

onda

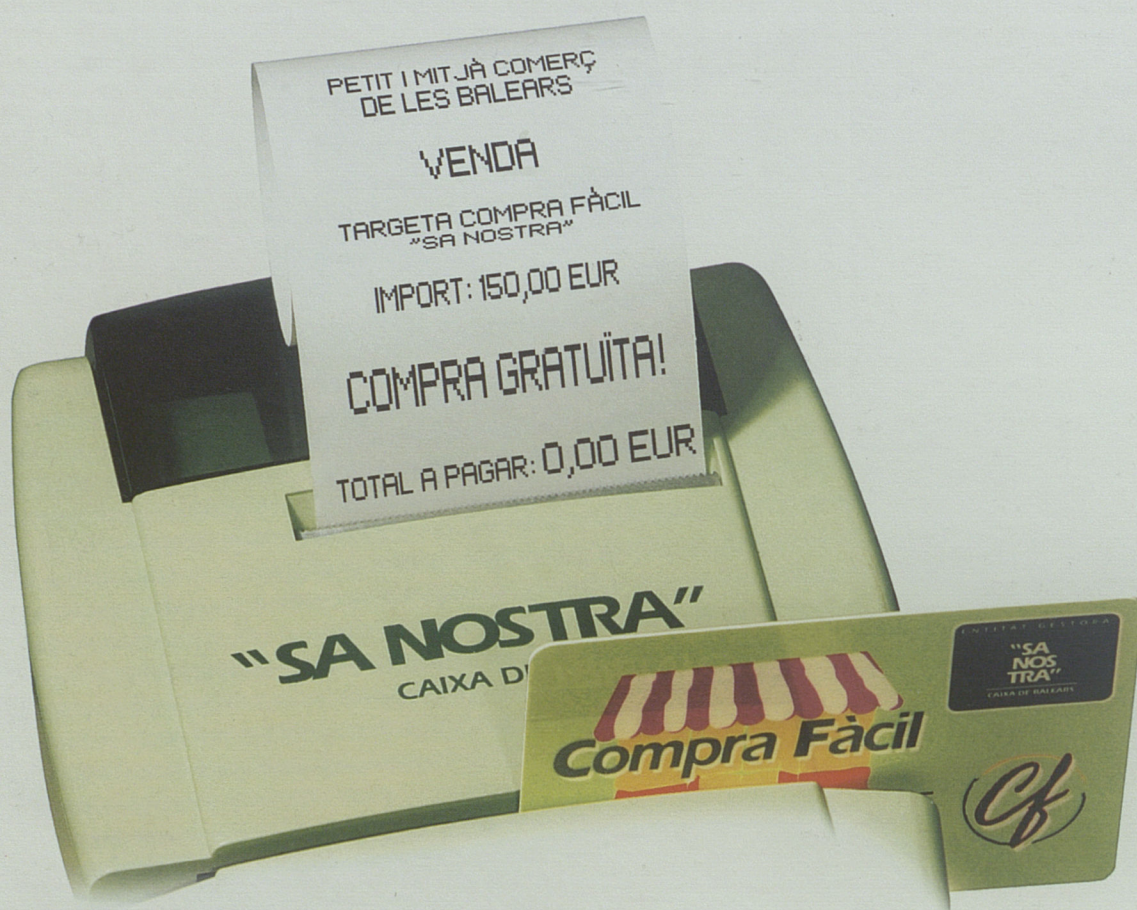
Quadern de debat

Número 114 - Novembre-Desembre 2004 - 3,60 euros

■ Turisme: L'any del canvi

▶ Platja de Palma,
reforma integral

La millor compra és la que et surt gratis



Sortejam **cada dia dues compres gratuïtes**, des de l'1 de desembre de 2004 fins al 15 de gener de 2005

De dilluns a dissabte, excepte festius. Import màxim del premi 150 €, independentment de l'import de la compra

"SA NOSTRA"
CAIXA DE BALEARS

4 Editorial

Reforma integral.

5 Informe

2004, l'hora del canvi. *Per Sebastià Verd.*

9

Platja de Palma, reforma integral. *Per S.V.*



Turisme

Contra les incerteses. Entrevista a Joan Flaque, *per Sebastià Verd.*

"Mesclar turistes amb residents és incompatible". Entrevista a Jordi Cabrer, *per Maria Magdalena Huguet.*

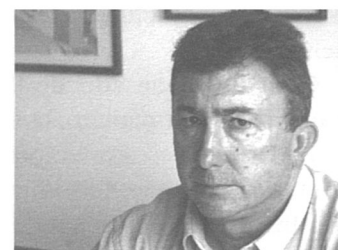


Taula rodona

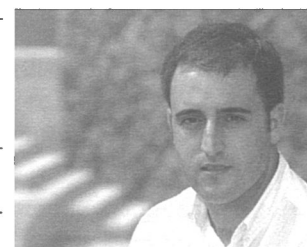
Turisme: canvis i oportunitats. *Per Magdalena F. Mulet.*

Turisme

Les expectatives de la formació turística. Entrevista a Natividad Juaneda, *per Constanza Forteza.*



L'altra cara de la reconversió turística. Entrevista a Antonio Copote, *per Magdalena Cortés.*



Marca de desenvolupament sostenible. Entrevista a Pau Collado Serra, *per Juanjo Sánchez.*

La Clau d'ONA

ona Quadern de debat

núm. 114, novembre-desembre 2004

Edita: Fundesba, SL.

Directora gerent: Sinfo García Gómez.

Director: Sebastià Verd.

Consell assessor: Mateu Carrió (arquitecte), Bartomeu Bennàssar (teòleg), Antoni Fleixes (economista) Jaume Garau (psicòleg), Sinfo García (dir. gerent Fundesba), Pere Mascaró (economista) Empar Rocabrúna (economista).

Secretària de redacció: Magdalena F. Mulet.

Redacció i col·laboradors: Jordi Calleja, Magdalena Cortés, Gina Garcías, Maria Ferrer, Constanza Forteza, Miquel Massutí, Antoni Oliver, Joana Ma Roque, Antoni Rosselló, Maria Magdalena Huguet, Jaume Rosselló i Juan José Sánchez.

Disseny i muntatge: Eparrutx, tel. 971 420 966 - eparrutx@ono.com - Palma

Impressió: Imp. Homar. Tel. 971 43 08 61 - Palma

Administració i Publicitat:

Fundesba, S.L. c. Francesc de Borja Moll, 10, entresòl b.
Tel. 971 71 16 61 - Fax 971 71 91 94. 07003-Palma de Mallorca.
Preu: **3,60** euros - Subscripció: 36 euros per any (10 números)

Dipòsit legal: PM-608-1992

(Jaume Rosselló és l'autor de les fotografies d'aquest número)

UNIVERSITAT DE LES ILLES BALEARS



5106734269

Reforma integral

No és una casualitat que el 2005 sigui l'any en què la reforma integral de la platja de Palma haurà de començar la seva singladura. És l'any de les grans reformes en el sector turístic. La temporada del 2004 ha demostrat quelcom que ja s'intuïa: que el turisme ha pegat un salt qualitatiu i que, a partir d'ara, res no tornarà a ser com abans, quan n'hi havia prou d'obrir un hotel o aixecar un bloc d'apartaments per tenir una clientela assegurada. Res d'això no tornarà a passar i, per tant, hotelers i oferta complementària hauran de disputar dia a dia els turistes, tot competint amb l'oferta d'allotjament que ha sorgit a altres països mediterranis. Països que, no havent de dependre de l'euro i amb uns costos laborals més baixos, són -aparentment- més competitius que nosaltres. En aquest sentit, el pla pilot de la Platja de Palma, amb participació conjunta de totes les administracions i la iniciativa privada, és el mirall on s'ha de reflectir la resta de zones amb l'objectiu de protegir l'entorn i adaptar les infraestructures a les demandes cada cop més exigents dels visitants.

Com diu el conseller de Turisme en una entrevista que publicam a aquest número, la societat balear s'ha assentat en un món d'incerteses. La temporada alta d'enguany s'inicià amb negres auguris que, sortosament, no s'han confirmat. Això demostra que no es poden fer previsions com abans, però al mateix temps les Illes continuen sent una excel·lent destinació. Bastarà aconseguir que els visitants se sentin satisfets per l'elecció que han fet, la qual cosa vol dir millorar la qualitat del servei i de l'entorn i també, aprofitar les oportunitats que ens brinda la nova situació. Una nova època en la qual les noves tecnologies de la informació juguen un paper important que cal saber aprofitar. El turisme independent cada cop serà més important. Les companyies de baix cost -que són un malson

per als majoristes de viatges més clàssics - poden esdevenir el nostre principal aliat i, al capdavant, garantir que les Illes tinguin unes bones comunicacions aèries durant tot l'any.

El turisme és en plena evolució. Potser Mallorca, Menorca, Eivissa i Formentera hagin perdut competitivitat respecte d'altres destinacions emergents, però mantenen un *know how* i un entorn que fan que encara siguin líders en "sol i platja" i que, endemés, puguin completar la seva oferta amb activitats culturals, esportives i en general d'oci, una conjunció que difícilment es pot trobar a altres indrets. Cal, doncs, aprofitar les oportunitats del canvi, la qual cosa -però- no serà possible si no es fa una seriosa reflexió sobre els errors comesos en el passat. S'ha de créixer en qualitat, però ja no es pot consumir més territori ni pensar que, traspasada la frontera dels deu milions de turistes, la solució sigui arribar als quinze o vint.

La solució és una reforma integral no només de la Platja de Palma, sinó de tot el territori insular i de la manera de fer front a les noves demandes turístiques, una reforma que tenguí esment de la naturalesa i que no cometi l'equivocació de seguir incrementant l'oferta en els segments on, òbviament, ja està saturada. Alguns hotelers -com Barceló o Escarrer- han aixecat la veu d'alarma i han reclamat mesures de contenció urbanística. No es tracta de ventar les flames de la discòrdia sinó, tot el contrari, de contraposar pros i contres d'un model de desenvolupament que ha donat molt, però que ha arribat al sostre de les seves possibilitats.

L'any 2004 ens ha ratificat la necessitat del canvi. El 2005 serà, doncs, l'any del canvi, de l'inici de la reforma amb l'esperança que aquest pic s'escoltí el missatge que no es va voler sentir els darrers anys.

Tarja de subscripció

En

Adreça Tel

Ciutat Codi postal

Banc o Caixa d'estalvis C/c.

Signatura:

Per a subscripcions, emplenau aquesta tarja i adreçau-la a **Fundesba, SL**
carrer Francesc de Borja Moll, 10, entresòl b. 07003-Palma de Mallorca,
o telefonau al 971 71 16 61 - Fax 971 71 91 94 - e mail: fundesba@telefonica.net



INFORME

2004, l'hora del canvi

Sebastià Verd

La temporada alta d'enguany ha tengut molts d'escenaris. S'inicià amb unes perspectives prou dolentes, però al llarg de les setmanes -gràcies a les ofertes hoteleres i a una bona climatologia- s'anà recuperant fins a aconseguir unes xifres prou acceptables. Tot i això, la despesa pot haver disminuït i, endemés, s'ha consolidat la tendència cap a una nova manera de comercialitzar el producte turístic. El turisme independent continua a l'alça mentre que el de paquet s'estabilitza o disminueix. Tot plegat fa que el sector admeti, ja sense embuts, que s'ha de fer una reconversió. Sobren places hoteleres. El turisme residencial té cada pic més pes i això preocupa els sindicats. Si més no, l'actual oferta de sol i platja s'ha de complementar.

L'Organització Mundial de Turisme confia que en poc temps s'hagi duplicat el nombre d'arribades internacionals en els destins vacacionals. S'espera, per tant, que quedi lluny la crisi que afectà el turisme mundial arran dels esdeveniments de l'Onze de Setembre del 2001, que desencadenaren la primera recessió mundial de la història en aquest sector. Així ho va anunciar a Palma, a finals de setembre, el secretari general adjunt de l'OMT, el sud-africà Dawid de Villiers, a la inauguració del fòrum de líders que tengué lloc a l'Escola d'Hoteleria. "La confiança ha tornat al turisme -afirmà- de manera que si no hi ha noves catàstrofes aviat tornarà la normalitat". De fet, les dades fetes a conèixer en aquest seminari parlaven d'una recuperació des d'enguany mateix. Les dades negatives del 2002 i 2003 s'han vist superades pel 2004. Torren a ser positives.

I no obstant això, una veritat a nivell mundial, no ho és o ho és menys pel que fa a Espanya com a destinació turística global i a les illes, tant les Canàries com les Balears, en particular. Enguany, a les Balears, i segons les darreres estimacions estadístiques conegudes, s'ha produït una lleugera recuperació pel que fa al

nombre de visitants, però s'han reduït les pernотacions i també la despesa per turista. En definitiva, no ha estat un bon any, però tot i això ha estat millor del que s'esperava a principi d'estiu. Si més no, a altres destinacions espanyoles la situació s'ha qualificat de dolenta. Així com a la resta de l'Estat la crisi sembla haver venut de cop en sec, no passa el mateix a les Illes on aquesta ja és la tercera temporada. No és la pitjor crisi de la histò-

ria, però sí que sembla haver calat amb més força a una societat que comença a adonar-se que s'han de fer canvis per poder ja no remuntar les hores baixes, sinó per consolidar el lideratge en turisme de vacances.

BALEARS MANTÉ EL LIDERATGE

Segons de Villiers, és probable que si-



gui així. L'experiència de les Balears com a destinació líder del turisme vacacional és una garantia. Té un bon producte, a no gaire distància del seu principal mercat i, endemés, ofereix seguretat, quelcom que és tant o més preuat que el preu ara mateix. Però, afirmà, no es pot confiar. De la mateixa opinió és el secretari general de Turisme, Martínez Fraile, que també fou present, al costat del conseller Flaquer a la primera jornada d'aquest fòrum. Però per això s'haurà de diversificar o complementar l'oferta. En els darrers cinc anys l'oferta de places turístiques en els mercats competidors de la Mediterrània s'ha pràcticament doblat. El turisme és, es va dir, el sector de major creixement potencial a tot el món, el que ha creat més llocs de feina des del 1995. No és estrany, doncs, que els Estats el tinguin gelós. Però, a diferència del que passava al llarg de les dècades passades, quan la demanda cap a Balears era superior a l'oferta de places, ara hi ha més destinacions on triar. I, endemés, comparativament, les Illes han deixat de ser barates.

El resultat és una crisi prou complexa. Les xifres de turistes de qualsevol de les Illes seria l'enveja de les destinacions que competeixen amb elles, però aquí omplen de preocupació el sector i el conjunt de la societat. Els empresaris mantenen la calma, tot i que cada vegada són més les veus d'alarma, mentre que des dels sindicats ja fa temps que es demanen mesures urgents. Des del Govern, després que al darrer congrés federal de Comissions Obreres, el president Matas reconegués la necessitat de fer reformes estructurals en el sector, s'ha impulsat la Mesa de Diàleg Social com a fòrum de debat i de negociació. El passat mes d'agost les dades laborals eren prou significatives: s'incrementaren els contractes, però l'hoteleria registrava prop de mil ocupacions menys que l'any anterior. Tot un avís, que va fer que les federacions d'hoteleria de CCOO i UGT es llançassin a l'aventura d'una manifestació que, per precipitació o pel que fos, no tengué el ressò esperat.

DEBATS A BALQUENA

A llarg del 2004 s'han celebrat moltes altres jornades sobre turisme per tal d'esbrinar què passa. Ha estat un estiu especialment intens en encontres sobre el sector, el seu passat i el futur. I més que n'hi haurà -endemés de les negociacions al si



de la Mesa de Diàleg Social- aquesta tardor i l'hivern, fins que l'any que ve el Foment de Turisme convoqui el Congrés amb què celebrarà els seu centenari. El centre de convencions del Meliá-Victoria n'ha viscut unes quantes, des que a la primavera, convocats per Nueva Economía els grans barons de l'hoteleria es posassin d'acord per dictaminar que la reconversió era inajornable. Simó Pere Barceló, dues vegades, ha llançat dures acusacions contra un model de desenvolupament de les Illes, que ha saturat el mercat amb una desproporcionada oferta, no només hotelera, sinó residencial. Fins i tot, en un col·loqui convocat pel Club Diario de Mallorca assegurà sense embuts que a Mallorca no es podia urbanitzar més. Era, sens dubte, l'inici d'una guerra freda entre dues maneres ben diferents d'enfocar el futur. Els hotelers són partidaris d'una reconversió controlada i d'aturar el creixement de l'oferta resi-

dencial, a la qual cosa es neguen els promotors.

Uns i altres, però, reconeixen que quelcom s'ha de fer. El model de sol i platja, diuen, no s'ha esgotat, però s'ha de reformar. Des de l'oposició, els partits que formaren el Pacte de Progrés, es manté la tesi que sí, que el "sol i platja" és un model caducat, una opinió que a nivell estatal compartí la ministra de Medi Ambient, Cristina Narbona. Aquestes paraules provocaren una irada protesta de les associacions empresarials, com la Confederació Espanyola d'Hotels, que presideix el menorquí Guillem Díaz Montañés, o la del president de la Federació Hotelera de Mallorca, Pere Cañellas. Ambdós coincidiren amb el conseller, Joan Flaquer, a qualificar de despropòsit la declaració de caducitat d'una activitat que atreu, només a Balears, deu milions de turistes a l'any.



REFORMES EN EL "SOL I PLATJA"

No obstant això, esgotat o no, el model de "sol i platja" ha començat a donar símptomes de flaquetat. Hi ha molts de canvis al turisme. Uns s'iniciaren el 2001, amb l'enfonsament de les Torres Bessones, però altres es veien venir de més enfora. El 1994, després de superar la darrera crisi, els hotelers illencs, i en general tota l'economia balear es va beneficiar de dos factors per accelerar el seu creixement, que esdevengué quantitativament el més important de tots els registrats a la història. Per una banda es devaluà la pesseta i per l'altra, arran de la Guerra del Golf i dels terratrèmols que afectaren Turquia i altres zones mediterrànies, les nostres costes es transformaren en una destinació refugi. Llavors, s'havia d'haver frenat l'increment de l'oferta i controlar l'expansió urbanística, però no es va fer, a pesar que les normes, POOT per una banda i Llei general turística per l'altra, reduïren la pressió hotelera, l'oferta residencial es disparà.

Una major oferta havia de topiar inevitablement amb el nou escenari turístic que aparegué amb el nou segle, les característiques principals del qual són un creixement del turisme independent enfront del de majorista de viatges, l'aparició de les companyies aèries de baix cost i l'ús d'Internet pels viatgers, juntament amb l'esmentat increment de l'oferta hotelera o residencial a moltes altres destinacions. Dues-centes o tres-centes mil

places més a la Mediterrània que fa cinc anys. Només a Romania, a la zona de la Mar Negra, una destinació que comença a ser important a nivell mundial, enguany s'hi han inaugurat 30 hotels i hi han anat un 40% més de turistes estrangers. Però endemés hi ha Bulgària, Croàcia, Egipte i les illes gregues. A tot això cal afegir-hi la por de volar, que ha perjudicat les destinacions per a les quals el transport aeri és inevitable i la crisi econòmica que ha provocat un ambient d'incertesa, sobre-tot a Alemanya.

LE MONDE I LA COMPETÈNCIA

La competència és ferotge i afecta no

només les Balears o la resta de destinacions espanyoles, que fa només dos anys es creien a l'estalvi de qualsevol crisi turística, sinó tots els països europeus receptors de turisme. A França hi ha un debat similar, també a Còrsega -tot i que a aquesta illa mai no s'ha desenvolupat el turisme de manera massiva- i a Itàlia. La fortaleza de l'euro passa factura al turisme vacacional arreu de la Unió Europea i, especialment, als països mediterranis perquè té altres opcions més barates, al sud o a l'est. Però com es deia a un editorial de *Le Monde* el passat setembre les noves circumstàncies mouen l'enginy. Les destinacions vacacionals madures ja no poden conformar-se a oferir sol i platja, sinó que han de presentar qualche cosa més. Quan un torna de vacances els seus amics europeus ja no li demanen només on ha estat, sinó què ha fet. Els turistes són cada cop més exigents, són més selectius i, a més a més, ja no concentren totes les vacances en un viatge, sinó que en poden arribar a fer tres o quatre al llarg de l'any, molts dels quals són de cap de setmana.

Raimon Martínez-Fraile afirmà a Palma que el sector turístic espanyol en general, i el de les illes en concret, s'hauria d'espavilar. El secretari general coincidí amb el conseller, Joan Flaquer, a considerar que l'increment de la competència lluny de ser un perjudici és una oportunitat. Quelcom que aprofiten els hotelers de Mallorca per exportar *know how* i fer inversions a zones com Turquia, Egipte, Bulgària o el Carib que competeixen amb les nostres illes. D'aquesta manera s'as-



soleix un dels reptes necessaris per a una economia en un món globalitzat: la internacionalització. Però, endemés, és una oportunitat perquè obliga a millorar la competitivitat de les empreses, a invertir en formació i en millora de la qualitat, tant dels serveis com de l'entorn.

LA CRISI COM A OPORTUNITAT

Davant el fòrum de l'Organització Mundial de Turisme, Flaquer fou prou explícit. Després d'exposar els canvis registrats els darrers anys, afirmà que la política turística del Govern havia de consistir, essencialment, a afavorir la "capacitat de resposta" del sector per capgirar una situació adversa i transformar "els nous reptes en oportunitats". En aquest sentit, el Govern ha perfilat les últimes setmanes un seguit d'iniciatives, com la possibilitat d'exempcions fiscals per tal que els hotelers allarguin la temporada. També ajudes als municipis per afavorir que les zones turístiques puguin romandre obertes més temps. I, sobretot, majors inversions en promoció -Turespaña hi col·laborarà- per recuperar la bona imatge de les Illes a Alemanya.

A poc a poc, tot i que des del Govern encara insisteixen en l'estratègia que seguí el PP des de l'oposició per vèncer el Pacte de Progrés, s'abandonen les tesis de lluita per altres missatges més esperançadors. Els diaris alemanys, amb la inefable col·laboració de la premsa -influi-



da pels majoristes de viatges- ja no diuen que a les Illes n'hi ha que no volen turistes, sinó que tornen a la tesi que mantengueren a mitjans dels noranta, quan el ple "tercer boom" editorialitzaven, mig seriosament mig en broma, que potser fos recomanable transformar les Balears en un *land* alemany. No serà necessari. Gràcies a la presència de companyies aèries com Air Berlín, que han fet de Son Sant Joan el seu quarter general, les comuni-

cacions de Mallorca amb Europa central són més bones que amb la Península. La colònia germànica a les Illes és la més nombrosa d'entre els estrangers i això genera, es vulgui o no, la creença que les Balears més que una destinació internacional per als alemanys, és domèstica. Una garantia de seguretat de cara al futur per poc bé que es facin els canvis.

Montilla, preocupat pel "sol i platja"

El ministre d'Indústria, Comerç i Turisme, Josep Montilla confessà sentir-se preocupat per la situació del turisme, però descarta que es pugui parlar de crisi. Admeté, no obstant això, que actualment es registra una desacceleració del creixement turístic tant a Espanya com a les Illes Balears. "Les dades no són dolentes, però no ens podem dormir, perquè tenim cada vegada més competència", va afirmar en el transcurs de la compareixença a la Comissió d'Indústria, Turisme i Comerç en el Congrés a finals de setembre passat.

Segons Montilla, entre els factors que "no afavoreixen" el turisme hi ha la fortalesa de l'euro, atès que països com Egipte, Tunísia o Turquia, "guanyen en qualitat-preu". "Això és un perill per al sol i platja d'Espanya" i per això cal oferir alguna cosa més. "Convé que treballem -digué- per desenvolupar productes turístics alternatius que completin el lide-

ratge d'Espanya en "sol i platja", a la vegada que se cerquen fórmules per reforçar aquest producte".

