

TURISME I PRODUCTES AUTÒCTONS DE BALEARS

Edita:



Confederació d'Associacions Empresariales de Balears (CAEB)
C/ Aragó, 215 - 2n.º ✦ 07008 Palma de Mallorca.
☎ (+34) 971 706 014 // Fax. (+34) 971 478 383 // ✉ caeb@caeb.es
<http://www.caeb.es>

Amb la col·laboració de:



GOVERN DE LES ILLES BALEARS

Conselleria d'Economia, Agricultura Comerç i Indústria

Palma de Mallorca, novembre 1999

© **TURISME I PRODUCTES AUTÒCTONS DE BALEARS**

Direcció:

Vicenç Tur Tur. Director Departament d'Economia. CAEB

Elaboració:

Joan B. Garau Vadell
Antoni Serra Cantallops

Col·laboradors i treball de camp:

Joan Company
Antoni Munar

ISBN: 84-89838-09-7
Dipòsit Legal: PM 2313-1999

ÍNDEX

1. INTRODUCCIÓ.....	1
2. EL SECTOR PRIMARI A BALEARS.....	7
2.1 GRANS XIFRES DEL SECTOR PRIMARI.....	7
2.2 PROBLEMÀTICA DEL SECTOR PRIMARI.....	11
3. ESTIMACIÓ DE LA DEMANDA DEL SECTOR D'ALLOTJAMENT.....	16
3.1 METODOLOGIA.....	17
3.2 EL CONSUM DE PRODUCTES PRIMARIS A BALEARS.....	19
3.3 IMPORTÀNCIA DE LES FRUITES I VERDURES A LA COOPERACIÓ INTERSECTORIAL.....	22
3.4 EL CONSUM DE FRUITES I VERDURES A HOTELS.....	23
3.4.1 <i>Varietat de productes consumits.....</i>	<i>24</i>
3.4.2 <i>Consums per estada.....</i>	<i>26</i>
3.4.3 <i>Despesa en fruites i verdures.....</i>	<i>31</i>
3.4.4 <i>Estimació de la demanda agregada per productes.....</i>	<i>33</i>
3.4.5 <i>Estimació del valor de la demanda de fruites i verdures.....</i>	<i>37</i>
4. EL PROVEÏMENT DELS HOTELS.....	38
4.1 CARACTERÍSTIQUES DELS PROCESSOS D'APROVISIONAMENT.....	38
4.2 UN CAS ESPECÍFIC DE COL·LABORACIÓ PAGÈS HOTELER. LA CADENA GARDEN.....	44
5. DIAGNOSI.....	46
5.1 SITUACIÓ CONTEXTUAL.....	46
5.2 OPCIÓ ESTRATÈGICA.....	50
5.3 REQUERIMENTS DE LA DEMANDA (SECTOR HOTELER).....	52
5.4 QUÈ POT APORTAR L'OFERTA (SECTOR PRIMARI)?.....	55
5.5 FACTORS A FAVOR DE LA COL·LABORACIÓ.....	56
5.6 FACTORS QUE DIFICULTEN LA COL·LABORACIÓ.....	58
5.7 AVANTATGES DE LA COL·LABORACIÓ.....	60
6. PROPOSTES PER A UNA EXPERIÈNCIA PILOT.....	62
7. AGRAÏMENTS.....	67
8. BIBLIOGRAFIA.....	68

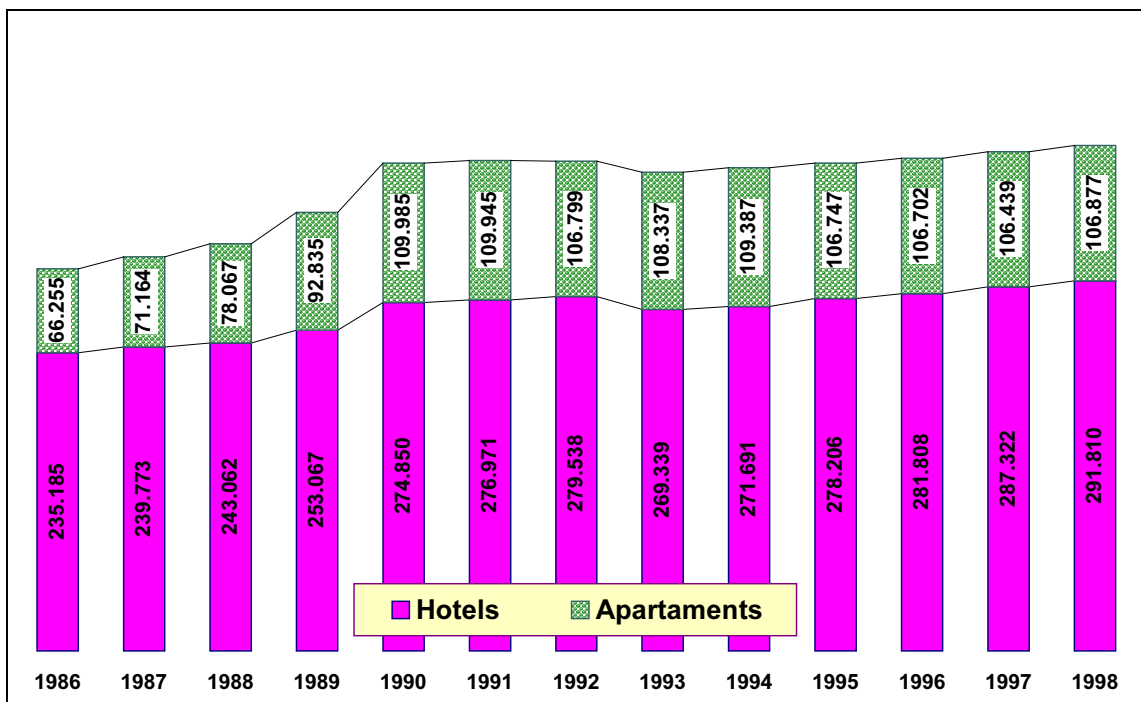
TAULES I GRÀFICS

GRÀFIC 1. OFERTA DE PLACES HOTELERES I D'APARTAMENTS LEGALITZADES.	1
GRÀFIC 2. ARRIBADES DE TURISTES A BALEARS PER AVIÓ (MILERS).	2
GRÀFIC 3. EVOLUCIÓ DE L'ESTRUCTURA ECONÒMICA DE BALEARS.....	8
GRÀFIC 4. PRODUCCIÓ FINAL PER SECTORS.	9
GRÀFIC 5. CONSUMS ESTIMATS DE L'HOTELERIA DE BALEARS PER GRUPS ALIMENTARIS (EN TONES)	20
GRÀFIC 6. DISTRIBUCIÓ DEL CONSUM DE CARNS EN SUBGRUPS ALIMENTARIS (%).	21
GRÀFIC 7. DISTRIBUCIÓ DELS CONSUMS DE FRUITA VERDURA.	21
GRÀFIC 8. DISTRIBUCIÓ DEL CONSUM DE LÀCTICS (KG.) EN SUBGRUPS ALIMENTARIS.	22
GRÀFIC 9. CONSUMS DE FRUITA I VERDURES SEGONS CATEGORIA DE L'HOTEL (GRAMS PER ESTADA)	27
GRÀFIC 10. EL COST DELS CONSUMS PER ESTADA EN FUNCIÓ DE LA TEMPORADA.....	32
TAULA 1. PRODUCCIÓ EN TONES I VALORACIÓ DE LA PRODUCCIÓ FINAL EN MILIONS DE PTES.	10
TAULA 2. CADENES HOTELERES PARTICIPANTS A LES TAULES DE CONSULTA	18
TAULA 3. PRODUCTES CONSUMITS ALS HOTELS DE BALEARS.....	24
TAULA 4. TIPUS DE FRUITES CONSUMIDES ALS HOTELS DE BALEARS.....	25
TAULA 5. CONSUMS DE PATATES.....	25
TAULA 6. CONSUM DE FRUITES I VERDURES SEGONS CATEGORIA HOTEL.	27
TAULA 7. CONSUMS DE VERDURES PER ESTADA ALS HOTELS DE 3 I 4 ESTRELLES.	28
TAULA 8. CONSUMS DE FRUITA PER ESTADA ALS HOTELS DE 3 I 4 ESTRELLES.....	29
TAULA 9. CONSUMS DE PATATA ELABORADA ALS HOTELS DE 3 I 4 ESTRELLES.	30
TAULA 10. ESTIMACIÓ DELS KG DE VERDURES CONSUMITS A L'HOTELERIA DE BALEARS.	34
TAULA 11. ESTIMACIÓ DELS KG DE FRUITA CONSUMITS PER L'HOTELERIA DE BALEARS.	35
TAULA 12. ESTIMACIÓ DELS KG DE CONSUM D'ELABORAT DE PATATA A L'HOTELERIA DE BALEARS	36
TAULA 13. ESTIMACIÓ DEL VALOR DELS CONSUMS DE FRUITES I VERDURES PER PART DE L'HOTELERIA.....	37

1. INTRODUCCIÓ

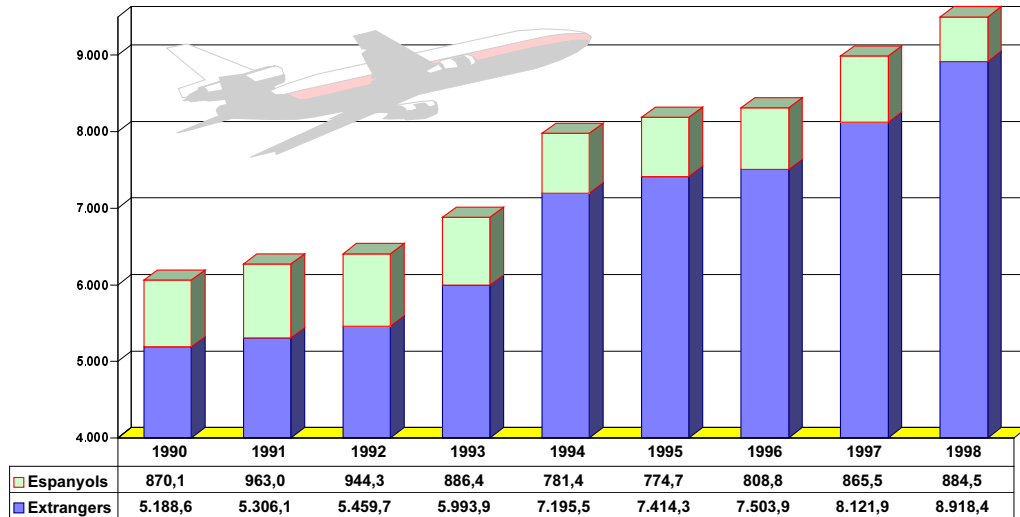
La planta hotelera de les Illes Balears ha assolit unes dimensions que poden ser qualificades com espectaculars. Aquestes grans dimensions de la planta d'allotjament han permès que el nombre de turistes arribats a aquestes Illes sobrepassés els 10 milions l'any 1999, dels quals gairebé 9 han arribat per avió.

Gràfic 1. Oferta de places hoteleres i d'apartaments legalitzades.



Gràfic 2. Arribades de turistes a Balears per avió (milers).

Entradas de turistes por via aèrea a Balears (milers)



Donades aquestes magnituds en quan a volum de turistes i capacitat de la planta d'allotjament, és evident que el consum de productes del sector primari, tant agrícoles com ramaders, per part del sector turístic ha de ser elevadíssim.

Tot i això, el sector primari a les Illes ha experimentat un procés de declivi, paral·lel a l'expansió experimentada pel sector turístic. És a dir, l'extraordinari creixement del sector d'allotjament no ha beneficiat en absolut la pagesia d'aquestes Illes: ambdós sectors han viscut al marge un de l'altre i les grans necessitats de productes agrícoles i ramaders derivades de la necessitat de donar menjar a la gran quantitat de turistes que ens visiten s'han cobert, majoritàriament, mitjançant importacions.

La consecució d'un *Pacte Intersectorial* entre sector turístic i sector primari, mitjançant el qual el sector turístic es subministrés de productes del sector primari balear, estimulando d'aquesta forma el seu desenvolupament, s'ha

plantejat moltes vegades i no ha arribat a dur-se a terme: caldria demanar-se el perquè.

D'altra banda, el sector turístic necessita que fora vila estigui arreglat. El paisatge constitueix un factor d'atracció, de capital importància, per a una part considerable dels turistes que ens visiten. L'activitat agrícola i ramadera contribueix a donar forma i preservar el paisatge. La cultura derivada del camp forma part de les nostres senyes de identitat com a poble i, ben valoritzades, constitueixen un factor més d'atractiu turístic.

Però, tal com van les coses, fora vila es mor, va quedant progressivament abandonat. Es pot afirmar que, de seguir la tendència actual, ben aviat, la xifra de pagesos i ramaders serà pràcticament testimonial en el conjunt de l'economia balear.

Tenint en compte la positiva contribució a la preservació i l'atractiu del paisatge per part del sector agrícola i ramader, seria, en aquest sentit, necessari un esforç per tractar d'impulsar l'activitat de la pagesia.

Cal, no obstant, ressaltar aquí que, de fet, no tota activitat agrícola i ramadera contribueix de forma favorable a la preservació paisatgística i mediambiental. Malauradament, ens trobam amb un nombre excessiu de construccions d'ús agrícola al camp fetes amb molt poca cura i desarrelades dels estils propis de les Illes, que generen importants impactes visuals. Aiximateix, l'impacte negatiu derivat de les males olors dels adobs o l'aplicació excessiva de pesticides i altres productes químics a algunes zones específiques de Mallorca constitueixen un altra exemple d'impactes negatius sobre el benestar de la població i dels nostres visitants que seria del tot necessari evitar.

Encara de la matisació anterior, que simplement pretén constatar que no tota activitat al sector primari implica necessàriament contribució positiva a

l'atractiu paisatgístic, és evident que l'estímul de l'activitat agrícola i ramadera, amb les regulacions oportunes de caire urbanístic i sanitari, contribuiria de forma positiva a una major diversificació i equilibri de l'economia de les Illes Balears, amb efectes també positius sobre el conjunt de l'activitat turística.

Per tant, caldria esbrinar quines són les causes que han impedit una major col·laboració entre aquests dos sectors productius de la nostra economia, col·laboració comercial que, amb tota seguretat, hauria redundat en una major diversificació i equilibri de l'estructura econòmica de les nostres Illes, una menor pressió sobre la franja costanera i un major equilibri en la distribució de la població, retenint en major grau població als pobles i zones interiors, especialment a l'illa de Mallorca.

