat l'inversor natiu o l'estranger, majoritàriament alemany? Jo crec que el segon, no? És gent que ho té clar, compra, fa una inversió lícita i sap que fent una mica de publicitat als mitjans de comunicació al seu mateix país, els ciutadans cada cop més opten per llogar uns dies, unes setmanes, aquests actius immobiliaris.

-És el que s'anomena habitatge vacacional?

-Jo crec que ho sobrepassa, són simples apartaments. Vostè pensi que aquesta persona que els compra sap que si els lloga deu, dotze vegades a l'any, paga tranquil·lament el seu cost, la hipoteca. I el seu client li dona els doblers a Alemanya, no aquí, no passa per cap fisc, així de clar, i a més, com que són preus més competitius, doncs prefereixen obviar un servei que li podem oferir nosaltres, que hem de pagar uns treballadors, uns impostos. Lluny de contrarestar això, aquest govern el que ha fet és un impost més per afavorir aquesta situació.

-I vostè considera que això és una oferta il·legal, al·legal?

-Jo crec que és més al·legal que il·legal, encara que si hi hagués una voluntat de veritat, igual que si n'hi hagués per ordenar el territori urbanísticament, jo crec que es pot fer tot en aquesta vida. Una altra cosa és si vostè em pregunta si és fàcil o difícil, però quan hi ha voluntat i compromís de veritat, les coses es fan i de moment no hem

vist ni una cosa ni l'altra. Entenem que és més fàcil controlar mil hotels que milers i milers de cases amb milers i milers d'empresaris individuals que són difícilment controlables. Però aquesta és la realitat que tenim, encara que el més preocupant de tot és que mentre perdem totes aquestes energies, mentre perdem el temps en aquesta relació tan desgraciada que he dit abans, doncs la realitat del dia a dia campa pel nostre territori. No s'arregla res.

-El sistema d'intercanvi de places per poder construir nous establiments turístics, que fou venut gairebé com la solució a tots els problemes, no sembla que hagi funcionat gaire.

-De moment no crec que hagi funcionat molt, no he vist molts de casos en què hagi funcionat l'intercanvi de places. No dic que no s'hagi fet en qualche cas concret, però de forma generalitzada no crec que hagi funcionat gaire. Clar, aquest govern diu "és que la classe empresarial hotelera actua com una oposició al Govern", i han oblidat que quan hi va haver la Llei general de turisme aquesta mateixa casa i aquesta mateixa junta s'hi va oposar de forma molt forta. Per tant, com pot veure vostè, actuem no en referència de qui hi pugui haver al Govern, si uns o els altres, sinó en funció dels continguts de les lleis, i varem creure que aquella llei no era la més adequada a les nostres necessitats. Però bé, el que sí és veritat és que varem tenir la capacitat de dialogar, perquè ens varem trobar amb un govern que malgrat tot va tenir la voluntat de seure's a dialogar, i canviar, dins d'uns paràmetres, coses que en principi no estaven disposats a canviar. Una de les coses que hem vist és que no confia gaire la gent en aquest intercanvi de places. De tota manera, al final de tot, hi havia un sentiment comú que, potser no hi confiïem gaire, però potser era un tema que d'aquesta manera també aconseguïem assegurar la no continuació del creixement de places hoteleres. El que sí és veritat és que el nombre de places no ha crescut. També li he de dir una cosa: independentment de les fórmules, dubt molt que en els pròxims anys, aquí, a Mallorca, creixin les places hoteleres, perquè l'entorn que ens acompanya no és el més adequat per invertir, i aquesta és la màxima garantia. Moltes vegades, jo, nosaltres, els hotelers, tenim la sensació que l'Administració vol regular el mercat i és el pitjor que poden fer, perquè moltes vegades el que provoca és precisament tot el contrari del que persegueixen. El distorsionen, va passar amb la famosa Llei Cladera, jo me'n record que feia poc que havia arribat aquí a Mallorca, amb la Llei Cladera, quantes places es varen fer en aquells anys, precisament per mor de l'anunci de l'aprovació de la Llei Cladera? S'haguessin fet les mateixes si haguessin permès actuar de forma natural el mercat? Doncs, potser sí. Jo particularment crec que no, perquè se'n varen fer moltes "per si de cas". Crec que avui en dia el mercat és el màxim regulador. El que sí és cert és que nosaltres hem de tenir l'obligació, no nosaltres, l'Administració, de predeterminedar unes normes de joc molt clares d'interès general com ara, el que li comentava abans, la regulació urbanística en general, perquè es faci amb les garanties necessàries i que permeti un desenvolupament assumible, que no permeti aquests desenvolupaments brutals que l'únic que comporten és pa per a avui i fam per a demà, riquesa especulativa que no ens ajuda gens.

DESTINACIÓ MADURA

-D'aquí a cinquanta anys, Balears continuarà sent una destinació emblemàtica de sol i platja al Mediterrani o hem de pensar en altres atractius, com per exemple els parcs temàtics?

-Això és una mica difícil de contestar. Jo crec que a Balears tenim una destinació molt madura. Crec jo que el que hauríem de fer és anar d'una forma molt progressiva, el que hem d'anar és a una tendència absoluta de preservació del que tenim i de millora d'allò que és millorable, perquè és evident que part del que tenim, que ha

permès molta riquesa a aquestes illes, una riquesa que era desconeguda, es va fer quan no hi havia una experiència, una tradició, als anys seixanta, i això, evidentment, comporta errors. Jo crec que hem de saber reorganitzar tota aquesta planta, reinventar-la. El que tenc clar és que els productes d'aquí a quinze anys no tendran res a veure amb els de fa trenta anys. Potser s'assemblaran una mica al que feim ara, però potser seran productes molt més amplis. Avui en dia, què és el que es valora a les destinacions turístiques? Doncs productes amb una gran extensió de parcel·la, se cerquen parcel·les de vuitanta i cent mil metres quadrats per a després fer 350 habitacions, una densitat molt baixa amb uns espais molt verds, respectuosos amb el medi ambient, amb una ubicació i un entorn... Bé, aquí no hi som a temps de fer-ho, però sí que tenim temps de reorganitzar el que tenim i de fer-ho més atractiu. Però clar, això no només es pot fer des del sector hotelier. Necessàriament s'ha de fer còmplice de tot aquest procés el sector constructor, promotor, els sectors turístics complementaris, l'oferta complementària... Tot això haurà d'anar en la mateixa direcció, i l'Administració això és el que hauria de fer, fomentar i coordinar, perquè jo crec que Mallorca en un futur pot continuar sent un punt de referència de la Mediterrània. La seva situació geogràfica fa que sigui així, però no ens podem equivocar, si ens equivocam ho deixam de ser. Fixi's bé en quin curt termini un majorista de viatges pren una decisió, que per a mi és tràgica, amb tots els esforços que s'han fet durant tots aquests anys per allargar la temporada d'hivern, Eivissa ho tenia molt difícil, però ho feia. Per mor d'una equivocació, vulgui o no el Govern, i això no ho diuen els hotelers, ho diu el mercat, s'han equivocat i la TUI ha anunciat que a l'hivern no hi haurà avions. Això és condemnar una destinació turística a tornar a cinquanta anys enrere. Vull dir, dependrà de nosaltres, únicament i exclusiva de nosaltres, de la nostra capacitat d'encertar i de llegir per on passa el futur, i sobretot, de no caure en la temptació de polititzar, torn a repetir, els problemes. Si no som rigorosos, anirem molt malament.

LES RELACIONS AMB ELS MAJORISTES DE VIATGES

-Parlem de la TUI i dels majoristes de viatges, diuen els experts que d'aquí a una dècada les decisions del turisme a Balears no es prendran aquí, sinó fora.

-Miri, els majoristes són molt poderosos, però, fins ara, no tenien cap poder de decisió dins els hotels, perquè els hotels han estat en mans mallorquines i això en gran mesura continua sent així. Què

passa? Sí que hi ha casos concrets en què han entrat a través de certes cadenes com pot ser la Riu i d'altres, però bé, s'ha de dir que aquí hi ha molts més hotels que tot això. Per tant, jo el que crec és que encara hi som a temps perquè això no sigui així en el futur. El que sí és una obligació i una responsabilitat nostra és que els empresaris ens moguem. Fins ara hem estat passius davant això, però ara jo crec que hi comença a haver la suficient por per generar uns processos d'associacionisme, no quant a associacions hoteleres com les que hi pugui haver ara, sinó per a casos concrets, per fer acords comercials. Estic convençut que la relació entre hotelers i majoristes d'aquí cinc anys no serà la mateixa d'ara, i lluny de pensar que els majoristes de viatges hauran agafat més quotes de poder, jo crec que en aquest temps la cosa tornarà a ser una altra vegada més equilibrada. A part d'aquestes reaccions hoteleres que li he comentat, paral·lelament, en el sector dels majoristes sortiran nous elements que ara no hi són, com són els majoristes més petits i especialitzats. I després un altre fenomen que tindrà molta importància serà el de les noves tecnologies. Quant a les decisions, jo crec que es continuaran



prenent, les que pertoquin, al mercat emissor, i les que pertoquin, aquí, sempre i quan no ens equivoquem.

