

Turisme d'espardenyeta



El president José Ramón Bauzá, reunint amb la cúpula de la Federació Hotelera de Mallorca.

“Gaudiu d’unes vacances inoblidables. Sol, platja, mar i nit animades des de 26,5 euros per persona i dia.”

Aquest es un dels molts anuncis que es poden trobar a internet d’ofertes de *tot inclòs* a Mallorca. Un altre: a Can Pastilla (Palma), a pensió completa en un hotel “a només 100 metres de la platja i amb accés fàcil a la històrica ciutat de Palma”, per 30 euros per persona i dia. Un altre, al Port d’Alcúdia, des de també 30 euros per turista i jornada. A Palma Nova (Calvià), des de 28 euros... També és cert que són de les ofertes més barates. La mitjana és més elevada: al voltant de 45 euros per persona i dia, si més no aquest és el preu que EL TEMPS ha pogut trobar als establiments que s’ofereixen com a establiments “de mitjana qualitat”. N’hi ha, és clar, de més cars. Però sobretot hi sovintegen els preus barats, i cada any n’hi ha més:

Enguany, el turista del ‘tot inclòs’, que no gasta gens fora de l’hotel, creix a Mallorca, i podria créixer encara més els anys vinents.

enguany el *tot inclòs* serà entre el 20% i el 25% del total de l’oferta de paquets turístics. Aquest fet preocupa i fins i tot és vist com un perill econòmic per a Mallorca. Perquè un turista que estueja a l’illa per un preu d’uns 30 euros, quina despesa pot fer, fora de l’hotel? Més aviat baixa, per no dir nul·la. I, en canvi, consumeix aigua, electricitat... Conseqüentment, la creació de riquesa social és molt minsa.

El ‘tot inclòs’. En el sistema de comercialització de paquet turístic anomenat *tot inclòs* el client paga al majorista, al lloc d’origen, un preu tancat en canvi d’una setmana d’estada a un hotel de Mallorca –també d’Eivissa– amb tots els serveis inclosos. És a dir, viatge més tot allò que podrà necessitar durant les vacances: esmorzar, dinar, sopar, beure, habitació amb la neteja corresponent i, de vegades, també la diversió: de dia, activitats per als nins sobretot, i de nits, ball.

El sistema no és bo ni dolent per si mateix. Tot depèn de quin tipus de *tot inclòs* sigui. Un hotel de quatre estrelles que oferesqui el servei a 80 o 90 euros no atraurà un turisme de màxima gamma, sens dubte, però serà d’un client amb prou capacitat adquisitiva per a sortir a fer una volta, visitar Palma i més indrets, dinar o sopar alguna vegada en un restaurant, comprar algun

record, prendre's alguna cervesa en un bar, sortir de nits en una discoteca i prendre-hi un combinat... En definitiva: fer despesa. Ara bé, un turista que arriba a Mallorca havent comprat un paquet d'estada a pensió completa, que li representa al voltant de 30 euros per dia, té poca capacitat –i voluntat– de fer despesa extra.

Tenir clients que paguen tan poc vol dir que la qualitat d'allò que se'ls dona ha d'estar necessàriament a l'altura. Per tant, l'empresari ha d'oferir-los un menjar que (si bé és correcte) no ajuda precisament a escampar bona imatge del turisme balear. Per una altra banda, com que aquest turista gairebé no gasta fora de l'establiment, l'oferta complementària –botigues de regals, bars, restaurants...– en surt perjudicada. Però no és només aquesta oferta específica de zones turístiques. El comerç mallorquí, en general, té a l'estiu una tradicional punta de vendes. Amb la comercialització massiva del *tot inclòs*, les recaptacions són més baixes. I la contractació de personal –el comerç

és el segon sector en ocupació– en surt perjudicada.

