

LEY TURÍSTICA Y POLÍTICA TURÍSTICA: ASÍ, NO



TRIBUNA

Alfonso Rodríguez Badal

► Portavoz del grupo municipal socialista en el Ayuntamiento de Calvià y secretario general de la Agrupación Socialista de Calvià

Diversos estudios como el de **Exceltur** señalan que la actividad turística en Balears supone el 48% de nuestro PIB, y más del 30% de contrataciones laborales directas. Los datos hablan por sí mismos de la capital importancia del turismo para nuestra economía. Además, conocemos los problemas que padece: la excesiva estacionalidad, la madurez de nuestros destinos y productos turísticos, y la realidad de una menor competencia de otras potencias turísticas como Marruecos, Egipto, Túnez etc., que cuando sean capaces de recobrar la estabilidad social, es lógico que recobren también esta cuota de mercado que ahora recalca en nuestras islas.

Pues bien, ante la evidencia del peso de la empresa turística en nuestra sociedad y la constatación de sus problemas y riesgos, deberíamos estar en un permanente proceso de debate, discusión y, sobre todo, de acuerdos, con una evaluación de la situación actual, de los riesgos y amenazas, de sus retos y oportunidades, y trazando un plan a medio-largo plazo. Y nada de esto se está produciendo.

Ha habido decisiones desde el gobierno de Rajoy que han supuesto duros golpes, como subir el IVA turístico en vez

de bajarlo, o subir las tasas aeroportuarias en vez de llegar a una cogestión de aeropuertos que nos permita márgenes de competitividad por nuestra condición de islas, y poder así ganar conectividad, frecuencias o nuevas rutas. Han sido pasos en la dirección opuesta. Pero nuestro Govern tampoco acierta. Ha diseñado y aprobado en solitario una Ley Turística que es más una ley urbanística y hotelera, que turística. Una ley que surge del consenso sólo con una parte del sector, con los grandes hoteleros, ni siquiera con hoteleros más enraizados en Balears y que aún tienen sus negocios aquí.

► **¿Por qué no es una buena Ley Turística?**

En primer lugar porque apuesta por un modelo desarrollista que no es el que necesitamos, un modelo que permite de nuevo un excesivo consumo de territorio, cuando todos sabemos que el nuestro es frágil y limitado y representa además nuestro gran activo y atractivo turístico. La ley permite acabar con suelos rústicos con un supuesto impulso al turismo rural, provocando justo aquello de lo que huye quien busca en el turismo interior la calma y la tradición. Autorizar ampliaciones y obras en suelo rústico sin las evaluaciones previas de impacto ambiental, no supone ninguna garantía de crecimiento ordenado y respetuoso con el medio ambiente y el paisaje rural.

En segundo lugar porque legítima el cambio de uso de hoteles a residencial, con lo que, bajo el pretexto de amortizar plazas obsoletas, permite incrementar el número de viviendas en unas zonas para las que los diferentes planes urbanísticos municipales no contemplan los servicios adecuados. Tendremos zonas de congestión residencial sin espacios ni servicios públicos, ni parques, ni escuelas, ni polideportivos..., zonas que serán el resultado de la venta como apartamentos de lo que fueron hote-

les. Y ello además producirá pérdida de puestos de trabajo directos y hundimiento del entorno comercial y de ocio por la falta de rotación de personas propia del turismo, generando así zonas degradadas que necesitarán, tras años de subsistencia, planes de rehabilitación integral. Y además de consagrar el cambio de uso, en una de tantas discrecionalidades y excepciones de esta ley, deja a criterio de un expediente administrativo, la autorización para la reducción de la superficie útil de estas nuevas viviendas a 35 m². Un despropósito.

Y en tercer lugar, porque ahoga a los comerciantes, restauradores y empresarios de ocio. Primero porque con una de las grandes amenazas que hoy sufre el sector, el famoso "todo incluido" lo único que hace es inventarse un eufemismo y llamarle "pensión completa integral". Ni limitarlo ni relacionarlo a unos estándares de calidad y de servicio. Nada. Pero es que además, propicia una competencia que podemos calificar de desleal, pues los grandes hoteles podrán ofrecer actividades complementarias de comercio, ocio y restauración, junto a las de alojamiento, y en condiciones de ventaja.

Cuando el entorno comercial, muy maltratado ya por la actividad intensiva de 5-6 meses, acabe de morir, ¿quién y qué revalorizará las zonas turísticas? ¿Podremos competir sólo con hoteles, sol y playa? No es éste el camino, desde luego. Los inviernos son duros y levantar la actividad será complicado, pero no podemos pensar que imposible. ¿Por qué, por ejemplo, en Calvià hemos pasado de un 48% de planta hotelera abierta en invierno de 2002 a un escaso 8% diez años después? ¿Por qué si fuimos capaces, no podemos volver a serlo?

¿Qué podemos hacer? Tenemos que generar estrategias conjuntas, con todos los sectores de la empresa turística, y convencernos de que unos sin otros no conseguiremos adaptarnos a los nuevos retos turísticos. Si con unas ocupaciones elevadísimas en temporada alta no conseguimos aumentar las contrataciones de trabajadores y los empresarios hablan de poca rentabilidad, es evidente que conformarnos sólo con temporadas altas brillantes no será suficiente.

No es una buena Ley porque apuesta por un modelo desarrollista que no es el que necesitamos, un modelo que permite de nuevo un excesivo consumo de territorio

Hemos de recuperar actividad en temporada media y baja, a través de la acción conjunta con el liderazgo de las administraciones, buscando la innovación en la promoción y la comercialización, la modernización y la adecuación de nuestros hoteles y entorno comercial a los productos turísticos de temporada baja que decidamos impulsar, llámense viajes de Imsero, turismo social europeo, senderismo, cicloturismo, actividades ligadas a la salud, al bienestar o al envejecimiento activo, a la formación... y a aquellos productos que del conocimiento colectivo surjan.

► **Y estas actuaciones han de ser** fruto de acuerdos, no de leyes y políticas impuestas. Las distintas administraciones han de cumplir con sus obligaciones de seguridad, limpieza, mantenimiento, dinamización y promoción. Pero no ha de acabar ahí su tarea. Necesitamos que piloten ese gran pacto de la empresa turística, un acuerdo político, social y empresarial que fije una hoja de ruta a medio y largo plazo; qué sector turístico queremos, con qué productos, con qué fortalezas y en qué momentos. Y si han de colaborar con herramientas fiscales que bonifiquen la apertura que suponga contratación, o con compromisos concretos de agilidad administrativa y legislativa, que lo hagan.

Además necesitamos ir abriendo camino en la aplicación de la I+D, la investigación y el desarrollo en torno a la industria turística, a los modelos energéticos y su sostenibilidad, y trabajar en nuevas visiones de rentabilidad empresarial, ligadas a la idea de empresa íntegra y respetuosa con el entorno social, territorial y económico. Todo ello sería política útil a los problemas urgentes: paro y estacionalidad, y política responsable con el futuro más inmediato. Nuestro futuro económico y social depende de ello.