

# “Somos los distribuidores de la riqueza del turismo”

Margalida Ramis, directora general de Grupotel, reivindica la figura de los hoteleros en la sociedad, considera que el alquiler vacacional se ha desmadrado, critica con dureza el impuesto del turismo sostenible y considera que la Administración debe favorecer la reforma de los establecimientos

Aina Ginard/Pep Verger

Margalida Ramis Fornés (Muro, 1967) es la directora general de Grupotel. Miquel Ramis, presidente y fundador de la cadena hotelera mallorquina, acude a diario a la sede central de la empresa en Can Picafort, aunque Margalida se ocupa y preocupa de la gestión de la compañía. Licenciada en Ciencias Políticas y Sociología en la Universidad Complutense de Madrid ha compaginado de la mejor manera su labor de madre -tiene tres hijos varones- y empresaria. Fue presidenta de la Asociación de Cadenas Hoteleras, es contundente en sus afirmaciones y no duda en repartir críticas. Es especialmente dura con los políticos y ácida cuando habla de la “mal llamada ecotasa”.

**¿Está saturada Mallorca?**

Hay que considerar que Mallorca es un destino líder en el Mediterráneo y que tenemos una alta tasa de ocupación. Por tanto, es prácticamente imposible que en algún momento no tengamos la sensación de que padecemos un poco de saturación, especialmente en los meses de temporada alta. Ahora bien, la sensación de saturación se debe en gran medida a que nuestros políticos no han sabido gestionar nuestras infraestructuras como deberían. Por ejemplo, es evidente que muchas de las depuradoras de Mallorca no están al día, que no tienen el mantenimiento adecuado. De esta manera, cuando hay un vertido podemos pensar que estamos ante un problema de saturación cuando en realidad el problema es que la infraestructura es obsoleta y no se le ha realizado el mantenimiento correcto. Hay problemas que se prolongan en el tiempo y cuando hace veinte años que persisten ya no se puede decir que no hay presupuesto.



▲ Ramis considera evidente que muchas depuradoras no tienen el mantenimiento adecuado.

**En todo caso, no podemos hablar de la saturación como un problema generalizado...**

Evidente, son momentos puntuales. De hecho, estoy convencida de que muchos destinos competidores nos miran con envidia. Hay que tener cuidado con los mensajes que enviamos a los mercados emisores. Son temas delicados que deberían solucionarse con diligencia. Siempre es mejor regular y gestionar que prohibir. Soy absolu-

tamente contraria a las prohibiciones. Si se considera que hay demasiados cruceros en Palma en un solo día debería regularse su llegada, pero no enviar el



**Los políticos no han sabido gestionar las infraestructuras como deberían”**

mensaje de que no queremos que vengan cruceros, de que nos sobran.

**¿Cómo valora el alquiler vacacional?**

El alquiler vacacional se ha desmadrado. No hay ningún tipo de control. Hay miles de plazas que carecen de la preceptiva licencia. Y esto que ha hecho el Govern balear de pasar la decisión a los ayuntamientos me parece que solo ha servido para dispersar el problema. La legis-

lación no podía hacerse peor.

**¿Debería haberse mantenido la normativa que prohibía el alquiler vacacional en pluri-familiares en todos los casos y en todas las zonas?**

Es cierto que existía esta normativa, pero nadie la cumplía. Y nadie se encargaba de hacerla cumplir. Es un tema muy delicado y peligroso. Hemos de decidir qué tipo de turismo queremos y no creo que el alquiler vacacional contribuya a que Balears sea un destino de calidad.

**El alquiler vacacional contribuye en todo caso a la distribución de los beneficios del turismo.**

Estoy cansada de escucharlo. ¿Y qué hacemos los hoteleros? Los que distribuimos la riqueza del turismo hemos sido siempre los hoteleros. Lo hacemos mediante impuestos y tenemos numerosas cargas impositivas, damos trabajo a mucha gente, hacemos inversiones de forma constante, contamos con un buen número de proveedores locales... Los hoteleros somos los grandes distribuidores de la riqueza del turismo.

**Pero con el alquiler vacacional la riqueza del turismo llega a mucha más gente.**

¿Seguro? Yo no lo tengo tan claro. La realidad es que muchos propietarios de viviendas dedicadas al alquiler vacacional no pagaban sus impuestos y que, de cierta forma, se estaba fomentando la economía sumergida. ¿Qué se democratiza con el alquiler vacacional? ¿El fraude? No puede ser que entre un jugador nuevo en el campo y que no tenga ninguna obligación. El control en el ámbito laboral y de calidad tampoco existe.