Aquest és, precisament, el plantejament bàsic del present estudi, que es pot sintetitzar en els següents punts:

1. El consum de productes agroalimentaris per part del sector turístic (subsector hotelier) assoleix unes quantitats que, a simple vista ja poden ser qualificades de molt elevades.
2. El sector agroalimentari de les nostres Illes produeix una sèrie de productes autòctons de gran qualitat, però el seu pes relatiu dins el conjunt de l'economia balear està minvant de forma constant i significativa durant les últimes dècades.
3. Donades les grans dimensions del mercat potencial per productes primaris autòctons derivat de les necessitats del sector hotelier i de restauració balear. No es poden redissenyar els mecanismes de producció i comercialització de tal forma que el sector primari balear en surti més beneficiat del que ho ha estat fins ara? Dit amb altres paraules:

pot el sector turístic actuar com a “locomotora” que ajudi a incrementar la producció agrària d’aquestes Illes i a incrementar el pes de la pagesia dins el context econòmic de Balears? i d’aquesta manera contribuir, entre altres, a la preservació dels paisatges i del medi ambient.

4. De quina manera es pot col·laborar per a que, sense que ningú hi perdi, la pagesia pugui agafar un poc més d’empenta i permetre la supervivència del sector primari? És a dir, existeix la possibilitat d’establir algun mecanisme de col·laboració i cooperació comercial entre sector d’allotjament i sector primari de forma que ambdós sectors en surtin, a la llarga i en un sentit o altre, beneficiats?
5. Com es pot incrementar el consum de productes agrícoles i ramaders de les Illes Balears per part del sector turístic de les Illes Balears?

La resposta a aquestes preguntes implica:

- a) En primer lloc, efectuar un breu anàlisi del sector primari a les Illes Balears, les característiques de la seva oferta i les principals problemàtiques a les que s’enfronta, per tal de determinar si la manca de col·laboració comercial es deu, bàsicament, a factor intrínsecs al propi sector agrícola i ramader de les nostres Illes.
- b) Efectuar una estimació de quina és la demanda de productes provinents del sector primari per part del sector hoteler.
- c) Analitzar quina és la situació del proveïment actual de productes primaris per part del sector hoteler, és a dir, els distints models de comportament de compra per part de les principals cadenes hoteleres i fins a quin punt son generalitzables.

- d) Determinar quins son els requeriments, tant des del punt de vista de la demanda (sector hotelier) com de l'oferta (pagesia), que permetrien poder arribar a algun tipus d'acord de cooperació en el subministra entre ambdós sectors.
- e) Per finalment, poder establir un model de cooperació i efectuar una proposta d'experiment pilot.

L' objectiu final genèric és el de suggerir fórmules per incrementar el consum de productes autòctons per part del sector turístic, objectiu que es pot desglossar en el tres següents:

- I. Identificar quines son les causes que han dificultat o impedit, fins ara, una col·laboració més intensa entre ambdós sectors i determinar si aquestes "barreres" històriques poden ser superades.
- II. Fer una llista de productes susceptibles de ser adquirits pel sector turístic i que puguin ser produïts pel sector primari.
- III. Efectuar una experiència pilot a escala reduïda entre organitzacions de productors i determinades cadenes hoteleres que, voluntàriament, estiguin disposades a dur-la a terme.

2. EL SECTOR PRIMARI A BALEARS.

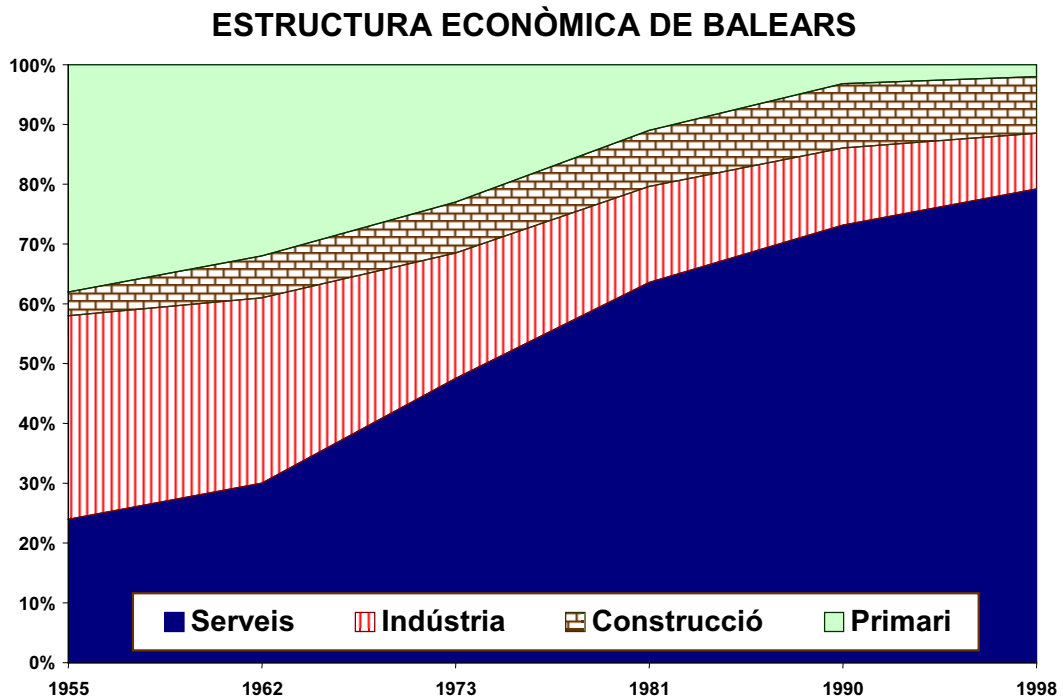
2.1 GRANS XIFRES DEL SECTOR PRIMARI.

Abans d'analitzar les possibilitats de cooperació entre el sector hotelier i el sector primari, és important assenyalar alguns dels trets i les principals xifres del sector primari que ens haurien d'ajudar a entendre la seva situació actual. Específicament, s'ha de destacar que:

- **El sector primari, ha patit els darrers 30 anys un procés accelerat de reducció de la seva importància econòmica relativa** en el conjunt de la producció del conjunt de les Illes Balears. Així, tal i com reproduïx el gràfic següent, es pot observar que el 1966, el pes relatiu del sector primari en el conjunt de l'economia balear es xifrava en prop del 38%, front a un exigü 1.9% que s'estima representà el 1999.

És a dir, el procés de regressió del sector primari, encara de la poca importància relativa, no ha aconseguit ni estabilitzar-se i segueix reduint any rera any el pes en el total de la producció balear fins a arribar a extrems dramàticament preocupant especialment si tenim en compte la indubtable importància des del punt de vista estratègic per tal d'assegurar la viabilitat del model econòmic de Balears, per raons tan diverses com el manteniment dels valors paisatgístics o la preservació d'alguns dels trets d'identitat d'aquestes Illes.

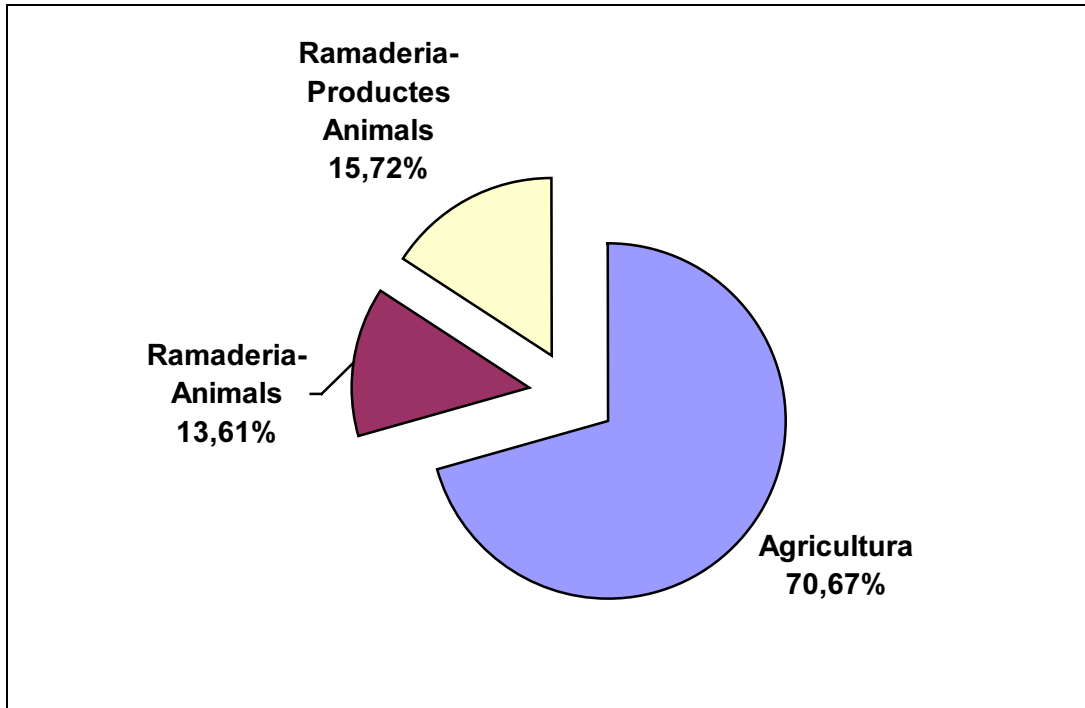
Gràfic 3. Evolució de l'estructura econòmica de Balears



- **L'agricultura és l'apartat del sector primari que aporta més valor de producció final.** En aquest sentit, les dades facilitades per la Conselleria d'Agricultura el 1996 en relació a la producció del sector primari, la quantificava en 45.692 milions de pessetes. D'aquestes, com s'observa en el gràfic següent, l'agricultura n'aportava una mica més del 70%, mentre que la producció d'animals (Boví, porquim, aus etc.) en representava el 13.71% i els productes derivats dels animals (llet, ous, etc.) en suposava el 15.72%.

En valors absoluts de producció final, la producció agrícola va ser valorada en 32.281 milions de ptes., la producció d'animals en 6.231 milions de ptes. i la producció de derivats en 7.180 milions de ptes..

Gràfic 4. Producció final per sectors.



- **La producció de verdura fresca és l'apartat que aporta més valor de producció final en el conjunt de l'agricultura.** La taula següent esmenta el volum de producció, en tones i en valor absolut de producció final, que s'han estimat per a tota una sèrie de productes típics de la producció agrícola de Balears. En aquesta taula s'observa la major importància relativa d'un conjunt reduït de productes. En aquest sentit, els cultius de patata, tomàtiques, col, enciam, pebres i taronges, superen en tots els casos produccions finals valorades en més de 1.000 milions de ptes.. Aquesta observació posa de manifest el fet que la producció d'hortalissa fresca representa la principal aportació agrícola a la producció final en ptes..

Taula 1. Producció en tones i valoració de la producció final en milions de ptes.

PRODUCTES	TONES	PROD FINAL (mill ptes.)
Patates	77.113	1.680
Col-i-flor	6.562	468,5
Tomàtiga	40.190	2.506
Col	22.800	1.448
Enciam	19.104	1.207
Albergínia	6.694	474,9
Pebres	15.690	1.424,7
Carxofa	5.264	438,3
Alls	739	179,7
Cebes	21.312	774,1
Pastanagues	2.700	118,6
Mongetes	3.393	719,2
Pèsols /Xitxeros	826	151,2
Faves tendres	930	202,3
Altres	13.691	1.250,2
Síndria	11.278	380,9
Meló	19.253	921,8
Pomes	3.022	233,2
Peres	4.106	439,9
Préssecs	2.276	192,9
Albercocs	11.273	961,7
Cireres	347	82,6
Prunes	2.800	273,1
Ametlles	15.526	2.426,7
Figues	25.166	297,9
Garrofes	15.194	579,4
Taronges	36.300	2.322,9
Mandarines	2.808	278,3
Altres	3.379	254,7
Raïm	312	51,3
Vi	5.612	214,6
Olives Taula	187	23,1
Oli	1.719	281,3

Font: Conselleria d'Agricultura (1996)

- **Mercapalma és el gran centre distribuïdor de sector primari de Balears.** Mercapalma és sense marge de dubte, el gran centre distribuïdor del sector primari de Balears, especialment pel que fa referència a fruites i verdures. L'activitat de Mercapalma ha anat augmentant constantment a ritmes que en els últims anys han suposat

gairebé increments anuals de prop del 10%. Segons dades de l'informe anual de l'empresa, al llarg de 1998 es van comercialitzar 135.562 tones de fruites i verdures, superior a les 121.013 tones distribuïdes el 1997.

Segons aquestes mateixes dades, el 53% d'aquestes vendes correspon a produccions realitzades a Mallorca, seguit per un 20% que prové del País Valencià, un 9.9% que prové d'Andalusia, un 4.8% que prové de Catalunya, un 4.65% que prové de Canàries i un 2.69% de Múrcia

Com en les estimacions de la Conselleria d'Agricultura les patates, tomàtiques, enciams, cebes i pebres, encapçalen el llistat de les hortalisses més venudes.

2.2 PROBLEMÀTICA DEL SECTOR PRIMARI.

No és l'objectiu d'aquest estudi l'anàlisi en profunditat de la situació i problemàtiques del sector primari a les nostres Illes. No obstant això, és procedent la revisió, encara que sigui a nivell molt esquemàtic, d'algunes de les grans problemàtiques del sector agrícola i ramader illenc les quals poden aportar llum a les causes de la manca de cooperació comercial entre sector turístic i sector primari.

Entre les principals problemes de l'agricultura i ramaderia balear cal destacar-ne les següents:

- **El minifundisme.** L'atomització de les explotacions agràries a les nostres Illes és especialment accentuada i dificulta la modernització dels equipaments i, per tant, l'establiment de processos productius més eficients. Les Illes Balears, juntament amb Canàries i Galícia, presenten l'estructura de producció més minifundista de tot l'Estat espanyol.
- **Envelliment de la població dedicada a activitats agrícoles i ramaderes.** Aquesta és una característica molt acusada i que representa un greu perill a la supervivència del conjunt del sector. No hi ha un relleu generacional en el sector primari. L'edat mitjana dels pagesos i ramaders és molt elevada, acostant-se als seixanta anys.

En aquest sentit, l'efecte atracció del sector turístic i el gran dinamisme d'altres sectors de l'economia de les nostres Illes, amb generació de renda i sous més elevats, ha influït negativament damunt el sector primari, restant-li el valuós capital humà representat per les noves generacions. El sector primari balear no té capacitat d'atraure noves incorporacions de gent jove amb formació. La pràctica totalitat dels escassos pagesos joves són fills de pagesos.