Segmentar i afegir valor, aquesta és la fórmula. Per afrontar aquest repte, Montilla va avançar que el Govern treballa en la "necessitat" de segmentar l'oferta turística espanyola, així com d'introduir més "valor afegit" a l'oferta de turisme espanyol. Aquestes qüestions són la base de les propostes que el Govern ha duit a la Conferència Sectorial celebrada a Toledo. Per altra banda, Montilla va dir que el Govern té ja "bastant avançada" la nova estratègia de comercialització d'Espanya com a destinació turística, fonamentada en un estudi diagnòstic del sector. Aquest pla, que es vol consensuar amb totes les administracions, abastarà des del 2006 al 2008, a més d'un pla concret de promoció per a l'any que ve.

Platja de Palma, reforma integral

S.V.

La reconversió turística té un nom propi: la Platja de Palma, la zona que va ser pionera en el desenvolupament del turisme de masses i que ara serà objecte d'un pla pilot cofinançat per totes les administracions -governos centrals i autonòmic, Consell Insular i ajuntaments de Palma i de Lluçmajor- per tal d'adaptar-la a les noves exigències del turisme



Després de diferents encontres entre les administracions central i autonòmica, el passat setembre Josep Montilla, ministre de Turisme comunicà a Joan Flaquer, conseller de Turisme, la predisposició del Govern socialista a cofinançar el Pla de reforma integral de la Platja de Palma, una vella aspiració -fa anys que se'n parla- que l'Associació Hotelera de la zona defensa aferrissadament. No debades, la Platja de Palma va ser pionera en el desenvolupament turístic dels anys seixanta i ara, quaranta anys després, mostra símptomes de debilitat. Hi ha cent quaranta hotels, repartits al llarg de cinc quilòmetres de platja entre dos nuclis de població tradicional: Can Pastilla a Palma i s'Arenal a Lluçmajor. Hom pot dir que el turisme de masses tal com l'hem conegut va néixer a aquesta zona i que, per tant, la reconversió també ha de començar per aquí.

Així ho va entendre el ministre. Ara s'és a l'espera de la firma del consorci entre el Govern, el Consell de Mallorca i els ajuntaments de Palma i Lluçmajor que ha de gestionar la reforma. Un pla pilot que per les seves característiques i el seu cost, més de dos-cents milions d'euros, ha de transformar la zona per adaptar-la a les demandes potencials dels vells i nous clients. Segons el president de l'Associació Hotelera, Jordi Cabrer, no es tracta de deixar de banda l'oferta de "sol i platja" sinó d'integrar-la en un model més extens que inclogui també turisme de ciutat o de negoci -la proximitat de Palma ho permet- i turisme actiu: de naturalesa, golf o ciclisme. La platja és un gran espai obert que durant l'hivern no s'aprofita, però que pot ser camp de moltes activitats d'oci.

2005, PUNT DE PARTIDA

Els pressuposts generals de l'Estat ja han inclòs una partida per engegar el Pla, si bé els projectes concrets encara no s'han definit. En el Pla figura convocar un concurs internacional d'idees. En qualsevol cas serà el consorci l'encarregat d'aprovar i de gestionar els projectes, amb el ben entès que la reforma integral de la Platja de Palma no és un pla exclusivament hotel·ler, ni només turístic, sinó que tindrà un ampli abast urbanístic i social. La reconversió de la zona inclou tot el conjunt, amb operacions d'esponjament, millora dels serveis socials i dotació d'equipaments per atendre la població resident i els visitants.

Per això es preveuen operacions de canvi, tant d'hotels que no poden ser objecte de reforma i que d'aquesta manera poder traslladar-se a un altre indret de la platja, com d'habitatge. El trasllat es faria a àrees específicament designades per a l'oferta turística o residencial i d'acord amb els planejaments urbanístics vigents o que es puguin aprovar expressament per fer fiable el pla. La situació de s'Arenal, amb una de les densitats poblacionals més altes de tota l'illa i farcida de petits hostals o hotels d'escassa rendibilitat, aconsellen l'enderrocament de molts d'edificis. És, per tant, una operació molt complexa, que en molts de casos haurà de ser estudiada cas per cas.



PROJECTES PREVISTOS

Entre les mesures previstes, tot i que només sigui provisionalment, hi ha la creació d'un gran bulevard de circumval·lació a la segona línia per descongestionar el trànsit i potenciar la mobilitat dels vianants. També un tramvia que circularà per aquest bulevard, fins a cap Enderroc, al llarg d'onze quilòmetres. Un procés d'intercanvi de places, tal com es preveu a la Llei general turística i un cinturó verd d'un milió de metres quadrats que aplegarà espais com la Porciúncula, ses Fontanelles o es Carnatge. També, hi ha equipaments esportius, entre els quals s'hi contemplen dos camps de golf -un de titularitat pública i un aquàrium, endemés d'altres

propostes com la de soterrar els contenidors de recollida de fems o construir un edifici singular que pugui ser emprat com a imatge de la zona, on es podria instal·lar un museu de la mar.

PÈRDUA DE VALOR

El Pla pilot, l'experiència del qual servirà per iniciar reformes similars a altres zones turístiques madures de Mallorca o de la resta de destinacions turístiques espanyoles, és molt ambiciós. Però és imprescindible. Si no es fes, tota la Platja de Palma, i de rebot la resta de l'illa, podria entrar en un procés de decadència que ningú no sap fins on podria arribar. De fet, segons un estudi de la consultoria Comarca Global, que va ser difós per diferents mitjans de comunicació poc després d'anunciar-se l'acord entre les administracions, el progressiu envelliment de la planta hotelera de Mallorca suposa una constant pèrdua de valor hipotecari endemés de competitivitat. Una prova és la Platja de Palma, on la depreciació de la planta d'allotjament -segons càlculs fets per l'agència- ja supera els 375 milions d'euros i es pot veure incrementada en altres 600 si no es renova d'aquí a deu anys.

La consulta afirma que la renovació hauria d'afectar el 70% de la planta d'allotjament i de l'oferta complementària. La totalitat dels hotels tenien un valor de 12.800 milions el 2002, sense comptar la depreciació. El cost de renovar la planta seria de 3,8 milions, que es podrien aconseguir mitjançant garanties hipotecàries. Una operació que permetria posar al dia els hotels i reduir en un 20% la seva capacitat.

És una possibilitat que, segons Comarca Global, hauria de ser acompanyada d'una decidida implicació de les administracions, tal com sembla que serà. L'Estat fins ara ha estat prou generós en processos de reindustrialització o, com a mínim, s'ha compromès en les reconversions industrials o en la reforma agrària, però mai no ho ha estat amb el sector turístic, tot i que representa el 16% del PIB estatal i el 80% del de les Illes.

TURISME DE CIUTAT

El Pla pilot és essencial per evitar la pèrdua de valor i el deteriorament de la Platja de Palma, un deteriorament que té uns efectes socials clars, com ja es pot comprovar a determinats indrets de s'Arenal. En aquest sentit, hi ha la posada en marxa d'un pla de l'Ajuntament de Palma per potenciar el turisme tot l'any, sobretot durant la temporada baixa. S'ha dissenyat una campanya que sota l'eslògan "Palma, 365 dies" pretén demostrar que la ciutat no tanca mai i que té una oferta cultural, endemés de la comercial, esportiva o tradicional de platja.

L'objectiu, moltes vegades plantejat, però poques satisfet, és que durant tot l'any hi hagi activitats culturals que facin atractiva Palma per al turisme anomenat de ciutat i, específicament, durant els caps de setmana o en estades curtes. Palma compta amb un patrimoni cultural prou destacat que pot competir amb moltes de les capitals europees i espanyoles que avui per avui són líders d'aquest segment. Segons la regidora de Turisme, Francesca Bennàssar, tot és una qüestió de proposar-s'ho.

Entrevista a Joan Flaquer

Contra les incerteses

Sebastià Verd

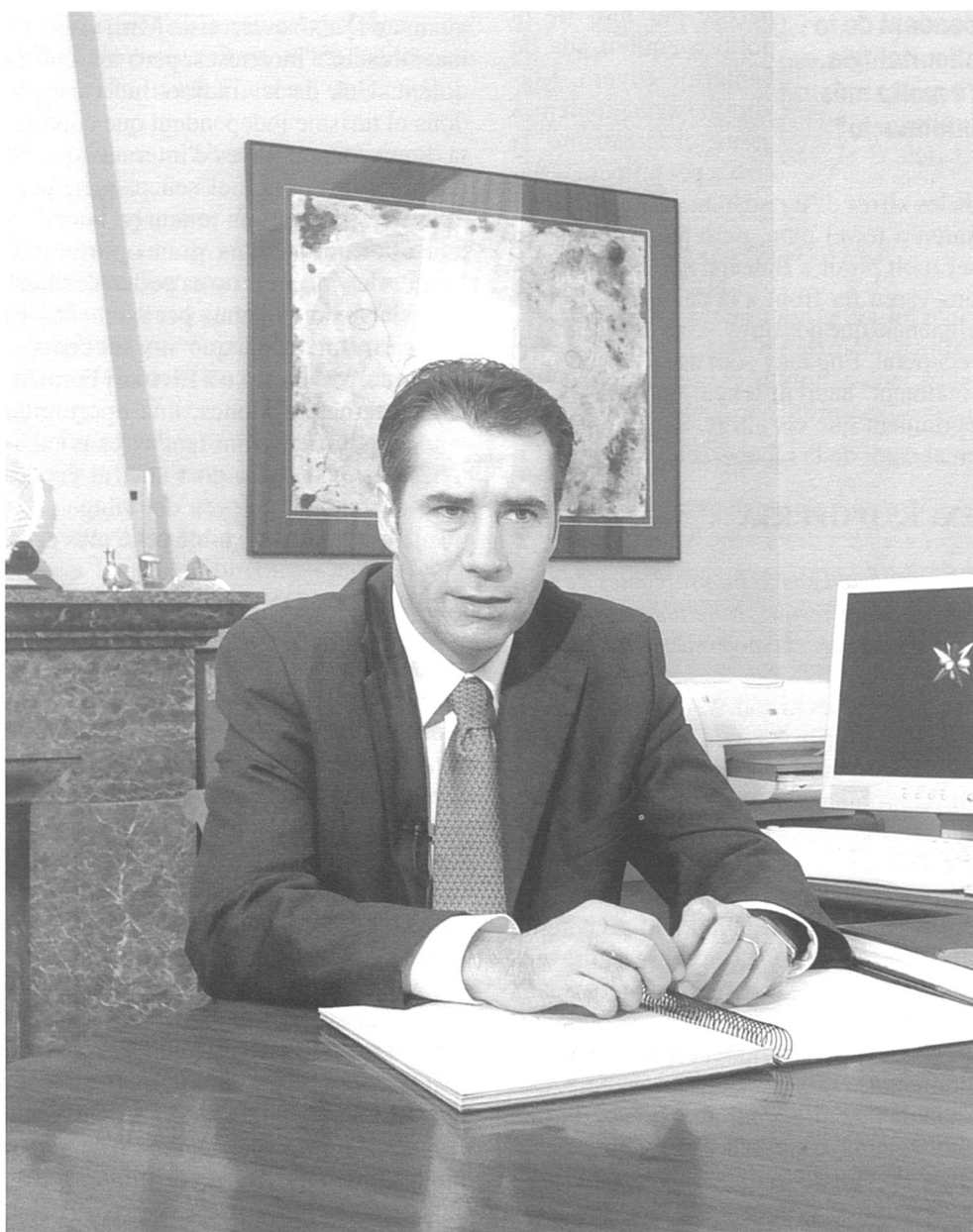
El conseller Flaquer, un any i mig després del seu retorn al casal de Montenegro, és ben conscient que ha aterrat a un món de vells problemes, però sobretot noves incerteses. Al costat dels problemes tradicionals del turisme, a través dels quals les Illes Balears han sabut navegar amb prou fortuna durant prop de quatre dècades, n'han aparegut d'altres que, si més no momentàniament, han emboirat l'horitzó, justament com aquelles boires matineres que retarden la sortida del sol i que

impedeix veure el futur amb claredat. De tot això el conseller de Turisme n'és conscient i, per això mateix, creu -ens diu- que el debat que ha encetat la societat balear és tan vell com la història del turisme de masses, un episodi més en la constant adaptació a la demanda externa que s'ha vist obligat a fer el sector.

Ha arribat, doncs, l'hora del canvi. Sí. Però d'un canvi que en realitat és una adaptació més a les moltes que s'han viscut en el passat. Així ens ho diu, tossudament, el nostre entrevistat que, segons ens confessa, ens rep amb més presses del que voldria. Ha d'anar al Parlament a contestar una bateria de preguntes de l'oposició i després, l'horabaixa, ha d'assistir al debat de presa en consideració de la proposició de llei que PP i UM han presentat conjuntament sobre la comercialització turística d'habitatges.

-A ONA hem fet dotze números, un per any, dedicats al turisme. Això ens ha permès fer un seguiment puntual de tot el que ha passat aquests darrers anys, inclosa l'eufòria de finals dels noranta i el pessimisme de la darrera crisi. Però mai no ens havia passat això que ha succeït enguany. A principi d'estiu, quan començarem a planificar el número, pensàvem ser davant un any desastrós. De fet el president dels hotelers de la Platja de Palma digué que

Joan Flaquer. Nascut a Palma el 1965. Llicenciat en dret per la UIB amb premi extraordinari de llicenciatura. Doctor en dret. Professor de dret mercantil a la facultat, el 1993 és nomenat conseller de Turisme per primera vegada i més tard, entre 1996 i 1997, conseller d'Educació i Cultura. Des de 2002 a 2003 va presidir el grup popular al Parlament balear i en fou portaveu. El 2003, amb el nou govern del president Matas, tornà a la cartera de Turisme que exerceix actualment.



vivien el pitjor juliol dels darrers vint-i-cinc anys. I no obstant això, sembla que s'ha girat la truita: la temporada alta ha acabat molt millor del que s'esperava.

-Cert. Han fallat les previsions. Afortunadament, han fallat. Perquè a principi d'estiu hi havia molts de dubtes. No pens que fóssim davant el pitjor any de la història ni prop fer-hi, perquè hi havia una clara tendència a la recuperació respecte d'anys anteriors. Però vaja, no pensàvem que fos un bon any. Però finalment, l'evolució dels darrers mesos va ser extraordinàriament positiva. L'agost va ser un bon agost i no en parlem del setembre i de l'octubre que, comparativament, han registrat un excel·lent comportament, amb ocupacions de la planta hotelera prou altes. Al final tots n'estan satisfets. Nosaltres, el Govern, també, perquè això demostra que som en el bon camí.

NOVES FORMES DE COMERCIALITZACIÓ

-Però com explica que les previsions no s'hagin complert? Per sort, com vostè diu.

-Aquest estiu ens ha vingut a demostrar que ja no es poden fer previsions. Almenys no com es feien abans, a través de les reserves contractades pels majoristes de viatges. De fet, no és que les previsions hagin fallat, sinó que ja no és possible fer-les d'acord amb els paràmetres que hem emprat fins ara. O, si més no, és molt difícil fer previsions sobre l'evolució del mercat, perquè hi ha nous elements que abans no es tenien en compte i que ara són decisius. Hi ha un canvi evident en la comercialització, que fa impossible fer les previsions. La prova és que a començament d'estiu tot feia pensar que la temporada seria molt xereca i al final, com hem pogut comprovar, no ho ha estat. Ara el turista contracta en el darrer moment, espera les ofertes i està pendent de la climatologia. No viu pendent tot l'any de les vacances de l'estiu, sinó que les improvisa segons les circumstàncies i pot fer no un, sinó diversos viatges. Té molta més informació. És més selectiu i en cas de destinacions madures com les Balears sol ser un turista repetitiu que coneix prou bé allà on va i que, per tant, ja no necessita d'intermediaris per comprar els passatges o fer les reserves d'allotjament. La comercialització dels viatges s'ha capgirat de dalt a baix. Això és el que ha passat enguany i passarà d'ara endavant.

-També han canviat els sistemes de mesurar el turisme. Ara els viatges duren menys dies, hi ha menys pernoctacions i, com vostè acaba de recordar, augmenten els anomenats turistes independents. Finalment, doncs, podem dir que la passada ha estat una bona temporada?

-Sí que ho ha estat. Podia haver estat millor, sens dubte, però hem de tenir present les circumstàncies externes. L'economia internacional, sobretot l'alemanya, no està per tirar coets. A més a més hi ha el preu del petroli que pot retardar la recuperació econòmica. Però tot i això, o precisament per això mateix, pens que hem de qualifi-

"Ara el turista contracta en el darrer moment, espera les ofertes i està pendent de la climatologia. Té molta més informació"

car la temporada de bona. Som per damunt de l'any passat i molt per damunt del 2002. Hem recuperat la confiança dels turistes, que vàrem perdre per mor de la política equivocada de l'anterior govern. Llavors hi havia problemes greus, el terrorisme, la crisi... per primera vegada les xifres de turisme internacional baixaren a tot el món, però aquesta crisi va ser molt pitjor a Balears. Altres destinacions varen fer front a la caiguda amb més eficiència que nosaltres. Això és el que hem recuperat. Enguany som nosaltres els que, finalment, haurem tengut un millor comportament que els altres. Sens dubte som en el camí de la recuperació.

EXCÉS D'OFERTA

-En qualsevol cas hi ha problemes de fons que no s'han resolt. Hi ha un excés d'oferta. Es parla de reconversió...

-Els problemes hi són. Mai no ho hem negat. Sempre n'hi ha, tant si l'economia és en recessió com si és en fase expansiva. Hi ha problemes d'excés d'oferta, diu? Sí que n'hi ha. De determinats tipus d'oferta que han arribat al seu límit, però n'hi ha d'altres que encara tenen prou marge. No es pot fer un judici conjunt de tota l'oferta, sinó que cal segmentar-la, entre d'altres coses perquè també ho fa el mercat, que cada cop és més selectiu a l'hora de contractar un viatge. I hi ha, també, problemes mediambientals i déficits d'infraestructura, que s'han de resoldre. Però això no vol dir que els haguem d'explicar pel món, que haguem de mostrar quins són els nostres defectes en lloc de mostrar les virtuts.

-Cada cop hi ha més destinacions que competeixen amb nosaltres i que són més barates.

-És evident. Fa una dècada la demanda turística a la Mediterrània era més gran que l'oferta i, endemés, moltes destinacions emergents eren o es consideraven insegures, però ara la situació ha canviat radicalment. L'oferta ha crescut més que la demanda i la inseguretat s'ha estès, tot i que destinacions com la nostra continuen sent, indiscutiblement, més segures que altres. I, a sobre, l'euro ens ha llevat competitivitat. Països com Turquia, Egipte, Tunísia... amb una moneda més feble i sous més baixos poden oferir molt millors preus per una qualitat d'allotjament similar. Però tot això fa temps que ho sabem. I, al capdavant, un producte turístic no es pot valorar per cadascun dels seus elements sinó pel conjunt i en això, ningú no ens ha de guanyar. D'això es tracta.... Miri, vivim en una situació d'incerteses, però això no és dolent. Una de les majors incerteses la dona el turisme independent que contracta directament a través d'Internet i que ell mateix confecciona el seu paquet, però això que pot ser una amenaça també és una oportunitat. Una gran oportunitat. Moltes destinacions no es poden deslligar dels viatges organitzats per raons òbvies de seguretat, cosa que no succeeix a Mallorca, a Menorca o a Eivissa i Formentera. Internet és, doncs, una oportunitat que cal aprofitar, com també les companyies aèries de baix cost que, al capdavant, abarateixen el preu del viatge i fan que l'avió sigui assequible per a més gent.

EL DEBAT CONTINUAT

-El que sí és cert és que fins ara mai no s'havia produït una sensació d'alarma sobre el futur o, almenys, un debat sobre els límits de l'actual model de desenvolupament com el que es produeix ara.

-Jo no tenc aquesta sensació. És cert que hi ha un debat. I que és un debat intens, apassionat. Però com deia abans tampoc no és cap novetat. Pens que el debat sempre ha existit. Fa onze anys que estic capficat en el turisme i el debat no s'ha interromput mai. Hi va haver el debat sobre el POOT, sobre les mesures antiincendis, sobre la Llei general de turisme... Des de la conselleria o des del Govern n'he viscut molts de debats. Ara no és diferent. Han anat canviant els problemes, però el debat



sobre una indústria que genera el 85% del PIB és inevitable. Sempre n'hi ha hagut i sempre n'hi haurà d'haver.

-Però enguany s'observen unes característiques especials. En els darrers mesos hem assistit a un grapat de fòrums on els hotelers han demanat mesures de contenció urbanística o han atacat el turisme residencial. Recordem la intervenció de Barceló, que afirmà que l'aixecament de la moratòria urbanística va ser un error.

-Sí, però anem a veure... aquest també és un debat que sempre ha existit. El debat sobre l'oferta il·legal o al·legal per descomptat. Tant les normes urbanístiques com la legislació turística s'han de complir. Però, sincerament, la legislació no es pot fer contra la realitat de les coses. Hem de posar els peus a terra. En aquest sentit, em sembla inevitable que hi hagi una pressió urbanística forta sobre les Illes, perquè són a una hora i mitja o dues hores de qualsevol aeroport europeu i gaudeixen d'unes condicions climatològiques, que les fan molt atractives per al turisme. No només dels que utilitzen la fórmula clàssica d'allotjament hotel·ler sinó dels que es decideixen cap a noves formes, entre les quals s'hi compta la residencial. Hi ha moltes persones que compren una segona residència, altres la lloguen. No podem posar portes al camp. Què hem de fer, doncs? Em sembla evident que s'ha de posar un límit al turisme residencial de la mateixa manera que ja es va posar a l'hotel·ler, però més enllà d'això no podem forçar els turistes

que volen anar a un xalet que ho facin a un hotel. L'única cosa que podem exigir és que el xalet s'hagi construït legalment i que, si es comercialitza com a oferta d'allotjament, ho faci dins de la llei. És obvi.

PRIORITAT A LA QUALITAT

-Però mai fins ara no s'havia acusat el turisme residencial de rebaixar la qualitat del turisme que ve a Mallorca, com va fer Sebastià Escarrer al congrés estatal d'agències de viatge.

-Amb tots els respectes, no podem dimonitzar un tipus d'oferta que existeix i que cada pic serà més important. No podem anar contracorrent. S'ha de regular, és clar que sí. Hi estam d'acord tots. És més, estic segur que això és el que volia dir Sebastià Escarrer. I, en qualsevol cas, aquest és un debat que només es pot resoldre amb la contenció del creixement, tot equilibrant l'oferta amb la demanda. Ara pot ser que hi hagi més oferta, però no podem culpar ningú en concret. No ens podem dedicar a cercar culpables, sinó solucions. A la nostra comunitat, qui estigui lliure de pecat que tiri la primera pedra: els propietaris de finques, els constructors, el Parlament, els ajuntaments, els consells, el Govern, el PP, el PSOE, el PSM .. tots som culpables i ningú no ho és en particular. És un model turístic del qual ens hem beneficiat tots. Hem navegat tots amb ell i la veritat és que ens ha anat prou bé, no ho creu? Endemés, que jo sàpiga fins fa poc Calvià

i Marratxí han estat governats pels socialistes. Santa Maria que està farcit de cases a sòl rústic està governat pel PSM... És un debat que existeix, és veritat. Hem de ser capaços de posar límits, però tots... allò que no acceptaré mai de cap manera és que es vulgui culpar o exigir responsabilitats només al PP. És injust.

-Però el PP ha governat més que els altres...

