



Eurovegas i el turisme a Catalunya.

(Estratègies dels macro-complexes de lleure)

Josep Centelles i Portella
Juliol de 2012

CONTINGUT

PRESENTACIÓ.	1
SOBRE EL NEGOCI DEL JOC D'ATZAR.	2
EL GOVERN ESTUDIA LA PROPOSTA.....	4
EL NOSTRE TURISME.....	5
ELS MACRO-COMPLEXES. A) ELS CLIENTS.....	6
ELS MACRO-COMPLEXES. B) DOMINI TERRITORIAL.	9
IMPACTES ECONÒMICS.	10
ALGUNES CONCLUSIONS.	12

Corren mals temps. No cal pas insistir-hi.
Però entrar en pànic mai ha sigut de bons governants.

Presentació.

L'article tracta d'albirar l'**impacte del projecte Eurovegas en el sector turístic de Catalunya.**

Per fer-ho,

1. reflexiona sobre la naturalesa especial del **negoci de joc d'atzar**;
2. comenta la **qualitat** del turisme a Catalunya
3. explica les **estratègies dels macro-complexes** de lleure:
 - o la clientela desitjada
 - o el comportament territorial
4. algunes conclusions.

Per facilitar la lectura, al costat de cada paràgraf, hi ha la "columna telegràfica" que en sintetitza la idea fonamental.

En un recent article en [Joan Manuel del Pozo](#) recordava dos principis, un és aquell de "*sólo el necio confunde valor y precio*", és a dir, la importància dels valors en general. L'altre és el valor de la mesura, "terme mig entre dos extrems de les pulsions humanes".

Per no abusar de l'autoritat dels articulistes citats, els arguments que construiré a continuació són de la meua estricta responsabilitat. Malgrat l'enfoc és netament d'econòmic, l'argumentació es basa en "valors", car el que importa és la qualitat, no la quantitat.

Sobre el negoci del joc d'atzar.

<p>valor agregat negatiu</p>	<p>En primer lloc voldria argumentar que <u>el negoci del joc d'atzar és l'única activitat econòmica que, per definició, genera valor afegit negatiu</u>. Pot semblar sorprenent, però així és. Em termes econòmics, per cada unitat de <u>valor</u> final que produeix (un increment de la <u>felicitat</u> del jugador que guanya), produeix varies unitats de valor negatiu (varis jugadors que perden). Això no es dona de forma circumstancial, sinó que és inherent al negoci. <u>Sempre són més els qui perden que els qui guanyen</u>.</p>
<p>valor i felicitat</p> <p>El joc d'atzar enganya ...</p> <p>... viu de generar infelicitat.</p>	<p>Espero que ningú em digui que faig trampa, que sóc fal·laç, que diners són diners. Que el "valor afegit" es mesura en euros. Llavors li diré clarament que és un neci. Estava avisat. Certament, els economistes tenim tendència a confondre massa sovint el valor amb el preu. En termes monetaris és evident, qui guanya sempre és la banca, l'amo del casino. Des d'aquest punt de vista, podríem dir que el joc d'apostes d'atzar genera sempre i per definició molta més infelicitat que felicitat. Viu de generar infelicitat.</p>
<p>joc lúdic, sí però no tot</p> <p>... una cultura de fer-se ric sense treballar.</p>	<p>Hi haurà qui em digui que hi ha una part d'entreteniment. De l'emoció de fer una aposta i esperar la sorpresa i que això és felicitat positiva. Oi tant!, les firetes, la grossa de Nadal, etc. Fins i tot un dia d'escapada a Montecarlo, a Macao o a Singapur. Tot correcte. Moments esporàdics i circumstancials. Però aquí és on rau la gràcia de la mesura, en el saber administrar el terme mig, l'equilibri. En canvi, la base del negoci d'Eurovegas és just el contrari, és la desmesura. El joc és el primer atractiu. El percentatge de sostre destinat a casinos és el de menys. El que és important és que l'essència del negoci sigui el joc. Estarien disposats a renunciar a la denominació "Las Vegas" que és sinònim de joc? El joc no és una anècdota, n'és la medul·la. És posar en primer lloc la cultura de fer-se ric sense treballar. Mentre que el que necessitem per a superar la crisi és tot el contrari. El que predica el Govern és tot el contrari. No és qüestió de moralina. És tocar l'ànima dels valors de la nostra comunitat. És valor afegit negatiu.</p>
<p>un negoci de naturalesa diferent</p>	<p>Sens dubte, aquesta és la raó de fons per la qual casinos i jocs d'atzar tinguin a tot arreu una regulació ben especial. Normalment les regulacions jurídiques col·loquen el negoci del joc en mans del estat. Sovint, en forma de monopolis, loteries, quinieles i similars. Quan s'obre la mà a les activitats privades hi ha una <u>regulació ben rígida i d'una naturalesa molt diferent a les demés activitats econòmiques</u>. A casa nostra, tenim una regulació de <i>numerus clusus</i>, màxim de 4 casinos a tot Catalunya, etc. Arreu és una activitat considerada com a socialment perillosa i des-estructuradora. Ara ens ha de salvar?</p>
<p>"no-llocs" exportadors de crim</p>	<p>Aquestes peculiaritats del joc expliquen també que els grans casinos del món estiguin en ciutats-estat, en verdaderes "illes legals", a l'estil de Montecarlo, Macao o Singapur. O com la mateixa Las Vegas, ens ho</p>