- **La pressió urbanística encareix el valor de les terres** i fa que l'opció de vendre sigui, en moltes ocasions, molt més atractiva que continuar amb l'explotació familiar, sobretot per a les noves generacions. Aquest fet s'ha incrementat de forma considerable els darrers anys, degut al sobtat atractiu que la Mallorca interior ha despertat entre inversors estrangers, especialment alemanys, que han comprat terres per a construir-hi segones residències.

- Com a derivació, en gran part, dels fets anteriors, pot afirmar-se que hi ha un greu problema de formació i capacitació empresarial. **Falta qualificació i dinamisme empresarial en el sector primari que permeti identificar i aprofitar les oportunitats de mercat.**
- **L'associacionisme i les estructures cooperatives, històricament, no han acabat de funcionar al camp balear,** amb algunes destacades excepcions dels darrers anys. Existeixen dos o tres subsectors exportadors organitzats: la resta no hi està. Manca, per tant, una autèntica vertebració del sector agrari.

Donades les especials característiques del sector primari, amb una oferta sovint atomitzada, que requereix un procés d'agrupació de la producció en origen, previ a la seva distribució als mercats de consum, l'associacionisme és bàsic de cara a racionalitzar, no tan sols les estructures de comercialització, sinó també de producció.

En conseqüència, es pot afirmar que, amb l'excepció de determinat col·lectius minoritaris, integrats bàsicament pels pagesos més joves, els productors no estan organitzats en tot el que fa referència a la comercialització.

- **Manca de competitivitat degut a la manca de modernització de les explotacions.** La manca d'expectatives d'un relleu generacional a l'explotació familiar ha fet que molts dels pagesos de més edat hagin desistit d'efectuar inversions en les seves explotacions davant la perspectiva que els seus fills es dediquessin a altres activitats.

El minifundisme, com ja s'afirmava prèviament, ha dificultat, en tot cas, la introducció de tecnologies productives més modernes i eficients.

La manca d'estructures modernes de comercialització i planificació de la producció ha provocat, entre altres aspectes, intenses fluctuacions en els preus de venda de molts de productes, fet que, a la vegada, ha contribuït a desincentivar les inversions en el sector.

- **Costos de producció més elevats.** Al marge de les qüestions relacionades anteriorment i que, òbviament, influeixen damunt el costos de producció de determinats productes, alguns factors específics de les nostres illes tenen una incidència negativa damunt els costos de producció. Així, en concret, el preu més elevat de determinats subministres o *inputs* com a conseqüència de la insularitat i, sobretot, els elevats costos d'extracció de l'aigua a les nostres Illes.
- **Balears com a “mercat refugi” d'excedents de producció.** A les consideracions anteriors, cal afegir un fet que ha incidit també damunt les fluctuacions de preus i ha afectat negativament les perspectives de futur de determinats productes. Les Illes Balears son un mercat cap al qual s'han dirigit tradicionalment durant els últims anys excedents de producció de determinats productes com, per exemple, la llet i les patates, no tan sols d'altres zones d'Espanya sinó també d'Europa.

Les consideracions anteriors, son suficientment indicatives del fet que el sector primari, en conjunt, i al marge d'excepcions puntuals en la forma d'associacions de productors que tenen nom i llinatges (S'Esplet, Agroilla, Fruitabona...), presenta una sèrie d'elements estructurals, de caire intern al

propi sector, que sembla que, en principi, dificulten el que pugui arribar a acords de col·laboració comercial a mig i llarg termini amb el sector turístic.

També es cert que, tal i com quedarà reflectit en apartats posteriors d'aquest document, el sector primari no compta amb la informació necessària i detallada sobre el consum de productes agroalimentaris per part del sector turístic. Aquesta informació seria del tot necessària, segons manifesten determinats representants del sector, per avaluar fins a quin punt el sector primari balear està en condicions de subministrar aquest productes en termes que puguin ser atractius tant pels productors com pels compradors, es a dir, les empreses d'allotjament i restauració.

Aquesta manca d'informació per part dels productors, es deriva del fet que no s'ha analitzat en cap ocasió prèvia quins son els consums del sector turístic en relació als productes agroalimentaris.

En aquest sentit, el següent apartat d'aquest estudi constitueix un primer intent d'efectuar una anàlisi de la demanda de determinats productes agroalimentaris per part del sector hotelier de les Illes Balears. S'ha analitzat tan sols la demanda del sector hotelier per dues raons bàsiques. En primer lloc, pel seu gran pes relatiu dins el conjunt del total de la demanda del sector turístic. En segons lloc, per les grans dificultats de fer una valoració mínimament exacta de les demandes del sector de restauració, tant en termes quantitius com a nivell qualitatiu en termes de tipus de productes.

3. ESTIMACIÓ DE LA DEMANDA DEL SECTOR D'ALLOTJAMENT.

Un dels principals problemes detectats al llarg de tots els treballs duits a terme per a l'elaboració d'aquest estudi ha estat la reiterada queixa, per part dels productors, sobre l'absència d'informació de la demanda tant a nivell quantitatiu; quantitats consumides i preus de referència amb els quals treballa el sector hotelier, com a nivell qualitatiu en referència als requeriments de la demanda a l'hora de seleccionar els seus proveïdors.

Aquesta manca d'informació ha estat, moltes vegades, l'argument que s'ha utilitzat, en multitud de debats, per tal de justificar les dificultats de relació entre el sector primari i el sector de l'hoteleria a Balears. En general, i sense tenir en compte en aquest apartat els aspectes qualitius del problema de relacionar el sector primari amb l'hoteleria de Balears i que es tractaran més envant, s'ha sostingut que el fet de disposar d'informació de mercat sobre la demanda de productes agrícoles podria ajudar els pagesos a planificar les seves produccions i ajustar-les a la demanda.

En aquest sentit, aquest capítol de l'estudi pretén donar una primera resposta a la necessària demanda d'informació del sector primari, recollint d'una banda dades provinents d'estudis previs i elaborant *ad hoc* noves informacions sobre la demanda.

Per raons de prioritat exposades pels interlocutors amb els que s'han mantingut reunions, l'estudi ha posat especial esment en l'elaboració d'estimacions relacionades amb els consums de fruites i verdures, les quals per diferents raons,(com el fet de millorar la frescor dels aliments o el fet de no haver de suportar els costos de transport des de la península), són les que poden disposar, al menys a nivell teòric de major competitivitat.

Així doncs aquest capítol comprèn, entre altres, informacions referents a :

- Estimacions sobre els consums totals de productes primaris (carns, fruites i verdures, lactis)
- Estimacions detallades sobre els consums de fruites i verdures
- Comparació dels consums entre hotels de diferents categories
- Estimacions del valor de la demanda

3.1 METODOLOGIA.

L'elaboració d'aquest apartat ha comptat amb el suport de responsables de compres de les principals cadenes hoteleres de Balears, sense l'ajuda dels quals no hauria estat possible l'elaboració d'aquest informe el qual s'ha duit a terme seguint la següent metodologia.

1. En primer lloc s'han revisat les limitades fonts secundàries existents, d'entre les quals s'ha utilitzat especialment un informe elaborat per la Associació Hotelera de la Badia de Cala Millor sobre els consums globals de productes primaris a hotels típics de la zona. Els resultats obtinguts, ens han servit per a extrapolar-los al conjunt de l'oferta turística de Balears.
2. Una segona passa de l'estudi ha consistit en la reunió a una taula de discussió de representants dels departaments d'algunes de les principals

cadena hotelera de Balears. En concret, es va mantenir debat amb representats de:

Taula 2. Cadenes hoteleres participants a Les taules de consulta

<p>IBEROSTAR GRUPOTEL ACORN SOL MELIÀ RIU HOTELS THB Federació Empresarial Hotelera de Mallorca GARDEN</p>
--

La taula de debat, tenia un triple objectiu:

- a) Esbrinar aquells aspectes qualitius relacionats amb els requeriments de la demanda als productors,
 - b) Sol·licitar la seva col·laboració per a l'elaboració d'estimacions sobre els consums de productes agrícoles, i
 - c) Establir les bases per a una prova pilot de cooperació entre el sector primari i el sector hotelier.
3. La tercera passa de l'estudi va consistir en la recollida d'informació sobre el consum de fruites i verdures als establiments hotelers. Els responsables de compres varen aportar els consums realitzats a una mostra d'hotels representatius de diferents categories, de fruites i verdures. Així mateix, es va sol·licitar informació en relació als preus mitjans de compra que ens permetrien elaborar el volum de negoci potencial per a diferents productes del sector primari.

3.2 EL CONSUM DE PRODUCTES PRIMARIS A BALEARS.

A partir de l'estudi de consums realitzat per l'Associació Hotelera de Cala Millor el 1998, s'han elaborat les estimacions sobre consums totals, per grups alimentaris, als hotels de Balears obtenint els següents resultats:

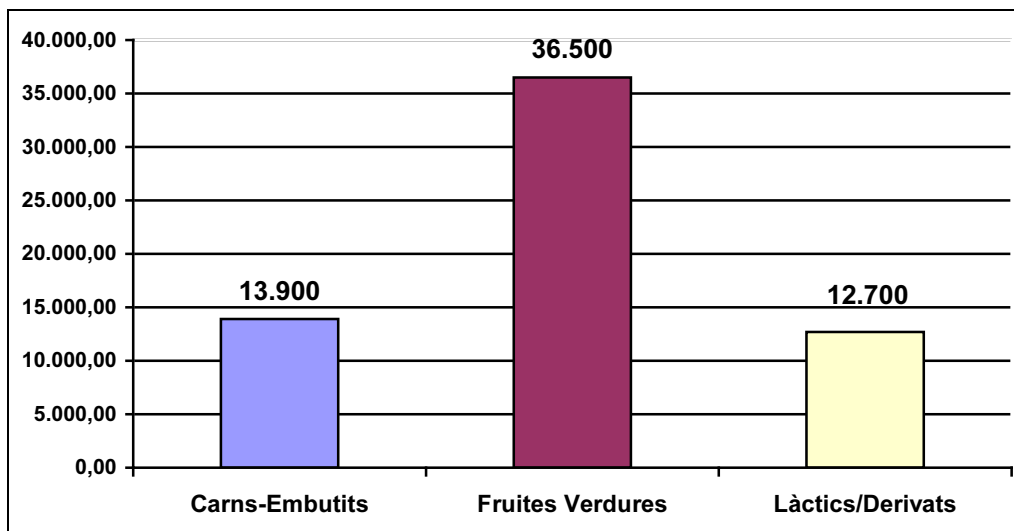
- **El consum de carns i embotits s'estimava en 271 grams per persona i dia d'estada en mitja pensió.** Si assumim l'estabilitat de les dades obtingudes, es a dir, que els consums observats a l'estudi esmentat es repetissin al conjunt de la indústria turística de Balears, es pot estimar el consum global de carn als hotels de Balears multiplicant els 271 grams consumits pel total d'estades hoteleres realitzades a Balears (50.840.380)¹. Així doncs, el consum de carn gira entorn de les 14.000 tones de carns i embotits.

- **El consum de fruites i verdures s'estimava en aproximadament uns 715 grams per persona i dia d'estada en mitja pensió.** Si, com en el cas anterior, assumim l'estabilitat de les dades obtingudes, es podria estimar el consum global de fruites i verdures als hotels de Balears multiplicant aquesta xifra pel total d'estades hoteleres realitzades a Balears. Obtenint-se que es varen consumir més de 36.500 tones de fruites i verdures.

¹ La Despesa Turística (1,997). El 1.997 es va estimar que el numero d'estades hoteleres era de 50.840.380

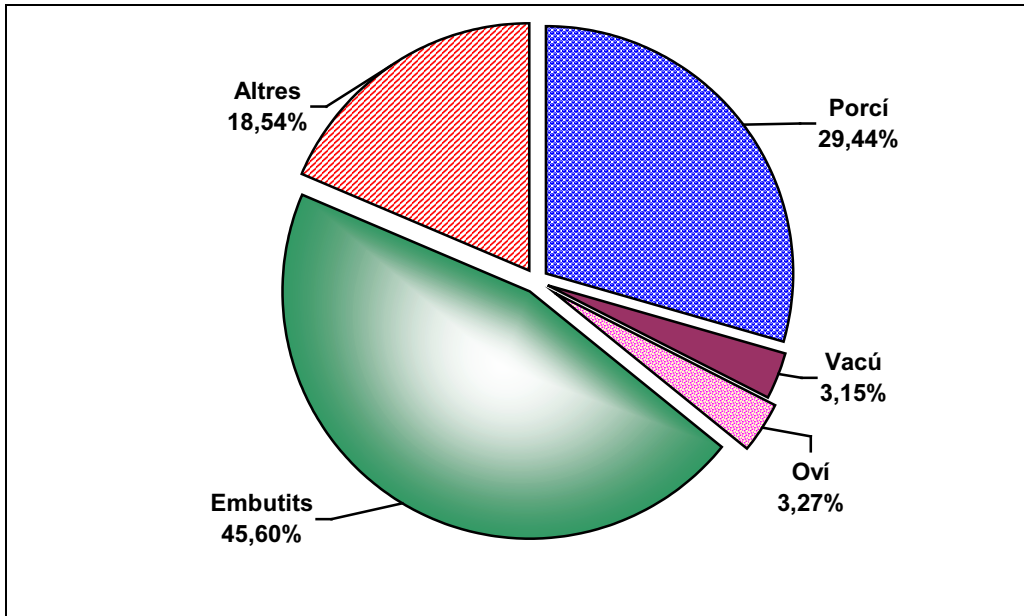
- **El consum de làctics i derivats s'estimava en 248 grams per persona i dia d'estada en mitja pensió.** Una vegada més, es pot estimar el consum global de làctics i derivats als hotels de Balears multiplicant aquesta xifra pel total d'estades hoteleres realitzades a Balears. Obtenint una estimació del de làctics i derivats que gira al voltant de les 12.600 tones anuals.

Gràfic 5. Consums estimats de l'hoteleria de Balears per grups alimentaris (en tones)



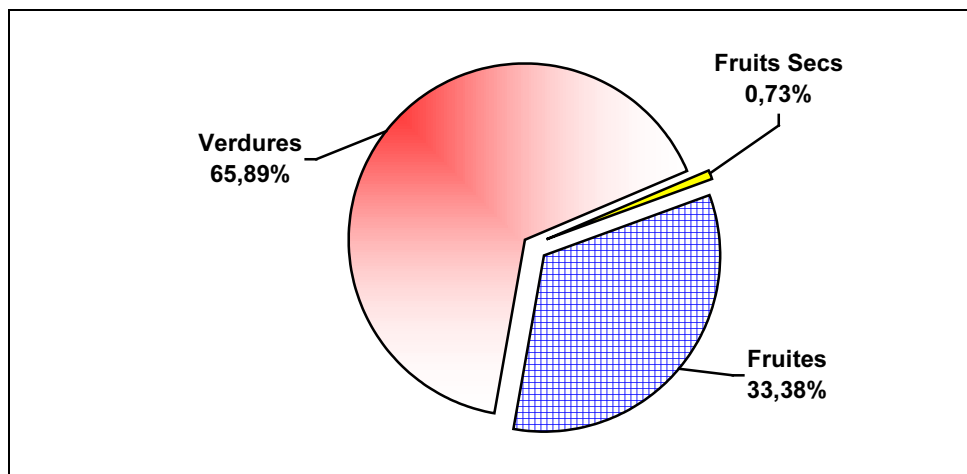
- **En el consum de carns** destaca especialment la presència dels embotits que suposen prop del 36% del total de kg consumits tal i com s'observa en el gràfic següent.