-El PP és un reflex de la societat, que és prou més complexa. I la societat, precisament, és la gran protagonista de tot el que s'ha fet en el passat, bé o malament, tot i que pens que les coses s'han fet millor del que molts diuen. Per tant, és tota la societat que ha de reflexionar sobre què s'ha fet i sobre què s'ha de fer en el futur per seguir gaudint de benestar i prosperitat. Vostè diu que s'han d'establir límits. Hi estic plenament d'acord, però perquè aquests límits siguin efectius s'han d'haver consensuat. Jo crec que amb les DOT del 99 hi va haver un cert consens o, almenys, s'establiren uns criteris que tothom podia assumir. N'hi hauria prou si es desenvolupassin,

"Vivim en una situació d'incerteses, però això no és dolent. Una de les majors incerteses la dona el turisme independent que contracta per Internet, però això també és una oportunitat"

cosa que no es va fer la passada legislatura, quan es trencà aquest consens inicial. De fet, reconeixerà que des de l'aprovació de les Directrius territorials, amb un govern del PP, ja no s'han fet cap gran urbanització, com les d'abans.

-Pot ser hagi arribat l'hora de la reconversió de les zones ja urbanitzades?

-No m'agrada emprar aquesta paraula, però vaja... No som partidari d'una reconversió a gran escala, ni és necessària ni seria prudent entre altres coses perquè el model turístic de les Illes i en general el model de desenvolupament funcionen acceptablement bé, amb èpoques de crisi, que són inevitables, però amb garanties de futur. Serà suficient adaptar-se als mercats, fer reformes o si vol reconversions, però en casos puntuals, a indrets concrets, on sigui convenient una acció que permeti visualitzar una adaptació a la demanda. És a dir, renovar el producte a través de reformes puntuals sobre l'entorn urbà i amb la

protecció de l'entorn natural, de manera que el producte final s'adapti a les noves demandes i continuï sent competitiu. En aquest sentit, hi ha zones que poden ser un mirall on es reflecteixin la resta. Per això hem impulsat un projecte pilot a nivell estatal, que és el Pla de reforma integral de la Platja de Palma i que, precisament, pretén això: ser un mirall on es pugin mirar totes les zones madures com aquesta, que va ser pionera en el desenvolupament del turisme de masses a tot Espanya.

LA PLATJA DE PALMA

-En quina situació es troba ara mateix aquest pla?

-Estam pendants de la signatura del conveni amb el Ministeri. L'acord és complet i només fa falta solucionar alguns problemes jurídics. Confii que no es retardi massa més i que, com és previst, es pugui començar a executar l'any que ve.

-Ja que parlem de la Platja de Palma, quina és la idea de futur que contempla la reforma integral?

-Seria molt llarg d'explicar en els límits d'una entrevista periodística, però en essència el Pla pretén demostrar com una intervenció conjunta de la iniciativa privada i la pública pot incidir en el producte i el seu entorn i generar prou sinèrgies per revitalitzar tota la zona, no només des d'un punt de vista estrictament turístic sinó social i urbanístic. La Platja de Palma té ja quaranta o més anys d'història i llavors els planejaments urbanístics i les apetències dels turistes eren molt diferents. El Pla és un instrument per redreçar i revitalitzar la Platja de Palma, perquè pugui ser atractiva per als turistes i per als residents.

-Gabriel Escarrer, a la Universitat, va posar en dubte que fos possible reconvertir zones degradades com s'Arenal.

-És una opinió molt respectable, jo no sé si treta de context o no, però que en qualsevol cas no puc compartir. Nosaltres creiem que sí, que és possible i que hi ha exemples a altres parts del món que ho demostren. Endemés, no ens queda més remei que creure-hi. No es pot deixar degradar una zona tant emblemàtica com aquesta. Seria un absurd fer-ho, entre altres coses perquè arrossegaria la imatge de Mallorca que és la darrera cosa que desit-

jaríem. Ans tot el contrari: els nostres esforços es dirigeixen prioritàriament a dignificar la imatge de Mallorca i de les altres Illes.

-Un pla semblant al de la Platja de Palma es podrà desenvolupar també a altres zones, si és necessari?

-Pens que operacions de renovació d'infraestructures i de posada al dia del producte turístic són necessàries a tot arreu, no només a la Platja de Palma, però evidentment hem de començar per un indret concret i la Platja de Palma reuneix tots els requisits per ser la prova pilot. Hem de superar les operacions clàssiques que s'han fet fins ara, com els plans d'excel·lència, o els plans d'embelliment, que han estat molt oportuns, però que són insuficients, per escometre reformes més a fons. Hi ha una gran capacitat de mimetisme a les Illes Balears, de manera que estam convençuts que si l'experiència té èxit serà copiada d'immediat. D'aquí, justament, la necessitat de fer les coses bé.

UNA BONA IMATGE

-La imatge de les Illes necessita també una reforma?

-Jo crec que totes les empreses, tots els productes han de renovar constantment la seva imatge per adaptar-se al gust i a les necessitats dels consumidors. La nostra marca, la de Mallorca, Menorca, Eivissa i Formentera s'han d'adaptar constantment. Són marques d'èxit, però això no vol dir que no s'hagin de retocar o reforçar, sobretot si s'han endut qualche malmenada com ens va passar aquí, dissortadament.

-Quin són els trets que caracteritzen la nostra imatge a l'exterior i que s'ha de retocar?

-Hi ha trets que són essencials, que ens diferencien d'altres destinacions i que cal aprofitar al màxim. No retocar sinó potenciar. Qualsevol empresa cerca posicionar-se en una situació d'avantatge respecte dels competidors. I això és el que hem de fer constantment, aprofitar dels nostres avantatges. Un dels quals, com deia abans, és la distància i les comunicacions aèries amb els principals aeroports europeus. També el clima i, per suposat, un entorn natural que continua sent un dels més bells del món. I a partir d'aquí, hem de ser capaços

de comunicar als turistes potencials que tenim tot un seguit de complements que faran que no s'equivoquin si ens continuen triant com a destinació per a les seves vacances, llargues o curtes, perquè ara es viatja més, s'aprofiten els caps de setmana...

-Què ens fa falta?

-Ens fan falta moltes coses, però també hem de saber aprofitar les que ja tenim, que són moltes més de les que es pot esperar d'altres destinacions, tot començant per unes bones infraestructures sanitàries que donen seguretat als turistes. Ens falta, per exemple, un palau de congressos, però aviat hi posarem remei. També infraestructures de turisme cultural, tot i que ja hi hagi una bona oferta. Però com més infraestructures tenguem, molt millor, per desenvolupar el turisme de salut, l'esportiu, les rutines cicloturístiques, el golf, el turisme nàutic, el senderisme... com a complement del sol i la platja.

-Alguns han dit que el model de sol i platja està esgotat.

-Doncs s'ho poden fer mirar. El turisme de sol i platja gaudeix de bona salut. El que passa és que ja no n'hi ha prou d'oferir només sol i platja, sinó que s'ha de complementar amb alguna cosa més. Renunciar al sol i platja seria de folls i, evidentment, mai des del Govern no direm que sigui un model esgotat. Estratègicament seria inoportú, perquè continua sent el pilar de la nostra economia. Però, a més a més, no seria cert.

-Es parla molt de la qualitat del nostre turisme. S'ha perdut qualitat o no? Alguns hotelers diuen que el turisme residencial no és de qualitat. Tampoc no ho són algunes ofertes hoteleres. L'oferta complementària diu que el "tot inclòs" els ha enfonsat.

-Acusar el turisme residencial sembla ja un tema recurrent... jo no el defens però tampoc no l'atac. També és turisme. I punt. Sincerament, no puc creure que el turisme residencial sigui majoritàriament un turisme de baixa qualitat. N'hi ha prou a observar l'oferta de xalets que hi ha per adonar-se que, si més no, hi ha de tot, com també hi ha hotels de cinc estrelles i d'altres que només en tenen una o dues. La qualitat no la dóna un tipus de turisme o l'altre, sinó la relació entre el que oferim i allò que es-



peren els turistes i el binomi qualitat-preu, unes relacions que nosaltres volem millorar pel costat de l'oferta per aconseguir, justament, que millori la demanda. I pel que fa al "tot inclòs", ja n'hem parlat molt aquest estiu. És un producte com un altre qualsevol, amb els seus avantatges i inconvenients. Sí els turistes el demanen no hi ha més remei que oferir-lo. Ara bé, això

"El Pla de reforma integral de la Platja de Palma pretén ser un mirall on es pugin mirar totes les zones madures que van ser pioneres en el desenvolupament del turisme de masses a tota Espanya"

sí, dins d'uns paràmetres de qualitat, perquè ningú no es pugui sentir enganat.

RECONVERSIÓ

-Preocupació pels llocs de feina? Les temporades s'escurcen i endemés el canvi d'ús d'hotel ha alarmat els sindicats, tal com han denunciat a la Mesa de Diàleg Social.

-La Mesa del Diàleg és un bon instrument per poder arribar al consens. I, precisament, davant la Mesa de Diàleg Social sempre hem dit que si hi ha d'haver canvi d'usos, de reconversió d'hotel en habitatges, apartaments, residències per a la tercera edat... el que sembli oportú, s'ha de fer cas per cas i amb l'acord tant de les administracions que són competents com dels agents socials.

-Desestacionalitzar. Si tot l'any poguessin garantir les temperatures de l'octubre passat, ja no les de l'estiu com és evident, no hi hauria problemes. Però no ho podem garantir.

-Miri, quan Mallorca inicià el turisme ho va fer com a destinació que també era d'hivern, perquè llavors no hi havia cap altre lloc on poder passar l'hivern. I no parl del segle XIX o de principis del XX quan el turisme era una indústria que tenia molt de futur però molt poc present encara, sinó dels anys seixanta quan començà el turisme de masses. Si un alemany o un britànic volia anar de vacances fora de la temporada alta gairebé no podia triar. Ara, en canvi, les distàncies s'han escurçat molt. Es pot anar a les Canàries o al Carib, a Tailàndia... A partir del moment que creix l'oferta a la Mediterrània i fora de la Mediterrània que ofereix unes condicions meteorològiques millors que les nostres, la gent hi va... Com podem recuperar el turisme d'hivern o de temporada baixa? Amb ofertes diferents: amb el golf, amb les bicicletes, amb la cultura, la salut, amb totes aquestes coses. I això requereix noves infraestructures, i, de vegades, consum de territori. No podem demanar desestacionalització i no voler camps de golf. Hem de complementar el gran actiu que tenim durant sis mesos, que és el sol i la platja... A Menorca es queixen que és una destinació molt estacional, però què s'ha fet per captar els clients durant temporada baixa?

-Medi Ambient....

-No continui. Em conec la relació. Tot el que sigui aportar qualche cosa més al sol i platja, tot suma i tot compta. L'entorn, evidentment, i també un turisme especialitzat en naturalesa. Tot. Tot és benvingut i té el suport del Govern de les Illes Balears.

-Però s'ha de posar en valor... i fan falta recursos. L'ecotaxa...

-Per això hem creat la Fundació per al Desenvolupament Sostenible. Però no per substituir l'ecotaxa. L'ecotaxa no té substitut, perquè era un impost que creava més problemes que avantatges, provocava una reducció dels ingressos superiors a les quantitats que podia recaptar. Quan una cosa no és bona no se substitueix sinó que, simplement, es lleva. I es pensen altres coses. Aquí no s'ha pretès substituir res, sinó fer coses noves, coses que funcionin de bon de veres. Com la Fundació, sí, però també a través de plans de qualitat. La qualitat és la nostra prioritat. Més de 300 empreses ja s'han adherit als nostres plans i esperam que a final d'any superin les 900. Els 65 ajuntaments, també s'hi han adherit. I és fa una feïnada en formació. Quaranta cursos de formació per a l'any que.

-I la promoció? Com van les relacions amb el Govern central?

-De moment tot són bones paraules. Hi ha promeses, però que encara no s'han concretat. Mentrestant, nosaltres anam fent. Cada any ampliam el pressupost destinat a promoció, mentre esperam que el Govern central reconegui el pes de les Balears en el conjunt de la indústria turística espanyola i que el tenguim en compte a l'hora de repartir els pressupostos de Turespaña.

-Hi ha qualche missatge específic en les campanyes que prepara la conselleria?

-Hem començat per un missatge de benvinguda que crec que era necessari després de l'etapa anterior i ara podem iniciar nous missatges més específics que ressaltin tots els valors de les Illes, començant pel sol i platja i continuant per tota la resta. Hem de convèncer els turistes de demà que mai no podran trobar una oferta tan completa com la nostra.



La Platja de Palma és el passat, però també el futur. El pla pilot ho ha de fer possible. Aquest és el desig manifestat per l'associació hotelera de la zona que ha apostat, decididament, per la modernització de l'oferta



L'estructura urbana de la Platja de Palma, sobretot de s'Arenal, necessita una urgent adaptació. Els nous temps i la forma competència de les noves destinacions ha fet baixar la rendibilitat dels hotels, molts dels quals hauran de desaparèixer o hauran de modernitzar-se



La Platja de Palma va ser, en els anys cinquanta i seixanta, la primera destinació de sol i platja, tal com ho coneixem avui, a tota la Mediterrània. Les vacances pagades i l'aparició dels avions xàrter varen permetre la massificació del turisme entre els europeus i, consegüentment, el primer "boom". Va ser un model d'èxit, però que, a poc a poc, ha envellit i que, per tant, necessita ser reformat.

"Mesclar turistes amb residents és incompatible"

Magdalena Huguet

Jordi Cabrer està radiant. Els mals pronòstics no s'han complert i la temporada turística a la Platja de Palma s'acomiada fent el balanç en positiu; el mes d'agost els establiments hotelers de la zona han fregat el 94% d'ocupació, dos punts més que el mateix mes de l'any passat, s'ha mantengut la xifra de negoci del 2003 i s'ha avançat en la tendència a diversificar mercats per reduir la dependència alemanya.

Xifres a part, el que fa que sobretot el president de l'Associació Hotelera estigui satisfet és que el Pla de reconversió integral de la Platja de Palma de cada dia sembla més palpable. Si ja varen ser pioners en el "boom" urbanístic que generà el turisme de masses, ara també ho seran en la reordenació territorial i turística que reclama aquest model de sol i platja. Els hotelers de la zona ja no hi posen emperons, són cons-

cients que fins al darrer empresari haurà de fer esforços si vol salvar el seu establiment. Les reunions s'intensifiquen i Jordi Cabrer arriba tard a l'entrevista: "concretàvem punts amb el conseller de Turisme Joan Flaquer. Divendres també ens trobarem amb el secretari d'Estat i després parlarem amb l'oposició. El turisme és una qüestió d'Estat i hem d'estar bé amb tots els governants. Siguin del color que siguin".



-Ja no es diu amb la boca petita: la Platja de Palma necessita de forma urgent que la canviïn de cap a peus. Què ha passat per arribar al punt que sigui imprescindible que s'hi actuï de forma integral i sense emperons?

-Durant tots aquests anys hem improvisat en lloc d'aturar-nos a mirar cap on havíem d'anar, bàsicament ens ha faltat planificació. A més, les administracions municipals, els ajuntaments de Palma i de Lluçmajor, no han tengut consciència turística i han deixat que el mercat sempre fos el que decidís. Les coses s'havien d'haver fet d'una altra manera. No s'han marcat unes regles a seguir i ara el que tenim no li agrada al client. No hi ha opció, o canviem de forma radical o desapareixem, i ja que hem decidit lluitar per la transformació, per què no aprofitar l'ocasió per intentar augmentar la categoria dels nostres clients? Per què no podem tenir l'oferta de restauració que tenen a Portals? Ells tenen un quilòmetre de passeig i nosaltres tres i mig. Tots els visitants són benvinguts, però hem d'anar a cercar un altre tipus de segment que sigui més rendible i més beneficiós per a tots. A més, hem de ser conscients que de cada vegada tenim més competència. Nosaltres ens pensam que els clients són nostres i estam molt equivocats. El sol és el mateix aquí que a Tunísia. Si el client ve a cercar una imatge que li hem venut amb sol, una gran platja, aigües cristal·lines i una oferta complementària d'oci i diversió, li hem de donar això exactament. No pot ser que als *souvenirs* encara es vinguin toreros i sevillanes! Jo estic convençut que si som capaços de millorar el nostre entorn, automàticament augmentarem la qualitat del nostre client. De fet, si aquest pla és tan important és perquè ha de corregir molts de defectes, i no només urbanístics. Sincerament crec que bona part del problema és que hem volgut mesclar usos turístics i residencials i no són compatibles. L'exemple ja l'hem tengut a Cala Major, els residents han acabat per matar el turisme. El turista que ve vol una zona

Jordi Cabrer Giménez és el cinquè president que ha tengut l'Associació Hotelera de la Platja de Palma. El 2001, quan es col·locà al capdavant dels hotelers de la zona, ja feia quatre anys que exercia de vicepresident de l'Associació dirigida aleshores per Miquel Vidal. Uns càrrecs que sempre ha fet compatibles amb el dia a dia de l'Hotel Manus del qual n'és propietari. Enguany encara volia implicar-se un poc més al món turístic, volia ocupar un càrrec de responsabilitat a la Federació Hotelera, la seva idea, explica, era unificar forces amb l'altre candidat, Pere Cañellas, per així aconseguir tenir una veu més potent, una indústria més forta i veure des de punts de vista diferents com s'han d'enfocar els nous reptes que planteja el turisme en aquest inici de segle. "Cañellas no va voler unificar forces i el sector més oficialista es posà al seu costat, llavors vaig decidir retirar-me. Volia evitar enfrontaments entre empresaris". Jordi Cabrer ho diu amb desànim, però també afegeix que no guarda rancúnia al president de la Federació. Ara, pel que realment vol lluitar és perquè el Pla de reconversió sigui una realitat com més aviat millor, "potser quan es miri d'enfora diran que era un president visionari, però jo realment crec que és possible salvar la que és, sens dubte, la principal zona turística de les Illes, la zona que fa que arreu del món es conegui Mallorca".

Clima empresarial

Si als hotelers de la Platja de Palma els demanen com creuen que anirà la propera temporada, sis de cada deu confien que el seu volum de negoci es mantindrà i un de cada deu pensa que serà inferior al d'enguany. Només un 13% dels hotelers creu que l'any que ve serà millor que enguany. Són els resultats d'una enquesta que l'Associació ha realitzat a 56 establiments de la zona per conèixer quin és el clima empresarial que es respira. En ella també es parla de llocs de treball. Un 16% dels hotelers assegura que enguany ha augmentat els seus planters i un 81% preveu mantenir els seus actuals treballadors la propera temporada, un 5% diu que haurà de prescindir d'alguns.

per a ell, un espai obert, no ve aquí per anar a una ciutat, la ciutat ja la té al seu país. Vol anar a la platja, gaudir d'uns passeigs i no sentir-se pressionat. Fer conviure turistes amb residents és incompatible. Hem de voler l'oferta complementària de Portals i no convertir-nos en un Cala Major.

RECONVERSIÓ HOTELERA

-Voleu dir que en certa manera no estariu d'acord amb la idea del Govern de reconvertir places hoteleres obsoletes amb residencials?

-En nom de Jordi Cabrer i no del president de l'associació li diré que no m'agrada la idea de reconvertir els hotels en habitatges. Posem per cas que, per eliminar places obsoletes, de cada deu hotels en convertíssim vuit en habitatges, aquests dos hotels que queden estarien condemnats a morir, en deu anys moririen tot sols, perquè els habitatges se'ls menjarien. Quan un turista ve està sempre de festa, el que vol és passar-ho bé, tenir una zona només per a ell, un espai obert, la ciutat ja la té al seu país. Però topa amb el resident, el que viu devora de l'hotel i es troba que aparquen davant el seu garatge, els autobusos carreguen i descarreguen visitants a totes hores... la convivència és difícil. Encara que el resident en un principi està a favor del client a força de viure el dia a dia acaba per fer-li nosa, és aquest rebuig el que volem evitar, o que jo vull evitar. Tant el client com el veïnat veurien amb millors ulls que els hotels estassin separats. Convertir hotels en habitatges sí, però cas per cas, no de forma generalitzada. És el cas de Cala Major i ja ho hem viscut, mesclar usos residencials i turístics no funciona i acaba per matar les zones turístiques.

ESBUCAR HOTELS... I PISOS

-El Pla contempla esponjaments, el que vol dir que inevitablement s'hauran d'esbucar hotels que són a zones molt saturades, és a dir, molt propers a la platja. Com es fa això de convèncer un hotelier de primera línia que a partir d'ara haurà de retrocedir a tercera?

-Hi haurà esponjaments, tothom ho té clar, com també que tot el que es faci haurà de ser voluntari. Ningú no té dret a dir-li a un altre que s'ha de retirar del mercat. La mateixa dinàmica del mercat ens durà on ens hagi de dur. Qui no entengui aquesta màxima està perdut. Ja pots pegar bots, però si tu vens una cosa que ningú no et compra... estàs perdut! S'ha de pensar en



el conjunt i a la Platja de Palma li manquen zones verdes, aparcaments, zones d'oci infantil i fins i tot serveis bàsics. Pots fer molta feina, però si et trobes que el teu negoci o establiment, pel lloc on està situat i per l'estructura que té, no és rendible hauràs de veure què passa. Tothom és conscient de la seva situació. Ara, s'ha de veure qui aprofitarà l'ocasió que li brinda el Pla per esbucar el seu hotel o negoci. I una cosa ha de quedar clara, quan es parla d'esponjaments no han de ser esbucaments només d'hoteles, hi ha molts de blocs de pisos i plantes

"Els hotelers ja ens hem de començar a moure per aconseguir nous turistes, hem de fer promoció i no esperar que la facin sempre les administracions"

baixes obsolets, en molt mal estat, sense condicions higièniques i de seguretat i també ells han de fer un pensament. No ho hem de consentir, hi ha una deixadesa municipal que també s'ha de plantejar canviar. El que no podem fer és posar dos engronsadores, quatre papereres i tres faroles i dir que s'ha arreglat la zona, si algú pensa que pot fer això va molt equivocat.

-Realment sembla que la mentalitat dels hotelers i comerciants de la Platja de Palma canvia!

-És que hem passat uns anys molt dolents i això fa reflexionar la gent. Reflexionar i veure que no s'havia de fer feina només amb un mercat, que s'havia de comercialitzar i no esperar que entrassin els clients per la porta. Això s'ha acabat senyors! Avui vostè ha d'anar a vendre el seu producte, s'ha d'unir amb diversos empresaris petits i fer promocions, ha de treure profit de les noves tecnologies... Si d'aquí a un parell d'anys tots no en

som conscients, n'hi ha que ho passaran molt malament perquè ni els majoristes de viatges no els faran contractacions. I ja em dirà què faran quan l'hotel quedi tot sol sense cap tipus de contracte. Per això la solució que hem trobat és que una sèrie de tècnics turístics ens diguin com ho hem de fer. Potser sigui que tenim vint discoteques i basta que n'hi hagi deu, però diferenciades, o que tenim cent llocs on es venen hamburgueses i resulta que no n'hi ha cap de vegetarià. Encara podem trobar botiguetes on es venen sevillanes i toreros, però si són a la línia de combat aquestes botigues saben la feina que han de fer per treure un benefici. Ara corregim els errors que varen cometre les administracions municipals, si abans aquí no hi hagués hagut autoritzacions per posar tot tipus de negocis i fer tot tipus de construcció ara no hauríem de fer tot això.

BALANÇ POSITIU

-Les xifres d'enguany són menys negatives del que es pensava a principis de temporada: s'ha arribat a un 94% d'ocupació el mes d'agost, el juliol es produí una alça de dos punts respecte del 2003 i el setembre també es milloren les xifres registrades el mateix mes de l'any passat. Quina anàlisi fan d'aquestes dades?

-El maig ja vàrem tenir més clients que l'any passat i això va fer que els hotels obrissin més aviat. El problema és que hi havia moltes ofertes i per tant menys ingressos. De fet la temporada va començar un poc fluixa fins que dia 12 de juliol va fer un canvi radical, amb una setmana s'exhauriren les reserves i els hotels s'ompliren, es deixaren de fer ofertes i els in-

gressos varen augmentar. El problema és el que dèiem abans, que el client de cada vegada té menys poder adquisitiu. No gasta, no va a l'oferta complementària ni fa excursions. Massa vegades és el tipus de client que va al supermercat a comprar una Coca-cola per beure al passeig i això és denigrant, no només per al propietari del bar sinó per la imatge que es dona de la zona. És el que dèiem, també hem de canviar el camí en aquests establiments. El client ve i el juliol, agost i setembre l'ocupació està assegurada, el problema és que fa dos anys que els preus estan congelats. Que un hotel tenguí preus baixos no és sinònim de més gent, tot el contrari, és l'hotel que té la temporada més curta i que menys beneficis acaba traient.

