

“Los beneficios de la buena temporada no calarán sin mejor productividad, renta per cápita y competitividad”

“Los hoteleros hemos sufrido una campaña negativa sobre condiciones laborales que no refleja nuestra realidad”

“Las campañas instrumentadas que ha habido no ayudan a la confianza entre agentes económicos y Govern”

cido y por eso se hacen determinadas afirmaciones. Además hemos tenido la desgracia de tener una campaña en estas últimas temporadas totalmente derrotista o negativa hacia nosotros en relación al mercado laboral y las condiciones laborales que no refleja la realidad de nuestras empresas. Son empresas familiares con una muy alta protección a los trabajadores y una elevada lealtad de las empresas a los trabajadores y de los trabajadores a las empresas.

—Las denuncias sobre las malas condiciones laborales vienen de los propios trabajadores. La situación de las camareras de piso es muy real.

—No hay tantas denuncias que vengan de los trabajadores. De todos modos el marco laboral es el convenio colectivo y desde la Federación siempre hemos dicho que quien no cumpla, que se denuncie y persiga. Pero esto no refleja ni la realidad sectorial de la mayoría ni las situaciones de protección, continuidad, crecimiento del empleo, con más de 6.000 puestos de trabajo creados en esta temporada. Eso en una industria en la que tenemos muy claro que nuestro principal factor de competitividad es el capital humano. En determinados temas, sobre todo de denuncias públicas que se han hecho, hay que diferenciar la demagogia de la resolución de problemas. Es verdad que en la industria, no solo en el colectivo de camareras de piso sino también en otros colectivos, tenemos que apostar por unas jubilaciones anticipadas, el reconocimiento de determinadas enfermedades profesionales y por la disminución de



Inmaculada Benito, durante la entrevista.

las bolsas de paro juvenil y parados de larga duración salidos de otros sectores. Eso no lo podemos hacer solos. Eso tiene que basarse en la cooperación público privada, la confianza y complicidad entre los agentes económicos y el Govern. Desde luego las campañas instrumentadas que ha habido no ayudan a eso porque se produce una pérdida de confianza, de complicidad. Además esa no es la realidad del sector.

—¿Por qué dice que el impuesto turístico no es medioambiental?

—Se va a destinar a unos proyectos que son una emergencia vital para Balears, como son las infraestructuras hídricas. Perdemos un elevado porcentaje de agua por la situación en la que se encuentran. Para eso ya hay un impuesto, el canon de saneamiento de agua, que jamás se ha aplicado para lo que se creó y que además no lo pa-

gan sólo los empresarios sino todos los ciudadanos de Balears. Estamos tapando ese agujero por la mala gestión sobre los impuestos existentes con otros fondos. Además, las finalidades que se plantean en la Ley forman un saco lo suficientemente amplio para que no vaya sobre las externalidades medioambientales.

—El 70 por ciento de los turistas que viene a Balears opta por el alojamiento hotelero, pero el incremento que ha pulverizado las cifras se ha producido en la vivienda vacacional.

—Tenemos una batalla que es la de todos. Lo que está en juego ahora es el decidir qué modelo turístico queremos para Balears, si uno basado en la economía reglada, de generación de empleo y mejora del bienestar de los ciudadanos o queremos un modelo del todo vale, basado en la economía del

pelotazo, de la economía sumergida y donde los incrementos de capacidad nos obligarán a ampliar las infraestructuras y por tanto aumentar el gasto sin obtener un nivel de ingresos correspondiente y sin corresponder tampoco en la generación de empleo. Es un debate de todos, no un debate hotelero.

—En el que los hoteleros, lógicamente, tienen especial interés.

—El posicionamiento hotelero es muy claro: crecimiento territorial cero y crecimiento en capacidad, cero. Eso no quiere decir que el mercado de los alquileres deje de funcionar o que no se tengan que seguir rentabilizando los patrimonios particulares o empresariales. Eso quiere decir que no se puede incorporar al sistema turístico indefinidamente toda la capacidad que existe. Quedan 26 millones de metros cuadrados por desarrollar en urbano. Si todo eso se desarrollara podríamos llegar a recibir unos 20 millones de turistas. No abogamos por ese modelo. Abogamos por el modelo de crecimiento capacidad cero. Desde los años ochenta tenemos un techo hotelero que se cumple a rajatabla. No entendemos que por una tendencia se intente quebrar este modelo de bienestar. Eso no quiere decir que no tenga que existir el turismo residencial, que siempre ha existido, pero siempre con un equilibrio y en Balears ha predominado el modelo reglado.

—¿Detrás de ese rechazo no está una batalla por el control del negocio?