Gràfic 6. Distribució del consum de carns en subgrups alimentaris (%).



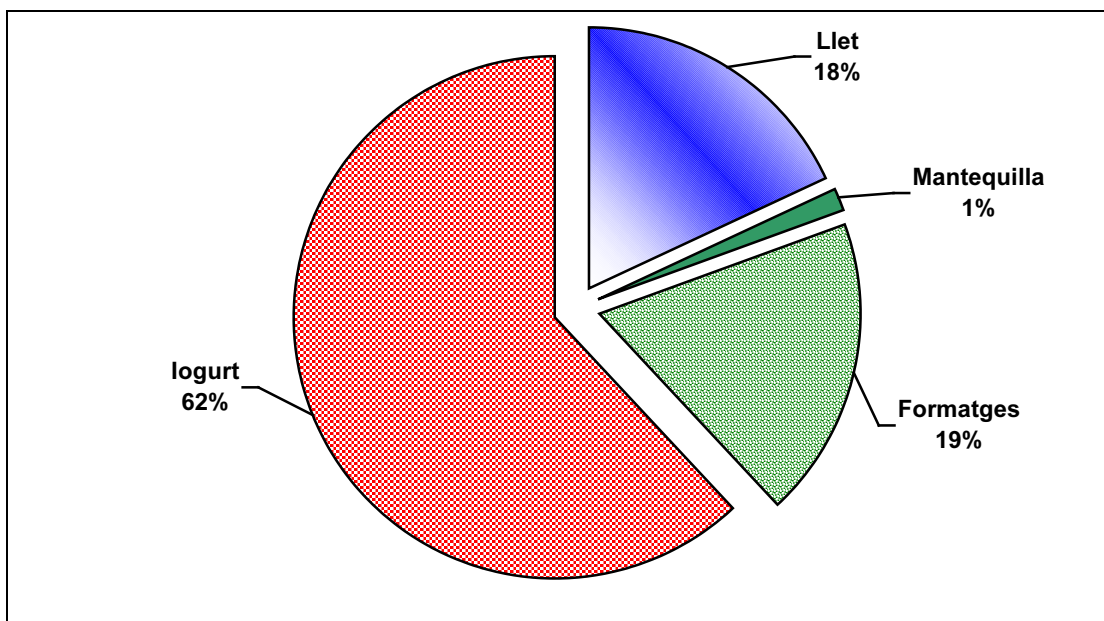
- **En el consum de fruites i verdures** destaca especialment el consum (en Kg.) de verdures, el qual suposa prop del 66%, front al 33% de les fruites. Com s'observa en el gràfic següent

Gràfic 7. Distribució dels consums de fruita verdura.



- **En relació als làctis i els seus derivats**, destaca la importància del iogurt amb aproximadament el 62% del total de Kg consumits, seguits pel formatge i la llet.

Gràfic 8. Distribució del consum de làctics (kg.) En subgrups alimentaris.



3.3 IMPORTÀNCIA DE LES FRUITES I VERDURES A LA COOPERACIÓ INTERSECTORIAL.

Les converses mantingudes al llarg de les reunions preparatòries d'aquest estudi, tant amb productors com amb hotelers, han posat de manifest que els consums de fruites i verdures és possiblement el camp on existeixin les millors oportunitats per a la cooperació entre el sector hotelier i el sector primari degut a diverses raons:

- **El cost de transport de productes d'altres regions a Balears s'estima en aproximadament 15 ptes. per quilo**, la qual cosa afavoreix les produccions locals amb aquesta quantitat.
- **La “dieta mediterrània” basada, entre altres, en un alt consum de fruites i verdures fresques**, va arrelant amb força entre els clients que visiten els establiments hotelers d'aquestes Illes i, especialment, en el cas dels hotels de més categoria, la qual cosa fa pensar en un augment de la quantitat i de la qualitat demandada d'aquests productes.
- **La “frescor” dels aliments**, especialment en el cas de les verdures, es un aspecte altament considerat entre els responsables de compres de les diferents empreses hoteleres. En aquest cas, les produccions realitzades a Balears també gaudirien d'aquest avantatge.
- **El concepte “producte local”**, associat a més frescor i major qualitat, pot ser un avantatge per a les produccions realitzades i comercialitzades a les Balears.

3.4 EL CONSUM DE FRUITES I VERDURES A HOTELS

En relació als consums de fruites i verdures realitzats a hotels de Balears, a partir de la mostra analitzada i de les dades facilitades pels membres del pannel de contacte, s'ha procedit a elaborar una sèrie d'informacions referents a varietat de productes utilitzats, estimació de consums realitzats etc. que s'inclouen en els punts següents.

3.4.1 Varietat de productes consumits.

En relació a la varietat de fruites i verdures consumides als hotels de Balears s'ha procedit a elaborar unes taules que contenen la llista dels productes més habituals.

- **Els consums realitzats de verdures inclou una ampla varietat de referències que gira entorn dels 60-70 articles.** Les diferències, pel que fa a varietat de productes amb els hotels de 4 estrelles són minses i afecten únicament a alguns productes de més valor, com les gírgoles que no s'utilitzen tant als hotels de menor categoria. En conjunt es pot parlar que la base de treball dels economats dels hotels de Balears s'articula al voltant de les 60-70 referències tal i com s'observa en la llista següent.

Taula 3. productes consumits als hotels de balears

1. OLIVES NEGRES KG	23. COL XINESA KG	45. RAVANETS MANAT
2. OLIVES SEVILLANES KG	24. COL REPOLLO KG	46. BLEDA RAVA "REMOLATXA" MANAT
3. OLIVES MALLORQUINES KG	25. COL LOMBARDA KG	47. TOMÀTIGUES CUINA
4. OLIVES MORADES KGP	26. COL UNITAT	48. TOMÀTIGUES ENSALADA
5. CAJ	27. GÍRGOLES KG	49. PASTANAGUES KG
6. OLIVES SENSE OS KG	28. XAMPINYONS KG	50. LLETUGA LLARGA UNITAT
7. PEBRES COENTS	29. ENDIVIA BELGA KG	51. LLETUGA ICEBERG CAIXA
8. TÀPERES KG	30. ENDÍVIES UNITAT	52. LLETUGA ROSA CAIXA
9. COGOMBRES PETITS KG	31. ESPINACS MANAT	53. COLIFLOR KG
10. ENVINAGRATS KG	32. HERBES MANAT	54. BERROS PAQUET
11. BLEDES MANAT	33. MENTA MANAT	55. TOMÀTIGUES CHERRY KG
12. NABS MANAT	34. NAPS MANAT	56. PERIFOLLO MANAT
13. CARXOFES KG	35. PATATES KG	57. SOJA GERMINADA KG
14. ALLS KG	36. COGOMBRES KG	58. ALFALÇ GERMINADA KG
15. ALLS ENFILATS	37. JULIVERT MANAT	59. FONOLL PUNTES MANAT
16. API ENSALADA MANAT	38. PEBRES GROCS KG	60. LLOSER MANAT
17. ALBERGÍNIES KG	39. PEBRES KG	61. ROMANÍ MANAT
18. CARABASSÓ KG	40. PEBRES KG	62. SENYORIDA FRESCA MANAT
19. CARABASSA KG	41. PEBRES VERDE KG	63. FONOLL KG
20. CEBES KG	42. PEBRES VERMELLS TORRAR KG	64. NYORES KG
21. "CEBOLLINES" MANAT	43. PEBRES VERMELLS TORRAR KG	65. PEBRES COENTS "BITXOS" KG
22. COL BLANCA KG	44. PORROS MANAT	

- **Pel que fa a les fruites, un hotel estàndard inclouria en les seves comandes entre 30 i 50 referències.** Com en el cas anterior, les diferències entre els consums realitzats pels hotels de 3 i 4 estrelles es trobaria en els diferents calibres de les diferents fruites i en la inclusió en els hotels de 4 estrelles d'algunes fruites més exòtiques

Taula 4. tipus de fruites consumides als hotels de Balears.

1. AGUACATE KG	12. POMES II KG	23. PLÀTANS KG
2. ALBERCOCS KG	13. POMES III KG	24. POMELO KG
3. CIRERES KG	14. POMES IV KG	25. SÍNDRIA KG
4. PRUNES BLANQUES KG	15. PRÉSSECS/MELICOTONS KG	26. RAÏM I KG
5. PRUNES KG	16. MELÓ KG	27. RAÏM II KG
6. CLEMENTINES	17. TARONGES KG	28. RAÏM III KG
7. CLEMENTINES II KG	18. TARONGES II KG	29. RAÏM BLANCA KG
8. FRAULES/MADUIXES KG	19. NECTARINES KG	30. KIWI KG
9. FRAULES/MADUIXES II KG	20. NÍSPEROS KG	31. PAPAÏA KG
10. LLIMONES KG	21. PERES KG	
11. POMES KG	22. PINYA TROPICAL KG	

- **La patata, semielaborada, tant fresca com congelada, és també un producte d'alt consum als hotels.** A més dels productes frescs esmentats més amunt, existeix un consum de productes semielaborats i congelats, d'entre els quals la patata n'és un dels principals components en diferents formes, tal i com s'esmenta a la llista següent:

Taula 5. consums de patates

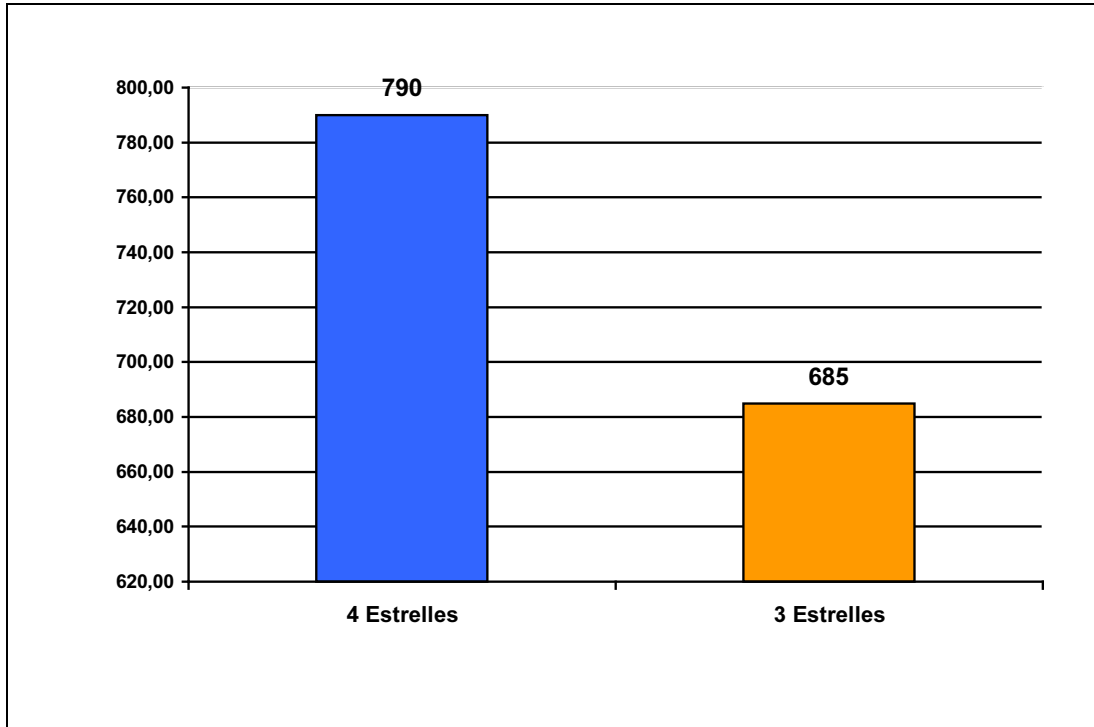
1. CREMA PURE PATATA KG	10. PATATA TALLADA QUADRATS KG
2. PATATA PREFREGIDA 3/8 KG	11. PATATA TALLADA PANADERA KG
3. PATATA DOLLAR KG	12. PATATA TALLADA SELLO KG
4. PATATA PARISIEN KG	13. PATATA SENCERA PELADA KG
5. PATATES PINYA KG	14. PATATA TALLADA ESPANYOLA
6. PATATA JULIANNE KG	15. PATATA ENSALADILLA KG
7. PATATA DAUS PREFREGIDA PAQ.10 KG	16. PATATA RISOLADA KG
8. CROQUETA PATATA KG	17. PATATA RENTADA BARBACOA KG
9. BOCADITO PATATA KG	18. PATATA TORNEJAR KG

- **Altres consums de fruites i verdures no s'ha tengut en compte.** A més dels productes esmentats, els hotels consumirien altres productes en conserva o congelats que no s'han tengut en compte a l'hora de realitzar l'estudi

3.4.2 Consums per estada.

- **El consum de verdures i fruites per estada** varien lleugerament en funció de la categoria de l'hotel. Els hotels de 4 Estrelles tenen uns consums estimats de 790 grams de fruita i verdura per persona i dia, mentre que els hotels de 3 estrelles tenen un consums estimats de 685 grams.

Gràfic 9. Consums de fruita i verdures segons categoria de l'hotel (grams per estada)



- Els hotels de 4 estrelles presenten una distribució del consum de fruites i verdures lleugerament diferent a la dels hotels de tres estrelles. En totes les categories analitzades, el consum sol ser superior als hotels de 4 estrelles, excepte a l'apartat d'elaborats de la patata on els consums són superiors als hotels de tres estrelles.

Taula 6. Consum de fruites i verdures segons categoria hotel.

	3 Estrelles	4 Estrelles
Verdures	281 grams	342 grams
Fruites	247 grams	356 grams
Elaborat Patata	142 grams	92 grams
Total	685 grams	790 grams

- Específicament en el cas de les verdures, els consums per estada estimats per a un hotel de 4 estrelles són els que s'esmenten a la taula següent.

Taula 7. Consums de verdures per estada als hotels de 3 i 4 estrelles.