LA GUERRA DEL TOT INCLÒS

-A més de la batalla pels preus, aquest estiu el tema de debat que ha generat més discrepàncies és el del "tot inclòs", continuarà proliferant aquesta fórmula de vendre o s'eliminarà?

-Abans de res he de recordar que hem tengut uns preus de l'oferta complementària massa elevats, que ens han condicionat aquests anys ja dolents de per si. El client ho ha notat molt, sobretot les famílies amb nins, llavors una fórmula d'atreure'ls és ajudar-los a tenir la butxaca controlada. A la Platja de Palma aquesta oferta està quantificada en un 10%, que són, màxim, 4.500 places, per tant no es tracta d'una oferta preocupant. A més, hi ha molt de debat, però la gent no ha d'estar enganyada, en aquests moments hi ha molt pocs hotels que puguin dedicar-se a fer tot inclòs, perquè per fer-ho has de tenir un servei de molta qualitat, amb personal i espai, si no compleixes aquestes condicions és un suïcidi per a l'hoteler. I un altre element a tenir en compte és que si la nostra competència ho fa, nosaltres no ens podem quedar endarrere. A Turquia, per exemple, el 50% dels hotels fan tot inclòs, si nosaltres no ho feim, encara que només sigui en un 10% de tota l'oferta, els clients se'n aniran allà i no tornaran. A més, no és veritat que el client no surti de l'hotel, ho fa, el veus enmig amb la polsera, però surt. Després hem de veure que l'oferta complementària en tregui la part positiva, ha d'especialitzar-se i no fer tots el mateix, un pot convertir-se en restaurant vegetarià, un altre dedicar-se a les tapes, un altre amb begudes tropicals... segurament l'establiment de tot inclòs no pot ofe-



rir-li segons què al seu client i és el que ha de trobar fora. A quants de restaurants d'aquesta zona es fa un menú infantil?

Si parlem del tipus de clients, l'objectiu de cada any és diversificar el mercat. S'està avançant?

-Jo crec que sí, poc però sí. Hem recuperat el mercat francès i de cada vegada vénen més turistes italians, portuguesos i espanyols. A més, hem ençetat un forat, que és petit però que podria acabar convertint-se en un dels principals proveïdors del futur, que és el mercat rus. Ens coneixien fa dos anys i enguany 16 hotels han treballat amb aquest país. Comencen a saber on som. A Turquia cada any la visiten un milió de russos, a Mallorca només en vénen deu mil, però si tenim en compte els milions d'habitats d'aquest país i que només estam a quatre hores de distància, veurem que és una oportunitat. Ho hem de fer a poc a poc, però ells i les classes mitjanes dels països d'Europa de l'Est són la nostra principal esperança de diversificar.

Els hotelers ja ens hem de començar a moure per aconseguir nous turistes, hem de fer promoció i no esperar que la facin sempre les administracions.

-Un dels mals endèmics al qual sembla que no s'acaba de trobar una solució és el de la inseguretat.

-En certs aspectes enguany la seguretat ha augmentat. Hi ha hagut una sèrie de controls que han fet que hi hagués menys robatoris. El que sí ens han augmentat són els *trilers*, els carteristes i la venda ambulat. El problema és el mateix cada any, ja es fa etern i això que s'ha demostrat que quan volen aconseguir augmentar la seguretat. Per posar-li un exemple, a principis de temporada amb un control varen caure devers cinquanta lladres. La policia té instruments, però s'hi ha de dedicar, i clar, a l'hivern continuarà aquest seguiment? La solució seria que pressionassin de forma constant. Jo, pensant malament, a vegades em deman si és que el que els interessa és que tota la mala gent estigui a la Platja de Palma. Si tots són a un lloc no estaran dispersos per altres, i com que els turistes no voten. És pensar malament, però basta mirar què passa amb la Policia Local. Amb un terç de la població de Palma aquí, la Policia Local encara no té un local en condicions. Té locals llogats on tan sols no hi caben tots els agents ni s'hi poden canviar de roba, això ens demostra fins a quin punt té en compte l'Ajuntament de Palma aquest indret!

Taula rodona amb Josep Aloy (director general d'Ordenació Turística de la Conselleria de Turisme), Josep Bestard (director d'Informació Turística del Consell de Mallorca), Maria Planells (portaveu de l'Associació d'Hoteleria de la Platja de Palma) i Antoni Sastre (professor de la UIB)

Turisme: canvis i oportunitats

Magdalena Mulet

Passat un estiu d'alts i baixos, on en pocs dies de diferència hem llegit als mitjans que el turisme enguany seria un desastre fins a xifres novament triomfalistes d'arribades i d'ocupació, és hora d'asseure's i mirar d'esbrinar fins a quin punt aquests canvis que ningú no posa en dubte han de servir per reconduir la indústria turística. El Pla de reforma integral de la Platja de Palma que projecta una remodelació total per continuar sent un emblema del turisme de masses, és una aposta ambiciosa que vol escenificar que Mallorca continua sent capdavantera en la indústria dels forasters. Però, com diu una de les convidades a aquesta taula, dels plans i de les paraules ningú no en dubta, però són això plans i paraules que han de tenir pressupost i en els quals ara s'ha de fer feina, molta de feina.

ONA: Els experts del món del turisme no arriben a posar-se d'acord i els ciutadans rebem missatges molt confusos i fins i tot contradictoris. Realment patim una crisi?, de cop i volta hem passat de la saturació a la crisi?, o som davant un canvi que espanta, però al qual serem capaços d'adaptar-nos?

Bestard: El que hi ha és un canvi molt gros i hi ha una frase que diu *change brings opportunities*. I és aquest sentit que hem d'enfocar el canvi, crec que els canvis que es produeixen i els que, de fet, s'han de produir, ens donaran oportunitats per fer coses noves. En realitat ens ho hem de plantejar com un moment de canvi, no de crisi, per poder millorar.

Aloy: És un bon punt de partida. Però el que passa és que hi ha una qüestió prèvia, que és analitzar si realment estam en una situació de crisi, aquesta seria la primera qüestió. Perquè hem de tenir elements objectius per dir que hi ha una situació de crisi i el primer que hauríem de fer és argumentar seriosament si hi ha o no crisi. El segon plantejament serà, en cas que n'hi hagi, determinar si és conjuntural o estructural i això significa també determinar, si això du darrere, encara que no m'agrada emprar

aquest terme, la "reconversió". És a dir, si això implica qualche sistema per intentar canviar estructures a través d'uns processos de reconversió.

Aquestes serien les tres qüestions a analitzar a les quals s'ha d'afegir un quart element, que és definir i saber on ajustam el turisme residencial. Perquè, clar, en parlar de turisme fins fa poc ho fèiem de l'hoteler i ara ja sabem del cert que hi ha aquest altre element que ens distorsi-

ona totes les estadístiques. I, a l'hora de saber si hi ha crisi, hem de tenir també en consideració i ben definit què és el turisme residencial i on el situam.

És que no podem analitzar si estam en crisi o no sense debatre aquestes qüestions de fons que hi ha sobre la taula. Davant tot això, el plantejament de la política turística del Govern actual és de dir, bé aquest és un moment de canvi, sobretot dels hàbits dels turistes, i això és el



més important, perquè una cosa és el que ens agradaria que fossin els nostres visitants i l'altra és el que volen els nostres visitants, i el que demanen d'una destinació.

Nosaltres tenim el que tenim. Ja està clar que ho hem de millorar i ajustar a la demanda, però som el que som: una destinació de "sol i platja", i ben bé!, perquè segons tots els indicadors, les motivacions del mercat que ens visita, l'alemany en aquest cas, és el sol i la platja, en primer terme. A l'hora de triar una destinació, gairebé el 80% del turistes tenen en compte el clima del lloc i les platges... i nosaltres tenim clima i platges. Per tant parlar d'un model esgotat, ho hauríem de veure! Hem de partir del que volen els turistes i del que tenim, i a partir d'aquí posar els elements suficients de formació, educació, millores, etc., perquè el que volen ells i el tenim nosaltres s'ajusti i sigui viable. I el que hem de fer des de la iniciativa pública i privada és posar els elements, la infraestructura i els serveis perquè els visitants ens continuïn triant, perquè responem a les seves motivacions i complim les seves expectatives. I per a això hem de millorar el que tenim sense rebutjar el que som. Aquí podríem emmarcar el projecte de la Platja de Palma, com a millora d'un model determinat i no de canvi de model, sinó com una reforma i adequació.

I en segon lloc, tot tenint en compte el que som, hem d'intentar diversificar; una diversificació que passa perquè cadascú ha de fer el seu paper, perquè l'Administració no pot fer el paper de la iniciativa privada. I el seu paper és intentar tenir els seus comptes de resultats positius i vendre el seu producte i el seu servei. I la iniciativa pública ha de donar la capacitat a l'entorn perquè la iniciativa privada pugui tenir aquesta altra diversificació. Per exemple, no podem oferir cicloturisme si no tenim rutes cicloturístiques segures i en condicions. No podem vendre marca si no tenim el producte en condicions.



Maria Planells

FER FEINA

Planells: A Platja de Palma, i parl com a empresària de la Platja de Palma que visc a la Platja de Palma on vaig néixer, la situació no vull dir que sigui preocupant, però s'hi ha de fer feina. Ara ja n'hem parlat molt! Està molt bé parlar-ne a una taula rodona i les idees que han donat els polítics són meravelloses. Les maquetes que ens han presentat són precioses. Tothom hi està d'acord, però ja n'hem parlat! Ja ho sabem tot, ara s'ha de fer feina i s'han de començar a veure alguns resultats. Les idees s'han de dur a terme. Ara es parla de crisi, que no és crisi, perquè no hem de voler que els empresaris que n'han tret doblers durant els darrers vint o trenta anys darrers ara que no s'hi guanya com abans doncs diguin: "estam en crisi", no, no és això. El que

passa és que el mercat no s'ajusta avui a la demanda i s'ha d'espavilar. Les cases es reformen, estan en permanent canvi i igual passa amb les zones, amb els hotels, s'han d'adaptar a les necessitats actuals, i jo vull dir que els hotelers ja ho han començat a fer fa estona. Ja hi ha hagut adaptacions i inversions als establiments. Però a la Platja de Palma llavors, quan surts al carrer, el que s'hi troba no es correspon a l'esforç que han fet els empresaris.

Ara hi ha una reconversió del mercat, no és crisi, però s'han de cercar nous països. No només hem de tenir Alemanya. I també s'ha de cercar diversificar l'oferta: cicloturisme, esport nàutic, etc. Hi ha molt a fer, perquè el sol i platja es perfectament vàlid, però no és suficient, no en la manera que ho era fa vint-i-cinc anys... però això és natural. No hi ha cap negoci al món que avui pugui pensar que ha de funcionar com fa vint-i-cinc anys. El sol?, el tenim i l'hem d'aprofitar, no li posarem un envelat! Però s'ha d'ampliar. A la part de Lluçmajor, per exemple, hi ha uns camins per fer

bicicleta que són fantàstics. Hi ha hotels de la part de Lluçmajor que viuen de les bicicletes... Esport de platja?, hi ha set quilòmetres de platja. Però costa molt, se'n parla molt, però costa... perquè això no ha de ser parlar-ne sinó fer-hi feina!

Els empresaris ja han fet els seus deures,

han apostat per la qualitat.

A Platja de Palma hi ha un Pla de qualitat per als hotels, però l'entorn no acompanya. Hi ha problemes que no només són turístics, són socials. Hi ha delinqüència. El sector privat fa feina i el sector públic té bones idees. Clar, idees!

El sector privat no pot dur endavant tot sol aquesta transformació. Hi ha 40 mil llits, 10 mil residents... i tot això a l'estiu és una bomba. No hi ha infraestructures suficients ni adequades. S'ha de millorar, però clar, és com les lleis, la necessitat va per davant dels plans i ara la demanda

Planells:
"Ara la gent surt, viatja, ha d'agafar un avió un parell de vegades a l'any; hem de viatjar, gastar, comprar.... I en realitat això brinda oportunitats"

del turisme actual supera el que nosaltres oferim.

ENQUESTES

Sastre: Si parlem de la situació turística en general, no només a la Platja de Palma, jo vull començar per dir que els resultats que ofereix l'enquesta sobre turisme que feim a la Universitat sobre si hi ha o no crisi, i si tenim en compte l'entrada de turistes a l'aeroport, la dada que més s'utilitza per dir si hi ha o no hi ha crisi, el resultat és que efectivament no entren menys turistes. Ara bé, les altres dues variables: nombre d'estades i despesa, sí que ens indiquen un clar retrocés.

A l'enquesta hi ha novetats, perquè s'hi percep una reducció important de l'estada mitjana (que s'ha escurçat fins i tot a tres o quatre dies en alguns casos). Quant a la despesa, mai no havia passat que hi hagués turistes que gasten en una setmana, 20 o 30 euros. Això probablement té a veure amb el "tot inclòs", no ho sé perquè encara no he contrastat aquestes dades, però, en tot cas, és una despesa molt minsa. Nosaltres hem quantificat que l'estada mitjana ha davallat un 6% i que la despesa mitjana pot situar-se en nivells molt inferiors als d'altres èpoques. D'altra banda, es constata sobretot que el turista d'avui ja no és homogeni, n'hi ha que gasten molt, n'hi ha que no gasten res. És molt difícil fer un perfil del turista, perquè és molt més variat que abans i les seves demandes són múltiples.

CANVIS EN EL SECTOR

ONA: Quins són els canvis més importants?

Sastre: Els dos canvis més importants són el turisme residencial, que encara no hem encaixat, i la comercialització, perquè les companyies de baix cost han revolucionat el mercat. Canvien radicalment tot el sistema. Tot i això, hi ha hotels que s'ha adaptat perfectament i que, per exemple, tenen pàgina a Internet i venen directament. A l'enquesta surt



Josep Aloy

que gairebé un 17% ven en aquest canal i això a l'hivern augmenta moltíssim fins a un 60%, però n'hi ha d'altres que no, que continuen amb els majoristes de viatges i no s'han adaptat.

D'altra banda encara no s'ha fet la valoració dels resultats del tot inclòs... efectivament hi ha un canvi i a més és mal d'avaluar, perquè encara no tenim els paràmetres per fer-ho. En tot cas, els resultats d'enguany no són els idonis, hi ha unes fluctuacions molt grosses. Encara vénen molts de turistes amb els sistemes tradicionals, paquets turístics amb majorista etc.

Però n'hi ha que no sabem on van, des que s'implantaren les companyies de baix cost, que canvien radicalment el panorama de la demanda. Hi ha aspectes que s'ha d'estudiar si són o no preocupants, però en tot cas s'ha de saber que s'ha de

redefinir tot això.

L'únic que és cert és que els turistes vénen, perquè passen per l'aeroport.

Ara bé, als hotels hi van un 58%, i la resta?, cases llogades un 4%, cases d'amics un altre percentatge, i tot això afecta molt, perquè no sabem del cert qui són aquests "amics" però són un 20% que tenen amics.

En quatre o cinc anys el turisme ha canviat molt, això és cert. I les mitjanes són molt poc significatives; els paràmetres que empram no serveixen per fer les estadístiques i la visió que pugui donar un majorista de viatges és molt parcial. Un exemple el tenim a Andratx, on no podem negar que hi hagi turistes, en canvi gairebé no hi ha hotels. Aquest és el nou turisme residencial. Ara, si ens convé o no... jo particularment crec que no dóna tanta feina i que no ens convé.

Bestard: Jo no hi estic d'acord del tot, perquè no dóna feina als mateixos, però això també s'haurà de reconvertir. Hi ha tota una oferta complementària emergent que haurà de cobrir les demandes d'aquests

nous turistes. I Andratx està per omplir, perquè estan al 40% d'ocupació urbanística, aquelles muntanyes poden omplir-se molt més.

Aloy:
"Hem de partir del que volen els turistes i del que tenim i posar els elements de formació, educació i millores perquè el que volen ells i el tenim nosaltres s'ajusti i sigui viable"

Sastre: Jo no dic si és millor o pitjor, el que dic és que és diferent i que quant a dades i estadístiques ens pot confondre totalment.

UNA NOVA REALITAT

Aloy: El tema del turisme residencial és complicat fins i tot legislativament ho és perquè no està definit. En tot cas,

com en tota època de canvi, hi ha incertesa, perquè ara no és com abans i els empresaris no saben si tendran ple o buit la quinzena que ve. I això fa que les previsions siguin molt males de fer. Les previsions que es fan en base a la informació dels majoristes de viatges ja no va-

len, perquè les coses canvien constantment. Aquesta és la nova realitat, el nou mercat i els nous demandants.

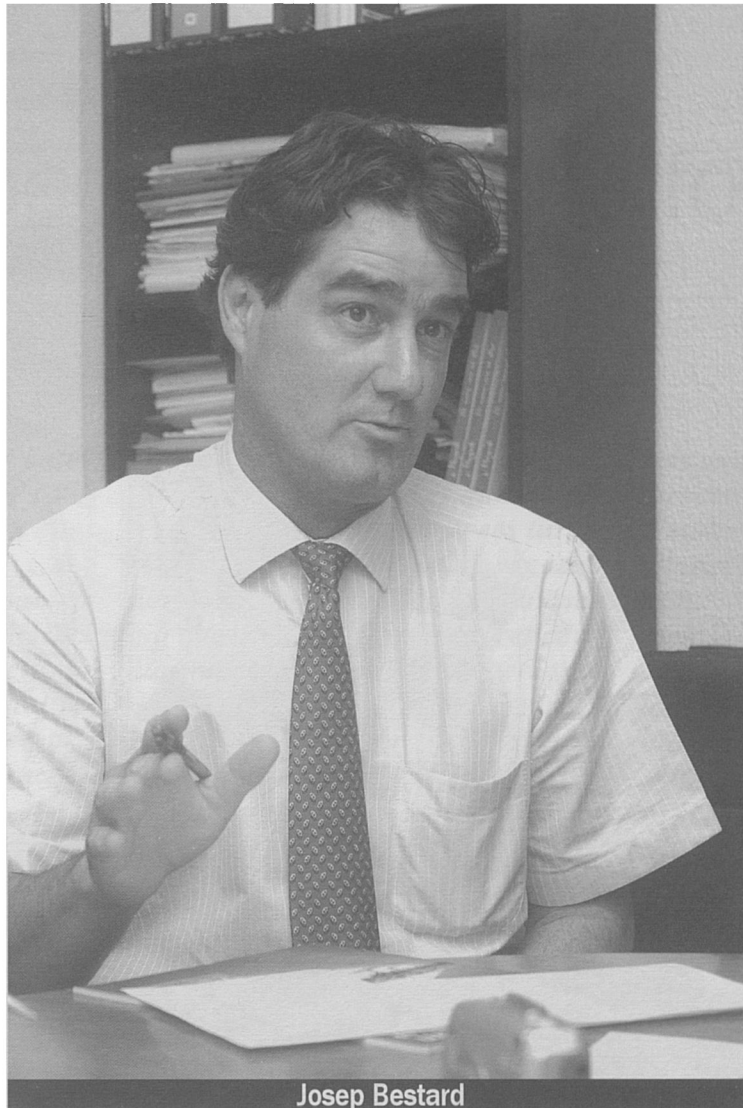
Els motius pels quals els turistes trien una destinació de cada vegada són més individuals i adaptar-se a la demanda és més difícil. En tot cas és més difícil fer previsions ajustades, perquè no vénen amb un paquet. Però això és un canvi, els motivacions han canviat i canvien els processos de decisió. Què hem de fer per tant?, crec que s'ha d'actuar en dos sentits, per una banda el que deia Bestard, s'han d'aprofitar les sinèrgies, un canvi no és un valor negatiu i hem de saber que tenim avantatges respecte d'altres destinacions, una molt important és l'aeroport i les companyies de baix cost. Hem d'aprofitar aquesta oferta i adaptar la d'allotjament a tot això.

Bestard: Les arribades a l'aeroport no han minvat i per tant es tracta d'un canvi de tendència en la manera, però no en la destinació. Tal vegada a un moment determinat es va saber frenar el creixement hotelier però no l'urbanístic i ara s'ha de fer això. La percepció que la societat ha tingut de l'hotelier ha estat dolenta durant molts d'anys, però en realitat l'oferta dels hotels no creix.

Aloy: A través del Pla territorial s'haurà de posar aquest fre, perquè els hotelers tenen els deures fets!

Sastre: Massa tard! No s'hauria d'haver permès mai el desenvolupament brutal que hi va haver en els anys noranta. El creixement massa ràpid a la llarga sempre és negatiu i té un preu elevat. Ara de fa poc ençà es comença a criticar l'oferta residencial, però no mentre passava, mentre creixia. Ara és fàcil dir-ho, ja ho sé, però és que hi havia veus que ja ho deien llavors! Creixements del 12% i el 15% a la construcció, no eren gens raonables!

Aloy: Però quan les coses van bé tot això no es té en compte.



Josep Bestard

Sastre: Per a això està la planificació!, però la planificació urbanística no s'ha fet mai a aquestes illes i ara vénen les conseqüències. Quan creixia tant la construcció potenciàvem el turisme residencial, això és així.

Si creixem massa, encara que no sigui bo, llavors és difícil tornar enrere. Aquest és el problema. Deu milions de turistes!, bastaven vuit, però clar quan en tens deu és molt difícil tornar a vuit...

Bestard: Es creixia en quantitat on s'havia d'haver crescut en qualitat.

Sastre: Es creixia per tot massa acceleradament. Perquè els hotelers també van pujar molt els preus i jo crec que ara ho paguen.

ONA: Són cars els preus?

Sastre: Eren cars, ara ja no.

DISCURS ESQUIZOFRÈNIC

Aloy: En moltes de coses hi estic d'acord. Ara bé, no és el mateix fer l'anàlisi quan les coses van bé que quan no hi van i ara és bo de fer analitzar. La perspectiva és diferent i quan no va bé sempre és culpa d'un altre.

A més, mira el que dius, els mateixos que fa uns anys deien que es creixia massa, ara són els que donen alarma perquè enguany hi ha crisi. Com quedam?, el discurs és esquizofrènic, el missatge és contradictori!

Fa no-res estàvem saturats i ara perquè hi ha una mica de minva, resulta que tenim crisi. Com quedam?, no pot ser donar constantment alarmes. Fa uns anys érem massa i ara que s'ha produït una lleugera minva resulta que hi ha crisi total. És per això que jo he començat dient que hem de plantejar-nos si realment hi ha crisi i què entenem per crisi.

Sastre: El que passa és el que he dit, tornar enrere sempre és molt difícil. És fins i tot més fàcil no créixer.

Bestard: No és tant una crisi sinó una percepció d'un canvi global en tot el procés turístic que fa que la gent estigui espantada. En els darrers anys han sorgit

molts de mercats emergents; molts de competidors. Tothom vol fer turisme, perquè és una font d'ingressos molt important i no hi ha regió o poblet que no tenguí una pedra, un monestir "visitable". I a més, han crescut les grans destinacions de l'Adriàtic i del nord d'Àfrica, que són competitives perquè tenen

millors preus. I el nostre creixement se'l mengen els altres i la crisi és de percepció.

Planells: Això que les estades siguin de només quatre dies...

Sastre:
"No s'hauria d'haver permès mai el desenvolupament brutal que hi va haver en els anys noranta. El creixement massa ràpid a la llarga sempre és negatiu i té un preu elevat"

Sastre: No totes, però n'hi ha.