Menys consum. És justament aquest vessant del *tot inclòs* el que més preocupa. Ho diu Rafel Rubio, president de PIME-Mallorca, per al qual l'extensió d'aquest turisme “impedeix que la recuperació econòmica sigui més ràpida”. Segons aquesta patronal, el turisme tan barat que arriba a l'illa a través del sistema de contractació esmentat fa disminuir seriosament el consum: “Arriba una família a Mallorca i es queda tota la setmana a la piscina [de l'hotel] perquè a vegades ni a la platja no van, per por de no gastar en cap extra.” Les pimes s'ha mostrat molt batalladores contra el *tot inclòs*, d'ençà que els anys 2002-2003 es notà un repunt molt important en aquesta mena de contractació. “El *tot inclòs* pot funcionar a Llatinoamèrica, on no hi ha una oferta complementària com la nostra. Però a Mallorca, amb una oferta complementària de qualitat i potent, no se'n pot permetre

l'extensió.” El diagnòstic de la petita i mitjana empresa és clar: els qui s'abocuen a aquest sistema de contractació són “hotelers que no volen perdre places, en les quals no inverteixen, que ofereixen *tot inclòs* per a no apujar tarifes i omplir atraient una mena de turisme que no consumeix fora de l'hotel”, amb la qual cosa se'n ressent tota la resta de l'economia que viu del consum.

Entre la crisi econòmica general i el creixement d'aquest turisme d'espardenyeta, els botigues no se'n surten. Segons una enquesta recent de PIME, entre els comerciants mallorquins, sobre les vendes el mes de juny, el 56% considera que ha estat pitjor que el de l'any passat, el 15% troben que millor i la resta, sense canvis significatius. Una altra: els primers dies de la campanya de rebaixes de juliol no han satisfet les expectatives del 60% dels comerciants de Mallorca, segons la mateixa patronal.

EL TEMPS ha parlat amb comerciants i encarregats de bars del centre de Palma, de la platja de Palma (Can Pastilla i s'Arenal) i de Santa Ponça (Calvià). El denominador comú és, com diu Antonio, cambrer d'un bar del centre de Palma, que “turistes sí que n'hi ha, molts, sobretot el dijous, quan arriben els creuers italians; ara, doblers... saps que en duen pocs”. Bel, propietària d'un establiment de venda d'aliments a la zona turística de Can Pastilla –que obre durant vuit mesos l'any– troba que “enguany hi ha molts de *guiris*, però gasten molt poc: ahir vaig vendre a una família anglesa, formada per la parella i un fill petit, quatre panets, una barreta de xocolata, una botella d'aigua de litre, dos plàtans i una capseta de formatge. Es varen asseure aquí davant, i a dinar”. Mario, cambrer d'un restaurant-pizzeria de Santa Ponça, lamenta que “les propines es van esvaint, més cada any que passa, no gasten sinó allò que és imprescindible”.

Govern i hotelers. Malgrat que els comerciants es queixen per l'extensió creixent del *tot inclòs*, és ben cert que ni als hotelers ni als majoristes de paquets turístics no els preocupen gens ni mica els efectes nocius que pot tenir sobre l'economia il·lenca.

Molts de turistes i pocs contractes

L'estiu d'enguany serà molt bo, quant a ocupació hotelera. L'avanç del mes de juny deixa bones xifres a tot Mallorca. Això sí: amb un creixement notable del *tot inclòs*. I els hotels que el comercialitzen no acostumen a contractar tant personal com els altres, perquè l'empresa propietària de l'establiment –o la que el gestiona– ha de reduir al màxim les despeses. El negoci, justament, està a saber extreure un saldo positiu entre els ingressos baixos i una despesa de manteniment de l'hotel i de servei al client que sigui la mínima possible. Així doncs, com més es generalitzi aquesta mena de turisme en la gamma més baixa, més davallarà la tendència a contractar treballadors. Tot i que no se'n pot extreure una relació directa, de segur que té alguna influència en la poca contractació general que s'observa enguany.

Les xifres de desocupació el 30 de juny són relativament bones, a les Balears. Perquè hi ha uns 2.000 desocupats menys que no l'any passat a la mateixa data. En total, n'hi ha 71.949, contra els 73.917 de fa un any. S'hi crea ocupació neta, per poca que sigui. Tanmateix, la xifra és molt superior a la del 2008, 36.929, que fou el primer estiu de crisi, i infinitament superior a la que era habitual durant els anys anteriors: entre els anys 2000 i 2007, oscil·là entre 19.000 i 27.000. Heus ací la gran diferència entre aquella normalitat perduda i la normalitat actual, en què se celebra que la desocupació hagi baixat de només 2.000 persones.