<p>... llocs sense ciutadania.</p> <p>Catalunya és una nació o vol ser un “no-lloc”?</p>	<p>explica Sánchez Ferlosio, en mig d'un desert lluny dels ciutadans normals. En aquests llocs, se suposa que una legislació permissiva no contaminarà a la ciutadania. Se suposa que el joc no generarà externalitats socials negatives a la ciutadania. Dic “se suposa” perquè hi ha trampa. El que passa és que <u>són llocs on casi no hi ha ciutadania</u>. La frontera és tant aprop que casi tothom és estranger. Una gran part dels treballadors d'aquestes illes legals, viuen fora del territori i tenen la nacionalitat dels països veïns. Són ciutats estat que viuen de la població flotant d'estrangers i passavolants. En realitat són exemples, en grans dimensions, dels “no-llocs” del Marc Augé. De fet, els qui qualifiquen Eurovegas de proposta de República Bananera, on la legislació s'adapta al caprici dels magnats, poden ser més refinats i dir que és una proposta per a “no-llocs”. Per a espais sense personalitat. Gran dilema, <u>Catalunya és una nació o vol ser un “no-lloc”?</u></p>
<p>el cas de Singapur</p> <p>... els ciutadans de Singapurno entren als casinos.</p> <p>... alta despesa militar.</p>	<p>El cas més interessant és Singapur on l'Adelson hi té la seva última i magna obra. Singapur és més petit que la comarca de la Garrotxa (700 Km2), una bona part de la seva població rica està formada per empleats de multinacionals de països avançats que estan allà de passavolants. Residiran a Singapur no gaire més de 3 o 4 anys. No són veritables ciutadans. No hi tenen arrels. Per l'altre banda, els treballadors de baixa renda, en bona part són malais o indonesis, residint més enllà de les fronteres o sense nacionalitat singapurana i amb escassos drets de ciutadania. Pel que fa als nacionals de veritat, els qui tenen passaport de Singapur, no deixa de ser curiós com el seu govern els protegeix i només els permet entrar al casino del Sr. Adelson si paguen una taxa anual superior als 1.000 euros. És a dir, a la pràctica no els deixa entrar als casinos. És evident que ni tant sols per al govern de Singapur el joc és una activitat normal. No hi ha dubte que allà, el joc és una activitat per a estrangers i passavolants. Després, els crims, que els vagin a cometre a un altre país. No és pas casualitat que Singapur tingui una despesa militar per capita quatre vegades superior a la de Espanya. Necessita un bon aparell militar per a defensar les seves “fronteres” d'un munt de porqueries indesitjables. L'aparença del Marina Bay Sands fins i tot resulta maca. Tot és net i polit, però costa lo seu defensar-la.</p>
<p>el crim associat al joc</p> <p>Podem estar tranquils, ...</p> <p>... els “aledaños” seran més segurs.</p>	<p>Aquests “no-llocs” amb casinos són importadors i exportadors nets de crim. Aquesta afirmació que podria semblar massa taxant, la confirma el cap de l'Oficina Anticorrupció de Catalunya que recentment ha declarat, “<i>Si alguien viene y deja su dinero en el casino no le vamos a preguntar de dónde ha salido</i>”. És a dir, està clar que vindrà diner brut. A continuació va admetre que el joc i el blanqueig de capitals han anat sempre junts, però, va afegir, “<i>el blanqueador extranjero tendría un problema en su país, no aquí</i>”. (El País, 11 de juliol 2012). Més explícit no pot ser. És a dir, Catalunya, enlloc d'aportar un gra de sorra a la governança econòmica global per evitar els mals que estem patint, la convertim en un exportador de crim. Els demés que s'apanyin com puguin. Després hi afegeix una cosa encara més preocupant, referint-se als clients d'Eurovegas diu amb molt d'encert, “<i>Es gente con una capacidad económica muy alta, que no estaría dispuesta a que hubiera prostitución en la calle, ni drogas ni delincuencia. El recinto y sus aledaños, de hecho, se convertirían en una zona mucho más segura</i>”. Ho tenim clar, els <i>aledaños</i> al macro-complexe poden respirar tranquils,</p>