Planells: Bé, en tot cas jo no ho percep com una cosa negativa, vivim immersos en la cultura de l'oci. La gent es mou, abans planejaven un mes a l'any i ens traslladaven a un lloc d'on no ens movíem. Ara la gent surt, viatja, ha d'agafar un avió un parell de vegades a l'any; hem de viatjar, gastar, comprar.... I en realitat això brinda oportunitats.

Sastre: Clar, però per arribar al mateix compte de resultats han de venir més turistes o més vegades, jo ho deia en aquest sentit.

Planells: Però aquesta és la realitat i el que hem de fer és adaptar-nos-hi.

Sastre: Sí, això dic, que ara l'hoteler ha de vendre i abans no s'havia de preocupar de res i l'hotel s'omplia tot sol i ja havia cobrat abans de començar la temporada. Ara s'ha moure.



Antoni Sastre

HOTELERS

Planells: Però l'hoteler ja es mou. L'hoteler és un empresari no és un funcionari, hem de lluitar els contractes. Hem de lluitar per la feina; l'hoteler es modernitza, es preocupa pel tema del reciclatge, per regar amb aigua reciclada, per donar resposta a la demanda... i fa un esforç.

Sastre: Sí, però de tot això fa només dos o tres anys. Quan les coses venien bé i la vaca donava i donava, no en parlaven de tot això.

Planells: Però també és una altra generació d'empresaris, ja són els fills...

Bestard: L'hoteler ara tendeix a arreglar els problemes que ha creat ell mateix.

Sastre: Tot això ha de fer necessàriament canviar els hotelers, ara han de vendre,

han de sortir, han d'adaptar-se al mercat han d'intuir què vol el client.

COMERCIALITZAR

Bestard: També la comercialització del producte canvia, a partir que els clients fan viatges més personalitzats. Els hotelers poden lluitar els contractes amb preus molt reduïts, perquè no tenen força davant els majoristes i han de cercar formes d'ajuntar-se per fer-se forts.

Aloy: Som una societat individualista i això no ha funcionat gairebé mai, n'hem de ser conscients, perquè tenim el que tenim. Els empresaris són els que són.

La negociació col·lectiva amb els majoristes no han funcionat mai, això és així.

Planells: El fet que creixi la comercialització per Internet, la canvia totalment. Ara es va, i parl per la Platja de Palma, a fires, per tot! La gent es mou i és conscient que les coses han canviat i els hotelers són empresaris, no són bitxos rars.

Sastre: La comercialització per Internet ha crescut molt, però no és suficient.

Aloy: A molts d'hotelers no els quedarà altra remei que ajuntar-se.

Bestard: Els hotelers hauran de lluitar i ajuntar-se per combatre les tendències actuals de grans cadenes.

Sastre: El turisme ha tingut un efecte multiplicador molt important, i tots vivim gràcies al turisme. Però hauria de tenir també un efecte reequilibrador, i això que és molt bo de dir, és molt mal de fer.

I el repte que té l'Administració és que a través del turisme es potenciïn els altres sectors per fer una societat més equilibrada.

Aloy: Avui sector turístic no és sector hotelier, hi ha moltes d'empreses a l'oferta complementària, i a més el sector hotelier no és només el de les grans cadenes també hi ha petits hotelets familiars. I és cert que els hotelers com a capdavanters de la indústria turística a aquestes illes no hem sabut traslladar-ho a la societat. A altres societat com la basca o la catalana hi ha una vinculació entre el teixit social i el motor de la indústria del país que aquí evidentment no hi ha.

Sastre: Evidentment l'empresari turístic no està valorat, i això és molt negatiu, però, ah!, per què passa això? Aquesta és una reflexió que certs sectors haurien de fer.

Bestard:
"Les arribades a l'aeroport no han minvat i per tant es tracta d'un canvi de tendència en la manera, però no en la destinació"

Sastre: Evidentment l'empresari turístic no està valorat, i això és molt negatiu, però, ah!, per què passa això? Aquesta és una reflexió que certs sectors haurien de fer.

Entrevista a Nativitat Juaneda Sampol

Les expectatives de la formació turística

Constanza Forteza

Nativitat Juaneda Sampol és catedrática d'economia aplicada i directora del màster de postgrau que, sobre economia del turisme i del medi ambient, acaba de posar en marxa la Universitat de les Illes Balears. Amb aquesta titulació, la UIB aporta una formació qualificada més a l'oferta educativa actual centrada en el turisme, una de

les més riques de l'Estat. I mentre això és cert, també ho és que, a l'altre costat, al de les empreses turístiques, es manté la tantes vegades diagnosticada carència de formació qualificada i una certa reticència empresarial a absorbir personal amb coneixements turístics superiors. És en el sector turístic on es pot trobar la paradoxa que guanyi

més una persona que assumeix una direcció fàctica que no una capacitat d'elaborar estratègies, referenciar situacions o planificar a llarg termini. Aquest màster, que compta amb la col·laboració institucional de "Sa Nostra" i Exceltur, és un nou intent de tombar el mur entre la realitat del negoci i la del pensament turístic.

-Dir que la UIB és capdavantera en els estudis que relacionen l'economia del fenomen turístic amb les variables mediambientals, és una exageració o és una realitat?

-Bé, pel que fa als treballs que relacionen les tres coses diria que, ja no els primers, perquè sempre hi pot haver algun lloc que també sigui avançat, però sí, efectivament, podem dir que estam entre els primers. Ja fa molts d'anys que es treballa en economia del turisme, tant des del punt de vista de la investigació com de la docència. I ja en fa set o vuit que, a aquest apartat inicial, es va afegir aquesta línia de recerca relacionada amb l'economia del medi ambient. En part era una qüestió òbvia, perquè estava sobre la taula la preocupació pel medi ambient i les seves relacions amb el turisme. I, lògicament, pensàrem que si havíem estat capdavanter en els temes d'economia del turisme, consegüentment, tot ens duia a ser-ho en aquesta altre vessant, en el fet d'establir una línia de recerca que lligàs les dues coses. I és important dir que aquesta relació no només es va concretar a l'àmbit de la recerca sinó també a l'àmbit docent.



-El fet d'anar per davant, s'ha traduït també en la necessitat de fixar nous sistemes, noves maneres de mesurar l'economia quan es relaciona el turisme i el medi ambient?

-Sí, lògicament. Una de les primeres coses que es va fer aquí va ser la tesi doctoral d'Antoni Riera, centrada en un tema de valoració ambiental relacionada amb turisme. No és la meua



especialitat, perquè jo dins l'economia del medi ambient faig feina tangencialment. Però bé, sé que es va començar amb aquesta tesi, tesi que es va veure complementada amb altres. El mateix màster d'economia del turisme i del medi ambient que dirigesc lliga aquestes dues línies. Tot i que, ja li dic, puc parlar més del tema formatiu que no de la recerca en una especialitat que no és la meua, com a investigadora he centrat més la meua feina en temes de demanda turística, sobre models econòmics de demanda turística, i sobretot des d'un punt de vista quantitatiu.

-Quin objectiu té aquest màster que comença enguany d'economia del turisme i del medi ambient?

-Clarament, lligar aquestes dues àrees d'estudi. Per una banda, el turisme i, per l'altra, el medi ambient des de la perspectiva econòmica. És una conseqüència d'aquestes línies de treball del Departament d'Economia Aplicada, que se segueixen des de fa molt de temps. El que hem pretès és oferir aquests continguts en un àmbit internacional. Un caràcter que es demostra en el cas del professorat, que prové tant de la UIB com de la

Nativitat Juaneda Sampol, de Palma (1956) va efectuar els seus estudis econòmics a la Universitat de Barcelona per, després d'exercir-hi com a professora, traslladar-se a la Universitat de les Illes Balears i integrar-se al Departament d'Economia Aplicada, d'on és avui catedràtica. Dins el grup d'economia del turisme, s'ha especialitzat en aspectes com la recerca de la demanda. És directora del títol superior de turisme i responsable també del màster de postgrau i del doctorat que, sobre economia del turisme i del medi ambient, acaba d'iniciar la UIB.

resta d'Espanya i d'altres llocs del món. I també en el cas dels alumnes, que volíem que fossin internacionals. I ho hem aconseguit, perquè, de fet, ara començam la primera edició amb alumnes que vénen d'Espanya, de països d'Europa, Amèrica del Sud, d'Amèrica Central i d'Àfrica. Però la qüestió més important és que ens proposarem oferir una formació qualificada, molt qualificada. Parlem d'un màster exigent i rigorós, que ha estat possible gràcies a la Universitat i al suport que li han donat "Sa Nostra", el Govern balear i una empresa com Exceltur.

FORMACIÓ TURÍSTICA RIGOROSA

-Aquest suport és suficient?, han aconseguit el que volien del sector privat?

-Bé, potser ens hagués agradat comptar amb més suport d'empreses privades. Sempre és difícil trobar el suport de les entitats

privades, convèncer-les, perquè se sumin a iniciatives d'aquest tipus. Perquè a Espanya no hi ha la mateixa tradició que a altres països, on l'empresa entra més en temes de formació, en el patrocini de la formació. Però bé, pens que el que hem aconseguit fins ara és molt important, ja que es tracta de creure en l'aposta per la formació superior d'alta qualitat i també en tot

"De vegades, volem comparar el sector turístic amb l'industrial, que té molta més tradició"

allò que du implícit, és a dir, en la possibilitat de, després, obrir noves línies de recerca i d'investigació. És importantíssim. Hauríem d'aconseguir que hi hagués un major grau d'implicació per part de molta més gent procedent del sector privat. En qualsevol cas, aquest màster és una bona oportunitat per demostrar l'eficàcia real d'aquesta opció.

-Com s'estructura el màster?

-En realitat, parlem d'un programa de postgrau que inclou un màster i un doctorat. És important la qüestió del doctorat, perquè és l'únic d'aquestes característiques: un doctorat dedicat a l'economia del turisme que lliga amb l'economia del medi ambient. S'ha de dir que hi ha molt poques iniciatives d'aquest tipus tant a Espanya com a l'estranger. Llavors, això és un màster i un doctorat i està estructurat en tres mòduls d'un trimestre cada un, és a dir, un any acadèmic. I nosaltres demanem dedicació exclusiva als alumnes, perquè és un màster amb unes condicions d'exigència bastant fortes. Està pensat per dedicar-s'hi de manera absoluta i a més exigim que l'expedient acadèmic dels alumnes sigui bo. Lògicament, els qui trien l'opció del doctorat, després han de seguir.

Es difícil d'entendre, però manca estadística fiable

Nativitat Juaneda diu que sabem que arriba molta de gent a l'aeroport, que augmenten aquestes arribades, però, a partir d'aquí, hauriem de ser capaços de desglossar moltíssim aquestes xifres, per saber el nombre d'estrangers que tenim, el nombre de residències en mans d'estrangers, l'oferta reglada de què disposam, quants de turistes lloguen...". Es desconeixen aquestes dades? "Sí -indica- una de les primeres coses que s'haurien d'atacar és la necessitat de tenir una producció d'informació exacta". Segons afegeix, "hauriem de tenir un sistema de recollida d'informació dirigida a mesurar el nombre de turistes i, després, a classificar aquests turistes segons molts de tipus de tipologies".

En una comunitat on es publiquen periòdicament dades turístiques, genera perplexitat saber que aquesta informació, llevat d'alguns casos concrets, no és més que "informació dispersa". El cas és que "sent Espanya un país amb un sector turístic tan important, les coses s'haurien de fer d'una altra manera". Tot depèn, al cap i a la fi, de "disposar recursos i de la voluntat de les administracions". Per poder comptar "amb un sistema de recollida d'informació que integràs enquestes -diversos tipus d'enquestes - però també registres, dades aportades per les companyies aèries, pels hotels, per l'oferta residencial, etc.". Tot "amb un sistema contrastat, coordinat i que s'estudiï conjuntament".

A Les Balears no hi ha "producció estadística pròpia", una dificultat sempre present en el cas dels investigadors turístics, però que ha de ser, també, un obstacle per a la planificació de qualsevol administració. En el cas de les recollides estadístiques elaborades a nivell estatal, "ens trobam que, lògicament, en el cas de les Balears agafen mostres molt petites. I d'aquestes mostres mínimes resulta que, després, es treuen grans conclusions". Nativitat Juaneda formula la possibilitat que les administracions de les Balears sufraguin, en el cas d'enquestes o estadístiques estatals, els costos complementaris de fer mostreigs més grans que, acte seguit, serveixin per al seu ús regional. Una alternativa per la qual opten algunes comunitats autònomes, que fan acords amb l'INE, relatiu als àmbits específics que els interessin, per tal de disposar d'informació pròpia més fiable. Són problemes que no afecten només els estudis turístics sinó que, en línies generals, afecten molts d'altres apartats, sigui el de l'activitat industrial, el de les exportacions o el de l'ocupació. Juaneda recorda com, en uns moments en què s'interessava per l'ocupació turística "només disposava de les dades de l'EPA, amb enquestes que es feien fora de la nostra temporada alta i, per tant, gens representatives. Vaig acabar per intentar treure dades de la Seguretat Social. I aquest és només un exemple".

-Aquesta exigència descarta els que treballen a la indústria turística.

-Sí, de moment sí. En algun moment ens plantejarem flexibilitzar aquest sistema de mòduls per poder oferir-lo en una sèrie d'anys. Però, de moment, és una iniciativa nova, plantejada d'aquesta manera i, efectivament, exclou les persones que fan feina a llocs de la indústria. Encara que no descartam, ho tenim en ment, obrir-lo en properes edicions. De moment, tenim alumnes universitaris que han acabat els estudis i, també, persones que tenen un lloc de feina que, durant un any, deixen per fer el màster amb la idea que això, en un futur, els serveixi per adquirir una major qualificació laboral. I altres perquè la mateixa empresa o la seva universitat els envia a fer el màster.

-La formació relacionada amb el turisme ja és bastant rica, de fet aquí ja es pot estudiar l'àmbit turístic des de diverses perspectives.

-Sí, aquesta universitat és un punt de referència a tot l'Estat pel que fa als títols de turisme. En primer lloc, el títol de turisme, el que era abans el títol oficial, és un dels més antics de l'Estat. Després, fórem els primers a posar en marxa el títol superior

de turisme, que va ser la referència per a altres títols de l'Estat. I ara incorporam aquesta iniciativa, el màster en economia del turisme i del medi ambient, que, ratificat pels mateixos comentaris de professors estrangers, és l'única iniciativa existent sobre aquestes matèries. Sense esmentar el màster de gestió turística, que també ja du molts d'anys, que té molta de tradició.

UN SECTOR POC ATRET PER LA FORMACIÓ D'ALT NIVELL

-És curiós pensar que tenim una estructura formativa superior d'alt nivell relacionada amb el turisme, amb prestigi, i, en canvi, un sector turístic que, freqüentment, és caracteritzat per la manca de formació. O és que són dues coses sense relació, l'educació superior i el món laboral?

-No, clar que no, es poden relacionar. Però, si pensam en el naixement del sector turístic i la seva conversió en un sector importantíssim, hem de convenir que és un sector recent, històricament recent. De vegades, el comparam amb el sector industrial que, en general, té molta més tradició. Clar, l'expansió del sector turístic no deixa de ser nova i, en funció de la seva joventut, cal justificar que no reuneixi el nivell de formació i de qualificació que, per la seva importància, hauríem d'esperar. Ara bé, jo crec que, en aquests moments, a Espanya, on ja hi ha una gran

experiència, un know how enorme, ja haurien de prendre força els temes de formació i d'innovació turística, molta més de la que tenen a la realitat. Ara ja no tenim excuses. Crec que s'hauria de convèncer el sector turístic privat i les institucions públiques, que s'hauria d'apostar clarament, i molt, per això, perquè el nivell de qualificació professional i de formació dels treballadors del sector hauria de ser molt més elevat.

-Pensa que hi ha un mur entre el nucli universitari d'investigació i la realitat del món turístic?

-Home, més que un mur diria que hi ha un desconeixement, una desconexió entre els uns i els altres. Amb un màster com el d'economia del turisme i del medi ambient intentam convèncer que hi ha d'haver gent formada, capaç d'aportar rigor i serietat a tot el que és l'estudi sobre el turisme, a la informació sobre el turisme i a la recerca. En aquesta feina de sensibilització, ja aconseguim resultats positius, com és el cas de la gent disposada a col·laborar amb aquestes iniciatives, però hi ha molt de treball a fer. La qüestió de fons és la d'atorgar importància a la gent que disposa d'aquesta formació. De fet, una cosa que passa és que els alumnes es desmotiven, perquè adquireixen un bon nivell d'estudis, un nivell elevat, superior,

però després es troben que els llocs de treball que ocupen no estan, tal vegada, a l'alçada del que ells creuen que han estudiat, o bé no els remuneren de la manera que ells pensen que és l'adequada. No és només el fet de convèncer la gent que estudiï, sinó que, a la vegada, s'han de valorar els estudis superiors, perquè tenen un diferencial sobre els altres. I jo crec que això falla bastant.

-El més sorprenent no és que, de vegades, guanyi més un ocupat al turisme amb una qualificació mitjana que no un llicenciat especialitzat en turisme?

-Efectivament. Pens que són aquestes qüestions les que la societat hauria de tenir en consideració, tenir-ne molta més cura. La societat, les institucions i les empreses. Perquè per molt que la universitat faci per conscienciar la gent perquè cursi estudis superiors, perquè després faci un màster, perquè es formi en definitiva, si després tot això no té una traducció laboral, aquesta gent es veu defraudada.

-Pot ser que tot això obeeixi a un problema d'estructura de les empreses turístiques, que no tenen departaments de "pensament" o llocs de feina adequats a la planificació a llarg termini..., que només tenen direccions fàctiques?

"A Espanya, els temes d'innovació turística haurien de tenir molta més força"

-Efectivament, és així.

-Però el cas és que tenim grans empreses, i molt importants. No n'hi ha que vulguin aquest tipus de persones altament preparades?

-N'hi ha, però moltes menys de les hi hauria d'haver. Allò que demanava abans és ben cert, les empreses haurien de pensar que no només es tracta de formar gent a la pràctica i descartar o no interessar-se, per gent amb una formació, diguem-ne més teòrica o acadèmica. És que aquesta divisió no és real, perquè les empreses haurien de començar a valorar la importància de comptar amb persones que siguin capaces de pensar, interpretar, analitzar i criticar. I aquest tipus d'actitud s'aprèn a la universitat. La realitat és que l'aprenentatge de feines pràctiques es fa a l'empresa sense dificultats, saber com es col·loca aquest full aquí i aquesta reserva cada dia allà..., això s'assimila ben ràpidament. Però poder aportar idees innovadores, saber fer una estratègia, relacionar aspectes, analitzar i interpretar..., això ho dona un nivell de formació més elevat, una formació teòrica efectivament, però que, després, resulta ser pràctica. De vegades, crec que es posa massa èmfasi a la formació pràctica, quan aquesta és el resultat de l'aprenentatge habitual.

-A pesar que vostè indicava abans que la indústria turística és jove, tampoc no ho és tant com per dir que tot això és el resultat d'un fet generacional, d'uns empresaris que han après fent feina, perquè a les grans empreses ja ha arribat la segona generació.

-Sí, és així. Efectivament ja hi ha hagut un relleu generacional. I, també, ja comptam amb empreses que, a les seves plantilles, tenen gent formada universitàriament i que, per tant, poden veure que per estar al dia en el mercat mateix, ja no dic

en altres qüestions, o tenen gent formada i puntera o res. I, a més, s'ha de dir que hi ha empreses d'altres sectors que ho entenen perfectament, basta pensar en les empreses més innovadores del sector sabater.

ESTUDIAR LA DEMANDA

-A quin àmbit de l'economia del turisme es dirigeix la recerca universitària que vostè fa?

-El meu treball se centra més a l'àmbit de l'economia del turisme que no al de l'economia del medi ambient. En aquests moments, som la investigadora principal d'un projecte sobre estacionalitat i fidelitat del turisme, a l'àmbit de la demanda turística. Nosaltres treballam més en el turisme a les diferents temporades -alta, baixa, mitjana- i el que ens interessa és si el seu patró de despesa és igual en temporada alta que baixa, si la seva despesa canvia molt o no, si canvia segons les èpoques i el mateix perfil del turista en funció de les temporades. I també el tema de la repetició, la seva fidelitat. En aquest projecte, a la part relativa a l'estacionalitat, el que hem treballat més és què gasten en temporada alta, la part més coneguda, perquè són els resultats que surten cada any. El que estudiam més ara és, segons les tipologies de turistes, si gasten més o menys, tot analitzant la nacionalitat, el tipus d'hotel on s'allotgen, la zona, el tipus de paquet, l'edat... veure, entre ells, quines coincidències hi ha i, a la vegada, comparar els perfils en temporada alta i en temporada baixa. Aquest és l'objectiu que tenim, però el que passa és que no està enllestit. La realitat és que les temporades baixes i mitjanes, des d'un punt de vista de la recerca, no han estat massa estudiades encara. I menys encara la comparació entre temporades.

-Es podria fer, amb relació a la demanda turística, algun tipus d'especulació? Es parla de crisi però, a la vegada, s'assenyala el turisme com una de les activitats més estables.

-Nosaltres hem estudiat el que hi ha hagut fins ara, tot sabent que a Balears manejam grans xifres -xifres increïbles que, quan ho contes pel món, generen reaccions de sorpresa ja que es concentren a una illa molt petita-. En principi, sembla clar que hi ha un nombre molt elevat de la demanda que, ara mateix, no es mourà. Però, això no vol dir que no s'hagi d'anar alerta quan es detecten símptomes de baixada o d'estancament. I hem d'apostar per una situació de prosperitat que no sigui a curt termini, sinó a llarg i mitjan termini. Tot això s'ha de tenir en consideració en uns moments com els actuals, quan es discuteix sobre la vigència del nostre model turístic. Ja per ella mateixa, consider que la discussió és molt bona, vol dir que la gent comença a comprendre que si volen anar a una situació estable, pròspera a mitjan termini, ens hem de plantejar contínuament què ens passa. Ara, les grans xifres que manejam jo crec que es mantendran durant molt de temps, no sé si com s'han mantengut fins ara, tot i que jo crec que sí. Tot indica que continuarem sent el destí on vénen milions, una quantitat enorme de persones. Ara, si detectam una situació d'estancament ens hem de preocupar. La demanda turística és molt sensible a factors que, de vegades, actuen a molt curt termini i, per tant, es fa molt difícil saber com seran les variacions. En qualsevol cas, allò que és una quantitat, diguem fixa o constant, que ens visita cada any, això no crec que canviï.



-El problema és que la rendibilitat del sector sempre se situa en el darrer marge de afluença, per aconseguir omplir del tot, en aquest petit segment que és el que oscil·la en funció de les variacions de la demanda.

-Efectivament. Aquest és el gran problema. Per això són tan importants els estudis acurats de la demanda, i especialment els de la despesa turística, perquè, al cap i a la fi, parlem del rendiment objectiu del negoci turístic.

-Al llarg d'aquest estiu, i ja no només a les Illes, hem escoltat que el model turístic de sol i platja s'esgota. I també: "el model de sol i platja és vigent". On ens du una controvèrsia que queda a les paraules?

-Bé, el que jo puc dir és que el model turístic de Balears és un model turístic madur. I les destinacions madures no tendeixen a fer grans creixements, sinó a estabilitzar-se en un determinat nivell. És cert que ja fa molts d'anys que se'n parla d'aquests temes, però fa unes dècades les Balears no eren una destinació madura i ara sí. Per tant, els reptes són uns altres. Hi ha tota una teoria sobre què passa a les destinacions madures. N'hi ha que diuen que tendeixen, inevitablement, a decaure mentre que

altres diuen que no, que si s'apliquen polítiques adequades, el destí es pot mantenir tot canviant cap a altres perspectives. I aquesta és una mica la discussió que hi ha ara.