Malgrat l'arribada multitudinària de turistes aquest estiu, la llista d'inscrits en demanda d'una feina a l'hoteleria balear ha baixat només d'un 15,9%. Va molt pitjor la construcció, on augmenta un 1,4%, o els serveis, on només baixa d'un 8,2%. Però, tenint en compte que enguany l'allau de turistes és molt important, és clar que alguna cosa falla. Per ventura que quasi una part de les places venudes en paquets es comercialitza amb el *tot inclòs* i que, per tant, es crea molt poca feina?

La setmana passada va tenir lloc una reunió entre la cúpula de la Federació Hotelera de Mallorca, el conseller de Turisme, Carlos Delgado i el president del govern, José Ramón Bauzá. Segons que va transcendir a la premsa, els hotelers feren un seguit de demandes als polítics: que lluiti per a convertir l'aeroport de Palma en un centre de distribució de passatgers en vols internacionals; que concreti i acceleri la conversió d'hotels en *condhotels*, i la transformació d'usos turístics en residencials. Així mateix, demanaren que el govern presentàs un pla de xoc contra l'oferta il·legal i que reformàs la llei general turística amb l'objectiu de reduir la burocràcia i "generar seguretat jurídica". El president expressà el seu acord amb les peticions empresarials. *Tot inclòs?* Ni una paraula. Canvi de model turístic, com reclamen els sindicats UGT i CCOO, per a aturar la precarització laboral, que és la norma actual, deguda, entre més raons, a la generalització del *tot inclòs*? Ni una paraula, tampoc.

L'arreglament del govern amb els hotelers és absolut. I els hotelers no volen fer cas de la petita i mitjana empresa. El seu negoci és omplir els establiments. La resta, tant se val. Mentre el *tot inclòs* els surti rendible el continuaran explotant. I tot fa pensar que, d'ofertes de majoristes, n'aniran tenint. Perquè aquest sis-



A Mallorca, cada vegada hi arriben més turistes amb el *tot inclòs*.

tema de contractació no parará de créixer. El president del majorista TUI-Alemanya, Volker Buttcher, deia el mes passat que "enguany serà un any excel·lent per al turisme balear" a causa de l'allau de visitants. Però advertia que "no cada any serà igual". D'aquí ve que aconsellàs als hotelers illencs "que vagin alerta amb la política de preus". És a dir, que no els apugin. Terreny adobat per a abocar-

se al *tot inclòs*. Per això troba que les Balears "hi han d'apostar", perquè "si enguany està al voltant del 20%" seria bo "que arribàs a un terç de l'oferta dels paquets turístics".

Entre l'una cosa i l'altra no pareix, doncs, que el perillós *tot inclòs* vulgui minvar, ara com ara. Més aviat al contrari.

Miquel Payeras

Breus

Es consuma el relleu al capdavant de la patronal valenciana

Des de la setmana passada, José Vicente González, empresari del sector del metall, és el nou president de la patronal valenciana Cierval, en substitució de Rafael Ferrando, que n'ha estat màxim responsable durant dotze anys. En la primera intervenció com a president, González va apel·lar a la responsabilitat dels empresaris i va defensar l'aplicació de models de gestió més moderns en l'administració, amb l'objectiu d'estalviar sense reduir prestacions. Sense esmentar-ho obertament, va criticar la política de grans esdeveniments. L'arribada de González marca un punt i a



González (esquerra) saluda Ferrando.

banda en les relacions entre patronal i administració. Amb un to discret i poc reivindicatiu, Ferrando havia estat una figura molt còmoda per als polítics, al contrari que González. Cap representant de la Generalitat no fou present en l'acte de proclamació del nou president.

L'estat apel·la al "patriotisme" per a pagar infraestructures

Madrid no descarta d'apujar els impostos per a pagar carreteres. "Espanya haurà de plantejar-se seriosament si amb els recursos de què disposa som capaços de tenir el millor estat del benestar, les millors autovies i la menor càrrega impositiva", sentenciava el ministre José Blanco. El ministre considera que a l'estat espanyol "li manca una mica de patriotisme, perquè tot ens ha sortit gratis", i ho justifica dient que Espanya ha arribat a invertir l'1,16% del producte interior brut en infraestructures, mentre que els Estats Units, Alemanya o el Regne Unit hi inverteixen per sota de l'1%.