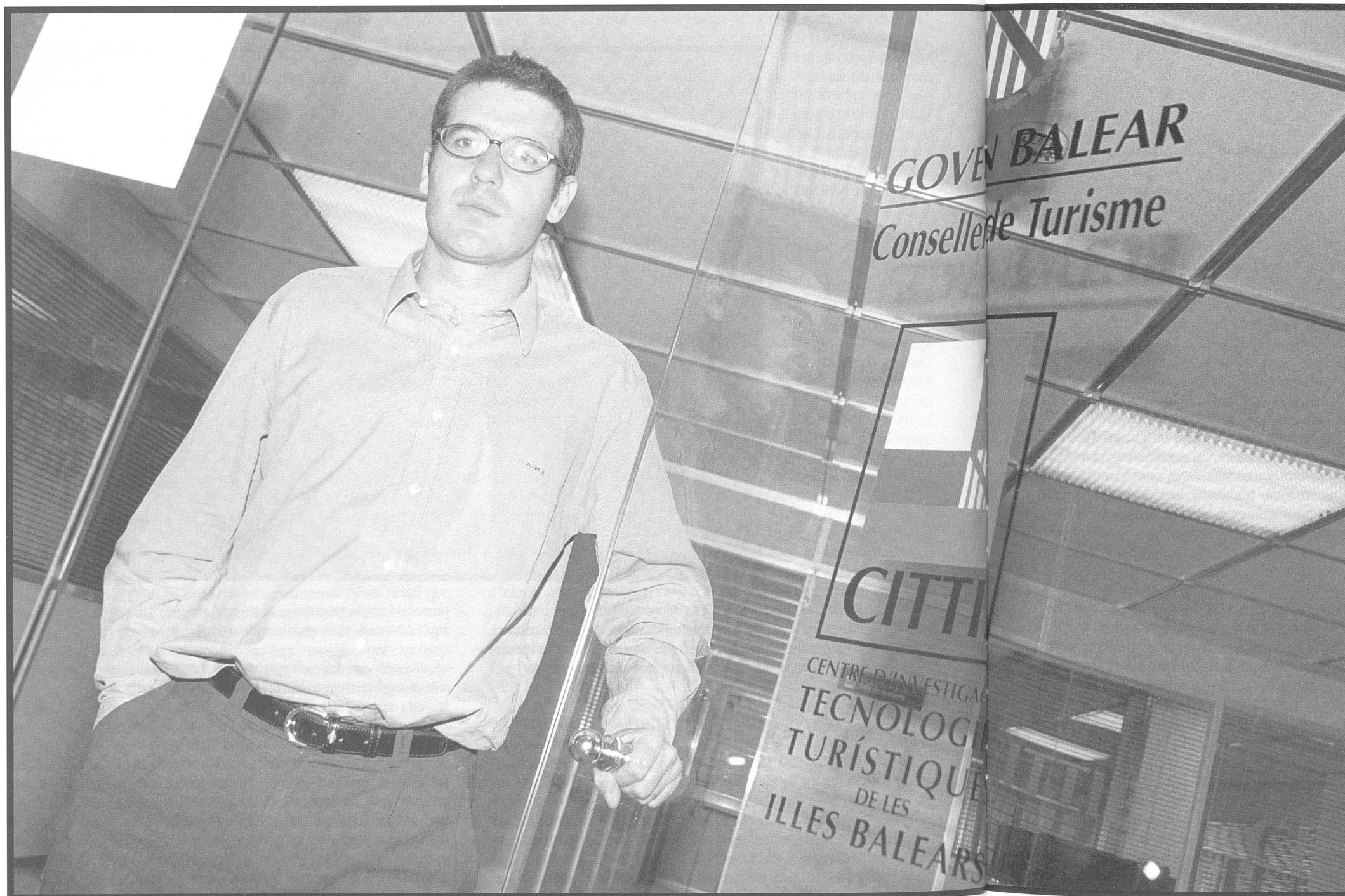
-Aquí hi ha exemples d'empresaris turístics innovadors. Per al futur més immediat, quines són les noves tendències als hotels?

-Jo crec que cadascú s'anirà especialitzant. Si analitzam les inversions dels darrers quatre anys, veiem que és així. Hi ha cops que s'especialitzen en dues o tres coses a la vegada, depèn també de les temporades. Per exemple, a l'hivern ser polivalent i poder oferir una sèrie de serveis a jugadors de golf, tennistes i ciclistes va molt bé, també hi ha tot el tema del turisme de congressos... tot això anirà de cada vegada a més amb factors que es mantenen, com l'exigència que, facis el que facis, respectis l'entorn en l'edificació, en els materials que empres, en la gestió.

Cap a un model sostenible

Entrevista a Alfonso Meaurio

per Antoni Oliver



Alfonso Meaurio, director del Centre d'Investigacions Turístiques, ha treballat en la confecció d'uns indicadors que donin una fotografia de cap on va el model turístic actual. La conclusió és que du un rumb de col·lisió i en aquests moments no es pot continuar creixent d'aquesta manera. El model s'ha de fer sostenible i s'ha de limitar el creixement, no poden continuar venint de cada any més turistes. Anar cap a la sostenibilitat amb un model que tenguí uns marges per autocorregir-se en cas necessari, és l'objectiu. Un objectiu que és difícil d'aconseguir, perquè, per començar, fa poc que es té un diagnòstic aproximat de la situació i no es troben solucions de consens.

-Quines línies d'investigació du el centre?

-Quan vàrem entrar al centre, ara fa un any, plantejàrem fer dos tipus d'investigacions, unes que fossin estratègiques, a llarg termini i les altres més conjunturals en funció de les necessitats de cada moment. Iniciàrem dues investigacions, una era els indicadors de sostenibilitat del turisme que tenia per objecte plantejar la dualitat entre conservació i creixement en el model actual. Després analitzàrem els mercats turístics emissors que és un altre tema etern de discussió. L'altra finalitat era fer un centre de documentació on s'aglutinàs tota la informació turística que hi ha, que és molta, però que està molt dispersa i no està homologada i ens trobam que hi ha informació, però a vegades no està completa. Fèrem un conveni amb la Universitat per crear el Centre de Documentació Turística i hem treballat amb ells durant aquest any.

-Quins temes concrets han analitzat?

-Un dels temes que hem estudiat ha estat l'oferta turística no regulada, per tractar d'esbrinar quin és l'impacte real que té. Primer la vàrem quantificar i, en segon lloc, hem analitzat com es comercialitza. Bàsicament és fa per Internet, i després vèrem les repercussions legals del tema. Per fer aquest treball hem comptat amb la col·laboració d'altres conselleries i amb la inspecció. També treballam amb GESA en un projecte d'estalvi energètic a través d'energia solar tèrmica per establir una fórmula d'estalvi energètic. Hi hem fet un conveni amb

l'Associació d'Agroturisme per ajudar-los en el Pla de qualitat. També desenvolupam cinc ajuts a la investigació amb la Universitat, dels quals quatre fan referència a turisme sostenible i un altre sobre la defensa del turista com a consumidor. Finançam i col·laboram en aquests projectes. Després tenim set beques d'investigació, perquè els estudiants es formin en els projectes d'investigació turística i també col·laborin en els projectes de la casa.

Alfonso Meaurio (Sant Sebastià, 1969). És enginyer industrial especialista en organització industrial. Ha desenvolupat fins ara la seva tasca professional en el camp de la consultoria. Ha treballat a la consultora ATTC i a l'empresa de sociologia Gadeso. Des de fa un any és el director del Centre d'Investigacions Turístiques del qual anteriorment havia estat sotdirector.

-A quina fase es troba el treball sobre turisme sostenible?

-Hem acabat la primera fase que són els indicadors de turisme i l'objectiu és la creació d'un observatori de sostenibilitat, un lloc on hi haurà gent que té una inquietud per aquest tema, estudis i coneixements, per intentar coordinar una sèrie d'accions formatives dirigides a la població i als gestors perquè puguin tenir una sèrie de dades a l'hora de prendre decisions, perquè estiguin basades en dades, en ciència i no en intuïcions.

-Quines són les principals conclusions que revelen aquests indicadors analitzats quant a la sostenibilitat del turisme en el model actual?

-Revelen una situació que, sense ser dramàtica, és preocupant. Hem analitzat els darrers deu anys en l'evolució de quaranta-quatre indicadors. Hem agafat indicadors a quatre àmbits, el demogràfic, mediambiental, sociocultural i econòmic. Fins ara sempre es treballa amb dades econòmiques. Es parteix de la base que el turisme és una activitat que reporta grans beneficis econòmics i, en conseqüència, fa millorar la qualitat de vida dels ciutadans d'una determinada zona. El problema és que també crea una sèrie d'iniquitats socials, desequilibris mediambientals i el que hem intentat ha estat mesurar-los. Hi ha temes delicats, per exemple, el tema de l'aigua, igual que el del consum energètic. Els residus també, som un territori finit i s'ha de conscienciar la gent d'això, que el territori té uns límits i uns recursos i que s'hi poden fer només uns consums determinats d'aquests recursos. Ara, tot això basat en dades, però aquestes dades revelen que l'activitat que actualment es du a terme, a llarg termini no és sostenible i s'han de prendre mesures per mitigar aquesta situació.

-Només serien energia i aigua on han saltat les alarmes?

-No. També consum territorial, demografia, que revela una creixuda gran, i desequilibris mediambientals, hi ha moltes figures que protegeixen el territori, no obstant això, sembla que no són suficients. A nivell de residus, el problema no és que hi hagi més gent, sinó que els hàbits de la gent tendeixen a produir més residus, igual passa amb l'aigua on no hi ha una cultura d'estalvi d'aigua, els ciutadans gasten més aigua.

-I les carreteres?

-Els indicadors revelen que si posàssim tots els cotxes a la carretera ocupariem el 30% del vial, això produeix una sensació d'angoixa. Ens falta mesurar la part més social, veure com percebem el ciutadà l'impacte del turisme i aquesta part és la que treballam ara. S'ha de veure si les puntes que es donen afecten aquesta percepció.

-Com veu el turista que ve la nostra qualitat?, Té aquestes mateixes sensacions de saturació?

-Intentem esbrinar també quina és l'opinió del turista que ens visita, amb quins problemes es troba. Fins ara hem treballat amb xifres, hem fet un projecte només numèric i ara som al projecte sociològic. Intentem mesurar això, si és veritat que al ciutadà li molesta el turista i com ho veu el turista. També es faran uns fòrums per tractar aquests temes i per analitzar quina és la situació, com s'hi ha arribat i quines serien les solucions.

ELS CREIXEMENTS DELS INDICADORS DE SOSTENIBILITAT

-En quina mitjana creixen anualment aquests indicadors?

-Les tendències de cada indicador són molt variades. Cada indicador té una tendència distinta. Per exemple en el consum d'aigua, la tendència de creixement ha estat del 9,6% en deu anys a Palma, tenim una sèrie de variables, el consum d'energia ha crescut un 54% en deu anys.

-Una vegada feta la diagnosi, què es pot fer?

-Puc dir el que nosaltres podem fer. Una vegada feta la diagnosi, hem de comunicar la situació real, ara hem fet la fotografia de l'evolució de la situació durant deu anys. A partir d'aquesta foto, s'han de prendre decisions, però hem de reflectir quina és la situació sense alarmar. Nosaltres no gosam a dir quina és la política més adequada per contenir aquest creixement insostenible, hi haurà polítiques millors que altres i hi haurà una decisió que hauran de prendre els responsables de prendre les decisions, però aquestes persones han de tenir dades i hem de facilitar aquestes dades als responsables de la gestió, als empresaris i als ciutadans en general. S'ha d'informar de quina és la situació.

-Però una política adequada seria posar un fre.