	però la resta dels humans que no som <i>aledaños</i> , que vivim al Raval o a Badalona, quedarem ben arreglats.
El Govern estudia la proposta.	
<p>escrit al President</p> <p>Le Cirque du Soleil,</p> <p>...un tapabruts?</p> <p>Seu permanent ..</p> <p>... o espectacle permanent?</p>	<p>Fet i dit, sembla que els valors que envolten i que transmet el negoci del joc d'atzar no són precisament els de l'esforç, el treball, la feina ben feta, que tant desitjables trobem. En aquest punt cal fer un incís. Vaig fer un escrit breu i educat a la web del President Mas donant-li la meua opinió de ciutadà sobre Eurovegas. L'endemà, de l'Oficina del President em varen respondre amb molta amabilitat dient entre altres coses que "<i>seria una irresponsabilitat no estudiar la viabilitat del projecte ...</i>" No cal dir que estic absolutament d'acord amb aquesta afirmació. Però em va sorprendre que en aquesta mateixa resposta s'afirmés que "<i>... ens brindaria l'oportunitat d'acollir <u>la seu permanent del Cirque du Soleil a Europa</u></i>". Certament un circ sí que és una activitat lúdica carregada de valors positius de treball, perseverança, gestió del risc, dedicació, estètica, etc. Però el gran dubte que sorgeix és el de la "seu permanent". Si Le Cirque està cercant una "seu permanent" a Europa seria molt bo fer-li bones ofertes. Fins i tot se li podria oferir terrenys a Montjuïc. Una bona <u>escola de circ</u>, acompanyada d'una sala d'<u>espectacles permanent</u>, valdria realment la pena. Ara bé, no serà que aquesta "seu permanent" és un simple pre-contracte que el Sr. Adelson ha fet amb Le Cirque per tenir un "espectacle permanent" en el seu macro-complexe? Això serien figures d'un altre paner. Això sembla ser només una façana per fer maco. Fa tota la pinta de ser un veritable tapabruts.</p>
<p>ocupació de baixa qualificació i alta mobilitat</p> <p>L'efecte crida ...</p> <p>...pot ser letal.</p> <p>Gran dubte?</p>	<p>Llegint els diaris i escoltant la radio, sembla que els l'únic valor positiu que es pot argumentar a favor d'Eurovegas és que el projecte generaria "molta" ocupació. Si fos així, no ens hi podem pas negar. Però les coses no són pas tant clares. Com a mínim hem de tenir en compte l'advertència que ens fa l'assenyat articulista, Joan Majó, sobre "l'efecte crida" a població en atur, de baixa qualificació professional i alta mobilitat territorial. La construcció d'un complex d'aquestes característiques, diu en Majó, suposaria un enorme efecte d'atracció sobre persones que resideixen actualment a la resta d'Espanya o en altres àrees del sud d'Europa i el nord d'Àfrica, que estan en atur i tenen gran mobilitat. No seria impossible que, encara que es creessin 30.000 llocs de treball, <u>el resultat net fos un augment final de l'atur</u>, per l'arribada de més de 30.000 demandants de treball. Només a Espanya pot haver-hi diversos centenars de milers de persones en aquestes circumstàncies.</p>
<p>somiar amb feines qualificades ?</p> <p>Els professionals.</p> <p>..</p>	<p>D'altra banda, és ben cert que l'oferta d'ocupació d'Eurovegas, quan es parla de tants milers de llocs de treball, afectaria ben poc als altres 2/3 d'aturats de Catalunya (400.000 persones) que tenen una bona qualificació professional, que estan arrelats al país i que s'estan plantejant de marxar a cercar feina a l'estranger. Arquitectes i altres professionals, que no somiïn amb bons encàrrecs. La flexibilització per a <u>permisos de treball per a estrangers</u> que està demanant Eurovegas va orientada a portar-se els seus quadres de confiança i de la seva cultura tecnològica i organitzativa (i d'això, ves a saber si se'n podria treure algun profit). No siguem ingenus, venen a colonitzar, no a promoure el desenvolupament. Els d'aquí, llevat de quatre</p>

<p>... s'hauran de contentar amb les engrunes?</p> <p>... "España en crisis, ... es un chollo".</p>	<p>intermediaris, s'hauran de contentar amb les engrunes de subalterns. Cal recordar com ens veuen aquests magnats de les finances especulatives: "Donald Trump anima a los inversores a 'aprovecharse' de la mala situación de España. El magnate estadounidense dice que 'España es un lugar asombroso. Es un gran país que tiene fiebre, y es el momento de aprovecharse de ello', se puede conseguir 'todo a cambio de nada', es una gran oportunidad para los inversores que buscan suelo barato y ofertas exclusivas". (La Vanguardia, 20/06/2012).</p> <p>Al final, aquesta bandera de disminuir l'atur, podria acabar-se en un gran brindis al sol. Si fos així, ens quedariem amb la pesada herència de tots els inconvenients, ecològics, socials i culturals. És un escenari possible.</p>
<h2>El nostre turisme.</h2>	
<p>dinamització turística a Catalunya</p> <p>... equilibri i mesura...</p>	<p>Un altre argument que plantejava l'escrit de Presidència era la dinamització turística a Catalunya. Aquest és un tema important. Millora de les infraestructures, augment del "<i>volum (no de la qualitat) de turistes que a banda de visitar el complex visitarien la ciutat i el país</i>". Estem davant d'un altre argument a favor que, ben analitzat, també es gira en contra. Ara, haurem de recórrer als valors de la mesura (l'equilibri, el sentit de l'escala), a la sostenibilitat i al impacte del projecte sobre el sector (i sobre l'economia de Catalunya).</p>
<p>un turisme ben encaminat</p> <p>... però la nostre dependència del turisme ...</p> <p>...és de les més altes del món.</p>	<p>En quantitat, Catalunya és la primera regió d'Europa continental en oferta places hoteleres i la segona, després de París-Île-de-France, en nombre de pernoctacions. La Regió Metropolitana de Barcelona és sols una part d'aquestes xifres, però l'impacte l'hem de avaluar sobre tot Catalunya. Quan aquests indicadors es calculen per capita, encara surten molt més alts, possiblement, són els més alts del món. Això vol dir que <u>la nostra dependència del turisme és molt elevada</u>. Si pensem en termes de "mesura" potser algú podria dir, fins i tot massa elevada. En termes de sostenibilitat, també. Al cap i a la fi, la sostenibilitat és ser capaços de albirar els límits (i no ultrapassar-los). Recordem que amb el "totxo" els hem ultrapassat. En tot cas el meu discurs no anirà pas cap aquest cantó. Aquest seria un altre debat. El que sí fa al cas és dir que amb aquest alt nivell de dependència del turisme hem de ser molt curosos amb el fem amb el model turístic que ens funciona i que és bastant sostenible. Podríem acabar matant la gallina dels ous d'or. De fet, el model turístic de Catalunya és un model turístic de notòria qualitat. I, de fet, és la qualitat el que el fa sostenible.</p>
<p>qualitat</p> <p>Hem fet bona feina ...</p> <p>Tenim un turisme ben distribuït i ... arrapat al territori.</p>	<p>Hem de reconèixer que tenim notoris èxits en reconduir la qualitat del nostre turisme que va pecar bastant de precarietat. Atesa la profunditat de la crisi, hem d'estar d'acord que el nostre turisme se'n surt bastant bé. I se'n surt bastant bé perquè després de molts esforços d'emprenedors petits i mitjans i grans, amb bona col·laboració i no menys esforços de les institucions públiques, hem aconseguit aquesta qualitat. Això és el que ens permet funcionar raonablement bé en plena crisi. Però fixem-nos que aquesta qualitat es basa en un arrelament del turisme a la nostra cultura i a la nostra escala. <u>Tenim un turisme arrapat al territori</u>. Estem "venent" al</p>