**Usted ha sido muy crítica con el impuesto del turismo sostenible, también llamada ecotasa.**

No lo llamemos ecotasa porque no lo es. Evidentemente, resta



▲ La directora general de Grupotel Margalida Ramis critica el destino de la recaudación de la ecotasa.

competitividad frente a destinos como Canarias, Andalucía o Turquía. No estoy de acuerdo en absoluto. Crea un malestar muy grande a la llegada de los clientes, especialmente desde que el Govern duplicó su importe. El argumento para aprobarlo era que contribuiría a contrarrestar la huella del turismo. Así lo explicaron. ¿Y qué hacemos para el medio ambiente? Estoy

de acuerdo con los del GOB. ¿Qué tiene que ver con la huella del turismo? Encima tenemos que pagar el metro y las viviendas sociales. No gastan en las cosas imprescindibles que necesitamos, como depuradoras y saneamiento, y gastan en cosas que no tienen nada que ver con la huella del turismo. Cuando veo la lista de proyectos... son disparates. Es como un cajón de

sastre, pero 'desastre'. No solo es hacer las inversiones, también mantenerlas. Tienen que ser inversiones sostenibles. Y creo que nos hemos vuelto locos. Es ridículo. Si nos queremos colgar la medalla de que somos sostenibles, tienen que empezar por tomar decisiones coherentes. ¿Es partidaria de limitar el número de coches en Mallorca?

ca como se ha hecho en Formentera?

No. Creo que esto son experimentos que pueden funcionar en un destino pequeño como Formentera. No creo que nadie deje de ir a Formentera por no poder disponer de coche propio. En Mallorca, ni me lo puedo imaginar. No somos capaces de saber cuántos coches hay en Mallorca y ya hablamos de nuevo de prohibir. Lo más importante es mejorar la gestión del transporte público, que es muy deficitario, especialmente en las zonas turísticas. Si hablamos de sostenibilidad, es fundamental. Y los cruceros, ¿deben regularse?

¿Qué piensa de la turismofobia?

Es una cuestión muy sensible: un grupo muy reducido y que desde luego no representa el sentir de la población de las Islas puede dañar enormemente a toda nuestra economía. No debemos contribuir a su difusión.

Si nos fijamos, a veces son cuatro personas. Los que apostamos por el turismo somos muchísimos, pero esto no es noticia. Todos nuestros esfuerzos para fidelizar a los clientes pueden destruirse con estos mensajes.

La disposición adicional cuarta de la Ley de Turismo aprobada por el Govern de José Ramón Bauzá, hoy ya

“**La disposición adicional cuarta fue una palanca que nos impulsó a reformar”**

derogada, facilitaba las reformas hoteleras, ¿debería recuperarse?

La verdad es que somos muchos los hoteleros que hemos hecho grandes inversiones para modernizar nuestros establecimientos. La disposición adicional cuarta fue como una palanca que nos impulsó a reformar los hoteles. Quedan reformas pendientes de aquella época que se han ido retrasando por

Continúa en la página siguiente >

Nivel de riesgo: la categoría "1" no significa que la inversión esté libre de riesgo.

Menor riesgo ← Potencialmente menor rendimiento      Potencialmente mayor rendimiento → Mayor riesgo

1 2 3 4 5 6 7

## ES HORA DE INVERTIR EN ECONOMÍA DEL OCÉANO

El océano, séptima economía del planeta, es una gran fuente de recursos con un elevado potencial de crecimiento.

Por eso hemos creado **Mediterranean Fund**. Un fondo que invierte de manera responsable en el océano y que destina el 10% de su comisión a la protección del pulmón del Mediterráneo, la Posidonia Oceánica.

**Es hora de devolverle al mar lo que nos ha dado.**

[mediterraneanfund.com](http://mediterraneanfund.com)  
902 227 227

**BancaMarch**  
CRECER JUNTOS

Esta publicidad es una comunicación de carácter comercial y no pretende ser, no es y no puede considerarse en ningún momento una recomendación de inversión o de contratación de productos financieros. Tengan en cuenta que las inversiones en fondos de inversión están sujetas a fluctuaciones del mercado y otros riesgos inherentes a la inversión en valores. Mediterranean Fund, es un compartimento de March International, I.C. domiciliada en Luxemburgo. Sociedad gestora del fondo: FundRock Management Company S.A. Gestor de Inversiones: March Asset Management S.C.I.C. S.A.U. Administrador, Depositario y Agente de pagos: RBC Investor Services Bank S.A. Puede consultar el DFI y folleto del fondo en [www.march-am.com](http://www.march-am.com).



▲ Margalida Ramis explica que la última temporada ha sido buena, en línea con las últimas, a las que cataloga de excelentes.

Viene de la página anterior ▷

diferentes cuestiones, habitualmente ligadas a la burocracia, pero después habrá un gran parón. Es una pena que la Administración no valore los grandes beneficios que suponen para todo el mundo las reformas hoteleras. Es un círculo virtuoso que beneficia a todos; también, evidentemente, a la Administración. Confío en que lleguen a ver que es muy necesario.