—No es un tema de competencia. Claro que está encima de la mesa también, pero es un tema de que el crecimiento en plazas hoteleras en los últimos quince años ha sido de 1.500 plazas y en el de plazas no hoteleras ha sido de más de 100.000. El índice de presión humana en plazas de alojamiento reglado ha bajado y en el no reglado ha crecido un 127%. Lo que está en juego es qué queremos del modelo económico de Balears. Debemos ir a un modelo económico que añada valor social. No podemos ir a un modelo económico del pelotazo, especulativo.

—Al final, de un modo u otro, todo lleva a la necesidad de limitar la llegada de turistas

—En el siglo XXI poner límites no es una medida inteligente. Lo que hay que hacer es actuar sobre la oferta, no sobre la demanda. No te-

nemos problema de demanda sino de oferta. En parte, se resolvió con la Ley Turística en términos de obsolescencia de la oferta y debemos seguir incentivando ese camino. Por otro lado se debe actuar sobre la oferta ilegal que se ha incorporado al sistema que es la que está realmente devastando las infraestructuras generando externalidades mucho mayores que las que genera la oferta reglada.

—El Ayuntamiento de Palma ha anunciado una fuerte subida del precio del agua.

—Es una medida para restarnos competitividad. Palma se está distinguiendo por ser una ciudad en la que la regeneración de la trama urbana ha venido acompañada de inversiones hoteleras punteras. Eso ha permitido que la ciudad tenga un éxito no solo como destino turístico. Sin embargo, las medidas de gestión que se aplican siempre penalizan a los empresarios que están haciendo las cosas bien para lograr esto. No hemos entendido esta decisión y estamos esperando que se nos explique. Lo analizaremos con rigurosidad para ver hasta qué punto es justo o estamos ante otra medida ideológica. Mire, hace mucho tiempo que está hecha la canalización y nunca se ha hecho la conexión para regar los jardines de la Playa de Palma, por lo que se riega con agua potable. Hay que ser coherentes y no hacer medidas demagógicas, discriminatorias y siempre enfocadas a perseguir al empresario, que sinceramente no creo que sea el más malo de la película.

—¿Con quien se lleva mejor, con Biel Barceló o con los consellers de Turismo de la pasada legislatura?

—Me llevo bien con todas las personas con las que trabajo. Al final tienes relaciones intensas y se genera una empatía. Desde la posición que ocupó trabajo con personas de distintas ideologías y partidos con mucha satisfacción con todos ellos.

—Se les suele ver más cómodos cuando gobierna el PP.

—Yo diría que quizá con determinados gobiernos hemos sido capaces de que la colaboración público privada se optimice de mejor manera. Pero creo que todavía estamos a tiempo de optimizarla con el actual Govern. Hacemos esfuerzos por ambas partes para que así sea.

De lunes a miércoles **OFERTAS del 03 al 05!** de octubre

EROSKI **aprop**

2ª unidad **-70%**

En eroski hasta 11 de octubre

<p>DODOT Pañales Sensitive T2 y Activity Extra T3, T4 y T5</p> <p>COMBINA COMO QUIERAS</p> <p>2ª unidad -70% 6,75 €/ud</p> <p>pvp 22,49 €/ud</p>	<p>FLOR Suavizante concentrado azul, 45 dosis</p> <p>2ª unidad -70% 0,90 €/ud</p> <p>pvp 2,99 €/ud</p>	<p>Kiwi Zespri granel</p> <p>3,55 €/kg</p> <p>2,49 €/kg</p>	<p>Pechuga de pollo granel o bandeja, kg</p> <p>5,35 €/kg</p> <p>4,99 €/kg</p>	<p>Jamón cocido Eroski Basic, al corte</p> <p>7,95 €/kg</p> <p>5,95 €/kg</p>	<p>Pepito de crema 2 und</p> <p>1,65 €/U</p> <p>1,15 €/Und</p>
<p>SKIP Detergente líquido Active Clean 22 dosis</p> <p>2ª unidad -70% 1,39 €/ud</p> <p>pvp 4,64 €/ud</p>	<p>LA ESPAÑOLA Aceite de oliva virgen, 1L</p> <p>2ª unidad -70% 1,50 €/ud</p> <p>pvp 4,99 €/ud</p>	<p>Cogollos bandeja 3 und</p> <p>1,10 €/U</p> <p>0,85 €/Und</p>	<p>Traseros de pollo granel o bandeja, kg</p> <p>2,30 €/kg</p> <p>2,19 €/kg</p>	<p>Queso semi Gran Capitán, 250gr</p> <p>3,54 €/U</p> <p>2,50 €/Und</p>	<p>Lubina crianza 300-400g, pieza</p> <p>7,70 €/Kg</p> <p>7,20 €/Kg</p>