<p>La nostre imatge turística té molt valor ...</p> <p>... ens la podem vendre barata?</p>	<p>món coses de la màxima categoria universal, com Gaudí, el Barça, ciutat equilibrada o cuina d'alta qualitat. Estem venent Mediterrània, que situada en el món global és essencialment equilibri. Equilibri climàtic, emocional, dietètic. Equilibri i mesura. Bona combinació de seny i rauxa. Quin altre poble té, per exemple, Picasso, Dalí i Miró, per a lluir davant del món? Aquesta és sortosament la nostre imatge exterior. Imatge que ens ha costat molt de crear i que, al meu entendre, hem de defensar amb dents i ungles. Imatge que esdevé <u>"recurs turístic" d'alt valor</u> sobre el qual Eurovegas vol edificar el seu negoci a <u>baix preu</u>.</p>
<p>i sostenibilitat</p> <p>De Mc. Donalds en pot vendre tothom ...</p> <p>...Gaudí només el podem vendre nosaltres.</p>	<p>Defensar l'arrelament al territori, és procurar per a la sostenibilitat. La qualitat en hoteleria, i turisme, mai pot obtenir-se per la via "macro", per la via de l'estandardització. La qualitat del nostre turisme ve pels negocis d'atenció personalitzada. Ve pels Paradors Nacionals (ironia, els va promoure en Fraga), ve per les xarxes de "Petits Grans Hotels" que tenim a la Costa Brava. Ve pel turisme de motivació cultural. Ve perquè atrau <u>gent interessada en les nostres coses</u>, cultura, paisatge, cuina, congressos, etc. Coses que només es poden trobar aquí. Un dels principals problemes d'oferir productes estandarditzats, que els pot oferir qualsevol, poden sorgir competidors arreu del món i això fa el negoci poc sostenible. M'atreveixo a interpretar la frase del grup <u>Barcelona Global</u>, "el sol no és un mèrit dels barcelonins", en aquest sentit. Necessitem un turisme amb identitat pròpia.</p>
<p>canviar de model?</p> <p>Posar el joc com atractiu ...</p> <p>... és canviar de model...</p> <p>... i tindria greus conseqüències</p>	<p>Avui, en plena crisi, el nostre turisme és prou sòlid com per poder auto-finançar la seva pròpia millora i promoció amb la nova taxa. Certament, no tot són flors i violes, sabem prou bé que encara tenim turisme de borratxera, que sortosament ja provoca un fort rebuig social. I sabem que certs tipus de "turisme de negocis" generen efectes col·laterals de drogues i prostitució. Però el que al meu entendre no podem fer és trencar aquest model d'èxit i capgirar els nostres reclams turístics de qualitat posant per davant el joc d'atzar i la banalitat arquitectònica. És fàcilment argumentable que els hotels macro, encara que el preu pugui ser car, equivalen a baixa qualitat. És qüestió de valors.</p>
<p>Els macro-complexes. A) Els clients.</p>	
<p>la lògica dels macro-hotels</p> <p>L'estandardització és la negociació de la qualitat.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Clientela • Tot per mi 	<p>Més enllà del joc d'atzar com a principal atractiu, Eurovegas es basa en un mínim de <u>quatre macro-hotels</u> que, fins i tot, fent ostentació del seu liberalisme econòmic, podrien ser de diferents cadenes i competir entre sí. Un macro-hotel és una estructura industrial que tracta totes les "peces" de forma estandarditzada. Sóc enginyer industrial i evidentment no tinc res contra la indústria. Quan es tracta de fer cotxes o xiclets, calen processos estandarditzats, iguals, repetitius i ràpids. Aquesta és la clau dels processos industrials. Però quan tractem amb persones, això no val. El que val és el tracte personal. Si més no, el més personal possible. L'estandardització és la negociació de la qualitat.</p> <p>L'<u>estratègia</u> d'aquests macro-complexes passa fonamentalment per dos eixos, A) per elegir bé la <u>clientela</u> (<i>target group</i>) i, B) pel el "<u>tot per mi</u>", és a dir, intentar capturar al màxim tota la despesa que farà el turista en la seva estada. Vegem els dos aspectes i llurs impactes.</p>