PRODUCTE	kg/estada 4 estrelles	kg/estada 3 estrelles
OLIVES NEGRES KG	0,00205906	0,0012156442
OLIVES SEVILLANES KG	0,00069799	0,0006078221
OLIVES MALLORQUINES KG	0,00118658	0,0004973090
ACEITUNA MORADA KG	0,0001396	0,0002762828
OLIVES TREMPADES KG	0,0002792	0,0004973090
OLIVES SENSE OS KG	0,00012564	0,0004420524
PEBRES COENTS	0,0002443	0,0000773592
TÀPERES KG	0,0011447	0,0007735918
COGOMBRES PETITS KG	0,0001396	0,0000000000
ENVINAGRATS KG	0,00012564	0,0000000000
BLEDES MANAT	0,00089342	0,0040226773
NABS MANAT	0,00099114	
CARXOFES KG	0,00018985	
ALLS KG	0,00121639	0,0004420524
ALLS ENFILATS	0,00041181	0,0001436670
API ENSALADA MANAT	0,00728699	0,0077359179
ALBERGÍNIES KG	0,0077686	0,0035342093
CARABASSÓ KG	0,00869693	0,0070639981
CARABASSA KG	0,00567255	0,0029683822
CEBES KG	0,04365464	0,0381094016
“CEBOLLINES” MANAT	0,00816995	0,0070286339
COL BLANCA KG	0,00626116	0,0031821104
COL XINESA KG	0,00053396	0,0046968073
COL REPOLLO KG	0,00066309	0,0015869683
COL LOMBARDA KG	0,00471735	0,0032631908
COL UNITAT	0,00275426	0,0062550422
GÍRGOLES KG	0,00053536	0,0000000000
XAMPINYONS KG	0,00571373	0,0000000000
ENDIVIA BELGA KG	0,00619813	0,0014366705
ENDÍVIES UNITAT	0,00208349	0,0002762828
ESPINACS MANAT	0,00281289	0,0065092223
HERBES MANAT	0,00134712	0,0010056693
MENTA MANAT	0,0001745	0,0000000000
NAPS MANAT	0,00046765	
PATATES KG	0,00034899	0,0101111211
COGOMBRES KG	0,01226574	0,0108579133
JULIVERT MANAT	0,00430309	0,0035806248
PEBRES GROCS KG	0,00117611	0,0038425409
PEBRES KG	0,00150067	0,0000884105
PEBRES KG	0,00060725	
PEBRES VERDE KG	0,00895736	0,0047375280
PEBRES VERMELLS TORRAR KG	0,0091576	0,0020886978
PEBRES VERMELLS TORRAR KG	0,01357287	0,0070716253
PORROS MANAT	0,00301531	0,0000000000
RAVANETS MANAT	0,03230985	0,0305016190
BLEDA RAVA “REMOLATXA” MANAT	4,1879E-05	0,0000663079
TOMÀTIGUES CUINA	0,01287246	0,0184446385
TOMÀTIGUES ENSALADA	0,08460492	0,0835447101
PASTANAGUES KG	0,00062819	
LLETUGA LLARGA UNITAT	0,01544996	0,0022544675
LLETUGA ICEBERG CAIXA	0,00169553	0,0017682098
LLETUGA ROSA CAIXA	0,00604638	0,0008177970
COL-I-FLOR KG	0,0002094	
BERROS PAQUET	0,0022388	
TOMÀTIGUES CHERRY KG	0,00206674	0,0007045211

PERIFOLLO MANAT	0,00291759	0,0021881596
SOJA GERMINADA KG	5,5839E-05	
ALFALÇ GERMINADA KG	2,094E-05	
FONOLL PUNTES MANAT	0,00018148	
LLORE MANAT	1,396E-05	0,0000773592

ROMANÍ MANAT	1,396E-05	0,0001215644
SENYORIDA FRESCA MANAT	1,396E-05	
FONOLL KG	0,00113981	
NYORES KG	6,9799E-06	0,0000773592
PEBRES COENTS "BITXOS" KG	1,396E-05	

- Pel que fa als consums de fruites per estada, les quantitats consumides dels diferents productes considerats són les que es mostren a la taula següent.

Taula 8. Consums de fruita per estada als hotels de 3 i 4 estrelles.

PRODUCTE	KG/ESTADES 4 ESTRELLES	KG/ESTADES 3 ESTRELLES
AGUACATE KG	0,00133316	0,0000884105
ALBERCOCS KG	0,00098765	0,0002376032
CIRERES KG	0,00282057	0,0022522572
PRUNES BLANQUES KG	0,00538079	0,0025086477
PRUNES KG	0,00252392	
CLEMENTINES	0,01065129	0,0063655553
CLEMENTINES II KG	0,00172054	
FRAULES/MADUI XES KG	0,00951497	0,0025860068
FRAULES/MADUI XES II kg		0,0015692862
LLIMONES KG	0,02492396	0,0120840322
POMES KG	0,01088721	0,0113253838
POMES II KG	0,00165283	0,0036137788
POMES III KG	0,00188108	
POMES IV KG	0,00165423	
PRÉSSECS/MELI COTONS KG	0,00403158	0,0049686695

MELÓ KG	0,0586411	0,0405991523
TARONGES KG	0,01341939	0,0248494810
TARONGES II KG	0,04694602	0,0018345177
NECTARINES KG	0,00322331	0,0043553218
NÍSPEROS KG	0,00122148	0,0003536420
PERES KG	0,00916458	0,0049609336
PINYA TROPICAL KG	0,04356979	0,0367596450
PLÀTANS KG	0,01593366	0,0140130626
POMELO KG	0,00997773	0,0090035033
SÍNDRIA KG	0,03525135	0,0282754096
RAÏM I KG	0,00460672	0,0170245450
RAÏM II KG	0,00118658	
RAÏM III KG	0,00397853	
RAÏM BLANCA KG	0,02359547	
KIWI KG	0,01341532	0,0174610718
PAPAYA KG	0,00154953	

- El consum de patata elaborada i congelada. Pel que fa a consums de productes elaborats de la patata, tant congelats com frescs,

s'observa a la taula següent el consum comparat per estada entre els hotels de 4 estrelles i de tres estrelles, destacant el fet de la major utilització d'aquest tipus de productes als hotels de 4 Estrelles.

Taula 9. Consums de patata elaborada als hotels de 3 i 4 estrelles.

	PRODUCTE	KG/ESTADA	KG/ESTADA
		4 ESTRELLES	3 ESTRELLES
Cong.	CREMA PURE PATATA KG	0,00332242	0,0041552930
Cong.	PATATA PREFREGIDA 3/8 KG	0,03168864	0,0593636979
Cong.	PATATA DOLLAR KG	0,00450202	0,0048073204
Cong.	PATATA PARISIEN KG	0,00258255	0,0025196990
Cong.	PATATES PINYA KG	0,00258255	0,0025196990
Cong.	PATATA JULIANNE KG	0,00230336	0,0001105131
Cong.	PATATA DAUS PREFREGIDA PAQ.10 KG	0,00075383	0,0017792611
Cong.	CROQUETA PATATA KG	0,0001047	0,0006630787
Cong.	BOCADITO PATATA KG	0,00066309	0,0011051311
Fresc	PATATA TALLADA QUADRATS KG	0,00533961	0,0135378563
Fresc	PATATA TALLADA PANADERA KG	0,00931814	0,0144219612
Fresc	PATATA TALLADA SELLO KG	0,00108188	0,0018787229
Fresc	PATATA SENCERA PELADA KG	0,01043492	0,0254165792
Fresc	PATATA TALLADA ESPANYOLA	0,0002094	0,0003315393
Fresc	PATATA ENSALADILLA KG	0,00464162	0,0067965564
Fresc	PATATA RISOLADA KG	0,00865505	0,0132063169
Fresc	PATATA RENTADA BARBACOA KG	0,00164027	
Fresc	PATATA TORNEJAR KG	0,00087248	

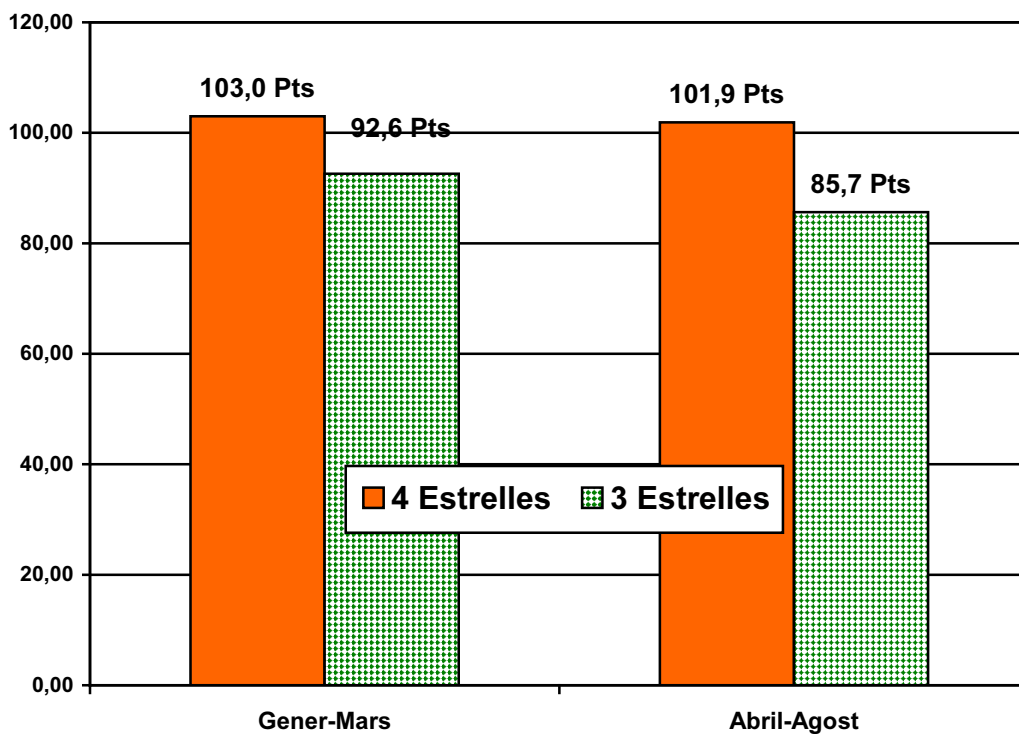
3.4.3 Despesa en fruites i verdures.

Es podria pensar, que degut als efectes estacionals de les produccions de fruites i verdures, i les consegüents diferències de preus dels productes en funció de la temporada, la despesa en fruites i verdures per estada seria més elevada en temporada baixa que en temporada alta. En aquest sentit, l'estudi realitzat aporta les següents informacions:

- **Els preus durant la temporada que va de gener a març són una mitjana del 9'7% més cars que a la temporada que va d'abril a agost.** Efectivament, així com era d'esperar, degut als efectes estacionals, bona part dels productes redueix el seu preu en la temporada d'estiu degut a que és la seva temporada natural de recol·lecció.
- **La reducció de preus no es transmet íntegrament en disminucions del cost dels consums de fruites i verdures.** En el cas dels hotels de tres estrelles els consums dels productes analitzats per estada suposa un cost al llarg de la temporada que va de gener a març de 92.58 ptes, mentre que a la temporada que va d'Abril a Agost suposa un cost de 85.65 ptes., la qual cosa suposa un major cost al principi d'any d'aproximadament un 8%. Pel que fa als hotels de 4 estrelles, els consums més elevats comporten que el valor monetari dels consums per estada siguin lleugerament més elevats, situant-se al voltant de les 103 ptes. al llarg de la temporada que va de gener a març i al voltant de les 101.9 ptes. al llarg de la temporada que va d'abril a Agost. En aquest últim cas, la reducció del cost és menys significativa i suposa

que els cost al principi d'any és només un 1.02% més elevat que durant la plena.

Gràfic 10. El cost dels consums per estada en funció de la temporada.



- Es pot estimar que el consum de fruites i verdures a hotels suposa aproximadament entre l' 11% i el 15% del valor dels consums realitzats als hotels de Balears.

3.4.4 Estimació de la demanda agregada per productes.

A partir de les dades facilitades pel participants a les taules de consulta, és possible realitzar una estimació dels consums globals a Balears dels productes analitzats. Si assumim que el consum mitjà de cada un dels productes és aproximadament la mitjana dels resultats obtinguts tant amb els hotels de 3 com els de 4 estrelles, podem multiplicar aquestes dades pel número total d'estades hoteleres a Balears i obtindrem una estimació de les demandes globals del sector hotelier per productes.

A continuació s'aporten les dades obtingudes agrupades per les grans famílies analitzades, es a dir, verdures, fruites i patata elaborada i congelada:

- **El consum de verdures.** Pel que fa a la demanda de verdures, destaca la importància de productes com les tomàtiques, les cebes, els pebres en les seves diferents varietats o els cogombres.

Taula 10. estimació dels kg de verdures consumits a l'hoteleria de balears.

PRODUCTE	DDA ESTIMADA KG.
OLIVES NEGRES KG	83.244
OLIVES SEVILLANES KG	33.194
OLIVES MALLORQUINES KG	42.805
OLIVA MORADA KG	10.572
OLIVES TREMPADES KG	19.739
OLIVES SENSE OS KG	14.431
PEBRES COENTS	8.177
TÀPERES KG	48.763
COGOMBRES PETITS KG	3.549
ENVINAGRATS KG	3.194
BLEDES MANAT	124.968
NABS MANAT	50.390
CARXOFES KG	9.652
ALLS KG	42.158
ALLS ENFILATS	14.120
API ENSALADA MANAT	381.885
ALBERGÍNIES KG	287.320
CARABASSÓ KG	400.646
CARABASSA KG	219.654
CEBES KG	2.078.457
"CEBOLLINES" MANAT	386.351
COL BLANCA KG	240.050
COL XINESA KG	132.967
COL REPOLLO KG	57.197
COL LOMBARDA KG	202.867
COL UNITAT	229.018
GÍRGOLES KG	13.609
XAMPINYONS KG	145.244
ENDIVIA BELGA KG	194.078
ENDÍVIES UNITAT	59.986
ESPINACS MANAT	236.970
HERBES MANAT	59.808
MENTA MANAT	4.436
NAPS MANAT	11.888
PATATES KG	265.898
COGOMBRES KG	587.808
JULIVERT MANAT	200.406
PEBRES GROCS KG	127.575
PEBRES KG	40.395
PEBRES KG	15.436
PEBRES VERDS KG	348.127
PEBRES VERMELLS TORRAR KG	285.883
PEBRES VERMELLS TORRAR KG	524.787
PORROS MANAT	76.650
RAVANETS MANAT	1.596.679
BLEDA RAVA "REMOLATXA" MANAT	2.750
TOMÀTIGUES CUINA	796.087
TOMÀTIGUES ENSALADA KG	4.274.395
PASTANAGUES KG	31.937
LLETUGA LLARGA UNITAT	450.050
LLETUGA ICEBERG CAIXA	88.049
LLETUGA ROSA CAIXA	174.489
COL-i-FLOR KG	10.646
BERROS PAQUET	113.821
TOMÀTIGUES CHERRY KG	70.446
PERIFOLLO MANAT	129.789
SOJA GERMINADA KG	2.839
ALFALÇ GERMINADA KG	1.065
FONOLL PUNTES MANAT	9.226
LLORER MANAT	2.321
ROMANÍ MANAT	3.445
SENYORIDA FRESCA MANAT	710
FONOLL KG	57.949
NYORES KG	2.144
PEBRES COENTS "BITXOS" KG	710

- **El consum de fruites.** Pel que fa al consums de fruites destaquen les demandes agregades de taronges, meló, síndria o raïm.