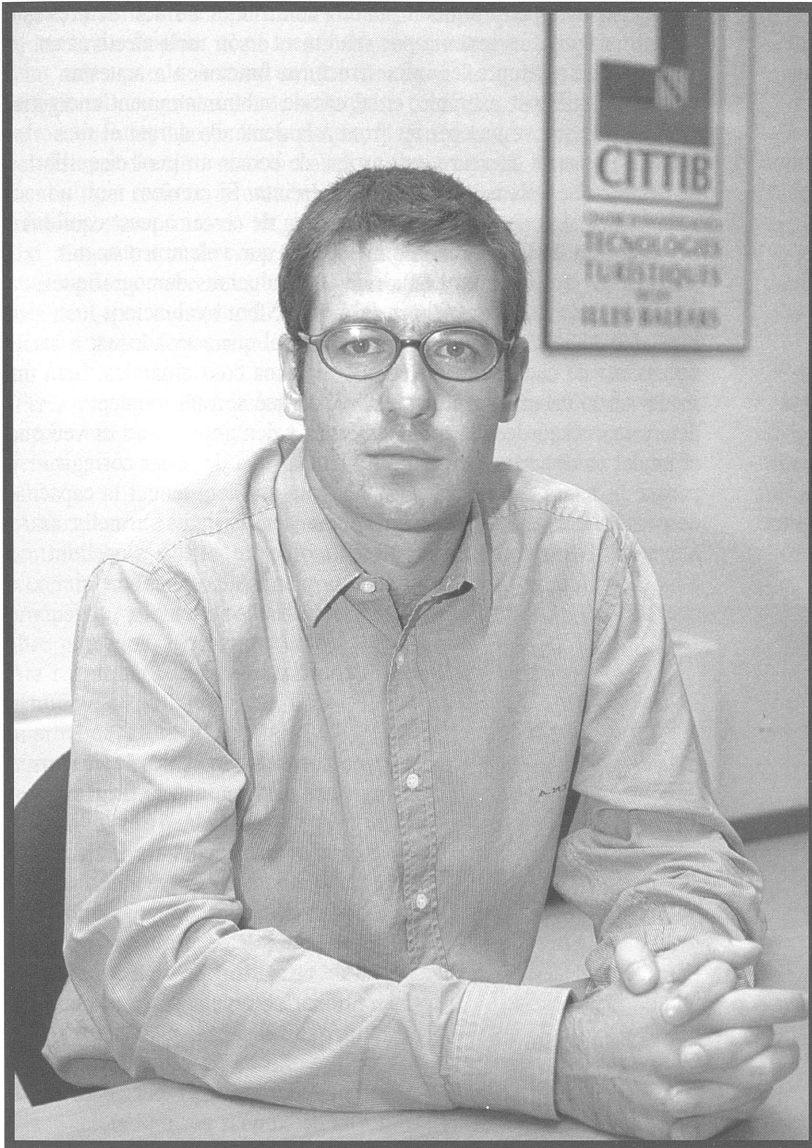
-El que veiem clar és que una política adequada seria intentar desestacionalitzar la temporada. Aquesta és una clau, intentar repartir el turisme al llarg de l'any i diversificar-lo, per aconseguir una corba plana. Hem d'oferir productes turístics personalitzats i enfocats a segments de mercats que encara no hem tocat. El nostre model turístic ha crescut d'una forma que sempre ha produït una agregació. Fa cinquanta anys hi havia només hotels, després apareixen apartaments turístics i habitatges vacacionals i després agroturismes i ara hi ha hotels, apartaments agroturismes i habitatges. El model és d'agregació, perquè quan apareix un nou model s'afegeix a l'existent i no es modifica o desapareix l'anterior model. El que s'ha d'intentar és oferir una gamma de productes molt àmplia, fer un turisme molt personalitzat. Ara la gent viatja per contar-se experiències, la gent intenta una cosa més emocional que sigui una cosa que deixi una petjada, cerca viatges que siguin capaços d'això. S'ha de crear un producte més personalitzat que sigui capaç de donar aquest component emocional. Que vengui una persona a Mallorca el gener i se li digui "vostè ha vingut a la millor època perquè veurà com floreixen els ametllers", per exemple. I quan vengui per les festes de Sant Antoni, doncs que les festes són un esdeveniment cultural. És a dir, que a Mallorca tenim sol, platja, concerts, activitats culturals, cicloturisme, història, tradicions, productes típics, turisme antropològic i cultural. L'esforç que s'ha de fer és vendre aquest tipus de coses, perquè la gent vengui tot l'any.

-No es traslladarà així el problema a tot l'any?

-El que s'ha de fer és limitar el creixement d'alguna manera i que la punta no sigui tot l'any estable, sinó dimensionar-la al llarg de tot l'any. És més greu que es doni un gran consum d'aigua el mes d'agost que a gener, es produeix un major deteriorament dels aqüífers si es consumeix a l'estiu.

-El risc és que se segueixi creixent i que el turisme s'incrementi tot l'any.

-Això ha d'anar acompanyat d'unes mesures d'ordenació de places turístiques i la Conselleria de Turisme és en aquesta línia, s'ha de marcar un creixement territorial, demogràfic i de consum i aquests ritmes s'han de repartir durant tot l'any, no és solució anar a un model en què la desestacionalització consisteixi a agafar com a referència la punta d'agost i que sigui agost tot l'any, perquè això



seria destruir l'illa. Han de ser solucions basades en les dades i les dades diuen que aquests ritmes de creixement no són sostenibles, doncs, els ritmes s'han d'adaptar i hem de ser els millors en indústria turística, però amb els límits del creixement. Han de venir menys turistes, però ha de ser gent preocupada per la nostra cultura, que sàpiga per què ve, que apreciï el paisatge, la nostra manera de ser i que també augmenti la despesa turística.

-S'han avaluat els efectes econòmics d'un nou model?

-No, però és clar que el model actual no serveix, i això és el que posam sobre la taula, dir que el model actual ha sortit de mare. I quant al model alternatiu, s'hauran de fer unes simulacions per veure si les alternatives són o no efectives. Mentre tenguem dades i puguem veure l'evolució podrem corregir, però el problema és anar a les palpentes, obrar per intuïció. Hi ha un moment en què apareixen noves destinacions turístiques, nous rivals, i s'ha de veure què tenim que no tenen els altres. També hem de ser líders en coneixement turístic, exportar aquests coneixements.

L'OFERTA CREIX

-Ha disminuït un poc el nombre de turistes, però els creixements dels darrers anys han estat d'un 1% anual, és a dir, brutals.

-Parlam de la temporada passada com a dolenta, perquè l'anterior va ser brutal, s'agafa la referència més alta. El problema és que ens hem d'adonar que no tot és créixer, perquè tenim uns recursos determinats, hem de sensibilitzar el ciutadà de la situació.

-L'oferta creix?

-Hem fet un estudi i hem detectat que l'oferta il·legal ha crescut molt en els darrers anys. Ha crescut i ara existeix un nou mitjà, Internet, que és molt idoni, que permet més impunitat per comercialitzar aquesta oferta. Les noves tecnologies s'utilitzen per a això. Hem intentat quantificar l'oferta il·legal i ens hem trobat amb uns percentatges importants, significatius. El que s'ha de fer és tallar aquesta oferta il·legal que no paga impostos per aquesta activitat. És una activitat que fa mal a la gent que treballa bé.

-On es concentra?

-Hi ha activitats no regulades a tots els àmbits, entre particulars, operadors, cadenes hoteleres, n'hi ha a totes bandes, però no es pot generalitzar i dir que totes les cadenes o els majoristes tenen oferta no regulada, perquè no és així, però n'hi ha a moltes bandes. Són llits que no estan regulats. Hi ha un 20% de gent que arriba a l'illa i no és a l'oferta reglada, va a llits no reglats. El que hem intentat és veure on són, on van. Un 8% no sabem on són, i els altres es reparteixen en aquests llocs que he esmentat. Ara tenim una distribució de com es reparteix aquesta oferta i trobam que durant el mes d'agost hi ha puntes de fins a un 30% de gent que va a aquesta oferta no reglada. És un tema preocupant, ara està quantificat, més o menys i sabem com es comercialitza. Després podem analitzar com es pot combatre. Hem coordinat actuacions amb altres conselleries, en col·laboració amb la inspecció, etc., per tractar de tenir proves d'aquesta oferta. No es tracta tant de pregonar aquestes dades, sinó d'intentar tenir les proves, perquè, en el cas de l'oferta per Internet, si el que comercialitza s'adona que li vas darrere, despenja la pàgina i no hi ha proves, no hi ha res. Llavors el que hem fet ha estat una labor per poder documentar tot això.

-S'han fet alguns estudis de la viabilitat d'un sistema de corresponsabilitat del sector turístic en el manteniment del medi ambient, en les infraestructures etc., sigui ecotaxa o un altre tipus de sistema?

-Nosaltres som un consorci de la Conselleria de Turisme en el qual hi participa el Govern, la Universitat, GESA, Telefònica, "SA NOSTRA" i empresaris. El sector a vegades s'implica en accions d'investigació, però en aquests moments s'ha produït una fractura entre el sector i la Conselleria, s'ha de treballar per superar aquesta situació perquè estam tots junts a aquest país, i tots hem d'intentar trobar una solució. Hi ha solucions i les hem de trobar.

-Han avaluat com pot fer-se el finançament d'aquest turisme sostenible?

-S'han estudiat diverses alternatives i al final se n'ha triat una. Serà bona o dolenta, però s'ha triat una manera de fer-ho i el que s'ha de fer és prendre una decisió, no tenir por de prendre una decisió perquè és millor prendre una solució que no fer res. El que és clar és que s'ha de fer una aposta per un canvi de model, perquè no prendre cap

mesura i permetre que les coses continuïn igual no pot ser, no és sostenible. Nosaltres no entrem en temes polítics, perquè som gent de diferents ideologies, només coincidim en la investigació i tampoc no és la nostra feina fer política, però s'ha de fer alguna cosa. A la indústria de l'automòbil ningú no es planteja fer una estadística perquè ja la tenen, nosaltres ens plantejam fer una estadística, perquè fins ara no hi havia una estadística homologable, manca investigació en turisme i això és el que tractam de fer i aquesta aposta amb la Universitat per la investigació és molt interessant.

-Es registren moltes variacions en els mercats?

-Nosaltres iniciarem una investigació sobre els mercats, per saber quines motivacions tenia el turista a l'hora de venir a Mallorca i ara és un tema que du endavant l'IBATUR, és més lògic perquè farà el Pla de màrqueting i han de tenir aquests coneixements. Vàrem posar les bases per a la investigació i ara ho du l'IBATUR, però l'evolució dels mercats presenta una evolució bastant lògica, creixent. I ara s'ha de veure si es dona una altra cosa més que sol i platja.

-Com es pot fer aquesta reconversió del sector?

-La Conselleria aposta per limitar el creixement i ofereix la possibilitat de reconversió, de modernització i d'esponjament. Aquestes polítiques crec que són les adequades. La Conselleria de Turisme du una política en ordenació que crec que és correcta.

COM HO HAURIEN DE VEURE ELS HOTELERS

-Com veuen tot això els hotelers?

-El sector hotelier ha de veure les investigacions que feim i les mesures que es prenen com una aportació favorable al sector. El que en definitiva feim és subministrar una sèrie de dades, i altres prendre una sèrie de mesures, perquè al cap i a la fi el sector hotelier sigui més competitiu, en definitiva del que es tracta és d'augmentar la competitivitat del sector hotelier i dels sectors relacionats amb el turisme. Les nostres dades no són inventades i el que feim és subministrar aquesta informació.

-Pot explicar un poc més què és això de l'observatori turístic?