<p>la clientela d'or</p> <p>Els clients preferits són ...</p> <p>...nous-rics de segona i tercera fila...</p> <p>... i molt baix nivell ètic.</p>	<p>És evident que al darrera d'una proposta d'aquesta magnitud hi ha bons estudis de mercat. El Sr. cap de l'Oficina Anticorrupció ens parlava de gent amb "capacitat econòmica molt alta". Cert, el món està ple de nous-rics i de mafiosos, i d'empleats de mafiosos, sicaris i mercenaris de feines brutes, de xarxes de tràfics il·legals que cobren els seus "treballs" amb dies de disbauxa, borratxera i prostitució de luxe en macro-hotels com els plantejats a Eurovegas. No es tracta dels centenars de <i>capos</i> més alts, de primera línia, no, els clients d'aquest macro-complexes <u>són els milers i milers de segona i tercera fila</u>. D'aquests n'hi ha un munt. <u>A les repúbliques ex-soviètiques abunden</u>. El món està ple de gent amb capacitat econòmica molt alta, però amb un nivell cultural penós i amb una nul·la qualitat ètica. Aquest és el primer gran grup de clients a atraure. Aquests són els millors clients d'un projecte com Eurovegas. Són els imprescindibles. Els anomenaré clients "or".</p>
<p>la clientela de plata</p> <p>Competència deslleial en convencions d'empresa?</p> <p>Capturarà més del que indueixi?</p>	<p>En segon lloc hi ha els empleats "premiats" per grans empreses. Premiats amb vacances perquè han generat uns bons resultats a l'empresa. Els premis es combinen, sense solució de continuïtat, amb campanyes internes de màrqueting, seminaris de formació empresarial i similars. Aquest segon grup, clients "plata", no comporta en absolut cap dimensió criminal. És tracta de gent honorada. Però el principal problema és que Eurovegas capturarà mercat als hotels normals de Catalunya que, especialment en temporada baixa, confien en aquesta demanda (ull a la <u>competència deslleial</u> si hi ha ajudes o desgravacions fiscals). Possiblement, en aquest sector Eurovegas pugui fer créixer el mercat, però <u>el gran dubte rau en saber si el que capturarà serà superior o inferior al que pugui induir</u>. O dit d'una altra manera, si generarà <i>spillovers</i> beneficiosos per a la resta del sector o, al contrari, serà un xuclador provocant concentració. Evidentment, intentarà ser això segon.</p>
<p>la clientela de llautó</p> <p>Les preferències ... són evidents.</p>	<p>En tercer lloc, hi ha els clients "llautó". Són gent normal, que van un cop a la vida a un casino. Quan es casen o quan fan una celebració especial. Per al negoci d'Eurovegas són més aviat el complement. No són l'objectiu fonamental. La raó és senzilla, perquè <u>gasten poc</u>. Fan un parell d'apostes i se'n van a dormir.</p> <p>Es pot suposar que els tres tipus de clients es reparteixen a parts iguals. Però si el benefici generat per cada "llautó" fos 100, cada "plata" en generaria uns 300, i cada "or", potser, uns 1.000. És evident quines seran les prioritats de la gestió del macro-complexe, atraure gent de gran capacitat econòmica i tendència al joc, però de molt baixa índole moral.</p>
<p>Europa, per què?</p> <p>El paísos de la ex-Unió Soviètica,</p>	<p>Adelson cerca seu Europa. Per què? Més enllà de la necessitat intrínseca de tota multinacional a fer créixer la bola, hi ha una hipòtesi ben plausible. Ha detectat que <u>una descomunal clientela potencial, tipus "or", als paísos de la ex-Unió Soviètica</u>. Sabem que la desfeta de l'antic bloc soviètic, amb molts milions de persones digníssimes, ha comportat, al costat de grans sofriments, l'emergència d'unes minories econòmiques que no cal dedicar temps a qualificar. <u>Milers i milers de nous-rics</u> d'aquests paísos són clients desitjats dels macro-hotels-casinos del Sr. Adelson. Però té un problema.</p>