DIVERSIFICAR: PLANIFICAR AMB ELS RECURSOS QUE TENIM

-Però els costos de l'afluència massiva són de cada vegada més elevats.

-Jo crec que créixer en el model tradicional no ens convé ni des del punt de vista econòmic i de l'ambiental. Perquè acabarem per matar la prosperitat que teníem fins ara. Tal vegada el canvi sigui més enfocat, tal i com exposava Antoni Riera a "Sa Nostra" a la presentació de l'Informe Econòmic i Social, a diversificar l'activitat econòmica de les Illes Balears. I, aquí, tal volta el més difícil sigui dir doncs, diversificar perquè, de vegades, em fa la impressió que la gent creu que diversificar significa tornar al que es feia abans o, almenys, això és el que més aviat sent. Diversificar no ha de significar tornar a l'agricultura o a les activitats tradicionals. I sigui com sigui, la nostra economia, dedicada en un 80% a l'activitat turística, és per se fràgil.

-Quines referències internacionals podem cercar que ens serveixin de model?

-Referències en turisme, difícil. Bé, millor dit, en trobaríem, perquè nosaltres, des d'aquí, tendim a pensar que som el centre del món. De vegades, utilitzam articles que parlen d'il·les del Pacífic o de l'Índic, però clar, són punts comparatius que són molt lluny. Però, haver-n'hi, n'hi ha, si miram el Pacífic, imaginem què hi ha allà. Però bé, com a destí el que sí podem trobar més clarament són situacions molt semblants d'economies de monocultiu de caràcter no turístic, que, a pesar d'això, es poden estudiar com a referències. De fet, i torn a citar Antoni Riera, va ser ell qui, precisament, va basar la seva exposició de l'Informe Econòmic i Social en una comparació amb altres llocs. Ell parlava del cas d'Holanda quan es va abocar totalment a la producció de gas. I va exposar què feren ells per tal de sortir d'aquella situació, idees vàlides per a nosaltres. Va

"A la gent amb formació, el sector turístic li hauria d'atorgar més importància"

parlar d'estratègies, una d'elles era reunir els poders fàctics per decidir sortides. També va parlar de l'estat de Massachusetts, abans especialitzats en informàtica, que no varen saber veure amb perspectiva tot allò nou que venia de la mà de la innovació, de manera que tot va acabar en un cicle, en un gran nivell d'atur. I a Massachusetts feren un estudi per saber en quin apartat podrien ser, amb els mitjans de què disposaven, competitiu. I optaren per la biotecnologia. Moltes vegades, quan es parla de diversificació sembla que es parli de tornar enrere i la qüestió és plantejar: què podem fer a la nostra situació, amb els recursos que tenim i amb la direcció de les administracions. Però mai no pot plantejar-se com una cosa a curt termini.

L'altra cara de la reconversió turística

Magdalena Cortés

Antonio Copete és molt crític amb el Pla d'excel·lència de la Platja de Palma. Sobretot perquè el sindicat va saber del seu contingut per la premsa i perquè el Pla no preveu de quina manera s'adaptaran o participaran els treballadors en els canvis que ha d'experimentar la Platja de Palma per oferir serveis de major qualitat i per adaptar-se a la demanda. Els sindicats, però, han pres la iniciativa i des del principi de la present temporada reclamen dir la seva en la planificació d'una reconversió en la qual, per una altra banda, tothom hi està d'acord. Aquesta entrevista està, inevitablement, condicionada pel procés de diàleg obert el mes de juliol, i encara sense tancar, entre Govern, empresaris i sindicats sobre les mesures a prendre per afrontar la transformació de la indústria turística balear. Copete insisteix en la preocupació dels sindicats perquè aques-

ta reconversió es faci en benefici "dels de sempre", i que el canvi d'ús dels hotels més obsolets deixi al carrer els treballadors i ompli les butxaques d'uns hotelers reconvertits en agents de la propietat immobiliària. El dirigent sindical està convençut que no fan falta més places hoteleres a Mallorca, però demana que es dignifiquin les existents i s'ofereixi qualitat. Per això, en la seva opinió, és necessari apostar per l'estabilitat en la contractació quan, precisament, augmenta la precarietat laboral. Malgrat tot, Copete és optimista envers el futur perquè confia en la capacitat de la gent per canviar les coses. "Quan el carrer parla, se l'ha d'escoltar", diu. I els sindicats estan disposats a arribar fins on faci falta per defensar el model turístic basat en l'hoteleria. Defensen la seva feina i, en definitiva, la seva vida.



-El Pla d'excel·lència turística de la Platja de Palma s'aprovà el 2001 i ve a ser un reconeixement oficial de la necessitat de transformació de la Platja de Palma. Pensa que es reacciona tard?

-En la nostra opinió es reacciona tard i a més es fa malament. Per una banda arriba tard perquè aquests elements d'hoteleria madura o d'alguna manera obsoleta, no vénen d'ara sinó d'abans del 2001 i ja s'haurien d'haver posat en marxa mecanismes per donar sortida a places que són al mercat, mentre que ara ja tenim el problema molt més global i ens trobam davant d'una possible cri-

si més enllà del que és només la badia de Palma.

El Pla també arriba mal plantejat, perquè només té en compte una part, el president dels hotelers, el senyor Cabrer, mentre que als sindicats en cap moment no ens han informat ni ens han cridat a una taula per negociar aquest tema. Concretament, la Federació d'Hoteleria d'UGT coneix el Pla per la premsa i no perquè els que el feren tenguessin la deferència d'informar-nos i donar-nos participació, com a sindicat més representatiu de Balears.

Això d'alguna manera ve a confirmar la política que feia i fa el Partit Popular, en aquell moment al Govern central i ara el president Jaume Matas. El seu interlocutor social és només la Federació Hoteleria de Mallorca, en l'àmbit de Mallorca, i la CAEB en l'àmbit de Balears, mentre que els treballadors, d'alguna manera hi som com a convidats de pedra... i lluitaré perquè no sigui així en el futur.

Antonio Copete González va néixer el 3 de febrer de l'any 1958 a Paterna de Madera, a la província d'Albacete. Arribà a Mallorca l'any 1973, amb quinze anys, per fer feina a l'hoteleria. A l'hotel Beverly Playa de Puguera és on ha treballat més anys i on va començar la seva activitat sindical tot fent de delegat de personal. L'any 1976 s'afilià al sindicat ASUDTH (Alternativa Sindical Unitaria Democràtica de Trabajadores de Hosteleria), un sindicat d'hoteleria encapçalat per Paco Obrador, Jesús Pérez i Antoni García, que s'integrà a la UGT l'any 78. L'any 86 entrà, ja alliberat, a la Comissió Executiva d'UGT on ha ocupat diferents càrrecs com el de secretari de formació, d'organització i d'acció sindical. Actualment és el secretari general de la Federació de Comerç, Hoteleria-Turisme i Joc. Va participar a l'acord interconfederal de fixos discontinus com a representant de la Federació estatal d'Hoteleria d'UGT i negocià a Madrid l'acord marc d'hoteleria, vigent entre el 1996 i el 2000. També ha negociat els darrers convenis col·lectius del sector.

-De totes maneres, el Govern aborda el tema turístic amb la participació dels sindicats en el marc de la Mesa de Sectorial de Turisme.

-Sí, però ens ha citat per donar-nos un document i perquè els empresaris i el mateix Govern ens diguin que no hi ha crisi, perquè tenen unes dades que els impedeixen afirmar-ho. Que un conseller

"Els hotelers haurien d'afrontar la seva realitat i posar-hi de la seva butxaca perquè aquesta situació sortís endavant"

d'Economia del Govern balear digui que no hi ha crisi perquè no hi ha hotels en venda és mala informació, per dir-ho molt suau, perquè tot ciutadà de Balears

sap que aquí hi ha cadenes que tenen tots els hotels en venda, encara que el que no farà l'hoteler és posar un cartell als balcons dels hotels que digui "es ven". I no conèixer aquesta realitat és justificar i voler dir que aquí no passa res.

Ens fa la impressió que aquesta convocatòria del Govern és simplement per fer tertúlia i no per parlar del fons de la qüestió, i òbviament, a aquest joc no hi jugarem. O es planteja el problema tal i com s'ha de plantejar i se cerquen solucions, o anirem al que sempre és l'única alternativa que tenim, que el carrer parli i digui coses i, al final, els treballadors hauran de dir coses i segur que quan ho facin els polítics escoltaran. Sembla que no ho entenen fins que no els xiulen les orelles, però bé, si és això el que cerquen s'ho trobaran.

-Quina és la seva valoració del contingut d'aquest Pla?

-Tot el que sigui remodelar la Platja de Palma ens sembla bé, el que ens sembla malament és que si al final suposa un esponjament o una eliminació de centres de treball, s'ha de tenir en compte que darrere de cada centre de treball hi ha treballadors per als quals s'ha de contemplar una sortida social. En definitiva, aquest pla hauria de dur aparellat un pla social de sortida del mercat de treball, si és que han de sortir, i nosaltres detectam que ha de ser així.

De tota manera pensam que aquest pla, pel que coneixem, el que fa és un "canvi de cromos", perquè pretén esponjar la primera línia de platja i construir dues vegades més a segones o terceres línies. I això ens sembla una barbaritat, fins i tot encara que construïssin les mateixes places. Per a nosaltres aquí el debat seria un altre, són necessàries més places hoteleres a la Platja de Palma?, la UGT diu que no, que el que s'ha de fer és dignificar les que ja hi ha i donar-los una major qualitat. Nosaltres defensam que si sobra una plaça, al seu lloc s'hi ha de fer un parc i s'ha d'obrir la possibilitat que els turistes s'hi trobin millor.

-Podríem dir que el Pla no va al bessó de la qüestió?

-Ens sembla que això, d'alguna manera, és un rentat de cara amb uns doblers estatals en benefici dels de sempre, els hotelers que tenen hotels obsolets. Nosaltres pensam que els doblers haurien de ser per posar les bases d'un turisme de més qualitat i per resoldre la situació d'aquells treballadors que quedin fora.

-Heu notat algun canvi en aquests darrers anys a la Platja de Palma, després d'una certa presa de consciència de la necessitat d'actuar, primer, amb l'aprovació del Pla, i ara, amb la Mesa Sectorial de Turisme?

No hi veim cap canvi. L'únic que veim per a la temporada del 2005 i també a l'actual, és una forta implantació del tot inclòs en els centres de treball.

-Com afecta el tot inclòs la zona de s'Arenal?

-El tot inclòs afecta sobretot la qualitat d'ocupació dels centres de treball i el servei. No hi ha qualitat de servei, perquè pràcticament els deixen el bufet i les begudes perquè els turistes n'agafin directament, i a més hi hauria d'haver una aposta més important dels hotelers per incrementar les plantilles en lloc d'imposar majors ritmes de feina i major precarietat. Per una altra banda, l'oferta complementària es ressent perquè els turis-



tes no surten, i ara obr un parèntesi per dir que l'oferta complementària també hauria de fer una anàlisi pròpia de quins són els preus que posen, perquè no hi ha comparació entre el que és el paquet turístic i l'oferta complementària.

-Quina és la implantació de la modalitat del tot inclòs?

-A la zona de Calvià, Hotetur fa aquesta oferta a tots els centres de treball, a s'Arenal hi ha cadenes importants que la venen per al 2005 i les dades que tenim és que s'estén molt fortament i que serà molt pitjor el 2005. Per tant, les conseqüències per a l'ocupació i per a la qualitat del turisme seran fatals, i també ho seran per a l'ocupació a l'oferta complementària.

-La planta hotelera de la Platja de Palma seria una de les zones amb major necessitat de reconversió?

-A la badia de Palma, des d'Andratx a Lluçmajor, és on bàsicament se centra el problema, perquè la planta hotelera és més obsoleta, fins i tot hi ha algun hotel que quan hi entres tens por que et caigui damunt. I se'ns comencen a disparar les alarmes quan ni tan sols són capaços de canviar bombetes! A més, a aquesta zona és on les plantilles són més antigues, amb treballadors amb 25-30 anys d'activitat a

un hotel. Per això nosaltres deim que, abans d'actuar, el primer que s'ha de fer és reconèixer el problema, que en la nostra opinió és que hi ha una sèrie d'hotels

"A Balears hi podria haver entorn a 20.000 fixos discontinus més a l'hoteleria si hi hagués una aposta ferma i forta dels hotelers"

que estan fora de mercat i que cada vegada es comercialitzen pitjor, i que al final o s'ha d'invertir en l'hotel o bé s'ha de tancar, però en aquest cas s'ha de consensuar i s'ha de donar una sortida social als treballadors, no se'ls pot

LA RESPONSABILITAT DELS HOTELERS

-Els hotelers demanen ajudes al Govern per afrontar la crisi, pensau que és un sector que responsabilitza massa el sector públic i reinverteix poc?

Sí, efectivament. No només reinverteixen poc, sinó que no fan una tasca social. En la meua opinió, van al seu egoisme personal i l'únic que els interessa és guanyar doblers. A més, els interessos econòmics de molts d'hotelers, fonamentalment les grans cadenes, no són a Mallorca i els importa molt poc el que

pugui passar amb l'economia de l'illa. S'obliden que varen néixer tots aquí i que els seus primers beneficis per poder expandir-se els han tret de l'illa i de Balears. Si hi ha una crisi, i en la nostra opinió hi ha una crisi turística que es fa palesa de cada vegada més, en lloc d'anar a invertir al Carib o a Andalusia, o a altres destins de fora de Balears, els hotelers haurien d'afrontar la seva realitat i posar-hi de la seva butxaca perquè aquesta situació sortís endavant.

-El Pla està finançat pel Ministeri, la Conselleria de Turisme i l'Ajuntament de Palma. Pensa que hi hauria d'haver aportació del sector privat?

-L'Administració ha de posar doblers, en la meua opinió, però els hotelers també, i més que l'Administració. El que no seria lògic, des del meu punt de vista, és que els hotelers exigissin que pagàs únicament l'Administració. No és de rebut que ells tinguin sempre els beneficis i exigeixin a l'Administració que posi doblers.

-Com ha de canviar la mentalitat dels empresaris turístics?

-Jo crec que hi ha d'haver un canvi consistent, fonamentalment, per defensar el negoci per damunt de tot i preocupar-se, sobretot, de quin és el producte que ofereixen. Per exemple, no és just el que feren amb el Pacte de Progrés, quan es preocupaven més per la política que pel seu negoci. Els hotelers han de fer una aposta, amb tots els agents socials, per donar major qualitat, perquè el client quan vengui estigui ben atès, i sobretot que hi hagi més professionalitat. I perquè això es dugui a terme és necessari que no es facin tants de contractes eventuais i que apostin per major estabilitat en el lloc de feina, a través d'un model contractual que s'ajusta com el guant a la temporada turística que és el fix discontinu. A Balears hi podria haver devers 20.000 fixos discontinus més a l'hoteleria si hi hagués una aposta ferma i forta dels hotelers, però s'estimen més contractar treballadors menys qualificats perquè els poden explotar i manejar molt millor, amb con-

"Això és una crisi estructural, es vulgui reconèixer o no"

La paraula crisi genera controvèrsia. Per a uns, normalment els que governen, és gairebé impronunciable, com si fos el reconeixement del seu propi fracàs. Mentre que d'altres, generalment l'oposició i els grups contraris al Govern, la introdueixen al seu discurs amb facilitat i no deixen de repetir-la sempre que se'ls presenta l'ocasió. Aquest principi de temporada turística la parauleta va fer la seva aparició i, com sempre, generà un debat que mai no s'acaba, perquè la realitat obliga, i en això tots coincideixen, a corregir o a replantejar el model turístic balear. Li deman a Antonio Copete que valori la present temporada i, als pocs segons, ja ha pronunciat la paraula crisi. Per a ell, un senyal inequívoc d'aquesta crisi és que enguany l'activitat ha començat tard, "fins i tot, hi ha hotels que el juliol no estaven oberts", i el més preocupant, afegeix, "és que acabarà molt abans". Copete acusa la Federació Hotelera de Mallorca de voler negar la mala situació del sector, mentre que els hotelers, a nivell individual, passen hotels d'activitat permanent a activitat temporal i reconeixen que no podran mantenir l'activitat durant l'hivern. "Per a nosaltres això és una crisi estructural, es vulgui reconèixer o no", diu convençut. I té por que aquest hivern, amb els hotels tancats, els hotelers ja no vulguin obrir cap debat ni cap possibilitat de diàleg. Copete explica que l'activitat a l'hivern ha anat disminuint, sobretot, des de l'any passat, i posa com exemple l'Hotel Sol Guadalupe de Magaluf, que va passar a ser d'activitat temporal, i avança que enguany, a més de Magaluf, a Santa Ponça, Peguera i s'Arenal augmentarà el nombre d'hotels tancats a l'hivern.

tractes de dos mesos o tres, que no beneficien en absolut la qualitat del servei i que generen moltíssima inseguretat en matèria de salut laboral. Un treballador fix, estable i bon professional, que n'hi ha i molts a les Balears, és més difícil de manejar i exigeix els seus drets, i quan un treballador exigeix a un empresari els seus drets, i a més és fix, a l'empresari se li posen els pèls de punta, veu el dimoni entrar per la porta.

En el fons, el que li interessa a l'empresari d'hoteleria és obrir com menys mesos millor, i obrir i tancar l'hotel absolutament ple de clients. Hi ha una cosa que s'ha de saber i és que la major part de la planta hotelera està amortitzada fa molt de temps, i per tant, ja han guanyat moltíssim i no fan aquesta tasca social que nosaltres demanem.

Per tant, el que nosaltres deim és que no basta guanyar doblers, n'han de guanyar que per això són empresaris, sinó que també han d'afavorir que hi hagi una coordinació entre tots els sectors, han de formar millor els treballadors, donar-los major estabilitat i invertir part dels beneficis i de la riquesa que es genera a Balears i a Mallorca en concret, als centres de treballs, no a mig món com fan ara.

-Però aquest és un escenari idíl·lic, si feim una passejada per Mallorca i con-

cretament per la Platja de Palma, costa d'imaginar-se com això s'ha de capgirar de cap a peus i costa també d'imaginar-se que ens avancem a la situació quan sempre s'ha actuat un poc per reacció.

-Tal vegada els sindicalistes som un poc somniadors, però jo crec que la nostra obligació com a res-

"El Pla d'excel·lència és un rentat de cara amb uns doblers estatals en benefici dels de sempre"

ponsables d'una organització que ha de defensar els seus afiliats, que són treballadors, és posar les bases perquè la seva feina sigui molt millor. Som conscient que el que he plantejat anteriorment és un escenari, efectivament, idíl·lic però la nostra feina és convèncer dues parts importantíssimes, Administració i hotelers, perquè apostin pel model de turisme hotelier, que ha generat llocs de feina i riquesa a les Balears, quan sembla que, en el fons, el que els interessa és especular amb el sol i amb les segones residències. A mi em causa una enorme sorpresa que els hotelers apostin per plans urbanístics que no siguin estrictament d'hoteleria, i vulguin treure'n benefici i d'alguna manera especular amb els hotels, per fer-hi pisos. Però qui comprarà aquests pisos, si només hi ha sis mesos de feina? Amb només sis mesos de feina és impossible

que una activitat econòmica funcioni i a això ens volen dur tant el Govern, com els empresaris d'hoteleria, fonamentalment de Mallorca, perquè aquest no és el problema a Eivissa ni a Menorca.

A Mallorca hi ha un pacte a tres, Partit Popular des del Govern, Unió Mallorquina des del Consell i Federació Hotelera de Mallorca per possibilitar el canvi d'ús d'hotels ja amortitzats fa molt de temps i que s'hi puguin fer residències, pisos o apartaments. Aquí els treballadors ens hi jugam pràcticament la vida, perquè si no es conserva el model hotelier ens haurem d'anar a fer feina a l'economia submergida, a les segones residències a fer de jardiners, de lampistes, piscineros, etc. Si això és el que volen com a política econòmica per a l'illa, que ho diguin perquè nosaltres puguem, d'alguna manera, reconduir el tema. I si ho tiren endavant, ho faran contra la UGT i contra la immensa majoria de la ciutadania de Balears, perquè a ningú no se li escapa que aquí amb sis mesos de feina, molt poques activitats podran funcionar.

-Quin és el perfil del treballador de la zona de la Platja de Palma i com ha canviat?

-Actualment, hi ha dos tipus de treballadors a l'hoteleria. Un és un perfil mitjà, una persona d'entre 40 i 50 anys, ben formada, professional, amb experiència. És el tipus de treballador, sigui home o dona, que sustenta l'hotel i li dona qualitat i vida. Aquest treballador madur representa al voltant d'un 40% o 50% i fins a un 60% a la badia de Palma, la zona més estable de tota l'illa.

Llavors hi ha un altre segment de treballadors que entren als centres de treball, format per treballadors joves, o bé immigrants, amb molt poca formació i que és interessant i atractiu per a l'empresari perquè d'alguna manera s'aprofita de la seva por de començar una nova vida i intenta treure'n més rendiment que d'un treballador estable que coneix els seus drets i els defensarà per damunt de tot. Aquest tipus de treballadors, primer, no se sindicalitza per conèixer i informar-se de quins són els seus drets, i llavors, estan més predisposats que l'empresari el

vulgui manar. I clar, un empresari intenta compensar sempre la balança cap a l'ocupació inestable i es menja l'ocupació estable. Aquesta és una de les qüestions que nosaltres posarem damunt la taula a la Mesa de Diàleg i a tots els fòrums que tinguem.

-Quins són els problemes que més plantegen els treballadors d'hoteleria al sindicat? Ha baixat l'afiliació com a conseqüència d'aquesta precarietat?

-L'afiliació bàsicament es manté estable, al voltant dels 5.000 afiliats a hoteleria. Als hotels que estan sindicalitzats els problemes són menors i en la mesura que no hi ha representants legals dels treballadors i no hi ha comitès d'empresa, els problemes s'aguditzen i són de tot tipus. Des de saltar-se els convenis i incomplir-los en els marges que estableixen d'ocupació fixa, quan en un centre de treball de 50 o 60 persones resulta que hi ha 10 fixos, quan n'hi hauria d'haver 40 o més, perquè els treballadors no han tingut la força o la unitat necessària per defensar el que els toca. Problemes on no hi ha diàleg amb les empreses... des de no pagar dies lliures fins a forçar els treballadors a fer hores extres, o no voler, a l'hora de la liquidació, reconèixer que els festius tenen un tractament especial, canviar torns, imposar ritmes de treball accelerats, etc.

"LLUITAREM I GUANYAREM LA BATALLA"

-Com veu el futur de la zona de la Platja de Palma?