-Ara volem fer un observatori en el qual hi participi tothom, des d'hotelers fins a sindicats, altres empresaris, per continuar investigant i per tractar d'encaminar la situació cap a la sostenibilitat.

-Una vegada fet el diagnòstic, vostè creu que els hotelers s'aplicarien una solució?

-Esper que sí, perquè a llarg termini, quan es consolidin noves destinacions, i el nostre model, que ja és madur, comenci una època de decadència, vendrà el problema gros. S'han de veure quines solucions es poden prendre. S'ha d'aprendre del passat, investigam deu anys d'una sèrie de variables i això és bo, i crec que, realment, aquesta tasca ha de ser ben vista pel sector. Si em pos a la pell d'un empresari turístic crec que com més dades tenguim millor, perquè tots aquests estudis l'ajudaran a ser més competitiu. El sector ha de veure això com una ajuda, no com un entrebanc.

-Com es pot encaminar aquesta sostenibilitat del model?

-El problema és que fins ara tot s'ha dimensionat per les puntes màximes d'agost o de l'estiu. Cream un aeroport per a aquesta punta,

infraestructures per a aquesta punta i tenim unes infraestructures que durant tot l'any funcionen a poc rendiment i són molt efectives en agost. Però no sempre les infraestructures funcionen a aquestes puntes, perquè, per exemple, en el cas de subministrament energètic, la veritat és que ve just per fer front a la demanda durant el mes d'agost. Es tracta de veure on s'arriba, de cercar un punt d'equilibri, de decidir què volem i fins on volem créixer. Si creixem molt no controlam i si controlam no creixem, s'ha de cercar aquest equilibri i per això s'ha de veure què tenim i decidir què volem aconseguir. Això es pot decidir amb l'estudi de les evolucions demogràfiques, econòmiques, fent simulacions de models, fent avaluacions mediambientals, i es pot arribar a un model que serà adequat a les necessitats de cada moment, perquè serà una cosa dinàmica. Serà un model on hi cabran unes correccions, perquè si a un moment determinat s'han decidit unes polítiques a deu anys vista i es veu que el model es desvirtua per una altra banda, s'ha de poder corregir, perquè hi haurà capacitat per fer-ho, com ara hem tengut la capacitat de posar a un plafó la situació i s'han encès els llums vermells, ara tenim uns llums vermells i hi ha temes que han arribat a un límit. S'ha de planificar i avaluar si aquesta planificació funciona, si aquestes mesures ens acostem a un model més sostenible.

-Fer una prospectiva de com pot evolucionar el model de sostenibilitat?

-Aquest és l'objectiu. Quan es va en cotxe es miren tres indicadors, la velocitat, la benzina i les revolucions del motor. A la fi un cotxe, que és una màquina complexa, el maneges controlant tres indicadors. Però en origen els automòbils desenvoluparen cinquanta indicadors i es van anar reduint i ara amb tres pots saber si el cotxe funciona o no. Nosaltres ara plantejam això, tenir uns indicadors, que ara són quaranta i més endavant poden ser deu, per detectar quan s'encén un llum vermell i poder corregir. S'ha de visualitzar la situació, s'han de prendre unes mesures i s'ha de continuar observant per veure com evolucionen aquestes mesures, mirar unes determinades coses, uns indicadors, aquesta és la tasca. Avaluar el model i veure com va. Hem de fer la fotografia de com evoluciona tot això, per veure si el cotxe funciona o no, per saber si s'ha de canviar per una moto.

EL CREIXEMENT DE LES INFRAESTRUCTURES

-Ara ja es comença a parlar d'una altra ampliació de l'aeroport, per exemple.

-Exacte. El que significa una ampliació de l'aeroport és brutal. Es comencen a veure coses que produeixen desequilibris socials. No tothom ni molt menys es pot comprar aquí un pis, per exemple, el territori és en mans d'una altra gent. Per una part el turisme ha produït un augment del benestar, però també ha produït una sèrie de desequilibris, el turisme ha estat fantàstic, però, com a totes les indústries, ha dut una sèrie de conseqüències, genera residus, fums, crea desequilibri social, salaris baixos, etc. En definitiva el turisme ha produït coses bones i no tan bones.

-Com més oferta en infraestructures hi ha, més gent ve, això sembla clar.

-Això és clar, com més facilitats dones, més gent ve. S'han d'utilitzar les infraestructures tal com són a aquest moment, naturalment millorant el que s'hagi de millorar, però si durant el mes d'agost no pot venir més gent, que no vengui, s'ha d'intentar saber quin és el sostre i ajustar-se a aquest sostre, el problema és que només dimensionam aquestes puntes del mes d'agost. Algun dia s'haurà d'acabar això. El problema és que sempre hi ha una relació causa

efecte, si es fa un aeroport més gran ara trobam que ha quedat petit i es tornarà a ampliar, si no es pot donar proveïment energètic, doncs fem més centrals, actuem en clau de causa efecte. S'ha de planificar, és a dir, el creixement ha de ser aquest, o no s'ha de créixer, i les infraestructures han de ser aquestes, el que passa és que s'ha actuat pel sistema d'acció i reacció i això ha dut a aquesta situació. Actualment el que es fa és afrontar el problema creixent en infraestructures, més de tot, més aeroport, més port, més centrals i així. Ara es tracta de veure quin és el problema i solucionar-lo amb unes mesures correctores, estratègiques. El que no es pot fer si arriba més gent, per exemple, dir, tenim un problema de subministrament elèctric, doncs fem una central nuclear i ja està solucionat.

-Per exemple, el Pla energètic s'ha esmenat un poc, però en principi la idea era donar satisfacció a una projecció lineal de la demanda actual.

-A llarg termini això no és sostenible, perquè no es poden tenir vuit centrals nuclears, quatre aeroports i cinquanta "coses" que es mengin o cremin tots els residus que es produeixen, perquè aquest és un altre problema, i continuar així... Ara tenim els coneixements per planificar i això s'ha de fer, i no improvisar. La gent diu que el turisme és una indústria, però realment no actua com si fos una indústria. A la indústria automobilitàtica hi ha una gran planificació, i no és que hi hagi de sobte una gran demanda i es facin multitud de models o es dispari la producció, es treballa amb planificació, amb en coneixement, perquè han treballat molt en investigació i desenvolupament i coneixen ben bé les xifres.

-Com està el nivell d'R+D turístic?

-Aquí està millor que a la resta de comunitats. La clau és fer una gran inversió en investigació, desenvolupament i innovació. Quan això estigui molt ben controlat, sabrem què fer. És important que es posin d'acord institucions, Govern i empresaris per fer recerca turística, perquè això dona un marge per a la planificació i no s'ha d'improvisar.

-Encara té solució aquest tema?

-Té solució. Per exemple, el territori urbanitzat supera escassament el 4%, encara que es concentra més a les costes i es parla de balearització, però resulta que estam millor en això que altres, però hem de ser líders en turisme perquè hem de ser capaços de fer un model sostenible, perquè apareixeran, i apareixen ja, competidors forts que ara són lluny de nosaltres, però que en dos dies es posaran

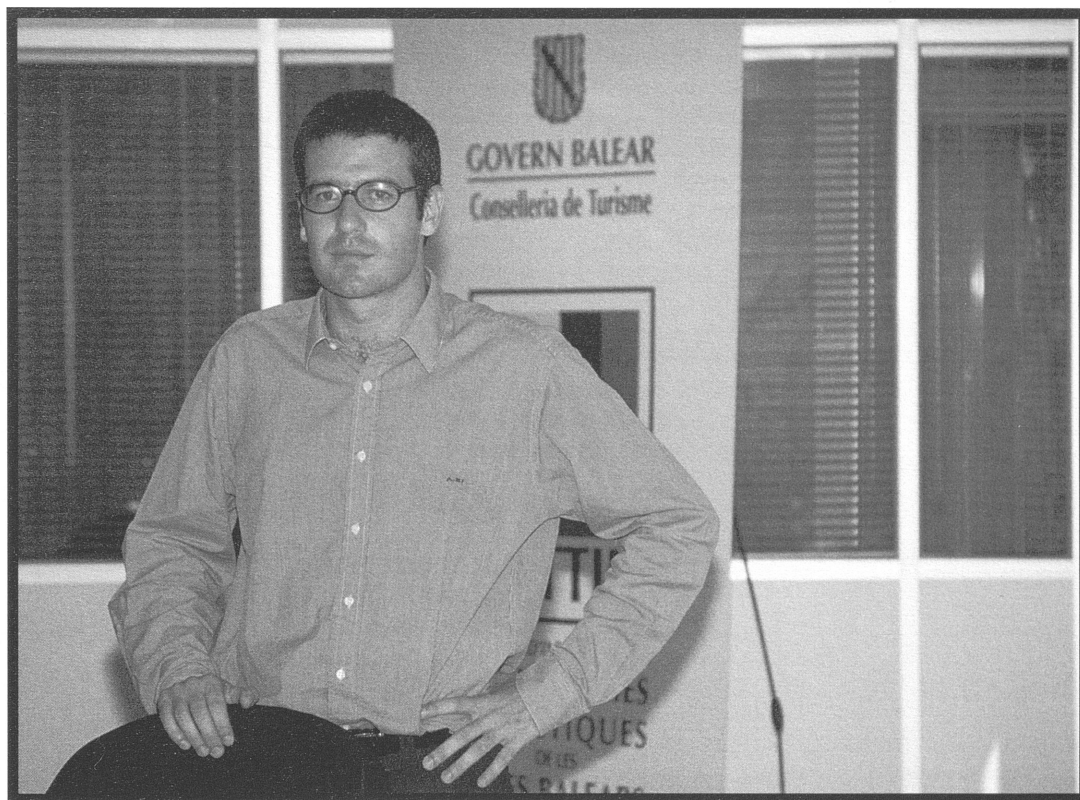
a la nostra alçada. En aquest moment ens hem de preparar per a això, perquè fins ara per desgràcies alienes hem tengut sort, però no sempre serà així.

-Quan aquests països competidors s'estabilitzin, què passarà?

-Què passarà? És la gran pregunta. Si coneixes, per exemple, quina motivació pot tenir una persona per venir aquí, pots dirigir-te a aquesta persona i oferir-li el que vol perquè no se'n vagi a una altra banda. S'ha de treballar en això, s'ha de conèixer molt bé el model, el nostre territori i el nostre client.

-En general cerquen sol i platja?

-S'ha d'intentar captivar els que cerquen altres coses. Ha vingut gent aquí i se n'ha anat sense tastar un producte mallorquí, sense conèixer res de la nostra cultura culinària, artesana, artística, etc. No han menjat ni una ensaïmada, per dir alguna cosa, i això no està bé, com que no hem dimensionat el sistema, perquè la gent pugui conèixer



les nostres coses i les pugui valorar, només coneixen la platja de davant l'hotel, la gent ha de veure que això és més que sol i platja i ha de voler venir per altres coses. En definitiva es tracta de conèixer-nos nosaltres mateixos i saber què cerca la gent. El mercat canvia i hem de conèixer molt bé aquest mercat, perquè així podrem adaptar-nos. Ara vénen pel preu, que és atractiu, perquè som a prop d'Europa i tenim un bon clima. Ara, si una persona ve a l'estiu i li agrada i veu altres coses, al final vendrà per una altra cosa, per sentir un concert o per veure altres coses i anirà cap a un altre tipus de turisme, consolidarà altres ofertes.