<p>... són una mina de clients d'or".</p> <p>La trampa <u>Madrid – Barcelona</u> ...</p> <p>...habilitat en interpretar l'entorn cultural.</p>	<p>Aquest públic se sent culturalment incòmode a les instal·lacions de Macau i Singapur. Més incòmode encara del que se senten a Las Vegas. No pensin que parlar d' "incomoditat cultural" d'una clientela d'aquest tipus sigui una <i>boutade</i> o una contradicció. És una peça fonamental dels estudis de màrqueting a nivell macro. A més, el Sr. Adelson ja ha demostrat dominar amb desimboltura aquest camp de l'anàlisi "cultural" quan ha sabut parar aquest magnífic parany de posar a competir Barcelona amb Madrid (<u>és evident que només li interessa Barcelona, la resta és sols una estratagema per aconseguir els seus resultats</u>). Passa que els negociants-nous-rics-mafiosos d'aquest països, que són molts, no se senten còmodes ni segurs en els ambients d'Orient que ja tenen les pròpies màfies amb controls i regles de joc diferents. Una de les normes bàsiques del món mafiós és no ficar-se en terreny dels altres. Amb Europa tenen una major proximitat cultural, i per tant, <u>menys por</u> a lo desconegut. Aquí, difícilment els perseguiran a trets pel carrer. Menys por, sí, perquè fora del seu medi, aquest personal és ben poruc.</p>
<p>farà dúmping Eurovegas?</p> <p>Baixant qualitat i rebentant preus...</p> <p>... els altres cauran primer.</p>	<p>Deixant a part els criteris morals d'atraure aquesta mena de personal, podem donar una ullada al tema estrictament econòmic. Què passarà si aquesta guerra fiscal (i guerra legal) que tan hàbilment ha sabut plantejar el Sr. Adelson entre Barcelona i Madrid s'estén a les costes italianes, del Adriàtic o del nord d'Àfrica? Què passarà quan les noves repúbliques esclaves vegin en el joc un bon nínxol d'oportunitat i apareix algun altre macro-complexe que li farà la competència en aquest camp? Passarà, senzillament, que Eurovegas deixarà de ser un bon negoci. Però les conseqüències aniran més enllà, car passarà que els hotels d'Eurovegas tindran milers d'habitacions de baix cost que, amb desgravacions fiscals incloses, faran <u>dúmping comercial i ensorraran molts dels nostres hotelers normals</u>. Ensorraran hotels tradicionals que inevitablement tindran costos superiors. La xarxa d'hotels de qualitat i arrapada al territori que ara tenim estarà en gran perill.</p>
<p>i el gremi d'hotelers, què hi diu?</p> <p>Tindria un pes dominant ...</p> <p>...dins del sector turístic actual.</p>	<p>En l'anàlisi dels possibles escenaris, aquest no pot ser menystingut. Com no han de ser menystingudes altres possibles causes de fallada de l'estratègia global d'Eurovegas. Si Eurovegas, per la raó que sigui no dona bons resultats, ella no s'ensorra, ensorra primer als hotels normals de la ciutat. I amb ells, el nostre model de turisme de qualitat. Cal tenir en compte que es parla d'un nombre de places hoteleres similar a la totalitat de les existents actualment a Barcelona ciutat. <u>Seria un pes relatiu molt gran dins del sector</u>. Suficient, no sols per marcar els preus del sector, sinó també per a provocar un canvi profund del model turístic. Un canvi que desarrelaria el model del territori bo i estandarditzant-lo i rebaixant-li la qualitat. El gremi d'hotelers de Catalunya, hauria d'analitzar aquest escenari i pronunciar-se. En la meva opinió, hi tenen molt a perdre, i amb ells, hi perdem tots. Només hi guanyarien quatre intermediaris i el grup Adelson que xuclaria tots els beneficis cap enfora i no repartiria joc al seu voltant.</p>

Els macro-complexes. B) Domini territorial.

<p>“tot per mi”</p>	<p>Vegem la segona estratègia anunciada: “intentar evitar qualsevol <i>spillover</i>”. El primer i fonamental objectiu d'un macro-complexe de lleure és aconseguir capturar tots els euros dels clients (turistes) cap a les “seves arques”. O, el que és el mateix, intentar per tots els medis que <u>ni un sol euro s'escapi cap a altres negocis</u>. És evident que no ho poden aconseguir plenament, però aquest és el seu objectiu. De fet, és la clau del seu negoci.</p>
<p>domini territorial</p> <p>No es vendran parcel·les ...</p> <p>... <u>tothom serà llogater del holding</u>.</p> <p>Hi ha tècniques per a “tancar” el recinte.</p>	<p>Les seves arques, són les pròpies, les dels seu <i>holding</i> i les de les empreses que operen “llogades” en el <u>seu</u> territori. Això explica perquè Eurovegas demana un territori tant gran (Xcentes hectàrees) i <u>exigeix que estigui urbanísticament sota el seu domini</u>. No es tracta d'un projecte d'urbanització normal on després de fer els grans hotels es vendran parcel·les en aquesta famosa avinguda rectilínia. No. Si algú vol oferir un servei, de restaurant, de lleure, de venda de <i>xuxes</i> o de <i>llimpia-botes</i> (Zara inclòs), li haurà de llogar el local a Eurovegas i haurà de d'atendre's a les seves condicions. No cal dir que seleccionaran els negocis i franquícies que més efecte aglomeració els produeixin. Cadascun, a un preu de lloguer diferent en funció dels interessos del holding. Els grans defensors de la llibertat de mercat copsaran ràpidament que es tracta d'<u>una jugada que és la total negació del lliure mercat</u>. És la cessió monopolística d'un sòl (de alta qualitat i centralitat) a un únic amo i senyor que, enlloc d'estar al servei del bé comú, està sols al servei del seu negoci. Negoci que evidentment es basa en uns valors amplement compartits per la nostra societat. Suposo que amb Le Cirque du Soley ja deuen tenir un pre-contracte, per això en parlen tant. Perquè és un bon atractiu i, també, una bona rentada de cara. Dóna imatge.</p> <p>Aquest tipus de macro-complexes són “animals” territorials. Com que se suposa que no podrà posar una tanca física al recinte, ja tenen previstes i experimentades moltes altres tècniques de “tancar” el seu territori de formes més sibil·lines. Són vàries, en podem apuntar algunes.</p>
<p>tot inclòs</p>	<p>Una pràctica corrent és el pre-pagat “tot inclòs”. Si convé amb braçalets de colors. Cada color permet l'accés a diferents recintes o espectacles o dóna dret a determinats serveis. Per exemple, a menjar i beure en bufets oberts sense límits. Una bona farra sempre fa la delícia dels nous-rics.</p>
<p>escapades evitades</p>	<p>Per a les inevitables sortides a fora del seu territori, posem per cas, per anar a Montserrat, ofereixen la pròpia flota de taxis o micro-busos “licenciats” a operar dins dels seus recintes i que ja es poden contractar des de l'habitació de l'hotel. Clar, no podran evitar que hi entrin altres vehicles, però no ho facilitaràn gens. Per exemple, els seus taxis seran “segurs”.</p>
<p>seguretat perversa</p>	<p>La seguretat dins del recinte és un tema molt important. De primer ordre. Els turistes, especialment els d'aquesta mena d'establiments, són molt porucs. Jugar subliminalment amb la seguretat és una de les seves</p>