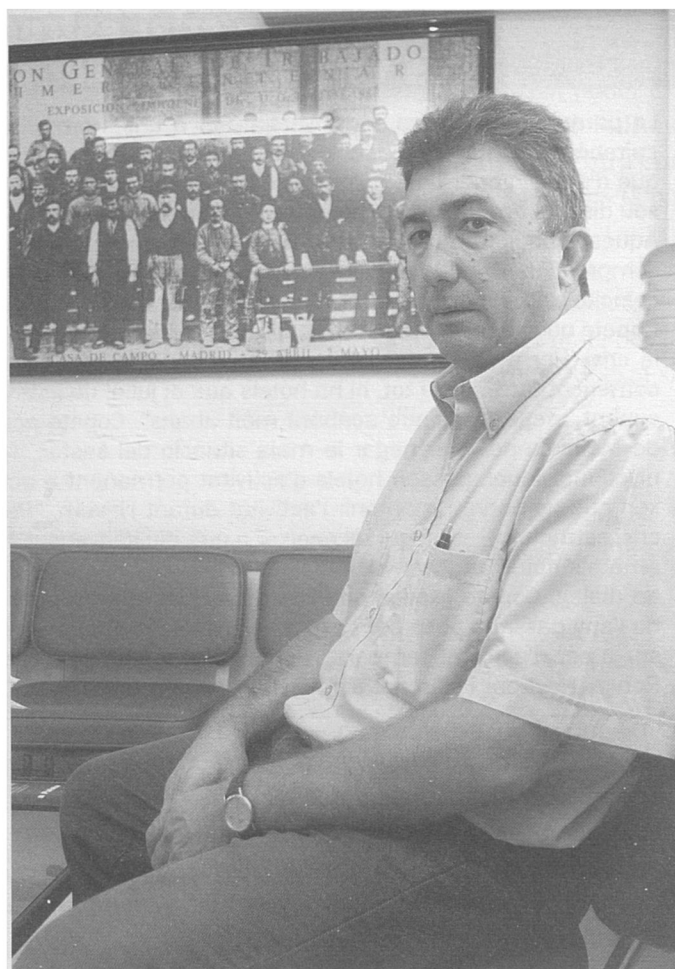
-Jo som optimista, malgrat que s'hagi definit malament la situació i som també pessimista quant als fruits que pugui donar la Mesa de Diàleg Social pel nul interès polític que hi ha. Però som optimista perquè necessàriament quan el carrer diu coses, se l'ha d'escoltar i el carrer en aquest moment són els treballadors del sector de l'hoteleria que veuen perillar el seu futur, que tenen les seves famílies darrere, que tenen la seva vida a Mallorca i que no hi consentiran així com així. El

futur passa per lluitar perquè aquest model econòmic que tenim, basat en l'hoteleria, es mantengui. I jo som optimista perquè ens dirigirem a la societat, que ha de ser conscient que aquí també es juga el seu futur. Lluitarem i estic segur que guanyarem la batalla, aconseguirem que no ens canviïn el model i mantindrem els llocs de treball.

-Vos han acusat d'alarmistes, d'interrompre el procés de diàleg amb anuncis de possibles mobilitzacions.

-Si reconeixen el problema i entrem a dialogar no hi haurà mobilitzacions. És molt fàcil, simplement no s'ha de fer el que fan empresaris hotelers de Mallorca i Govern, que és ficar el cap sota terra, com l'estruç, per no escoltar i per no veure. Han de veure i, si tenen ulls, hi veuen i escolten, escoltaran i veuran que a l'hoteleria passen coses. Que se'ns acusa d'alarmistes? m'és igual, sempre ens passarà igual i ens ha passat cada vegada que hem intentat alguna mobilització o hem posat sobre la taula les coses no van bé. No volem acabar amb res, volem donar un toc d'atenció perquè es comencin a posar vies de solució als problemes que vendran. Si aquest hivern no tanca cap hotel, si la temporada s'allarga serà que ens hem equivocat, i a mi quan m'equivoc no em sap greu reconèixer-ho, però estic absolutament segur, posaria la mà al foc i no em cremaria, que el nostre diagnòstic és encertat, perquè nosaltres visitam centres de treball i això és el que ens diuen els treballadors, no és que m'ho hagi inventat jo.

-Ara hi ha algun conflicte obert?



-Tenim un exemple del que seria aquesta crisi, que per sort és en vies de solució, a l'hotel Galatzó de Peguera, un exemple de com es vol especular i de com es fan operacions d'enginyeria empresarial per deixar la gent al carrer, amb una mà davant i una altra darrere. Per sort, ho hem reconduït, tot lluitant durant molt de temps i hem aconseguit que els polítics, en aquest cas el PP, ens escoltassin i ens ajudassin a resoldre el problema. La intervenció, per exemple, de Margalida Pizà, la directora general de Treball, ha estat essencial. A la Platja de Palma tenim la qüestió del "tot inclòs" que afecta molt, però no tenim cap conflicte obert, a excepció dels hotels de la cadena Piñeiro que no complien les ordenances i que ja es va solucionar. Nosaltres el que feim d'alguna manera és una acció preventiva, encara que no m'agradi la paraula perquè té un component bèl·lic, però no volem que això ens fugi de les mans i que quan ens adonem tinguem 2.000 treballadors a la porta del sindicat.

Entrevista a Pau Collado Serra

Marca de desenvolupament sostenible

Juanjo Sánchez

La fundació "verda" de Balears està presidida per un empresari, molt jove, però empresari vocacional al cap i la fi. Potser sigui per això que Pau Collado afronta la direcció general de la Fundació per al Desenvolupament Sostenible amb pragmatisme. Ell sap que una zona natural és rendible tal i com està, i que si aquesta rendibilitat pot ajudar a mantenir-la igual que fins ara i que el turisme que arriba sigui de major qualitat, bé està comercialitzar el limitat espai verd que tenen les Balears.

-Amb quina finalitat neix la fundació que vostè dirigeix?

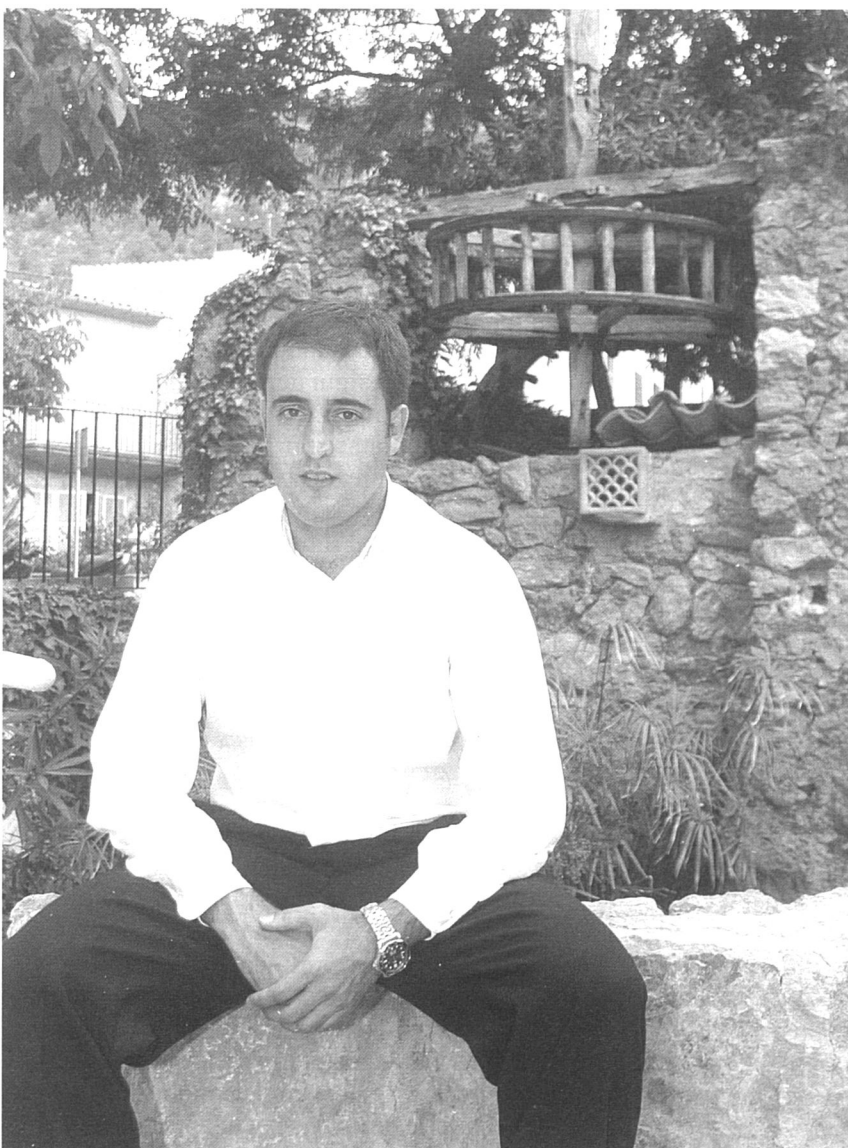
-La fundació té marcat un objectiu fonamental que és la promoció i, sobretot, la conscienciació de tota la societat balear en general sobre la importància d'aconseguir un model de desenvolupament i de creixement econòmic per a aquesta comunitat que sigui sostenible.

-Es pot comparar l'objectiu de la recaptació de recursos per part de la fundació amb una alternativa a l'ecotaxa?

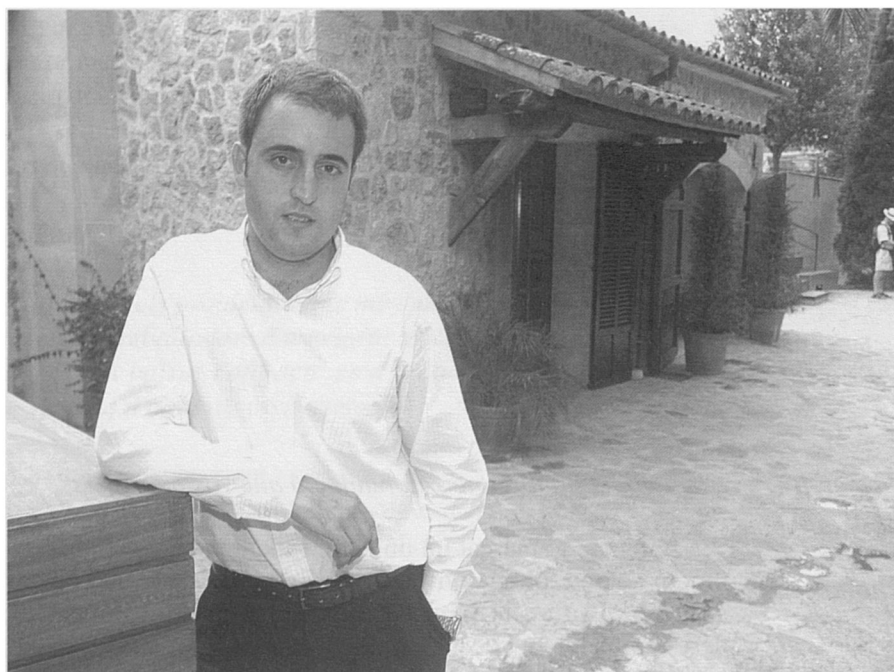
-No, jo crec que s'ha de descartar aquesta idea des del principi. Crec que són dos instruments que no tenen res a veure un amb l'altre. Qualsevol aportació de recursos que es pugui generar des d'aquesta fundació serà sempre voluntària, per tant només per això ja té una diferenciació important. I el que pretén precisament la fundació és ser un instrument on l'Administració pública i privada s'entenguin, es coordinin i conjuntament desenvolupin totes aquestes iniciatives que permetin generar ingressos. Bé, i al cap i a la fi el resultat serà el mateix, serà generar ingressos?, doncs sí, es poden comparar els objectius de l'ecotaxa amb els de la fundació, però aquesta finalitat es pretén aconseguir d'una manera completament diferent.

-Quant als objectius, creu que els que defensa la fundació poden ser fins i tot majors que els de l'ecotaxa?

-Bé, l'àmbit d'actuació és més ampli, perquè aquí parlam de sostenibilitat. La sostenibilitat ja no és tan sols medi ambient, sostenibilitat també significa que es donarà molta importància als temes culturals i socials, com per exemple a tot el que pugui ser in-



Pau Collado Serra va néixer l'any 1973. Va crear la seva primera empresa als vint-i-un anys i als vint-i-tres ja era president dels Joves Empresaris de Balears. L'octubre del 2003 va ser elegit president de l'Associació de Joves Empresaris d'Espanya, càrrec que compagina amb el de director general de la Fundació per al Desenvolupament Sostenible de les Illes, al qual ha accedit enguany.



serció de col·lectius amb problemes de discapacitat. És a dir, volem vetllar perquè cadascuna de les actuacions que es desenvolupin des d'aquesta fundació tenguin molt en compte tot aquest sentit de la sostenibilitat en termes generals, no tan sols en el sentit estrictament mediambiental.

-Potser encara sigui prest, però hi ha ja qualche projecte concret en què la fundació hagi començat a fer feina?

-En principi tenim dos projectes inicials, alguns que ja s'han anunciat, i malgrat que la fundació es va constituir el 8 de juliol d'enguany, i fins que no es torni a reunir una altra vegada el Patronat ja constituït, no es pot definir massa la seva actuació. Sí que hi ha el projecte de la Targeta Verda, al qual des de la fundació es vol donar un impuls important, i llavors hi ha tot el que pugui estar relacionat amb la utilització d'aquesta marca, la utilització de la marca de la fundació mitjançant el famós *merchandising*. Un *merchandising* enfocat en una doble línia, per una banda de cara al turista o el visitant que pugui adquirir aquests productes, i de cara també al mateix hotelier que pugui utilitzar o servir-se d'aquests productes per comercialitzar-los o fins i tot per utilitzar-los als seus hotels.

-Quines aportacions rep la fundació?

-En principi s'ha constituït el patronat, que està conformat purament i exclusivament pel Govern i entitats financeres, com a entitats tal vegada més neutres, que abasten en certa manera totes les activitats econòmiques o les més multisectorials, i les seves aportacions se situen al voltant dels 2,5 milions d'euros, encara que és previst que en el futur es vagin incorporant unes altres entitats, ja sigui com a membres patrons, ja sigui com a entitats col·laboradores, els estatuts de la fundació així ho permeten, tot fent aportacions puntuals, bé sigui a la fundació com a tal o bé a projectes concrets. Ja tenim alguna entitat que ens ha mostrat el seu interès a participar a la fundació per impulsar o desenvolupar algun projecte concret, però sempre mitjançant la fundació.

-Quan començarà la veritable tasca?

-Ja hi ha sobre la taula projectes i començam a definir les primeres actuacions. En tot cas, tant la Targeta Verda com tot el que està relacionat amb el *merchandising* són temes que es posaran en marxa de cara l'any vinent.

-És a dir, la marca de la fundació serà al mercat el 2005?

-Sí, potser puguem realitzar per a Nadal alguna iniciativa, però bé, la veritat és que els primers projectes poden sorgir l'any que ve.

-Per defensar el medi ambient i l'entorn natural, creu que és necessari mantenir una certa postura ferma o radical?

-No, jo crec que no. Els radicalismes no condueixen a res, ni per una banda ni per l'altra. No estic a favor ni del radicalisme proteccionista ni tampoc del radicalisme desenvolupista, és a dir, jo crec que s'ha d'intentar trobar un terme mig, i aquest és veritablement el sentit que té el desenvolupament sostenible, és a dir, és el de créixer, desenvolupar-nos, però tot mantenint en certa manera, sempre que sigui possible, els nostres recursos per poder-los llegar a les generacions futures.

-Vostè diu que no s'ha de ser radical, però pensa que s'hauria d'insistir en aquests moments, si escau, en noves mesures de protecció ambiental?

"Podem comparar els objectius de l'ecotaxa amb els de la fundació, però les finalitats es pretén aconseguir-les ara d'una manera completament diferent"

-Jo crec que s'han adoptat ja mesures perquè el desenvolupament que es produeixi en els pròxims anys no sigui agressiu amb l'entorn. En principi, crec que les passes s'han donat són bones. Cal també que entre tots veiem el que ja tenim, per a tot seguit veure com ho reorganitzam per adaptar-nos millor al futur que ens espera.

TEMPORADA TURÍSTICA

-Aquesta temporada turística han coincidit uns resultats econòmics no desitjats i el debat sobre la necessària reconversió del sector a Balears. Quines perspectives augura per a les Illes de continuar les coses com fins ara?

-Bé, jo crec que seguir com fins ara no podem, en el sentit que s'han produït tota una sèrie de canvis significatius en les percepcions dels nostres turistes, que són sobre la taula, que són constatables, com per exemple que cada vegada més el turista es decideix a darrera hora, el ressorgiment de les aerolínies de baix cost, s'han produït tota una sèrie de canvis als quals el sector turístic balear no pot romandre aliè, haurà de fer una sèrie de modificacions per a adaptar-s'hi. Per tant, no sé si m'atreveria a dir que hem de fer un canvi de model, però sí que haurem de fer tota una sèrie de canvis per adaptar-nos a aques-

Una fundació amb vocació de desenvolupament sostenible

El màxim responsable de la Fundació per al Desenvolupament Sostenible de Balears assegura que l'objectiu fonamental d'aquesta institució és "impulsar la sensibilitat i la consciència de tots els ciutadans de les Illes entorn a la necessitat de promoure el concepte de sostenibilitat a tota la nostra economia". Per aconseguir això, la fundació ha traçat quatre grans línies d'actuació.

La primera comprèn tota una tasca de formació a tots els àmbits, des de l'àmbit de l'educació infantil, tot passant per l'educació secundària i la formació professional fins a la formació empresarial i, fins i tot, la formació institucional. Per a Collado, "s'ha d'entendre que el creixement i el desenvolupament econòmics han d'anar sempre en termes de sostenibilitat".

Una segona línia d'actuació està encaminada a la generació de recursos. La fundació pretén cercar recursos, ja que considera que "és un bon instrument que permet concatenar molt bé els interessos de l'Administració pública i els de l'administració privada, és una eina ideal per generar recursos que poden venir des de

moltes línies. Tal és el cas de les entitats financeres, que han realitzat tota una sèrie d'aportacions que llavors seran reinvertides en temes mediambientals, i també mitjançant projectes que puguin arribar finançats per la Unió Europea", afegeix el director general de la fundació. També és previst recaptar recursos mitjançant la utilització, gestió i posada en valor dels espais verds que té aquesta comunitat autònoma. Per a això es farà servir la Targeta Verda, que "serà senzillament una targeta amb la qual el turista o visitant que la tenguí podrà tenir accés a totes aquestes zones verdes que estan repartides per tota la comunitat balear. Amb aquesta targeta, no només es podrà accedir a la zona verda com a tal, perquè això ja ho tenen avui els visitants, sinó que el que es farà és posar en valor aquestes zones verdes, donar-los un valor afegit amb espais audiovisuals, mitjançant rutes guiades, perquè el turista trobi qualche cosa més del que hi troba en aquests moments. Mitjançant la venda d'aquesta targeta es finançaran totes les inversions que siguin necessàries per realitzar les millors dins les àrees naturals".

La tercera línia d'actuació de la fundació

és aconseguir que a la promoció turística que es faci de Balears comenci a destacar-hi la característica de destí verd i preocupat pel desenvolupament sostenible. Això no vol dir que la fundació hagi de fer promoció, sinó que vetllarà un poc i col·laborarà amb totes les entitats que fan promoció, perquè aquesta promoció sempre vagi lligada al concepte de sostenibilitat i al concepte de Balears com a destí verd.

El quart i darrer objectiu, que "és tal vegada el més ambiciós i més a mitjan i llarg termini, és arribar a impulsar una estratègia de desenvolupament sostenible que afecti un poc tots els estrats de l'organització administrativa i pública d'aquesta comunitat". Aquests són, a grans trets, les quatre grans línies d'actuació que tindrà aquesta fundació, la que més interès i més expectativa ha despertat és la segona, la de generació de recursos, ja que "creiem que la fundació pot ser un vehicle molt adequat per generar ingressos que llavors puguin ser reinvertits en temes mediambientals", afirma Pau Collado.

tes noves condicions que ens exigeix el turista. Una d'aquestes condicions pot ser, per què no?, millorar el nostre entorn natural per fer més apetible el nostre destí, un poc més atractiu, per a tota aqueixa sèrie de turistes que, fins ara, tal vegada no podien veure en Balears un destí verd o mediambiental, perquè a partir d'ara també ho considerin així.

-La discutida reconversió turística, que ha de ser?

-En certa manera, crec que tots els sectors han de sofrir alguna modificació o canvi, des de la planta hotelera fins l'oferta secundària. Els cotxes de lloguer, per posar un exemple, han d'adaptar-se, alguns ja ho han fet, a aquest nou turista. No crec que sigui una qüestió que únicament afecti un sector, on només uns hagin de fer una adaptació i la resta s'hagi de quedar igual, sinó que ha de ser una adaptació integral, i per això és important que, en certa manera, sigui una reconversió o una modificació del nostre model cohesionada i amb una certa posada en comú per a tothom, que no sigui res imposat, sinó que sigui un model que siguem capaços de definir entre tots.

-Si tenim en compte que l'entorn i el medi ambient per ser sostenibles han de tenir unes limitacions, creu que s'hauria de limitar el nombre de visitants?

-Home, crec que el mercat s'encarregarà de fer-ho, com, de fet,

ja fa. És a dir, arribam a un mes de juliol i agost on ja tenim els hotels plens i on ja no hi cap més gent. Jo crec que la nostra voluntat, més que de limitar, és de tractar de distribuir un poc més en el temps els turistes que rebem, la famosa desestacionalització. Tots els esforços que es facin en aquest sentit són pocs. Jo crec que s'ha de treballar molt per forçar, més que per limitar el nombre de turistes, perquè vinguin d'una manera més espaiada i en èpoques que fins ara no han pogut venir.

-Com analitza el fet que ara per ara l'oferta denominada "amb encant", hotels de ciutat, turisme rural, tenguí més acceptació que la de sol i platja?

-Sí, això demostra perfectament que la nostra oferta turística és més àmplia que el sol i platja, és a dir, en aquesta comunitat tenim moltes més coses a oferir que permeten sense dubte la desestacionalització de què tant es parla. Jo crec que no hem de parlar en cap cas d'haver de limitar el turisme que hem rebut fins ara, sinó que tenim possibilitats d'ampliar la nostra oferta, com de fet demostren aquests altres hotels que realment estan plens. Al final ofereixen una cosa totalment diferent del que oferia Mallorca fa deu anys.

"És important que a Balears es produeixi una reconversió del nostre model, però de manera cohesionada i amb una certa posada en comú"

RECONVERSIÓ HOTELERA

-El fet de reconvertir part de la planta hotelera per a usos immobiliaris, d'habitatge, què li sembla?

-Jo crec que és un tema en què realment els sectors implicats s'han de posar d'acord. Si llegeixes l'opinió d'un constructor o la d'un promotor, i llavors llegeix la d'un hotelier t'adones que no hi ha tants de punts de discordança entre ells, l'únic que cal és que s'asseguin a una taula i es posin d'acord en els seus plantejaments. Crec que s'han de donar facilitats a la gent que realment vol reconvertir la planta hotelera i destinar-la a altres usos.

-Aquesta reconversió com s'ha de fer, esbucant i construint a una altra banda menys agressiva per al medi natural?

-S'haurà de veure cada cas en concret. Hi haurà zones com la Platja de Palma, on tal vegada no es pot admetre una major construcció i hi haurà altres zones on encara potser hi càpiga la possibilitat de fer alguna construcció més. Jo crec que és difícil fer una valoració de manera general, s'hauria d'anar zona per zona, perquè a més cada zona evoluciona d'una manera molt distinta i és possible que necessiti una reconversió distinta també.

-Com s'arriba a un estat de degradació com el que té, per exemple, la Platja de Palma?

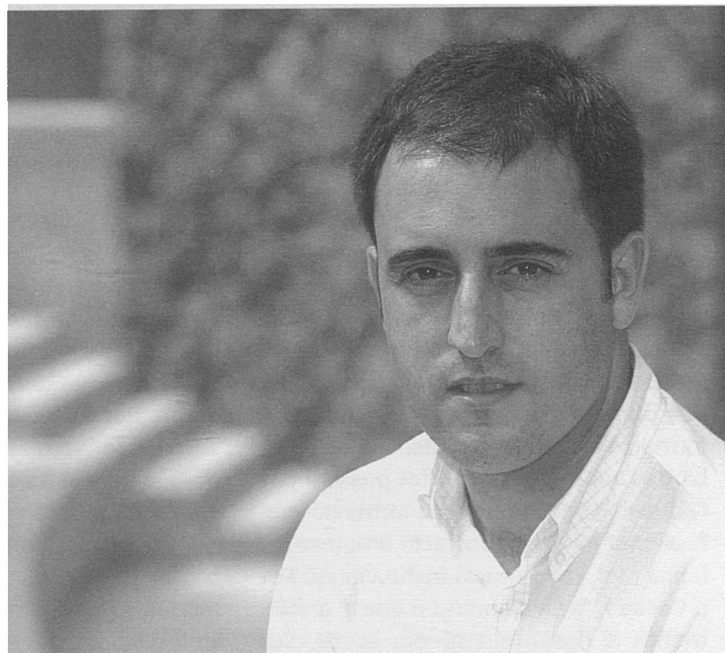
-S'ha de veure la Platja de Palma com un model que ha funcionat molt bé durant molts d'anys, ha estirat molt bé de tot el turisme. Realment ha estat capdavanter en el turisme de vacances que teníem a la nostra comunitat autònoma. Però, com tot en aquesta vida, arriba un moment en què has de fer un plantejament sobre què ofereixes, perquè el mateix client demana una altra cosa. Llavors, senzillament es tracta d'aturar el baló, analitzar un poc la jugada i iniciar una altra vegada el procés per continuar avançant, desenvolupar-te, però potser d'una altra manera. Jo crec que això és, en certa manera, el que planteja la Platja de Palma, amb molt de criteri a més, veient el futur que les espera i veient com poden adaptar-se a les necessitats.