El millor negoci hotel·ler és virtual

Entrevista a Onofre Martorell

per Gina Garcías Sansaloni

Cinc anys ha dedicat el professor de ciències econòmiques i empresarials de la Universitat de les Balears, Onofre Martorell, a conèixer i sistematitzar el model de creixement de la indústria hotelera mundial, on els Estats Units, una vegada més, són la gran potència amb les vuit primeres cadenes del rànquing hotel·ler. Cinc anys i mil pàgines de text, basades en una bibliografia bàsicament electrònica, fan d'Onofre Martorell el més expert en aquest tema. En la seva opinió els grans empresaris turístics de les Balears no coneixen prou el model en què es basa el negoci turístic a l'economia globalitzada, un model que no necessita el suport de la propietat, sinó l'habilitat de la franquícia i el *management*, i que s'ha de bolcar, cada dia més, en el continent europeu, no ja com a font de clients, sinó com a l'espai on instal·lar els hotels urbans cada vegada més demandats.

Onofre Martorell Cunill va néixer a Palma el 1968. Llicenciat en ciències econòmiques i empresarials, és titular també d'un màster en direcció economicofinancera pel Centre d'Estudis Financers de Madrid. És professor de l'Institut de Finances d'Espanya, professor titular de finances del Departament d'Economia i Empresa de la UIB, professor i coordinador de finances dels màsters MBA i MTA de la UIB. El mes de març del 2001 va obtenir el doctorat en ciències econòmiques i empresarials amb la qualificació d'excel·lent *cum laude* amb proposta per a Premi Extraordinari de doctorat. És membre de la Junta de l'Escola Universitària de Turisme, directiu del Cercle d'Economia de Mallorca, i directiu i secretari fundador de la Institució economicopresarial Ignasi Viallonga.



"Les cadenes hoteleres. Model de creixement empresarial", aquest és el títol de la seva tesi, que ha merescut no només un excel·lent cum laude, sinó també la proposta per a Premi Extraordinari de doctorat. Què ha descobert?

-He estudiat el model de creixement de la indústria turística a nivell mundial. La globalització del capital turístic. He observat que de les deu cadenes hoteleres més grans del món vuit són americanes, i la dècima és la Cadena Sol Meliá, a molta distància. Va ser una gran sorpresa, que em va fer canviar tot el plantejament de la meva tesi. He analitzat cada una d'aquestes cadenes i finalment he fet una comparació entre totes elles.

-Quina és ara la recepta de l'èxit?

-Li posaré un exemple. Cendant, la primera cadena hotelera mundial, té més habitacions que tota la indústria hotelera espanyola. 540.000 habitacions a 6.400 hotels situats a tots els continents. Amb la segona cadena ja hi ha una diferència de 100.000 habitacions. Sol Meliá, que és la dècima, en té devers cent mil. Parlem d'habitacions, no de places. Aquestes dues primeres cadenes hoteleres controlen el 20% de totes les habitacions del planeta. No són deu empreses normals. I li donaré una dada encara més impressionant. De cada dues places que es creen al món, una pertany a una d'aquestes deu cadenes, el 50% de l'increment mundial. Això vol dir que aquesta ràtio del 20% passarà aviat a ser del 25%. Una barbaritat. Totes són americanes menys Sol Meliá i Acorn, que és francesa. La cadena Sol Meliá és sense cap tipus de dubte la que més s'atraca al model americà. És entre les deu primeres, però a molta distància dels

capdavaners. Actualment tanca el Top 10 mundial de cadenes hoteleres gràcies, també, en part, a l'OPA que Hilton Corporation ha fet sobre la cadena Promus.

QÜESTIÓ DE MENTALITAT

-Quin és el secret dels americans.

-La seva mentalitat. És absolutament diferent a l'europea. Li explicaré amb un exemple: un europeu li dirà a un amic: veus aquest hotel, aquests jardins, aquest paisatge, tot això és meu. Un americà dirà: veus aquest hotel, aquest paisatge, no hi ha res meu, jo només me'n duc els beneficis. L'hotelier europeu compra els balanços i en canvi l'hotelier nord-americà el que compra són els comptes de resultats dels establiments hotelers i no en vol saber res de la propietat de l'hotel. L'hotelier europeu -i els mallorquins són en aquest sentit plenament europeus- es fonamenta en el patrimoni. L'americà ha descobert la franquícia i el *management* com a forma de dominar el món. Aquesta ha estat la primera sorpresa. Cendant té 6.400 hotels. No hi ha cap edifici que sigui seu. És un altre món.

-Aquest és el model que s'imposa?

-És el que triomfa. Els mallorquins ens pensam que som els primers del món. I no ho som. Són dels millors, en sabem molt més que molts, però també hem de reconèixer que encara no ho sabem tot i que per tant, pens, tenim molt per aprendre, d'un Marriott International, un Hilton Corporation, un Sheraton, etc. Un tema: els americans valoren molt la marca. En tenen plena consciència.



al servei de la societat illenca

Hilton, Marriott. Nosaltres no tant. Els americans fan franquícia i contractes de gestió, mentre que nosaltres ens pensam que abans hem de comprar l'hotel, o en darrer extrem, llogar-lo.

-És un sistema més conservador, el nostre?

-Tot el contrari, molt més arriscat, tant econòmicament com financera. Els *managements contracts* i les franquícies permeten a les cadenes americanes poder créixer amb uns costos d'inversió insignificants si els comparam amb els costos de les nostres cadenes hoteleres.

SOL MELIÀ

-I per què Sol Melià, o qualsevol altre empresari europeu no fa franquícies i les cadenes americanes sí?

-És una qüestió de mentalitat i de marca. La idiosincràsia americana consisteix a dir, jo tenc doblers, sí, doncs ja vendrà algú que els sabrà gestionar millor que jo. Fan fons de pensions, d'inversions. Qui té els doblers no es creu que sigui el més indicat per manejar-los. Els mallorquins pensen que ho saben tot. Construeixen un hotel i després el volen gestionar.

-Com s'ha produït el procés de concentració hotelera americana?

-Aquestes cadenes són les deu més importants del món des de la dècada dels noranta. Hilton, Acorn i Marriott són les més antigues dins el prestigiós club de les deu cadenes hoteleres més grans del planeta. Els americans són molt agressius. Les estratègies de compra i de fusió són constants, espanten. Mentre aquí es compra un hotel, allà es fusionen dues cadenes, en operacions de milions i milions de dòlars. Cendant, per exemple, prové d'una fusió de 14 mil milions de dòlars. La concentració augmenta espectacularment. Per ascendir un lloc dins el rànquing necessites cent mil habitacions. Això dona una idea de l'envergadura d'aquestes megacadenes. Les cinc cadenes més grans del món són més grosses que la suma de les dues-centes cadenes més grans del món de fa quinze o vint anys.

MANAGEMENT

-L'estructura de la propietat hotelera a les Balears és un entrebanc?

-Miri. Sol Melià coneix la tesi. Altres cadenes hoteleres també. Però necessiten, abans de res, potenciar molt més el tema del *branding*. Si volen créixer, ho han de fer en *management* o en franquícia, però per a això, abans han de crear una imatge de marca consolidada mundialment. Cendant és un nom, però és també una fusió de nou cadenes hoteleres. Sol Melià ja comença a voler imitar aquest model.

-Així ha entrat la indústria hotelera dins el model d'economia globalitzada?



-Exacte. L'estratègia principal de Sol Melià, si miran les xifres del 2001, ja no és la propietat. Ja ha entrat en aquest model. La ràtio de propietat que tenia aquesta cadena fa uns anys ara ja és molt inferior, perquè ha augmentat en *management*.

L'ARREL FAMILIAR DEL TURISME BALEAR

-Però a les Balears el turisme va començar com un negoci familiar.

-I continua així i molt content que n'estic. Felicit les nostres principals empreses turístiques per l'èxit de la seva successió generacional. Però he de precisar: a les Balears hi ha tres mons. Sol Melià: la més americanitzada. L'única que cotitza en borsa si exceptuam NH. Després tenim un altre grup de cadenes importants: els Barceló, els Riu, els Iberostar... tenen un altre model. I després vénen les cadenes petites. Aquests dos darrers grups es fonamenten en la propietat. Com més marca tens, més et pots permetre el luxe de no tenir propietat. En canvi, com més petites, major percentatge de propietat tenen i menys coneguda és la marca.

-Això fa dèbil, el sector turístic balear?

-El fa més poc rendible. Basta comparar les ràtios de rendibilitat. Marriott té un ROI (rendibilitat econòmica) del 527%. En canvi, Acorn només té un ROI del 5%. Com veïem la diferència entre ambdós posa els pèls de punta. Quan un compra accions a la borsa cerca el màxim de benefici amb la mínima inversió. La rendibilitat econòmica dels que tenen hotels en propietat és baixa perquè tenen uns actius impressionants. La dels americans és molt alta perquè no han necessitat fer tanta inversió. Si Cendant té tants d'hotels és perquè no ha necessitat doblers per créixer. Els hotelers europeus necessiten milers i milers de milions per créixer. Cendant obre un hotel cada dia, o el que és el mateix una habitació cada quinze minuts.

-Això vol dir que a les Balears es fa artesanía turística?

-Els americans ens duen massa avantatge i crec que ha arribat el moment que comencem a despertar abans que sigui massa tard. Què hem de fer? El possible per seguir el seu model de creixement. Hem de deixar d'endeutar-nos, no hem de voler créixer en propietat, sinó gastar el màxim d'esforços en *branding*, en estratègia. Expandir l'empresa a través de la firma de contractes de franquícia, o millor encara, firmar *management contracts*.

-El president de la Federació Hotelera, Pere Cañellas, parlava que més de la meitat dels hotels de les Balears pertanyen a cadenes petites. I deia: "Ens hem d'agrupar per poder fer front als majoristes de viatges, abans que ens mengin". Què opina?

-És important fer-se grossos. Això és el més important. Quan més gros siguis més economies d'escala tindràs, i també més poder de negociació. Tot allò que signifiqui ajuntar-se, associar-se, amb una finalitat noble, benvingut sigui. S'ha de tenir una mentalitat constructiva, positiva, mai negativa.

CRÉIXER HORITZONTALMENT

-Ha de ser una associació horitzontal o vertical: hotelers amb hotelers, o tota la cadena del procés turístic?