<p>Juguen amb la porper acaparar tot el negoci.</p> <p>El turista és molt poruc.</p>	<p>tècniques preferides. Perquè és <u>una tècnica light però molt efectiva</u>. Col·locar un simple anunci al quarto de taxis “segurs”, té un bon efecte. Posar un discret rètol avisant que al metro hi ha carteristes, els surt extremadament rendible. Al seu recinte hi ha un desplegament aparentment discret, però prou explícit de guardes de seguretat de l’empresa per ells llicenciada, que garanteix la total seguretat a dins del seu territori. A fora, la seguretat no els importa un rave. És més (confesso que ho dic amb la <u>boca petita</u> perquè no en tinc proves), en molts llocs ja els hi va bé que l’entorn exterior sigui insegur. Així, els clients surten menys. Per què haurien de sortir si a dins ho tenen tot i a fora corren perill? De fet, això lliga amb “<u>los aledaños</u>” tan ben mencionats pel nostre Cap de l’Oficina Antifrau. Fora de “<u>los aledaños</u>” ... ves a saber què et trobaràs.</p>
<p>fronteres simbòliques</p> <p>... territori marcat.</p>	<p>La demanda curiosa d’una avinguda recta en el seu planteig urbanístic, a ben segur respon a que els interessa molt que el paisatge arquitectònic delimiti molt bé quin és el seu territori. El seu territori és segur. El turista ha de saber si està a dins o a fora. Inclús les assegurances mèdiques del paquet turístic són diferents a dins que a fora.</p>
<p>artistes i Eurovegas</p> <p>Programació cultural ...</p> <p>... amb més diners que els governs?</p>	<p>Evidentment, el “tot inclòs” en un macro-complexe de lleure, inclou, a part del golf, els espectacles artístics. Músics, pallasos per a les criatures, explica-acudits, mags, teatre, exposicions de pintura, etc. tota aquesta varietat d’activitats formen part de l’oferta del complex. El turista ho pot trobar tot a dins, no cal sortir, l’objectiu és que la clientela surti el mínim possible del recinte. D’altra banda, no es tracta pas de tot siguin artistes de segona fila. N’hi haurà de bons i ben pagats. Fins i tot hi haurà cuiners de qualitat (espero que un de molt conegut i estimat a Catalunya no tingui ja fet el pre-contracte, crec que no li fa falta). Però, i aquesta és la gran amenaça a la vida cultural de la ciutat, <u>tots seran llogats per Eurovegas</u>. Amb els criteris i sous marcats per Eurovegas. <u>Visca Catalunya! Una bona part del pastís cultural de la ciutat, en mans d’Eurovegas?</u> Sona bé aquesta música?</p>
<p>tot en català</p>	<p>Això sí, amb una bona normativa, tot estarà retolat en català. Fins i tot, potser també ho estarà en bielorús, per fer-los sentir més a casa. No és pas mala idea, sempre hem sigut un país acollidor.</p> <p>Podríem continuar, però cal preguntar-se, en això consisteix la dinamització turística i cultural de Catalunya?</p>
<p>Impactes econòmics.</p>	
<p>sense spillovers</p> <p>No s’insereixen a la xarxa de l’economia</p>	<p>La proposta està clarament encaminada a un oligopoli territorial pur i dur destinat a capturar tota la capacitat de despesa dels seus clients. A quedar-se-la tota i a no deixar res pels demés. Fixem-nos que el problema no és que s’emporti els beneficis econòmics. No hi ha cap inversor que inverteixi per amor a l’art. El problema està en que no genera cap benefici al seu entorn. En això rau la diferència en una inversió normal (industrial o de serveis) que s’insereix en el teixit econòmic local. Un hotel solt, encara que</p>