Taula 11. Estimació dels kg de fruita consumits per l'hoteleria de Balears.

PRODUCTE	DEMANDA GLOBAL (KG)
AGUACATE KG	39.929
ALBERCOCS KG	82.359
CIRERES KG	135.470
PRUNES BLANQUES KG	273.561
PRUNES KG	225.972
CLEMENTINES	541.516
CLEMENTINES II KG	109.473
FRAULES/MADUIXES KG	281.764
FRAULES/MADUIXES II kg	316.405
LLIMONES KG	921.465
POMES KG	368.618
POMES II KG	84.031
POMES III KG	95.635
POMES IV KG	168.355
PRÉSSECS KG	1.134.522
MELÓ KG	2.122.346
TARONGES KG	387.757
TARONGES II KG	1.304.090
NECTARINES KG	90.927
NÍSPEROS KG	157.158
PERES KG	913.201
PINYA TROPICAL KG	1.463.767
PLÀTANS KG	633.908
POMELO KG	972.402
SÍNDRIA KG	1.328.863
RAÏM I KG	234.207
RAÏM II KG	60.326
RAÏM III KG	202.270
RAÏM BLANCA KG	1.043.665
KIWI KG	682.040
PAPAYA KG	78.779

- **El consum de patata elaborada i congelada.** Pel que fa a consums de productes elaborats de la patata, tant congelats com frescs, s'observa la importància de la demanda d'alguns productes com són les patates pre-fregides congelades o les patates fresques pelades senceres.

Taula 12. Estimació dels kg de consum d'elaborat de patata a l'hoteleria de Balears

	PRODUCTE	DEMANDA GLOBAL KG
Cong.	CREMA PURE PATATA KG	190.085
Cong.	PATATA PREFREGIDA 3/8 KG	2.060.366
Cong.	PATATA DOLLAR KG	236.645
Cong.	PATATA PARISIEN KG	129.700
Cong.	PATATES PINYA KG	129.700
Cong.	PATATA JULIANNE KG	61.361
Cong.	PATATA DAUS PREFREGIDA PAQ.10 KG	64.392
Cong.	CROQUETA PATATA KG	19.517
Cong.	BOCADITO PATATA KG	44.948
Fresc	PATATA TALLADA QUADRATS KG	479.869
Fresc	PATATA TALLADA PANADERA KG	603.478
Fresc	PATATA TALLADA SELLO KG	75.259
Fresc	PATATA SENCERA PELADA KG	911.352
Fresc	PATATA TALLADA ESPANYOLA	13.751
Fresc	PATATA ENSALADILLA KG	290.761
Fresc	PATATA RISOLADA KG	555.720
Fresc	PATATA QUADRATS BARBACOA KG	41.696
Fresc	PATATA TORNEJAR KG	22.179

3.4.5 Estimació del valor de la demanda de fruites i verdures.

Per a realitzar l'estimació del valor de la demanda de fruites i verdures per part del sector de l'hoteleria de Balears, a partir de les dades disponibles s'ha procedit de manera indirecta. En primer lloc s'ha assumit que els consums realitzats per hotels d'inferior categoria a les tres estrelles podien ser assimilats als d'aquesta categoria, igualment s'ha assumit que els consums realitzats per establiments de cinc estrelles podien ser assimilats als de quatre estrelles. En segon lloc s'ha procedit a multiplicar el cost estimat mitjà dels consums obtingut més amunt pel nombre d'estades hoteleres a cada una de les categories esmentades. Aquestes operacions ens han permès obtenir el valor estimat de la demanda de productes de verdures i fruites per part dels hotels de Balears.

Taula 13. Estimació del valor dels consums de fruites i verdures per part de l'hoteleria.

Categoria hotels	Nombre d'estades	Despesa mitjana per estada	Valor
3 i menys estrelles	43.722.727	89.11 ptes.	3.896.132.203
4 i més estrelles	7.117.653	102.45 ptes.	729.203.549
Total	50.840.380		4.625.335.752

4. EL PROVEÏMENT DELS HOTELS.

En l'apartat anterior s'ha efectuat un anàlisi quantitatiu de la demanda de productes alimentaris per part del sector hotelier a Balears, detallant-ne el tipus de producte. En aquest apartat, la situació actual de proveïment dels hotels s'abordarà des d'una perspectiva més qualitativa.

Es aquest sentit, es pretén descriure com són els processos d'aprovisionament i els requeriments i exigències més comuns dels distints departaments de compres de les principals cadenes hoteleres i en segon lloc fer referència a una experiència portada a terme per la cadena Garden amb els pagesos de Muro-Sa Pobla.

4.1 *CARACTERÍSTIQUES DELS PROCESSOS D'APROVISIONAMENT.*

Els processos d'aprovisionament de productes alimentaris per part dels distints hotels de Balears presenten gran similitud. Encara que a nivell particular podem trobar algunes particularitats, algunes de les característiques principals comunes que defineixen els processos d'aprovisionament dels hotelers s'inclouen a continuació:

- **Pel que fa al subministrament de productes carnis la majoria compra els seus productes a intermediaris els quals distribueixen els productes a cada un dels hotels.** En alguns casos, es pot donar el cas que la cadena centralitzi la seva compra i rebi el subministra a un determinat hotel o magatzem. En aquest lloc la carn es trossejada i/o transformada segons els requeriments específics per a, posteriorment, ser distribuïda als distints hotels que formen part de la cadena. La raó explicativa d'aquest tipus de funcionament no es altra que la d'introduir un procediment de control de qualitat. És una forma d'estar segurs que, per exemple, els entrecots són tots del mateix pes. Cal suposar, també,

que la centralització d'aquestes operacions implica un cert abaratiment dels costos de mà d'obra degut a la consecució de determinades economies d'escala, tot i el cost addicional que suposa el fet d'haver de repartir posteriorment el producte als diferents establiments d'allotjament o restauració mitjançant medis de transport i personal propis.

Encara d'aquestes excepcions, en la majoria d'ocasions, no obstant, el proveïment de productes carnis s'efectua de forma descentralitzada, es a dir, és el proveïdor el que es desplaça i subministra el producte als econòmats dels distints hotels.

- **En el cas dels productes agrícoles el subministrament també es sol fer mitjançant intermediaris.** En la gran majoria de casos, els hotels compren a una sèrie de proveïdors, en nombre variable, segons els hotels. Aquests proveïdors solen ser intermediaris agrícoles que compren tant als pagesos mallorquins com importen de fora, segons la situació del mercat i les seves conveniències com empresa. En menor mesura, com pot ser el cas d'algunes experiències puntuals com la que es descriu en el punt següent, és el pagès que realitza la funció de comercialització de manera directa.
- **En la majoria de casos, el proveïdor** (sigui un intermediari o sigui directament un pagès o agrupació de productors) **distribueix els productes** als econòmats dels distints hotels individuals o que formen part de la cadena.

La freqüència de proveïment es variable, segons les diferents cadenes i les dimensions i ubicació dels distints hotels, arribant, en alguns casos, a la distribució diària i essent la norma general la de dues o tres vegades per setmana.

- **El model del grup Sol-Melià**, representa una excepció a aquesta regla de “servei a domicili” per part del proveïdor: El grup Sol-Melià, centralitza les seves compres en un magatzem central i únic, mitjançant l’empresa Frutsol, que opera tan sols a l’illa de Mallorca. És, posteriorment, la pròpia empresa Frutsol, la que realitza el repartiment als diferents hotels de la cadena.
- **A la majoria d’establiments hotelers, l’aprovisionament de productes a domicili no és total**, el desplaçament cap a Mercapalma es fa necessari en moltes ocasions per proveir-se de determinats productes no subministrats directament.
- **El preu de referència de les compres efectuades pels establiments hotelers sempre sol ser el preu de Mercapalma**. Mercapalma com a principal mercat distribuïdor de productes del sector primari sol actuar com a fixador del preu de referència per a cada producte en concret.
- **Cal destacar aquí que el control de costos es importantíssim** per a qualsevol empresa, però, especialment, per una gran proporció de l’oferta hotelera balear, donades les característiques d’elevada sensibilitat al preu d’una gran proporció de la clientela turística que es capta i l’estratègia competitiva predominant de Balears als mercats turístics, històricament basada, en gran part, en el liderat en costos i en preus altament competitius.

Per tant, encara que es compri a preus variables, sol constituir un objectiu bastant comú en moltes cadenes hoteleres aconseguir un determinat preu mitjà per temporada.

- **El conjunt del sector hotelier de Balears mostra una especial sensibilitat al preu a l’hora d’efectuar les seves compres**. Aquest és un factor que, en principi, dificultaria arribar a un acord de col·laboració

comercial amb els sectors primari balear, donat que, tal i com es descrivia prèviament, el sector produeix productes de qualitat però, en cap cas, més competitius en preus que els productes d'altres zones productores de fora de Balears, tot i tenir en compte l'avantatge que, en aquest cas, representa el cost de transport per a les importacions.

- Un aspecte essencial pel sector hotelier en tot el que fa referència al proveïment de productes alimentaris és el relatiu a intentar **estalviar el màxim en mà d'obra. Això prima la compra de productes transformats o semielaborats**. En aquest sentit, aquest és el gran avantatge dels congelats, que en quantitats tan significatives (la patata és un clar exemple) consumeixen els hotels de Balears. Y aquest és, un dels grans problemes de l'agricultura balear a l'hora de penetrar més en el mercat hotelier, donada la inexistència d'indústries de transformació d'aquest tipus i la poca probabilitat de que s'implantin en el futur.

En aquest sentit, cal citar una recent excepció representada per una empresa de comercialització, Agrícola Sa Pobla, que ha començat a introduir processos de transformació en la patata (patata pelada, patata tallada...) amb un relatiu èxit en quan a acceptació del producte als hotels. És un clar indicatiu del que hem afirmat prèviament, **qualsevol tipus de transformació o semi-elaboració del producte original que incideixi positivament damunt el compte d'explotació del sector hotelier per l'estalvi de mà d'obra, rellançarà positivament la col·laboració comercial entre els dos sectors**.

- **Seguint la filosofia de reducció dels costos d'aprovisionament, son nombroses les cadenes hoteleres que segueixen una paràmetres de conducta basats en la reducció al màxim del nombre de**

proveïdors, es a dir, tractar amb el menor nombre de proveïdors per tal de aconseguir grans volums de compres, com a mecanisme per abaratir el costos de transacció, en general, i tenir més poder de negociació en quan a preus, en particular. Aquí sí trobam una oportunitat i un factor d'avantatge si el sector primari balear tengués capacitat per a organitzar-se en un organisme propi amb capacitat de concentrar i aglutinar tot un ampli ventall de productes agroalimentaris requerits pel sector hoteler.

- **Es dona una gran importància a la previsió i a la pressupostació.** En situacions com les que es donen a les cadenes hoteleres, on el volum de compres és molt gran i els preus del servei hoteler sol estar negociat per endavant amb els Tour Operadors, tan important com el control o la reducció dels costos d'aprovisionament és la previsió i pressupostació d'aquests costos d'aprovisionament. En aquest sentit, i segons es desprèn de les manifestacions dels seus màxims responsables, **la fixació de preus per temporada seria un aspecte molt ben valorat per a la majoria de departaments de compres de les cadenes hoteleres.**

Un altra cop, si el sector primari balear fos capaç d'estructurar-se fins el punt de poder adquirir compromisos de preus per temporada i garantir el seu compliment, amb independència de les condicions meteorològiques i els alts i baixos del mercat, existiria una oportunitat significativa d'arribar a acords de col·laboració comercial entre ambdós sectors, primari i hoteler. L'element clau aquí, és la capacitat de les estructures o organitzacions agràries per imposar la necessària disciplina entre els seus associats per tal que lliurin les seves produccions a l'organització comercialitzadora, malgrat, conjunturalment, els preus acordats siguin inferiors als de mercat en un moment determinat.

Aquests preus acordats haurien de ser viables per a les dues parts: rendibles pels pagesos o ramaders i acceptables pels hotelers en funció del preu de venda de la seva capacitat d'allotjament.

Tot i que l'establiment de preus fixos per temporada seria desitjable, o un element que donaria valor afegit a la col·laboració en el subministrament entre les dues parts, segons les manifestacions dels principals responsables de compres de les principals cadenes hoteleres de Balears, cal destacar que aquesta no és una condició, ni molt manco, del tot necessària per tal d'arribar a un possible acord.

- **Les diferències de qualitat demandades pels hotels en funció de la seva categoria es basen en la diversitat de calibres.** Pel que fa als requeriments qualitatius, cal simplement destacar que existeixen diferències entre els hotels de més i menys categoria, i que es centren, bàsicament, en els distints "calibres" de determinades fruites i verdures.

- **Per acabar aquest apartat, s'ha de destacar que pel que fa referència a les conserves i productes d'alimentació transformats,** existeix un predomini absolut de productes importats. Aquest predomini de les importacions es deu, bàsicament, a dos factors:
 - a) per una part, a la manca d'oferta a Balears d'aquest tipus de productes;
 - b) en segon lloc, i especialment en aquest tipus de productes, al fet de que el factor preu jugar un paper primordial, i les distintes cadenes intenten treure profit de les ofertes promocionals

sistemàtiques que es produeixen com a conseqüència d'excedents de producció a distintes zones d'Espanya i d'Europa.

Aquesta circumstància fa pràcticament inviable el que es pugui arribar, a mig i llarg termini, a acords de col·laboració comercial en tot el que fa referència a conserves i productes transformats. Les dificultats de col·laboració assoleixen un grau que podríem qualificar d'intermig en el que fa referència a carns i productes làctics. Les major possibilitats de col·laboració, mútuament beneficiosa per a les dues parts es donarien en l'apartat de fruites i verdures, especialment verdures, tal i com es comentarà a continuació en els següents apartats a on s'intentarà establir una diagnosi de la situació.