-Aquesta és una altra gran diferència entre els europeus i els americans: els europeus volen associar-se en vertical: TUI, Thomson, Riu, Iberostar, Globalia... són models d'integració vertical, és a dir, tenen una estratègia de diversificació... Els americans, en canvi, creixen en horitzontal. No fan integració vertical. La seva estratègia és l'especialització. Saben franquiciar i gestionar hotels i és l'única cosa que fan. Allà funciona molt l'hotel de carretera, és un altre tipus de turisme. El 80% dels seus hotels són als Estats Units. Tenen un mercat domèstic molt gran.

-És un model que també haurien de seguir els europeus?

-És clar. No és el mateix tenir quatre-cents hotels que tenir-ne sis mil quatre-cents.

ESGOTADA LA INVERSIÓ A LES BALEARS

-A Mallorca, tan saturada, mai no vendran els Marriott, els Hilton... a quin lloc aniran a invertir en el futur?

-Aquí no es poden construir més hotels, miri els preus dels solars. Els capitals s'han de treure fora. On? Canàries també és prohibitiu. Els dos arxipèlags no poden créixer més. El sòl és massa car.

-Només per això?

-El mercat està molt rebentat. A les Balears es necessiten molts de metres per fer un hotel, i això significa haver de repercutir un preu prohibitiu al client. Això és inviable, perquè el nostre és un turisme



de masses. No fa falta que facin lleis, perquè ja no és viable, econòmicament, fer més hotels. A més, també és ben clar que no convé de cap manera continuar ampliant l'oferta. Quant als Marriott, als Hilton es dirigeixen fonamentalment al nostre continent i en segon lloc a Àsia, principalment l'Índia i la Xina. Per fer una franquícia, un *management*, és veritat que no hem de menester molts de doblers, però sí que hem de tenir uns actius immaterials, un *branding*, un *know how* i una serietat molt importants. Hi ha un fet molt curiós i és el següent: les cadenes americanes on menys s'han expandit és als seus països veïns i no ho faran fins mentre dubtin dels compromisos adquirits pels franquiciats quan firmen els diferents contractes. Però aviat els sud-americans s'adonaren que la picaresca no els convé a mitjan termini. Però el futur de la inversió hotelera és a Europa. Ara cada vegada és més demandat l'hotel urbà. A Europa, el turisme de congressos i de negocis cada vegada té més importància. És un turisme molt bo.

-Els hotelers de les Balears volen fer alguna cosa més que hostaleria de sol i platja?

-Les principals de les nostres cadenes ja ho fan. La meitat dels ingressos de Sol Melià ja prové del turisme urbà. Europa i Àsia són ara els continents on s'ha de dirigir la inversió turística. Els americans són molt pragmàtics. Best-Western va néixer així. Fent hotels a carreteres interestatals. Així va anar creixent, amb una xarxa d'hotels a la costa oest dels Estats Units. Varen crear un sistema de "recomanacions mútues", que després s'associaren per formar el Best-Western, el consorci hotelier més gran del món. Les cadenes americanes segueixen les *gateways cities* més importants del món per la seva expansió, és a dir, les ciutats amb molt de trànsit aeri. Aquest és el futur.

La Clau d'ONA

The background of the entire page is a sepia-toned photograph of a coastal landscape. In the foreground, there are large, light-colored rocks. Behind them, a hillside covered in dense, low-lying vegetation and some trees slopes down towards a body of water. In the distance, a large, rugged mountain rises from the water's edge. The sky is hazy or overcast.

PER ENTENDRE EL PRESENT, PER OBRIR EL FUTUR

El Parc Natural de Llevant, objectiu prioritari del Govern

(pàg. II)

Els indicadors de sostenibilitat turística conviden a reformar el model

(pàg. III)

El Consell de Govern va donar llum verda el mes de maig a la proposta de Parc Natural per a les muntanyes d'Artà, la costa i un entorn terrestre de prop de catorze mil hectàrees. Des de la Conselleria de Medi Ambient s'ha dut a terme una campanya informativa sense precedents a les Illes per tal que el procés d'aprovació sigui el més consensuat possible, al mateix temps que ha intentat convèncer els propietaris dels avantatges de la declaració tant mediambientalment com econòmica.

Es Caló.

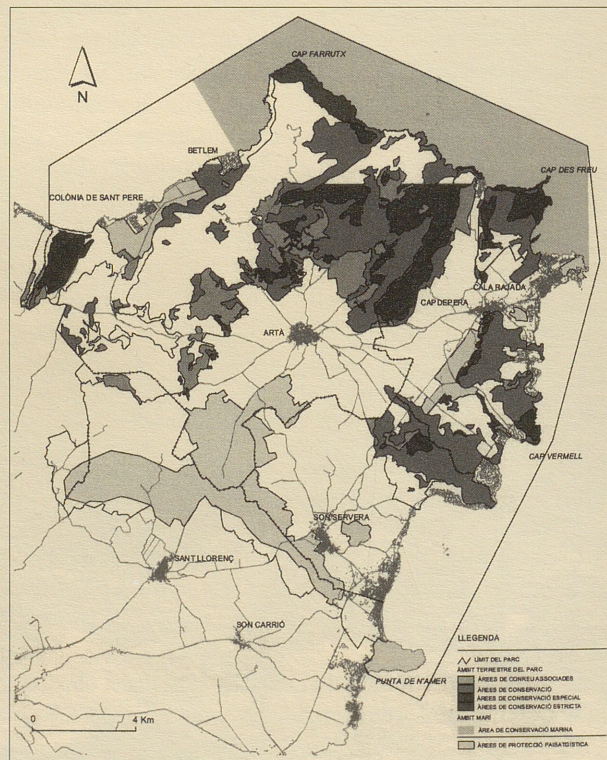
El Pla d'ordenació de recursos naturals de la península de Llevant, el PORN, contempla una extensió de parc de 17.860 hectàrees, de les quals prop de quatre mil són marítimes i la resta es reparteixen entre les muntanyes d'Artà i un cercle de protec-

Un parc que inclourà les finques públiques d'Albarca i es Verger, adquirides l'any passat pel Govern com un avanç del que es podria fer amb els doblers de l'ecotaxa, La consellera de Medi Ambient, Margalida Rosselló, va dir que per a la delimitació del parc s'han tengut en compte la seva importància ecològica, des d'un punt de vista estrictament natural i, endemés, altres conceptes vinculats a la conservació paisatgística i que tenen més a veure amb criteris de sostenibilitat econòmica. En definitiva, es parla d'un model de parc diferent als existents, ja que d'ell s'espera que sigui una eina per al desenvolupament econòmic i social de tota la contrada.

Precisament, la campanya informativa, que gairebé coincideix amb el segon aniversari del govern del Pacte de Progrés, ha significat un important intent de participació ciutadana entorn del Pla de recursos. Per al Govern, el PORN és una fita important que fa que el seu balanç de gestió pugui ser positiu. Si més no, n'hi ha prou a recordar les dificultats amb què topa per dur endavant totes les propostes relacionades amb l'ordenació territorial. Fa només un any la Conselleria de Medi Ambient, la d'Agricultura i l'executiu en la seva globalitat eren fortament qüestionats des d'organitzacions empresarials conservadores i de l'entorn del Partit Popular, que arribaren a l'extrem dels vergonyosos incidents de Son Servera o de la tractorada davant el Consolat de Mar. Mobilitzacions en les quals gairebé sempre es varen barrejar alguns pocs arguments de pes -la crisi del sector agrari és

Durant la campanya informativa, la consellera ha volgut deixar clar que no es realitzarà cap tipus d'expropiació, ni es farà cap gestió directa de les finques privades incloses dins del Parc. Reconegué que existia el dret de tempteig, però recordà que aquesta figura ja hi és i que el Govern ni l'ha aplicada mai ni en fa comptes en el futur. També assegurà que la declaració permetrà assolir ajudes europees i, en aquest sentit, serà un instrument de desenvolupament econòmic més que no un impediment, com han dit els seus detractors.

De fet, un any després de l'inici de la polèmica entorn del Parc, la situació s'ha capgirat o, com a mínim, l'executiu ha après a comunicar i a dialogar amb la societat sobre els seus projectes o, si més no, les enquestes que ha fet li auguren una opinió pública favorable al desenvolupament del parc i a totes quantes iniciatives tendeixen a reduir els impactes urbanístics i ordenen el territori... D'altra banda és probable que el debat sobre l'ecotaxa hagi servit per avançar amb els peus de plom, però sense renunciar a res. En aquest sentit, des del Govern insisteixen que si bé l'intent de negociació amb els hotelers ha acabat en un rotund fracàs, no es pot deixar de banda que segons les esmentades enquestes l'impost turístic compta amb un ample suport social i, sobretot, que té una finalitat que és aplaudida des de la Unió Europea.



Parc Natural de Llevant.

Un suport que ara cerca, precisament, sobre un dels plans que circulen en paral·lel a l'ecotaxa: un Parc Natural que, a l'espera de la tramitació del parc de Tramuntana, serà el més gran de les

Balears. Des de la Presidència i des de la Conselleria s'han dut a terme entrevistes directes amb els principals agents implicats, inclosos, evidentment, els propietaris de les grans possessions afectades. L'objectiu és cercar la seva complicitat o, almenys, la comprensió. Mallorca necessita aquest i altres parcs, com el de Tramuntana, però sobretot, com deia el batle d'Artà, necessita el valor afegit que significa la declaració per poder finançar la conservació de l'entorn.

ELS ECOLOGISTES VOLDRIEN MÉS

La Conselleria de Medi Ambient ha obrat amb una sensatesa que molts li negaven fa només un any, a pesar que això li hagi

suposat la crítica del GOB que creu que aquest PORN és "positiu, però insuficient"... perquè, entre d'altres coses, el grau de protecció de Punta de n'Amer -un dels cavalls de batalla de l'ecologisme mallorquí- serà insuficient, al seu parer. Però el mateix grup ecologista reconeix que el projecte respon a un nou concepte d'espai natural protegit, en el qual es pretén que les activitats econòmiques sostenibles siguin el motor de la conservació del patrimoni natural i cultural. La norma proposada no entrebanca cap activitat tradicional compatible amb l'activitat agrària, la pesca o la caça, ni impedeix, ans tot el contrari, protegir el patrimoni arquitectònic inclòs dins del Parc. És a dir, preveu que la gestió del medi natural no es fonamenti en una política simplement restrictiva, sinó en un model de sostenibilitat.

Els indicadors de sostenibilitat turística conviden a reformar el model

En plena guerra de xifres sobre el nombre de turistes que vendran enguany a les Balears, tengué lloc la presentació dels indicadors de sostenibilitat del Centre d'Investigacions i Tecnologies Turístiques. Uns indicadors que mostren com les Illes Balears són a l'estiu un dels territoris més densament poblats d'Europa, la qual cosa repercuteix en la qualitat del turisme i, segons es va dir, convida a la reflexió.