<p>local.</p> <p>No ajuden a crear vida econòmica local.</p> <p>Exporten crim a l'entorn.</p>	<p>sigui molt gran, entra a formar part de la <u>xarxa d'interdependències de l'economia local</u>. Amb més o menys intensitat, s'integra al teixit local. Per exemple, estarà plenament interessat en la seguretat del seu entorn i de la ciutat sencera. La diferència ve a ser com la que hi ha entre un centre comercial i un mercat. Al voltant del mercat floreixen un bé de déu de comerços i de vida econòmica. L'un dóna vida a l'altre. És el que tècnicament s'anomena economia d'aglomeració. En canvi, al voltant d'un centre comercial només hi ha aparcaments i carrers deserts. L'estratègia dels macro-complexes és l'auto-suficiència. A dins, tot. A fora, en alguns aspectes, com menys millor. És sota aquesta lògica que no els importa gens ser exportadors de crim.</p>
<p>la magnitud de l'exploació.</p> <p>El negoci només funciona si és GRAN!</p> <p>És una prioritat augmentar el nombre de creueristes?</p>	<p>Al ser un model que no participa de l'economia d'aglomeració de l'entorn, necessita d'una massa crítica bastant elevada. Ell mateix s'ha de crear la pròpia aglomeració. Necessita ser gran, <u>necessita ser macro</u>. Com ja he comentat, les xifres de les que es parla representen aproximadament doblar el nombre de places hoteleres disponibles a Barcelona ciutat. Sembla una barbaritat i possiblement ho sigui. Més enllà de la comentada competència deslleial a la resta d'establiments hotelers normals, hem d'apel·lar al sentit de la mesura i a l'habilitat dels governants de saber captar la proximitat als límits. Saber trobar l'escala adequada. Pensem, per exemple en els <u>creuers</u>. Eurovegas podria induir un notable creixement d'aquest sector. Al 2011 vàrem passar pel port de Barcelona una mitjana de 6.000 creueristes per dia. Estem en capacitat i, sobretot, ens interessa, augmentar molt aquesta xifra? No tenim espai per a les vies de tren, i haurem de fer una via exprés del port a Eurovegas? Ens interessa incrementar encara més els milers de persones que <u>només passen un dia a la ciutat</u> i que en gran mesura fan tots les mateixes quatre rutes? Certament, amb Eurovegas n'hi haurien cinc de rutes. No estem propers a la saturació? La resta de Catalunya, quin profit treu dels creueristes? Saber percebre els límits és una habilitat essencial en el bon governant.</p>
<p>finances</p> <p>L'aventura financera de Port Aventura, ...</p> <p>es pot repetir ...</p> <p>.... amb pitjors resultats.</p>	<p>Un altre aspecte, i no pas de menor importància, és com es finançarà el projecte. Ara sembla que el magnat no ho és tant. O no ha aconseguit agrupar altres inversors i precisa d'un crèdit substancial. Ara resulta que li hem de deixar peles! Deixant a part la situació bancària actual cal que recordem les experiències de la nostra història recent en operacions similars. Cal recordar-se de Port Aventura. Diuen, i és molt possible, que Port Aventura funciona bastant bé. Suposem-ho. Val a dir que el millor de Port Aventura és que s'hi pot arribar en tren i que, en comparació amb Eurovegas, no fa servir el joc ni el diner negre com a atractiu (diferència substancial). Però sabem l'aventura que va representar el finançament de Port Aventura? Cal recordar que quan la cosa estava començada els inversors americans es varen retirar deixant-ho tot penjat. Entre els artífexs d'aquella jugada financera hi figuraven tres coneguts personatges que poc a poc, <u>els tres varen acabar a la presó</u>, Manuel Prado y Colón de Carvajal, Lluís Prenafeta i Javier de la Rosa. Al final qui va salvar la situació va ser La Caixa. Ja seria trist que no hi hagin crèdits per les petites i mitjanes empreses i n'hi hagués per a Eurovegas.</p>

Algunes conclusions.

Deixant a part el reguitzell d'impactes negatius ecològics (parc agrari, aigua ,electricitat etc.) prou explicats manta vegades en altres llocs, en l'economia i l'ocupació sorgeixen greus dubtes:

- Dubtes (ara, seriosos) en el finançament;
- No hi ha dubtes en generar llocs de treball de baixa qualificació, però hi ha molts dubtes en que rebaixi l'atur en sectors de baixa qualificació, l'efecte crida pot ser fatal. No és gens evident que aporti cap millora;
- Si funciona bé, no repartix joc i no col·labora a la dinamització de l'economia ni de la cultura pròpia, ens estandarditza, ens banalitza. Importa crim i exporta crim;
- Si funciona malament, practica el dúmping i ensorra als negocis tradicionals;
- En qualsevol cas, les influències sobre el sector turístic serien de rebaixar la qualitat i, per tant, de disminuir globalment la sostenibilitat del sector a Catalunya.

Està a les mans dels nostres governants prendre decisions equilibrades entre el seny i la rauxa. Al meu entendre, gastar la rauxa amb Eurovegas és molt mal negoci. Seria un mal negoci irreversible.

Estem en un món interdependent on els governs no decideixen sols. **Des de la ciutadania, des de la societat civil, cal que ens pronunciem i fem pressió. No fos cas que el govern, davant de la urgència de fer alguna cosa per combatre la crisi, cometés un greu error.**

Josep Centelles i Portella
Juliol de 2012

NOTA: Aquest article està escrit pensant en Catalunya, però cal dir que el 90% de les seves afirmacions i argumentacions són absolutament vàlides també per **Madrid**.