4.2 UN CAS ESPECÍFIC DE COL-LABORACIÓ PAGÈS HOTELER. LA CADENA GARDEN.

En tot cas, existeixen alguns exemples de col·laboració directe entre hotelers i pagesos, moltes vegades fruit de la iniciativa personal del propietari de l'establiment hoteler. Així, per exemple, tenim l'experiència de la cadena hotelera Garden que sota la direcció del Sr. Miquel Ramis va emprendre una iniciativa a nivell particular de cooperació entre el sector primari i el sector hoteler.

Abans del començament de la temporada, els propietaris o directius de la cadena han mantingut reunions amb pagesos de la zona Sa Pobla-Muro, informant-los dels productes i quantitats que els hotels de la cadena podien consumir. En determinades ocasions s'ha arribat a compromisos de subministrament, acordant preus (els preus de referència eren els de

Mercapalma) i terminis de lliurament. L'experiència, segons manifestacions de la propietat de la companyia, ha resultat satisfactòria esmentant de manera especial el fet que no hi va haver problemes en quan a períodes de lliurament, ni en quantitats ni en qualitats.

Segons la mateixa font d'informació esmentada prèviament, d'aquest tipus de col·laboracions se'n deriven beneficis per a les dues parts:

- a) Els pagesos obtenen preus més alts que els que els paguen els intermediaris o, en tot cas, no haver d'anar a Mercapalma (els qui anaven).
- b) La cadena hotelera paga el mateix preu que a Mercapalma, però s'estalvia el camió cap a Palma per adquirir determinats productes. Estalvi, per tant, en ús d'equipaments i ma d'obra.

Com a curiositat, i com a exemple de maneres tradicionals d'actuar al món de la pagesia a Mallorca, els acords han estat de paraula, sense que existís cap tipus de document escrit.

L'experiència de la cadena Garden, posada en pràctica encara que de manera minoritària també per altres hotels individuals i, parcialment per algunes cadenes, representa un exemple de comercialització directa on es suprimeix qualsevol tipus d'intermediari entre agricultor i hotelier. Representa, per altra banda, un bon exemple de treure profit de la proximitat geogràfica entre zones de producció i zones de consum.

5. DIAGNOSI.

5.1 SITUACIÓ CONTEXTUAL.

L'anàlisi contextual de la situació, així com de les respostes obtingudes, tant per part dels principals responsables de compres de les cadenes hoteleres més importants de Balears, com per part de representants del sector primari, ens condueixen a efectuar el següent diagnòstic.

- En primer lloc, cal destacar que la manca de cooperació comercial entre ambdós sectors esta, en part, explicada per la particular situació del sector primari a Balears. En aquest sentit, l'aspecte sociològic i les característiques de l'estructura productiva de l'agricultura i ramaderia a Balears son dos elements a tenir molt en compte. Com ja s'esmentava prèviament:
 - L'edat mitjana de la majoria de pagesos i ramaders de Balears és elevada, la qual cosa dificulta entre altres l'adaptació als processos i requeriments expressats per la demanda ja que no tenen incentius per canviar.
 - La majoria dels escassos pagesos que no tenen edats avançades ja estan organitzats o be en cooperatives i societats agràries de transformació (SATs) o bé comercialitzen ells mateixos la seva producció directament a Mercapalma.
 - Son els pagesos de edats més avançades els que estan desorganitzats i lliuren la seva producció als tradicionals intermediaris agrícoles.

- Els intermediaris son els que subministren als hotelers. Per tant, la producció mallorquina arriba al sector turístic via intermediaris. El que passa es que quan les condicions de preus a l'exterior son més avantatjoses per a l'intermediari, degut a la presència d'excedents de producció, aquest compra a fora, encara que hi hagi producció autòctona. Aquest acords d'importació poden provocar, en situacions puntuals, no tan sols caigudes importants de preus, sinó també, que els pagesos no puguin donar sortida a la seva producció, llevat de que estiguin disposats a lliurar-la a preus ruïnosos.

- Un altra factor a tenir en compte com a punt de partida que dificulta, o ha dificultat fins ara una major col·laboració comercial entre les dos sectors econòmics, és el fet de que cap dels dos sectors es necessita imperativament.

Es a dir, el sector hotelier balear no necessita dels pagesos per subministrar-se dels productes agroalimentaris necessaris i als preus adequats pel seu correcte funcionament.

- Finalment, no hi ha, tampoc, una excessiva necessitat per a una part del sector primari balear, precisament el que esta estructurat comercialment i es gestiona amb criteris racionals i empresarials, per arribar a acords, donat que tenen la producció col·locada a altres mercats.

Aquestes tres consideracions anteriors explicarien en gran part l'absència de relacions comercials a gran escala entre els dos sector productius. Així, ens trobem, per una banda, un sector d'allotjament, amb unes necessitats de productes alimentaris molt considerables, que pot

assegurar-se'n el subministrament en condicions favorables i ajustades als seus requeriments, tant amb productes provinents de l'exterior, mitjançant importacions (la majoria) com amb produccions de les Illes.

Per altra banda, un reduït sector agrícola, integrat majoritàriament pels pagesos més joves, amb un cert dinamisme empresarial i que ha aconseguit trobar mercats pels seus productes, diferents del mercat representat pel sector balear d'allotjament, i en condicions de preus acceptables en termes de viabilitat i rendibilitat econòmica. Paradoxalment aquesta mercats són, en ocasions, exteriors.

Ens torbem, per tant, amb el fet curiós de que, malgrat la presència “de molta mar per en mig”, i els consegüents costos de transport, els sector d'allotjament es proveeix d'importacions i el sector agrari efectua exportacions.

En mig de tot aquest escenari, la resta dels integrants de la pagesia i ramaderia balear, amb edats més avançades, estructures productives no modernitzades i manca absoluta d'estructures de comercialització, van subsistint així com poden, esperant la seva “jubilació” o essent els ingressos provinents de l'activitat agrícola un percentatge marginal de les seves rendes, que provenen majoritàriament d'altres activitats professionals o empresarials.

- Per un altra costat, és evident que si el sector hotelier es subministres exclusiva o bàsicament de la producció autòctona, la capacitat

productiva de la agricultura i ramaderia balear no seria suficient per atendre la demanda.

- En quart lloc, cal ressaltar de nou que la tipologia del turista que visita Balears fa que el factor preu sigui molt important per a una proporció significativa del sector hotelier. En termes generals, es pot afirmar, per tant, que el sector hotelier balear és molt sensible al preu. Els mateixos representants dels productors son conscients d'aquest fet al manifestar repetidament que "l'hotelier no vol qualitat, vol preu".

- Els costos de producció a Balears son, en termes generals, més elevats que a altres regions agrícoles competidores, tal i com s'ha constatat prèviament. Tot i comptar amb el "coixí de protecció" que representen els costos de transport cap a les nostres Illes, la manca de competitivitat amb preus del sector primari balear, junt amb l'elevada elasticitat-preu de la demana hotelera, podria explicar, en part, el perquè de la manca de col·laboració comercial entre els dos sectors, i que el sector hotelier es subministri bàsicament de productes importats.

- Aquest important pes relatiu dels productes importats es déu, també, a la manca de indústria de transformació agroalimentaria a Balears. L'intent d'estalviar costos en ma d'obra fa que el sector hotelier tengui preferència per l'adquisició de productes transformats o semielaborats. El cas de la patata n'és un clar exemple.

5.2 OPCIÓ ESTRATÈGICA.

Tenint en compte l'anterior, l'opció estratègica de l'agricultura i ramaderia balear, a llarg termini, hauria de ser la d'optar per productes de molt de valor afegit i per la qualitat. En aquest sentit, els vins mallorquins constitueixen un exemple clar d'aquesta aposta. Estam davant un subsector que incrementa la seva producció cada any sense tenir cap tipus de problema de comercialització i amb pujades significatives de preus. La transformació progressiva del conjunt de la indústria turística balear, dirigida a incrementar els nivells de qualitat i aportar més valor afegit, permetria atreure percentatges més elevats de turistes menys elàstics als preus i/o més interessats pels valors i fets culturals d'aquestes Illes, incloent dins aquests la gastronomia pròpia i determinats productes autòctons. D'aquesta forma es crearien sinergies positives pels dos sectors.

Però, aquesta és un aposta a mig i llarg termini. A curt termini, i de cara a l'objectiu d'aquest estudi, es tractaria d'identificar en quin tipus de productes el sector primari balear pot ser competitiu en preus, en comparació als productes que s'importen de fora. O, encara que els preus puguin ser lleugerament superiors, en quin tipus de productes aquest major preu es veu compensat per un major component qualitatiu.

- S'ha de destacar que en l'estructura qualitativa de la demanda hotelera hi trobem una gran quantitat de productes envasats i congelats. De les converses mantingudes i de l'anàlisi de la situació se'n desprèn la conclusió evident de que amb els productes envasats les possibilitats de col·laboració són molt escasses, per no dir, inexistents. L'aparició sistemàtica d'ofertes promocionals en aquest tipus de productes, per tal de donar sortida a excedents conjunturals de producció, dificultarien la possibilitat d'arribar a acords de preus a llarg termini.

- Però també és evident que en l'estructura qualitativa de la demanda hotelera hi trobem una gran quantitat de producte fresc. **És en el producte fresc, altament perible, on hi ha les majors possibilitats d'arribar a acords de col·laboració dels que se'n derivin beneficis per a les dues parts.**

Aquest és un fet reconegut pels representants tant de les principals cadenes hoteleres com dels productors. La proximitat entre zones de producció i consum juga a favor dels pagesos de Balears en aquest tipus de productes: el producte autòcton arriba a l'hotel en unes millors condicions de conservació i té, per tant, més qualitat i menys mermes. El producte autòcton té, en moltes ocasions, un component qualitatiu més elevat en termes de millor sabor.

5.3 REQUERIMENTS DE LA DEMANDA (SECTOR HOTELER).

- El requeriment bàsic per part del sector hotelier és que els representants del sector primari balear assumeixin un clar compromís en quan a subministra dels productes que s'acordin, amb independència de condicions meteorològiques que puguin influir damunt els nivells de producció. Si les condicions meteorològiques son adverses, o es produeix qualsevol altre factor imprevist que incideixi negativament damunt els volums de producció, la o les organitzacions productores s'han de comprometre a aconseguir els productes d'altres indrets. En cap cas hi ha d'haver tall en el subministra.

- Aquest compromís de subministrament constant s'ha de complir en termes de:
 - Tipus de productes pactats

 - Quantitats pactades

 - Terminis de lliurament

 - Requeriments de qualitat

- Els requeriments de qualitat estan centrats, bàsicament, en el tamany de les fruites o hortalisses, el que es denomina “els calibres”. Aquests han de ser iguals per a cada categoria de producte.

- Un dels requeriments de la demanda o, amb altres paraules, un objectiu que seria desitjable assolir, es el de minimitzar el nombre de transaccions necessàries pel correcte subministrament. Això implica, entre d’altres, minimitzar el nombre de proveïdors, el que suposa que la situació ideal seria aquella en que un mateix proveïdor fos capaç de subministrar la majoria de productes requerits. D’aquí que l’agrupació de l’oferta sigui una de les problemàtiques a resoldre. Tenir un interlocutor únic, per part dels productors, seria ideal, sempre i quan no representés un intermediari addicional.

- El fet de que les plantilles de personal als economats i les cuines dels hotels de Balears siguin cada dia més reduïdes incrementa els requeriments de serveis afegits en el lliurament de productes per part dels proveïdors. Aquest requeriments es centren, normalment, en els següents:
 - Una major freqüència de lliurament, en molts de casos.
 - La distribució directa al propi establiment hotelier és molt valorada, pel fet de que estalvia la necessitat de desplaçaments cap els mercats d’abaratiment, amb els conseqüents estalvis de costos derivats d’un menor ús d’equipaments de transport, combustible i de temps del personal.
 - Caixes o envasos nets.
 - Aportar els tipus d’envasos que exigeixen les autoritats sanitàries.

No obstant, cal destacar que els requeriments de servei poden ser molt distints segons les cadenes hoteleres que, en aquest sentit, presenten mecanismes de funcionament variats. Ja s'ha esmentat prèviament com algunes cadenes hoteleres tenen centralitzada la compra a un economat únic. Això, implicaria que, en cas d'arribar-se a un acord de col·laboració, la o les organitzacions productores haurien de fer un esforç d'adaptació per contemplar i tractar de satisfer i adaptar-se a les diferents sistemàtiques de funcionament. Aquesta adaptació a les particularitats de les distintes cadenes hauria de dur incorporada la flexibilitat en quan a termes i condicions de pagament que, òbviament, serien també diferents.

- Pel sector hotelier, la situació ideal seria fixar un preu únic per tota la temporada o tot l'any o contractes a mig i llarg termini amb preu garantitzat. D'aquesta forma, la previsió de costos per a la cadena hotelera seria molt més fàcil i còmode.

La constància en el preu seria un element que afegiria valor a la relació comercial. No obstant, i essent conscients de que la consecució d'aquest objectiu pot representar dificultats a curt termini, els representants del sector hotelier manifesten que el preu de referència pot ser el de Mercapalma.

5.4 QUÈ POT APORTAR L'OFERTA (SECTOR PRIMARI)?

- Des del punt de vista dels representants dels productors, es manifesta reiteradament que per a poder arribar a algun tipus de col·laboració comercial, el sector primari necessita saber què és el que consumeix el sector hotelier, en termes quantitativs i qualitativs, endemés dels seus requeriments en quan a terminis i condicions de lliurament i serveis afegits.

La disposició i anàlisi d'aquesta informació els permetria valorar la seva capacitat per fer front a la demanda hotelera i, si aquesta capacitat existeix, planificar la seva producció. Òbviament, el factor clau en aquesta decisió és l'element preu que, con ja s'ha esmentat prèviament, representa l'aspecte més difícil del procés d'enteniment.

- Des del seu punt de vista, és repeteix amb insistència que, tot i la manca d'estructuració del conjunt del sector primari, existeixen o s'estan creant a Mallorca determinats grups de productors altament professionalitzats, encara que en nombre molt reduït. Grups amb capacitat per produir i subministrar certs productes, i amb capacitat i voluntat de firmar acords i d'assumir compromisos a mig i llarg termini que incloguin quantitats, qualitats i periodicitats i condicions de lliurament. Per a ells, també es bàsic i evident que "abans de sembrar s'ha d'haver venut". És necessària, per tant, una taula de negociació entre els dos sectors.
- Des del punt de vista del productors, seria desitjable que aquests acords es firmessin amb una perspectiva a mig i llarg termini, i haurien d'incloure, ho seria molt positiu que ho fessin, preus únics per a tot l'any.