ONA

Macià Blázquez, director dels "Indicadors de sostenibilitat turística" del CITTIB destacà que el creixement demogràfic de l'estiu situen les Illes Balears en una densitat de població de 300 persones per quilòmetre quadrat, una de les més altes de la Unió Europea, la qual cosa explica la sensació d'ofegament que s'ha patit en els darrers anys.

Els indicadors de sostenibilitat són un dels primers treballs del Centre de Tecnologia Turística de la Conselleria de Turisme. Són 44 indicadors que reflecteixen la situació de les Illes Balears respecte del model de creixement que ha vigit en els darrers anys. En concret, les dades presentades fan balanç de la darrera dècada (1989-1999) un període durant el qual la capacitat d'allotjament s'ha incrementat quasi un 12% i el consum d'energia ho ha fet en un 55%.

També, com a exemple, es recull el fet que cada banyista només té 6 metres quadrats d'arena a s'Arenal o 38 metres si es té en compte la mitjana de totes les platges.

Els indicadors fan referència també al creixement del parc automobilístic, el consum de territori, la producció de residus i un llarg etcètera que completa una visió prou acurada de la realitat. La conclusió a què es pot arribar és que les Illes Balears han sobrepassat molts dels límits aconsellables per a la sostenibilitat i que, per tant, s'imposa una revisió a fons del seu model de desenvolupament.

TURISME DE FUTUR

A la introducció, l'informe destaca el paper essencial del turisme per a les Illes Balears després de mig segle d'activitat que l'han dut a convertir-se en l'autèntic motor de l'economia. No obstant això, de cara al futur, i per fer cas a la definició de turisme sostenible que dóna l'Organització Mundial de Turisme, aquest desenvolupament ha de ser compatible amb "la integritat cultu-

ral, els processos ecològics essencials, la biodiversitat i els ecosistemes". En aquest sentit, la realitat és que mentre el PIB per càpita s'ha incrementat en un 70,5% en el decurs de la dècada analitzada, les càrregues i els impactes territorials i socials que no es comptabilitzen al PIB, també ho han fet i amb escreix.

Segons va explicar el conseller de Turisme, Celestí Alomar, la missió dels indicadors és dotar l'Administració i els agents socials d'una eina objectiva d'anàlisi per facilitar "la presa de decisions polítiques que assegurin la continuïtat de la nostra principal activitat, el turisme, tot millorant les seves relacions amb l'entorn i fiant el benestar de tota la població".

INDICADORS DE SOSTENIBILITAT

Vehicles:

700.000 vehicles
840 per 1.000 habitants

Recursos:

Consum d'aigua: 232 litres per habitant i dia
Fems: + 5,2 % anual
Consum d'Energia: + 54 %

Habitatge:

Compra: + 46 %
Lloguer: + 55,8 %

Ocupació del litoral:

22 %

Turistes a s'Albufera.



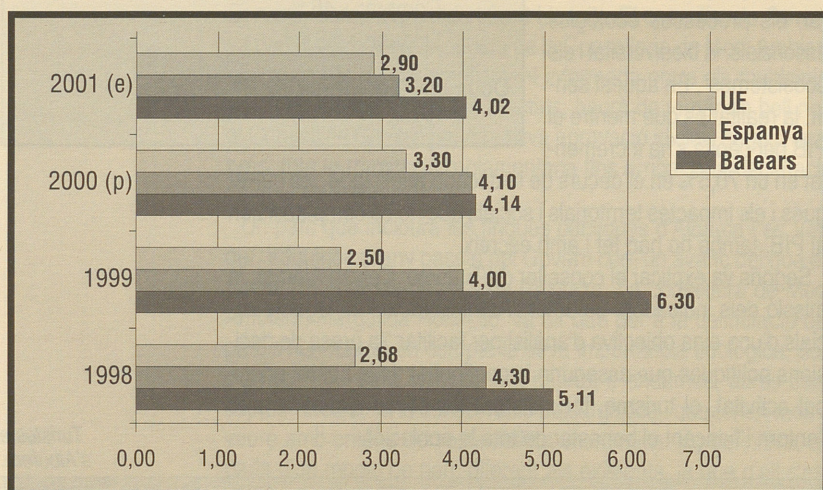
- CONJUNTURA -

El Govern refà a l'alça les perspectives de creixement per al 2001

Enmig d'un avís de crisi en el món hotel·ler -a causa del descens del turisme alemany- l'economia de les Illes Balears sembla haver-se instal·lat en una situació prou confortable, si més no pel que fa a la sostenibilitat del model de desenvolupament. Almenys així ho demostren les anàlisis econòmiques fetes pel Govern i "SA NOSTRA".

ONA

A pesar de l'alentiment econòmic que pateixen les economies occidentals i especialment la de l'euro, tot fa pensar que s'han instal·lat en un cicle de creixement de llarga durada. En aquest sentit les previsions per a enguany de l'economia balear eren d'un refredament que, no obstant això, no sembla ser tan greu com hom s'hagués imaginat inicialment. A pesar de les dificultats alemanyes, que es noten en el turisme, les perspectives són bones. Un nou horitzó davant el qual Govern ha revisat a l'alça les perspectives del PIB. Ho va dir el conseller d'Hisenda, Joan Mesquida, durant la presentació de les dades econòmiques corresponents al primer trimestre del 2001.



EU, Espanya i Balears.
Creixement del PIB 1998-2000.

El Govern preveu enguany un creixement del 4% del producte interior brut, només una dècima inferior al de l'any passat. Per sectors, un 3,8% en els serveis, un 6,8% en la construcció i un 3,7% a indústria, mentre que el sector de l'agricultura es mantindrà estable. Com es veu, la reducció del ritme de creixement, però creixement al cap i a la fi, es dona a la construcció.

Per illes, el creixement més important és a Menorca amb un 5%, mentre que a Mallorca i a les Pitiüses l'índex serà del 3,9%.

BONANÇA EN PERSPECTIVA

El conseller d'Hisenda ha destacat les bones dades econòmiques de la Gran Bretanya i, en menor mesura, les d'Alemanya, a pesar de la cotització a la baixa de l'euro que, segurament, haurà d'esperar en començar a circular, el gener del 2002, per remuntar el vol.

En qualsevol cas, segons el conseller d'Hisenda res no fa témer una recessió, ans al contrari. Hi ha bonança per molt de temps. No hi ha problemes i, si n'hi ha no són a causa de la desacceleració sinó del manteniment d'un alt ritme de creixement. Una situació que incideix clarament en el món laboral. Segons el Govern, a pesar de registrar un menor increment que en els anys passats, l'economia de les Balears continuarà necessitant mà d'obra venguda de fora per poder fer front als nous llocs de feina.

CONJUNTURA 2015

En termes molt semblants s'ha manifestat "SA NOSTRA" en fer conèixer les dades de conjuntura corresponents al primer quadrimestre d'enguany. L'entitat d'estalvi ha canviat el sistema d'elaboració i presentació dels seus informes, ampliant l'equip d'economistes i donant el principal protagonisme a la Plataforma 2015 que dirigeix Antoni Riera.

Segons les dades de "SA NOSTRA", l'economia de les Illes Balears ha entrat en un període d'estabilització, amb un creixement més sostenible que en aquest cas es fixa en un 3,5%, molt similar a l'any passat encara que una mica inferior a les previsions del Govern. Les raons són l'alentiment de la construcció, que ha passat de créixer un 13,6% en el 2000 a un 7% durant el primer quadrimestre d'enguany.

Però sobretot, l'alentiment s'ha vist en el turisme. Des del començament del 2001 aquest sector arrossega xifres negatives a causa d'una davallada generalitzada dels turistes alemanys, però aquest és un fet que, segons Miquel Alenyà, no tindrà continuïtat. El mercat alemany viu un període de recol·locació amb la incorporació de noves destinacions i la reincorporació d'altres que havien estat fora de l'oferta per qüestions extraturístiques, cosa que ha fet disminuir el nombre de turistes respecte als dos darrers anys.

En qualsevol cas, l'alta cotització de la lliura esterlina i l'increment d'ingressos dels treballadors britànics auguren un augment en aquest mercat que compensarà la pèrdua d'alemanys. D'altra banda, segons les dades aportades per l'equip 2015, l'economia de les Illes té un marge suficient per afrontar aquest període de menor creixement, com ho demostra el fet que continua creant llocs de feina. El principal problema és l'alta inflació, amb preus que creixen tant per damunt dels espanyols com dels de la Unió Europea, la qual cosa pot significar una pèrdua de competitivitat.

LA CAMBRA DE COMERÇ, TAMBÉ

La Cambra de Comerç, també ha revisat a l'alça les previsions sobre el creixement de l'economia balear per a l'any 2001 (del 3,2% al 3,6%) gràcies -es diu al seu informe- a l'estabilització dels ingressos totals per turisme, els quals se situen al voltant del bilió de pessetes. Una altra causa és el dinamisme de la construcció que, malgrat reduir el ritme encara no ha experimentat la desacceleració prevista per als propers anys. L'organització de la Cambra pronostica una temporada turística semblant a la de l'any pasta, amb l'única incògnita del turisme alemany.

En qualsevol cas, per a enguany es preveu una disminució de l'1% en el nombre total de visitants i un descens de la mitjana de dies d'estada per persona del 2%. No obstant això, la despesa per persona i dia s'incrementarà i contrarestarà el decreixement de les altres variables. L'any 2000 els ingressos per turisme a les Balears se situen en 980 mil milions de pessetes.

Les Illes Balears ja tenen Pla energètic

El Consell de Govern ha aprovat el Pla director sectorial que aposta decididament pel gas i per la construcció d'un gasoducte submarí. Una obra de 45.000 milions que és essencial per al futur de les Illes, però que ha de finançar l'Administració central. El Pla energètic pretén també potenciar les energies alternatives.

ONA

En un temps rècord, la Conselleria d'Innovació i Energia ha redactat el Pla director sectorial energètic de les Illes Balears que, finalment, ja aprovà el Consell de Govern el 6 d'abril passat. El

tal. Segons els estudis realitzats el gas natural podrà ser una realitat a les Illes Balears el 2004, un any abans del que s'havia previst inicialment.

El problema és el finançament que, d'acord amb el Règim Especial de les Balears, ha de correspondre a l'Estat per tal de no discriminar el territori de les Illes Balears respecte dels peninsulars, que ja disposen de xarxa gasística.