**¿Qué hay que hacer para alargar la temporada?**

Lo que podíamos hacer las empresas ya lo hemos hecho. No es un problema de que los hoteles no se hayan modernizado y adaptado a las demandas de los clientes de las temporadas media y baja. Tenemos instalaciones que permiten abrir todo el año. Ahora, creo que deberíamos cuidar y poner en valor nuestro patrimonio, nuestra cultura, los eventos deportivos, la gastronomía... Debería haber una mayor coordinación público-privada que diera relevancia a todos aquellos recursos turísti-

cos que tenemos y a los que no acabamos de sacar partido. Es una prioridad.

**Es lo que intentaba la campaña del Govern 'Better in winter', ¿no?**

Además de un eslogan debe haber algo más. No es suficiente con un mensaje. Hacen falta hechos.

**Cambian los hábitos de consumo de los turistas y plataformas como Airbnb o Homeaway ganan cuota de mercado. ¿Os preocupa?**

Sí, porque es nuestra competencia. Jugamos con un contrario que tiene unas normas competitivas diferentes, como he dicho antes. Más que preocuparnos, nos debemos ocupar. Es fundamental para todos los actores del sector turístico apostar por la innovación tecnológica y adaptarse a las nuevas tendencias del mercado. Ya se sabe: renovarse o morir. Estar siempre en continua adaptación. Es necesario afrontar a tiempo los retos que se plantean a la empresa para continuar siendo competitivos.

#### GRUPOTEL

**Una empresa familiar.** Grupotel, fundada en 1968 por Miquel Ramis Martorell, es una empresa familiar. Inició su singlatura hotelera con socios como su hermano Rafael y sus cuñados Juan y Miguel. Casado con Antonia Fornés, su hija Margalida es la única que vive el día a día de la empresa como directora general. Su hermana Maria del Mar es arquitecta y colabora directamente con la empresa. Su hermana Maria Antònia es diseñadora y ha realizado también multitud de trabajos para el grupo hotelero.

**Son muchas las compañías hoteleras que han hecho una apuesta por la sostenibilidad. ¿Puede usted convencerme de que no estamos ante un mero postoreo?**

La calidad y el cuidado por el medio ambiente son una prioridad para Grupotel desde antes de 2004. Hace muchos años que trabajamos en esta cues-

tion. Y lo hacemos convencidos. Creemos que la mejor garantía para poder continuar trabajando es cuidar del medio ambiente, del entorno. Además, desde hace ya varios años tenemos todos nuestros hoteles certificados con la ISO 14001. Y cada dos años nuestros establecimientos hacen una memoria de Responsabilidad Social Corporativa. Todos los informes son públicos y pueden consultarse en la página web. Nuestros indicadores de sostenibilidad económicos, sociales y ambientales; y las acciones que llevamos a cabo continuamente para mejorar son el reflejo de esta prioridad.

**¿Puede llegar a convertirse en un problema el flygskam, el movimiento surgido en Escandinavia que incita a los pasajeros a no volar y a elegir medios alternativos de transporte para reducir su huella de carbono?**

Esperemos que se quede en una moda, pero sería preocupante si se generalizara.

**¿Qué balance hace de la temporada estival?**

Ha sido una temporada muy buena, en línea con las últimas, que han sido todas excelentes. Los precios se han mantenido y, aunque ha bajado un poco la ocupación, hemos conseguido mantener los ingresos.

**¿Pese a la quiebra de Thomas Cook?**

Es evidente que ha hecho daño. Es un agujero inmenso en Balears que ha afectado a los resultados finales de numerosas empresas de forma muy grave esta temporada. De cara al futuro inmediato, esperamos que si existe una demanda en el mercado no haya problemas en esta recomposición, aunque aún está por ver. Preocupan las dificultades que puedan tener algunos hoteles por repositionarse y el peligro de caer en una espiral de ofertas. Las ofertas de unos, claramente, repercuten en todos.

**¿Está preocupada por la evolución de los mercados alemán y británico?**

Sería preocupante si alemanes y

“  
La calidad y el medio ambiente son una prioridad para Grupotel”

británicos se dirigieran de forma masiva hacia destinos competidores como Grecia o Turquía. De momento, las pequeñas alteraciones que se han producido no son preocupantes.

**¿Cuántas veces se ha arrepentido de la firma del convenio de hostelería, que contempla una subida del 17% en cuatro años?**

Nos interesa mirar al futuro y pensar si este convenio será sostenible a medio y largo plazo, no solo para las grandes empresas, que no deben tener tantas dificultades, sino especialmente para las pequeñas y medianas. Para ello, lo más importante es la mejora de la productividad.



**Pinturas Garcia II Generación**

**Nos avalan 50 años de experiencia en:**

- Pintura Interior · Pintura Fachada · Alta Decoración
- Instalación Parquet · Instalación de papel

C/ Quarter, 81 - Políg. Ca'n Matzarí (07300) INCA Tel.: 971 88 15 81 · 670 98 92 55  
garcia@pinturagarcia.com