- Els representants dels productors manifesten reiteradament la seva capacitat de fer front i complir els compromisos adquirits, amb tots els seus aspectes de quantitats, qualitats, condicions de lliurament i serveis afegits.

De fet, hi ha clars exemples d'organitzacions de productors que ja ho estan fent. Així, la Cooperativa de Muro serveix a alguna cadena hotelera i, per tal de complir els compromisos adquirits, compra producció de fora quan no en té de disponible aquí. Per la seva banda, la S.A.T. S'Esplet de Sa Pobla firma acords de preus per temporada i compromisos en quan a quantitat i qualitat i serveix a empreses de distribució minorista tan exigents com Tesco (al Regne Unit) o Pryca. Tal i com manifesten els seus representants... perquè no a una cadena hotelera?. Tot, una altra cop, està en funció dels preus que es negociïn.

- Això sí, constaten clarament el fet que la logística de la distribució, es a dir, el “repartiment a domicili” als distints hotels en les freqüències i quantitats requerides, és un factor bàsic perquè pot incrementar el costos de forma considerable i repercutiria damunt els preus acordats.

5.5 FACTORS A FAVOR DE LA COL-LABORACIÓ.

- S'ha detectat una sensibilitat favorable una bona predisposició entre els representants del sector hotelier per ajudar i donar una mà al sector primari balear. Es pot afirmar que, en termes generals, la idea d'intentar ajudar o donar un empenta a l'agricultor i ramader d'aquestes Illes li cau

bé a l'hoteler, sempre que això no incrementi, òbviament, els seus costos d'exploració.

- El sector hoteler, donats els elevats graus de professionalització en la gestió de compres (especialment en el cas de les grans cadenes hoteleres) esta en condicions de subministrar la informació sobre els consums dels seus establiments que els productors necessiten, el que permetria que el pagès planifiqués la seva producció en funció de les necessitats del sector hoteler.
- Les consultes duites a terme permeten afirmar que, en termes generals, tant les principals cadenes hoteleres com determinades organitzacions d'agricultors estarien disposats a firmar un document de compromís per iniciar un procés de col·laboració comercial.
- Per altra banda, el productes autòctons son un element de valor afegit a l'oferta hotelera. El turista, especialment el turista de més qualitat, agraeix i valora positivament els productes de la terra.
- Hi ha una certa conscienciació entre el sector hoteler de la necessitat de preservar l'activitat agrícola i ramadera com a mitjà per contribuir a la conservació del paisatge.

5.6 FACTORS QUE DIFICULTEN LA COL·LABORACIÓ.

- Tot i els elements que s'acaben de descriure a l'apartat anterior, favorables a la col·laboració comercial entre els dos sectors econòmics, el gran problema de fons radica en una relativa manca de confiança mútua.
- La majoria de representants del sector hotelier amb responsabilitats sobre la política de compres dels seus establiments dubten de la voluntat d'adquirir compromisos per part dels representants del sector primari. I, en cas de que els adquireixin, de la seva capacitat per fer-los complir. Per a molt d'ells, el pagès mallorquí no es vol comprometre, no es vol fermar. No complirà si els preus de mercat son millors que els pactats. Pensen que si els preus de Mercapalma son superiors al preu acordat hi haurà problemes: els pagesos preferiran vendre a Mercapalma.

Per altra banda, pels representants del sector hotelier es dubtosa la capacitat dels productors per fer front als seus requeriments de qualitat, bàsicament en quant a calibres i a condicions de lliurament. Segons els hotelers, el compromís en quantitats, qualitats i períodes de lliurament es difícil donat que els pagesos manifesten que les circumstàncies climàtiques adverses no es poden preveure (gelades, pedregades...) i, si es produeixen, potser no puguin complir amb els compromisos adquirits.

En darrer lloc, el sector hotelier no té una clara idea de qui o quins son els interlocutors vàlids, representatius dels interessos de la pagesia.

- Per la seva banda, els representants dels productors semblen tenir clar que el requeriment bàsic dels hotelers és el preu baix, preus que poden fer realment poc atractiu i viable arribar a un enteniment de cara al subministrament.
- L'experiència històrica evidencia que els contractes a llarg termini, en aquest tipus de productes alimentaris, presenten el greu problema del seu compliment per part de les dues parts, tant de la demanda com de l'oferta. Les importants fluctuacions de preus en els productes alimentaris representen un problema important que fa moltes vegades extremadament difícil mantenir lleialtats. No hi ha, en canvi, problemes per "comprar al dia" en funció dels preus de mercat.
- L'agrupació de l'oferta representa també un problema. Les tradicionals dificultats de cooperació entre els productors a l'hora de comercialitzar els productes pot dificultar les relacions amb el sector hotelier.
- La forta estacionalitat de la demanda hotelera és un problema afegit important.
- Finalment, cal tenir present la possible reacció negativa de determinats intermediaris agrícoles davant les accions de comercialització directa entre hotelers i agricultors que un possible acord d'aquestes característiques representaria.

5.7 AVANTATGES DE LA COL·LABORACIÓ.

És evident que el fet de arribar a acords de col·laboració comercial, a mig i llarg termini, entre els dos sectors, representaria avantatges considerables per totes les parts involucrades. Així, i sense que la llista sigui ni molt menys exhaustiva, es poden citar els següents:

1. En termes generals, es pot afirmar que la consecució d'un acord d'aquest tipus suposaria un important estalvi de costos d'aprovisionament pel sector hoteler.

L'estalvi de temps i doblers per l'hoteler, derivat de la firma d'acords de subministrament a mig i llarg termini, seria considerable. L'hoteler inverteix molt de temps en comprar. Un pacte que impliqués una relació directa i continuada tendria efectes positius per l'hoteler en quan a estalvi de temps. Li facilitaria, per altra banda, la previsió de costos.

2. Per l'hoteler, el producte autòcton és un valor afegit a la seva oferta de restauració.
3. Un acord d'aquest tipus permetria al pagès planificar la seva producció en base als importants volums de compra del sector hoteler i, el que es més important, sabent quan sembla quins seran els preus de venda, si s'arribessin a firmar acords de a llarg termini que incloguessin preus fixes per temporada. Una millor previsió d'ingressos facilita la racionalització dels processos productius i la modernització de les explotacions.
4. Un major nivell d'activitat agrícola i ramadera tendria, en termes generals, efectes positius sobre la conservació del paisatge, sempre i

quan s'incrementessin els controls i s'apliquessin amb rigor normatives dirigides a eliminar tots tipus d'impactes negatius damunt el medi ambient derivats de la pràctica de determinades activitats agrícoles que poden ser considerades "no massa amigables" pel paisatge: ens referim a construccions d'ús agrícola amb fort impacte visual negatiu, ús de determinats adobs que suposen fortes olors molestes per a la població, ús excessiu i amb poc seny de pesticides i altres productes fitosanitaris, així com d'adobs, que poden suposar la contaminació atmosfèrica i de les capes freàtiques, representant un risc per a la salut de la població, etc.

5. Un major nivell d'activitat agrícola i ramadera seria un element que contribuiria a equilibrar l'estructura econòmica de les Illes Balears.
6. Ben plantejat, l'activitat agrícola i ramadera pot constituir un element més d'atractiu turístic per aquestes Illes.

Tenint en compte les potencials avantatges derivades d'una col·laboració comercial més intensa entre els sectors hotel·ler i primari de les Illes Balears, val la pena efectuar un darrer esforç en un intent per trobar línies de cooperació mútuament fructíferes. Per això, en el pròxim apartat es proposa la realització d'una experiència pilot.

6. PROPOSTES PER A UNA EXPERIÈNCIA PILOT.

Tenint en compte les opinions recollides provinents de les dues parts involucrades, la conclusió i la proposta principal d'aquest estudi és la de que seria recomanable dur a terme una experiència pilot de col·laboració comercial directa entre els dos sectors productius.

Una situació pràctica posaria en evidència quina problemàtica es genera. Si aquesta experiència funciona, i té resultats positius damunt les comptes d'exploració dels dos sectors, es podria posteriorment ampliar.

Aquesta experiència pilot es podria dur a terme per part d'aquelles empreses o organitzacions més professionalitzades dels dos sectors, es a dir, un nombre reduït de cadenes hoteleres i aquelles organitzacions agràries més estructurades en termes de comercialització i planificació de la producció.

L'experiència podria començar a escala limitada, amb un nombre reduït de productes i d'hotels. Els productes més apropiats son, amb tota claredat, els productes hortofrutícoles frescs, altament peribles. Es proposen, en concret, les verdures.

Per arribar a algun tipus de model de cooperació es imprescindible el compliment dels següents punts:

- ◆ Els pagesos necessiten informació sobre el consum dels hotels: aquesta és la seva gran mancança. **El sector primari, per tant, ha de conèixer amb anticipació què consumeix el sector hoteler** i quins són els seus requeriments, en termes de:
 - a) Quantitats: determinar el més aproximadament possible els volums de compra necessaris per a satisfer les demandes dels hotels participants.
 - b) Qualitats: establir les descripcions de les qualitats necessàries per a atendre les diferents demandes de les diferents categories d'hotels.
 - c) Tipus de productes: especificar els productes sobre els quals es realitzaria l'experiència pilot
 - d) Requeriments en quant a condicions de lliurament i serveis afegits. Les condicions demandades a priori per part de la demanda.

En aquest sentit, aquest estudi aporta informació detallada a nivell general sobre la majoria d'aspectes anteriors. Les condicions particulars, es determinarien en els acords concrets als quals arribessin determinades cadenes amb determinats col·lectius de productors.

- ◆ El sector hoteler està en condicions d'aportar aquesta informació sobre les seves necessitats de productes agrícoles i ramaders, tant en termes de quantitat com de qualitat, per a la pròxima temporada. Per tant, les cadenes hoteleres que estiguessin disposades a participar en aquesta experiència pilot lliurarien, a les organitzacions de productors agrícoles disposades a adquirir un compromís de subministrament, una llista amb les seves necessitats detallades.

- ◆ En base a aquesta informació, les organitzacions de productors representants del món de la pagesia haurien de planificar la seva producció. El sector primari ha d'estar disposat a efectuar un **esforç d'adaptació de la producció als requeriments i necessitats del sector hoteler**.
- ◆ S'ha d'arribar a un **compromís a mig termini** per part d'ambdues parts, d'obligat compliment. En aquesta primera fase, el preu podria ser el de mercat, agafant com a referència del preu de mercat, els preus de Mercapalma.
- ◆ Si l'experiment funciona, en una **segona fase**, seria recomanable arribar a **compromisos més a llarg termini**, incloent acords de **preu únic per a tota la temporada**. De les converses mantingudes es desprèn la conclusió de que les negociacions sobre preus serien, amb tota probabilitat, l'aspecte més problemàtic d'aquest acord. Aquest preu, que òbviament hauria de ser rendible pels pagesos, reportaria al sector hoteler avantatge d'una millor previsió dels costos d'explotació.
- ◆ Perquè es pugui dur a terme tot el que s'ha enunciat prèviament, **es del tot imprescindible una major estructuració del sector primari**, mitjançant fórmules de cooperació entre productors, que li permetin una **comercialització directa dels seus productes cap el sector hoteler** de forma eficaç i eficient.
- ◆ De fet, aquest model de cooperació suposa saltar-se o "passar per damunt" determinats intermediaris tradicionals del sector agrícola, es a

dir, representa un **procés de desintermediació** dins el sector primari. Suposa generalitzar algunes experiències que ja es donen dins el sector a nivell individual. Cal tenir en compte la potencial reacció adversa d'alguns intermediaris davant aquest procés.

- ◆ És, a més a més, imprescindible que el sector primari es comprometi en quant a quantitats, qualitats, freqüència i condicions de lliurament. El compliment d'aquest compromís és ineludible, i **la pagesia ha de preveure mecanismes per adquirir la producció a altres indrets si les condicions climatològiques o d'altres tipus dificulten la seva obtenció aquí**. Sense aquest compromís es molt difícil arribar a cap tipus d'acord, donat que aquest és un requeriment bàsic del sector hotelier.
- Com ja s'ha esmentat repetidament en apartats anteriors, la barrera més important que dificulta la cooperació intersectorial és la manca actual de confiança entre els dos sectors.

Així, si els resultats d'aquesta experiència pilot a escala limitada foren satisfactoris, el greu problema de confiança del sector hotelier en les capacitats de subministrament del sector primari quedaria superat.

Per l'altra banda, el sector primari balear podria constatar el fet que la col·laboració comercial amb el principal subsector econòmic de Balears amb una demanda potencial més elevada pels seus productes, és possible i viable econòmicament.

Això obriria les portes a acords posteriors d'abast més ampli entre els dos sectors, mútuament satisfactoris per a les dues parts i, cal esperar, que satisfactoris i equilibradors pel conjunt de l'economia de les Illes Balears, conduents a una estructura productiva més equilibrada i amb positius efectes mediambientals.

7. AGRAÏMENTS.

Els redactors d'aquest estudi volen expressar la seva gratitud a les persones que a continuació es detallen per la seva col·laboració desinteressada, mitjançant les seves opinions, l'aportació de determinades dades i la seva presència a les reunions que s'han dut a terme per poder efectuar aquest treball. El nostre profund agraïment a:

- Antoni Munar (Gerent Federació Hotelera de Mallorca)
- Joan Company (S.A.T. S'Esplet)
- Miquel Ramis (Garden)
- Antoni Torrens. Cap de compres de Iberostar
- Martí Fornés. Cap de compres de Grupotel
- Vicente Coll. Cap de compres de Acorn
- Luis Coll. Cap de compres de Sol Meliá
- Vicente Ferrer Torres i Vicente Ferrer Pol. Caps de compres de Riu Hotels
- Guillermo Pomares. Cap de compres de THB.

8. BIBLIOGRAFIA.

- **Diario de Mallorca.** “La venta de frutas en Mercapalma creció espectacularmente el año pasado” 8/5/1999. Pg. 4.
- **Diario de Mallorca.** “Reportaje Consumo-Comercio” 9/8/99 Pg. 8.
- **Asociación Hotelera de Cala Millor (1998).** “Convocatoria Productos Agro-Alimentarios de Mallorca y Turismo”. Cala Millor 19-21 de Octubre
- **Conselleria d’Agricultura i Pesca (1996).** Macromagnituds. Govern Balear
- **Govern Balear. Conselleria d’Economia i Hisenda (Varis anys).** Dades Balears.
- **Govern Balear. Conselleria d’Economia i Hisenda (Varis anys).** La despesa turística.
- **Confederació d’Associacions Empresarials de Balears (varis anys).** El Sector Turístic Balear.
- **Confederació d’Associacions Empresarials de Balears (varis anys).** Informes de conjuntura Econòmica Balear.