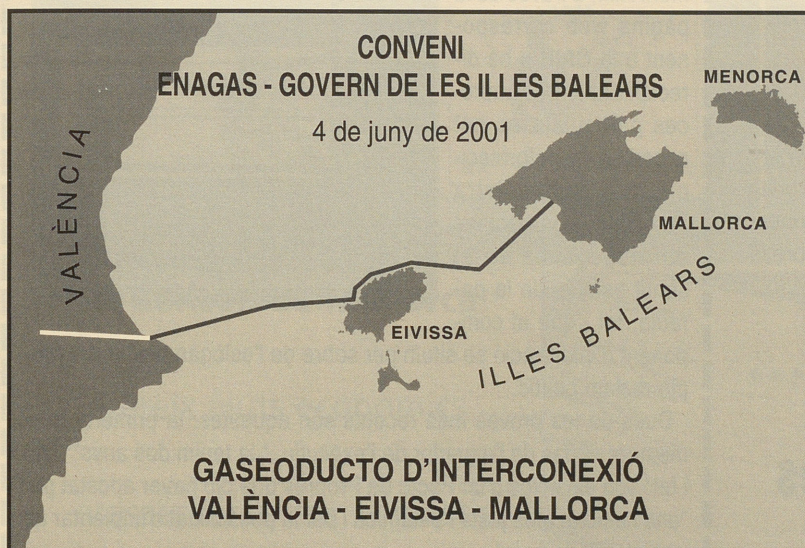
El cost del projecte és de devers 45.000 milions de pessetes.



El president Antic i el conseller Villalonga a la signatura amb ENAGAS.

ESTALVI ENERGÈTIC

No obstant això, l'objectiu del pla no només és garantir el subministrament energètic de les Illes, sinó dur a terme polítiques d'estalvi que facin que el seu consum sigui més racional. En aquest sentit, es vol arribar a la reducció de fins a un 22% del consum d'energies convencionals, substituïdes per altres d'alternatives. S'ha previst, per exemple, instal·lar 400.000 metres quadrats de plafons d'energia solar tèrmica, així com potenciar l'energia fotovoltaica i l'eòlica.



pla fa una previsió de les necessitats energètiques dels pròxims quinze anys i fixa les infraestructures que seran necessàries per abastar aquesta demanda, tant pel que fa a l'electricitat com a altres formes d'energia, d'acord amb els criteris de les DOT (Directrius d'Ordenació Territorial) que demandaven fomentar l'eficiència i l'estalvi en el consum, al mateix temps que la minimització dels impactes ambientals ocasionats pel subministrament, generació, transport i distribució d'energia.

CONVENI AMB ENAGAS

Segons el conseller d'Innovació i Energia, Príam Villalonga, el pla "aposta clarament pel gas natural, com l'energia més neta, la de més qualitat i la menys contaminant" que ha d'arribar a les Illes mitjançant un gasoducte que anirà des de la costa valenciana a Eivissa i Mallorca. Per això, s'ha signat un conveni amb l'empresa ENAGAS, amb la qual es faran els projectes que, posteriorment seran remesos al Ministeri d'Economia del Govern central per al seu finançament.

En efecte, un dels eixos fonamentals del Pla energètic és la utilització de gas natural que permet la producció d'energia elèctrica amb un elevat rendiment i un més reduït impacte ambien-

Neix a Palma "meliaviajes.com", una de les més grans agències virtuals del món

Sota el lema: el viatge que vols existeix, es va presentar a Palma "meliaviajes.com." Una agència de viatges virtual que pretén personalitzar l'oferta segons les necessitats de cada client. El portal d'Internet és alhora una agència de viatges i un majorista: organitza viatges per a tots els gusts, però també ofereix productes complementaris com llibres i maletes i informació general sobre el país que es vulgui visitar.

Amb seu a Palma i oficines a Madrid i Barcelona, aquesta nova empresa té previst expandir-se a Portugal, Brasil, Mèxic, Argentina i Miami. Encara que pertany al Grup Sol Melià, que hi ha invertit fins ara 3.000 milions de pessetes, opera de forma independent.

Aquest és un projecte molt ambiciós relacionat amb el Parc Bit. El grup Sol Melià participa a l'aliança AOL Avant, el major proveïdor de serveis d'Internet del món, del qual, entre altres, en formen part American On Line, el BSCH i Planeta. Els objectius per a l'any 2001 són rebre més de 4 milions de visites a la pàgina web, aconseguir 50 mil clients i facturar 4 mil milions de pessetes.

Informació del Govern a través del telèfon

ONA

La Conselleria d'Innovació i Energia ha posat en marxa un servei de telefonia WAP d'informació del Govern de les Illes Balears que permetrà als usuaris rebre informació actualitzada a través dels telèfons mòbils que utilitzen aquesta tecnologia.

Per connectar-se amb el servei WAP del Govern n'hi ha prou a accedir a l'adreça wap.caib.es/index.wml. Actualment ja es poden consultar diferents serveis ja inclosos a la pàgina web, com és l'organigrama del Govern, el Butlletí Oficial de les Illes Balears i les notícies del servei de comunicació.

El funcionament és senzill: basta prémer els diferents botons del mòbil i seguir les instruccions que apareixen a la pantalla per navegar a través de les seccions. Un petit menú d'opcions serveix de guia.

USUARIS D'INTERNET

Encara no hi ha dades sobre el nombre d'usuaris de la tecnologia WAP, però sí sobre l'ús d'Internet a la nostra comunitat autònoma. Segons un estudi de la Conselleria d'Innovació, els usuaris de les Balears connectats a la xarxa són el 17,8% de la població, tres punts més per sobre la mitjana estatal.

Tots els col·legis públics de les Balears disposaran d'accés d'alta velocitat a Internet

ONA

D'aquí a l'octubre de l'any 2002 tots els centres escolars públics de les Illes disposaran d'accés d'alta velocitat a Internet, el que es coneix com a banda ampla. Així ho han assegurat des de les conselleries d'Educació i d'Innovació, així com des de l'empresa Telefónica, que enguany, i només a la nostra comunitat, invertirà 7.200 milions en aquest tipus de tecnologia. De fet, les Balears són una de les comunitats més avançades en xarxes de telecomunicacions. A final d'any, el 90% de la població tindrà possibilitat d'accedir a la banda ampla.

Les Balears seran la primera comunitat autònoma on tots els col·legis públics disposaran d'ADSL, la banda ampla que permet l'accés a Internet d'alta velocitat i, a través de la xarxa, a canals de televisió digital. Segons declarà el director territorial de la Telefónica, Pedro Ortiz, aquest fet situa les Illes en una posició d'avantatge respecte d'altres territoris ja que la facilitat d'accés a la xarxa permetrà un millor domini per parts dels escolars.

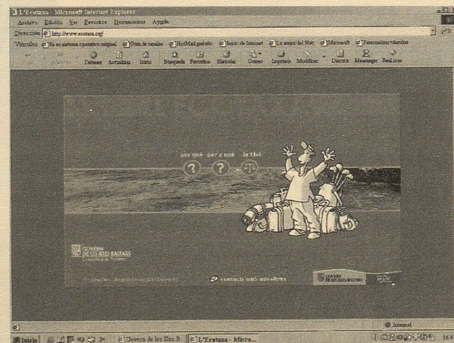
D'altra banda, el conseller d'Educació, Damià Pons, va informar durant la firma del conveni, que tengué lloc a l'Institut Son Pacs de Palma, que la informatització total del centres educatius de les Illes coincidirà també amb la data assenyalada.

Adreces a la XARXA

Propaganda del Govern a la xarxa

El Govern utilitza les noves tecnologies per fer arribar els seus missatges als ciutadans de les Illes i, de rebot, a tot el món. Així, a través de la pàgina web corresponent a la CAIB o bé directament amb les adreces particulars es pot accedir a les informacions que subministra l'executiu. Són pàgines de propaganda en el sentit estricte de la paraula, tot i que el component d'informació se situï per sobre de l'eslògan fàcil o del simple reclam polític.

Dues de les proves més recents són aquestes: la primera commemora el pas de l'equador de l'executiu. "Ja tenim dos anys" i "dit i fet" són els eixos d'un Pacte de Progrés que diu haver apostat per "una societat més justa i dinàmica i per la possibilitat d'implantar un nou model de país".



Des de la pàgina inicial 2anys.caib.es s'accedeix a les principals actuacions socials del Govern: transport, treball, medi ambient, habitatge, educació, sanitat, turisme, economia, innovació... El resum és que dos anys donen

per a molt, però que encara hi ha molt a fer i que, en definitiva, això només és el principi.

L'altra proposta se centra en una única acció: l'ecotaxa. Un nom inadequat que el mateix Govern ha arribat a fer seu a base d'emprar-lo i perquè constitueix a hores d'ara una bandera de les polítiques mediambientals relacionades amb el turisme. Mitjançant www.ecotaxa.org la Conselleria de Turisme explica les raons i la llei en si mateixa. I a més de fer-ho en català, també utilitza el castellà, l'anglès, el francès i l'alemany. Evidentment perquè se n'assabenti tota Europa.

Tenim una llengua que ens identifica oferiu-la demanau-la



El Consell de Mallorca

ofereix ajuts econòmics

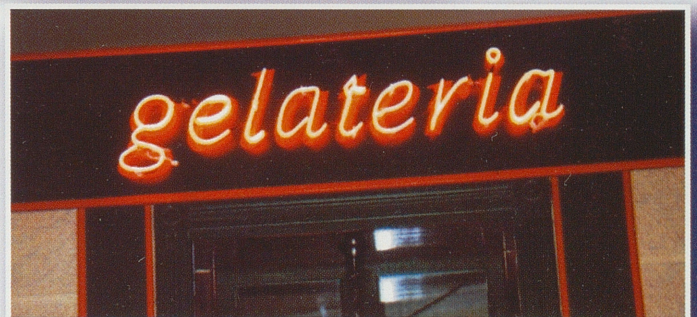
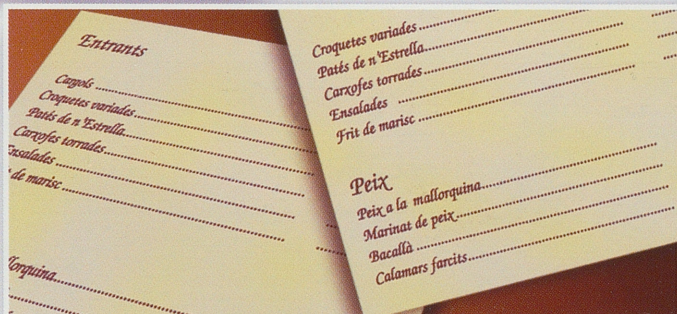
i assessorament lingüístic

als empresaris per a la

retolació dels establiments i l'edició

de material imprès (factures, albarans,

bosses, cartes de menú...) en català.



Consell de Mallorca
Departament de Cultura i Joventut

Per a més informació i assessorament:

Servei de Normalització Lingüística



(eco)taxa

MÉS

per a les Illes

Amb l'ecotaxa que pagaran els turistes, les Illes Balears obtindran:

- (•) Més finques públiques que seran patrimoni de tots.
- (•) Més conservació del paisatge.
- (•) Més camins recuperats per a l'excursionisme.
- (•) Més restauració del patrimoni natural.

L'ecotaxa és i serà la millor contribució per fer un país de quatre illes més gran i obert al futur.



GOVERN
DE LES ILLES BALEARS

Quatre illes **un país** cap frontera