"L'objectiu objectiu és que tota la promoció turística que es faci des de Balears tenguí implícita aquesta marca verda"

-Com ho farà la fundació perquè quan arribi un turista a Balears conegui aquesta marca verda?

-Nosaltres volem la màxima implicació del sector hotelier. En primer lloc, de forma que puguin participar en el que se'ls ocorre a ells, projectes que puguin posar els hotelers sobre la taula i que

creguin que poden ser necessaris per regenerar segons quines zones i llavors canalitzar-los a través de la fundació. En segon lloc, tot donant a conèixer la fundació, amb processos com comercialitzar la Targeta Verda, fins a processos com comercialitzar els productes amb la marca de la fundació o utilitzar aquesta marca en algun dels productes que ells fan. Així, l'hotelier ajudarà que el turista es familiaritzi amb la marca de la fundació i, en certa manera, que tenguí també una impressió



distinta del destí, un hotel preocupat pel medi ambient i preocupat pel desenvolupament sostenible. Jo crec que aquesta serà la millor manera que els hotelers puguin contribuir i col·laborar amb la fundació.

MARCA VERDA

-On serà present la marca?

-La idea és que tota la promoció turística que es faci des de Balears tenguí implícita aquesta marca de desenvolupament sostenible, aquesta marca verda. És a dir, convertir Balears en un referent a escala mundial quant a sostenibilitat, no tan sols de l'activitat general, sinó també de l'activitat turística. Això seria el nostre gran repte i el nostre gran objectiu.

-I al marge del medi ambient, quina importància atorgarà la fundació a la cultura de les Illes?

-Sostenibilitat és tot, si volen sostenir alguna cosa és perquè tenim alguna cosa i per tant jo crec que la nostra cultura, els nostres orígens i en certa manera les nostres tradicions, hem de mantenir-les. Per això, les activitats de la fundació han de vetllar perquè els espais audiovisuals que hi puguin haver a les zones verdes tenguin sempre un apartat on s'expliqui la nostra cultura, una part en certa mesura de transmissió al turista d'allò que hem estat, el que som i del que serem. La fundació pot contribuir a la sostenibilitat cultural, amb la promoció del que som i la riquesa cultural que té aquesta comunitat autònoma.

-Han fet algun tipus de previsió sobre què pot ingressar la fundació l'any que ve per la venda de la Targeta Verda?

-No, la veritat és que no. Amb això nosaltres volem ser molt cautelosos, fins que no haguem fet la presentació de la fundació, que els hotelers hagin tengut ocasió de conèixer-la, els majoristes de viatges, és a dir, totes les entitats que creim que poden estar implicades en aquest projecte. Volem que sigui un projecte que vagi creixent així com avanci el temps.

La Clau d'ONA

PER ENTENDRE EL PRESENT, PER OBRIR EL FUTUR

El repte de la competitivitat

S.V.

"Comportament de la productivitat i la competitivitat" aquest és el títol d'un llibre -editat també en CD- que ha publicat el Consell Econòmic i Social de les Illes Balears. L'economia de les Illes viu un moment expectant, pendent d'uns canvis que no controla. Un grup d'experts analitza l'entorn econòmic i social d'una comunitat que viu una crisi atípica

Quin són els límits del creixement de les Illes Balears d'acord amb el seu model de desenvolupament actual? L'economia balear, fonamentada en el model turístic de "sol i platja" i en el consum de territori, s'ha situat en els darrers anys davant un repte transcendental: un cop de timó que ha de capgirar el rumb cap a noves singladures i, finalment, a ports més sostenibles a llarg termini. Des del Consell Econòmic i Social s'ha engegat, justament, una tasca de reflexió, fruit de la qual és un primer número de la col·lecció Documents sobre el "comportament de la productivitat i la competitivitat". Es tracta d'un recull d'opinions expertes, una mena de teràpia en grup que serveix per analitzar la situació actual des d'una multiplicitat de caires, econòmics, socials i mediambientals. I també des de la diversitat ideològica. Ona ha reunit alguns d'aquests experts i els ha convidat a pensar en veu alta sobre el seu treball i la visió de futur que tenen de la nostra societat.



Obrador, Mascaró
i Roselló.

FRANCESC OBRADOR (president del Consell Econòmic i Social): Des del Consell Econòmic i Social som ben conscients que assistim a un moment crucial per a la societat de les Illes Balears. Per això, d'acord amb el nostre paper institucional, ens hem interessat per la situació econòmica i en volem fer una reflexió. Aquesta publicació "Comportament de la productivitat i la competitivitat" és fruit d'aquest compromís amb la societat. S'hi aporten diferents punts de vista. No és el punt de vista del CES, que no ha expressat una opinió sobre el tema, però sí la seva aportació a un debat d'idees que creiem necessari i que respon al plantejament que fa l'Agenda de Lisboa, a través de la qual la Unió Europea aposta pels estudis sobre competitivitat i productivitat. És convenient, doncs, que a les Balears s'aprofundeixi en l'estudi i en la reflexió d'aquestes qüestions.

PERE MASCARÓ (economista del CIM): Ens interessava des-

cobrir a una economia de serveis com la nostra com funcionen els principals factors que afecten la productivitat i la competitivitat del conjunt del model. La veritat és que s'ha posat de manifestat que la caiguda de la productivitat, entesa com a productivitat agregada del sistema i no individualment de cada treballador, s'ha anat compensant mitjançant un consum cada vegada més intens del territori. Un procés que ha arribat a afectar la mateixa productivitat. El fet és que cada vegada hi ha més treballadors que fan feina a Balears, però que un a un cada cop aporten menys a producte interior brut. Això respon a aquesta idea de creixement intensiu, de cada vegada més consum de territori, de cada vegada més places turístiques. I això fa que de cara al futur el repte sigui millorar la competitivitat amb noves formes de producció que exigeixin menys consum territorial i que per cada plaça turística correspongui un nivell d'ocupació més favorable. Augmentar la productivitat no ha d'anar

contra crear més llocs de feina sinó que pot anar vinculat a crear-ne més.

LA FORÇA DEL TREBALL

CARLES MANERA (*catedràtic d'història econòmica*): Si feim una reflexió a llarg termini sobre el model de creixement de les Illes Balears en el seu conjunt, d'una manera globalitzada, observarem que hi ha una constant històrica des de fa 250 anys, que és la utilització intensiva del factor de treball. Aquest és un fet crucial perquè les Illes no tenen un sector energètic estratègic ni recursos naturals al marge del paisatge o de l'aigua, per posar dos exemples. Aleshores això ha fet que en el decurs dels dos darrers segles d'evolució, des de l'economia agrària i industrial a la de serveis s'hagi utilitzat la força del treball de manera intensiva, la qual cosa ha provocat una manca de formació d'aquesta força i, per tant, l'escassa capacitat del capital humà. Això ha penalitzat els factors de productivitat i per extensió la competitivitat. Són elements que es repeteixen en tots els capítols del llibre. Per això convé posar esment de manera seriosa a aquest problema.

ENRIC TORTOSA (*IMEDEA. CSIC*): La meua aportació a aquest llibre és una reflexió sobre la societat de la informació i el coneixement. Avui en dia el coneixement és l'arma econòmica més important dels països desenvolupats. La productivitat d'un país està relacionada amb la capacitat de generar i assimilar coneixements i d'utilitzar-los. Una societat que se sustenta sobre dos pilars, per una banda, l'educació i la formació i per l'altra, la ciència, la tecnologia i la informació. En aquest aspecte és necessari crear a Balears un sistema regional de coneixement, tecnologia i innovació. A Europa l'objectiu és que l'R+D sigui un 3% del producte interior brut, un objectiu que a Espanya és molt llunyà, i molt més encara a Balears. Per tant, posar-nos al dia requerirà polítiques a llarg termini, durant quinze o vint anys, i endemés un gran consens social, però no es coneix cap país l'economia del qual hagi crescut de forma constant durant molt de temps sense un potent sistema de tecnologia i innovació i supòs que no serà Balears qui trenqui aquest paradigma.

EL SECTOR PÚBLIC

JOSEP ANTONI ROSELLÓ (*director general de Projectes del Govern*): Jo m'he encarregat d'estudiar el paper del sector públic. Com és sabut, el pes del sector públic en el conjunt de l'economia balear i per tant de la seva productivitat és més aviat escàs. No obstant això, tots som conscients que ens trobam a un moment en què és palesa la necessitat de millorar la productivitat de l'economia, per a la qual cosa seran necessàries inversions de capital públic, sobretot en tres fronts. En primer lloc en el turisme, en el seu sentit més ampli. En segon, a la indústria, que es troba en un procés d'ajustament molt important i, finalment, per al desenvolupament de la societat del coneixement. L'estudi emfatitza aquests aspectes i, per extensió, es preocupa del finançament autonòmic. En aquest sentit, es parla d'una redefinició de la situació actual, que és deficitària per a les Illes i sobretot del règim especial, el REB, que és una via important per aportar capital públic a l'economia. Però mentrestant, el Govern ja desplega una important activitat inversora que tindrà efectes importants a mitjan i llarg termini.

FERRAN NAVINÉS (*economista. CES*): En síntesi, a manera de conclusió, el llibre reflecteix que el nucli dur de la productivitat a l'economia balear s'ubica a la branca d'hoteleteria i, per extensió, a la resta de l'economia turística. El llibre aporta una reflexió sobre com millorar la productivitat en aquest sector i hi deixa oberta, com a assignatura pendent, la seva implicació en el territori, en el consum de territori i, conseqüentment, en els plans territorials insulars. D'altra banda, com ha dit Roselló, recull el dèficit de capital públic. No només d'infraestructures físiques sinó social i en medi ambient, per exemple. I per tot això, s'hi destaca la importància de les administracions públiques, en aquest procés, de la central, de l'autonòmica i de la insular, però també de l'Administració local que ha de jugar un paper importantíssim. Finalment, es fa un crida clara a la necessitat d'implantar un sistema regional d'innovació amb tots els ets i els uts i per això la redacció, aprovació i desenvolupament d'un pla estratègic.

ELS LÍMITS DEL CREIXEMENT

MANERA: Jo, si m'ho permeteu, voldria afegir una reflexió que, tal volta, ajudi a comprendre què és el que ens passa en aquests moments. Vivim una situació nova, amb amenaces externes que fins fa poc no havíem patit que es combinen amb punts febles interns. Hi ha una competència que abans no teníem, les noves tecnologies permeten el turisme independent... l'oferta és superior a la demanda. Tot plegat fa que puguem parlar d'una saturació del model de creixement. No d'un refús al model. La prova és que moltes de les zones turístiques emergents pugnen pel mateix model i això justifica l'expansió dels hotelers de les Illes a aquestes destinacions.

NAVINÉS: Hi estic d'acord. No es tracta d'una fallida del model vacacional tal com s'ha entès fins ara, però sí d'una sèrie d'errors que cal corregir. En el darrer informe del Banco de España, en el capítol sobre turisme, hom podia llegir com, tot i que la crisi la pateixen, sobretot, les destinacions madures, i, per tant, els països europeus de la Mediterrània Occidental, Itàlia i França registren millors índexs de productivitat que no les Balears. Per què? Perquè la seva economia és més eficient. Aquí, entre altres coses, patim un excessiu minifundisme empresarial.

MASCARÓ: Hi ha factors conjunturals que s'han de tenir presents: l'euro, el preu dels carburants... que provoquen impactes immediats amb altres factors de fons que de cada vegada condicionaran més el nostre model de creixement, un model de baixa productivitat. No de la productivitat del treball individualitzat, sinó d'una productivitat agregada a tot el sistema. En la meua opinió hi ha motius d'alarma. El sistema ocupa cada vegada més gent, això és cert, però els ingressos turístics minven. Això fa que caiguin els excedents de capital. I tots sabem què vol dir això. En la meua opinió fa falta que la societat sigui conscient que s'ha de reformar el sistema. Però per a això fa falta un lideratge públic, perquè aquest canvi no es resol deixant a l'oure el mercat. Fa falta un lideratge polític que, per dir-ho de qualque manera, no estigui condicionat per la contaminació política i que, per tant, sigui capaç de dialogar i de convèncer, així com d'assumir alguns costos que seran inevitables, costos socials, per exemple, que el sector públic haurà d'assumir durant la transició.

INVERTIR EN CONEIXEMENT

TORTOSA: Compartesc aquesta opinió. Fa falta un lideratge. També per al desenvolupament de les tecnologies de la informació i el coneixement, Les noves tecnologies són un punt de partida, aportarien alguns dels recursos que ens fan falta, però els empresaris no ho entenen. Quan la CEOE parla de noves tecnologies o d'innovació ho fa en funció de les despeses, del cost de la inversió. Pensen en el curt o el mitjan termini, quan del que s'ha de parlar és del llarg termini. Una reconversió tecnològica requereix molt de temps. Mirau, la Unió Europa maneja un rànquing de dues-centes regions, en el qual les Balears són a la cua en inversió d'R+D. Ningú no es creu aquí que la ciència i la tecnologia constitueixin el nucli de l'economia. El sector públic i l'empresa han de tirar tots dos, al mateix temps, del carro.

ROSELLÓ: Avui, però, a diferència d'abans, tots reconeixem que no som davant un problema conjuntural, sinó davant un tema estructural i la prova la tenim en el debat que s'ha suscitat al si de la Mesa del Diàleg Social sobre el canvi d'ús de determinats establiments turístics. Una intervenció afecta el mercat. Tenim un problema d'ajust. Hem d'adaptar l'oferta al mercat, no només quantitativament sinó, sobretot, qualitativament. El model actual ens serveix, ningú no ho discuteix, però hi ha problemes de complementarietat. La visió que ofereix el llibre pot semblar pessimista, però no ho és. Conté aspectes que conviden a l'esperança. En matèria laboral, per exemple. Cau la productivitat, però augmenta el nombre de persones ocupades per plaça. Fins i tot el treball d'Enric Tortosa tampoc no és massa pessimista. Diu que som a la cua d'R+D, però ningú no negarà que hi ha una presència important de la societat de la informació. En el Cercle d'Economia s'ha creat un club d'innovació. I hi ha alguns clústers d'empreses de la informació. Jo pens que hi ha símptomes evidents de canvi. Però cal ajudar-los. Cal que el sector públic ajudi. En aquest sentit el sector públic és important no per fermar el privat, sinó com a catalitzador. Endemés d'infraestructures ha d'aportar lideratge, amb persuasió i perseverància.

TORTOSA: La societat de la informació és un factor necessari, però no suficient. Sense una estructura intel·ligent per captar i transmetre coneixement és inútil. Molts pensen que en haver posat Internet tot s'ha resolt i no és així. En qualsevol cas, la meua percepció no és tan negativa com sembla a primera vista. Estic d'acord amb Roselló. Balears és una societat atípica a Europa i no hi ha massa informació. Per exemple, ningú no pot dir que els hotelers no siguin innovadors. El que passa és que fa mal definir què és innovació en un món de serveis.

FOMENTAR LA FORMACIÓ

NAVINÉS: El problema és que l'economia balear s'ha espe-

cialitzat en una demanda forta. I arriba un moment en què el seu model s'ha saturat. S'ha de diversificar i aplicar solucions en xarxa. Per exemple, l'euroregió. La nostra és líder en un determinat sector, però necessita gaudir d'una escala més gran i cercar complementarietat.

MANERA: Fa falta un gran debat. El Pla territorial de Mallorca podria ser una bona oportunitat, perquè molts dels problemes de creixement que patim vénen, justament, d'una precària ordenació territorial

MASCARÓ: Desapassionadament... Vull dir parlar dels pro-



Navinés, Manera i Tortosa.

blemes estructurals amb uns missatges molt clars. Un d'ells és el territori, però l'altre és la formació. Una formació que s'ha de valorar, que s'ha de remunerar, cosa que fins ara no s'ha fet. La nostra economia no valora el coneixement i això, finalment, acaba per passar una factura social que no estam en condicions d'assumir.

OBRADOR: Això és el que pretenem des del CES. Reflexionar i oferir alternatives a la societat. En certa mesura fomentar que hi hagi un lideratge o, si més no, els fonaments que l'han de guiar. En formació, per exemple. És un tema que particularment em resulta apassionant, però que no hem desenvolupat adequadament, fins ara.

ROSELLÓ: Efectivament. La formació és un dels nostres reptes principals. Si no aconseguim aixecar el nivell educatiu de la societat ens condemnarem a un model com el que es descriu al llibre, que és i ha estat de gran èxit, però que no ens garanteix el futur que tots desitjam. Per això he començat per parlar del REB, perquè fan falta molts de doblers públics. El sector privat invertirà en el seu redol, per millorar la rendibilitat interna, però si de veritat volem diversificar l'economia, un model més sostenible a llarg termini, no queda més remei que confiar en la formació. I en l'R+D i innovació, per a la qual cosa fan falta recursos que no són al nostre abast.

Matas proposa un nou regim especial per a les Balears

S.V.

En el debat de política general de l'octubre passat, el president va oferir a l'oposició negociar i plantejar davant Madrid i Brussel·les un nou REB, fonamentat en la constitució europea, que recuperi els aspectes fiscals que quedaren despenjats del règim actual. És una proposta -afirmà- per redreçar l'economia i fer que les Balears continuïn sent competitives a pesar de la insularitat. L'oposició, però, no li donà suport perquè considera prioritari desenvolupar el REB actual. Segons UM, soci del PP i que votà a favor, no és de rebut que les Balears depenguin de qui sigui a La Moncloa i al Consolat per rebre inversions

En el Debat sobre l'estat de l'autonomia, o de política general, el president Matas va treure's de la màniga el mateix as que va utilitzar fa anys quan, en iniciar la seva anterior etapa en el Govern, engegà la negociació d'un règim especial per a Balears per fer front a les despeses de la insularitat i plantà cara a un canvi de model econòmic que ja llavors, a finals dels noranta, es considerava inevitable. Enguany el seu ar-

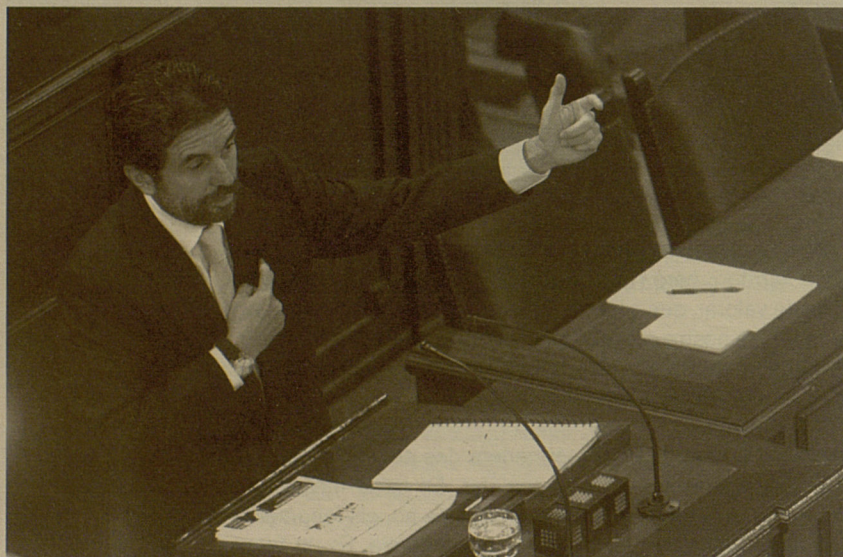
d'engagar aquest REB només es va aprovar amb els vots del PP i d'UM, suficients des del punt de vista de la majoria parlamentària, però insuficients políticament per anar al Congrés estatal i obtenir-ne el suport. El problema és que l'oposició no confia gens en el president. En el seu discurs, Matas va parlar d'una història d'ignomínies en referir-se als projectes infraestructurals que hauria de pagar Madrid i que no paga o ajorna. Digué rotundament que són imprescindibles i que es faran costi el que costi. No hi ha consens, ni sembla possible i això, segons es va veure, és un entrebanc insalvable per arribar a altres consensos que són tant o més necessaris.

LES ORELLES DEL LLOP

Per a l'oposició el Govern practica una política desenvolupista que consolida el model econòmic que ha vigít fins ara. Les infraestructures que ha engegat, particularment les carreteres, són -defensen- desmesurades. No responen, segons l'oposició, a la realitat actual. De fet, les Illes d'avui no són les que molts varen somiar quan el turisme de masses enlairà la seva economia. Es creia que amb el turisme arribaria el progrés i l'estabilitat social per a sempre. És veritat que ha duit riquesa i que ha creat milers i milers de llocs de feina que, a la vegada, han atret milers i milers d'immigrants. Però la sola referència a les orelles del llop demostra que aquest paradigma no és del tot cert, que cal guanyar l'estabilitat dia a dia. Si el model productiu balear no s'adapta als nous hàbits turístics i no es diversifica, pocs remeis hi haurà.

Govern i oposició hi estan pràcticament d'acord. S'han de fer canvis, perquè si no, les Balears s'abocarien a un procés de decadència i de ruptura social. Però discrepen obertament en la forma de fer front a la crisi actual. El Govern creu que va pel bon camí, però per a l'oposició no és gens clar que un model basat en les obres públiques i la construcció siguin el procediment adequat. En aquest sentit, PSOE, PSM i EU-Els Verds coincideixen a assenyalar que el president no trepitja el carrer. En el seu discurs va fer una relació exhaustiva de projectes, però a pesar d'això va concretar poc.

Ningú no li discutí que el nou REB pogués ser un bon instrument, però abans caldria consensuar els seus objectius. L'Administració central mai no ha tengut gran interès a analitzar el desenvolupament de les Illes. Una prova la tenim en



gument era clar: "hem vist les orelles del llop". El 1998, ja havia intuït aquesta possibilitat i per això va posar especial obstinació a aprovar i desenvolupar el REB, d'una banda, i les Directrius d'ordenació territorial per l'altra. El model turístic de sol i platja mostrava símptomes d'esgotament o, si no es vol utilitzar aquesta paraula, d'alentiment respecte de les destinacions competidores. A l'estiu, Mallorca estava saturada, és el que va declarar a Tecnoturística i per això era -és- menester reformar el model turístic: les DOT (les directrius territorials) i la Llei general de turisme havien de ser els instruments.

Han passat sis anys. S'ha passat de l'expansió a la crisi. En aquest sentit un nou REB, en paral·lel a la reforma de l'Estatut, hauria d'aportar el finançament per emprendre les reformes que no es varen fer al seu moment. Però la proposta

el pressupost general de l'Estat que un cop més situen les Balears a la cua de les inversions públiques. El mateix que va ocórrer quan el PP era en La Moncloa i aquí a l'oposició. S'impulsà una política partidista fonamentada en el tot o res, l'objectiu de la qual era el descrèdit del Pacte de Progrés i la seva substitució per un nou govern del PP.

FALTA D'AUTOCRÍTICA

En la seva intervenció davant el Parlament, Matas no va fer la més mínima autocrítica. La crispació sempre sembla que és cosa dels altres. La reforma de l'Estatut, el REB i, més enllà, un pacte per a un desenvolupament econòmic sostenible són invitacions a dialogar. No obstant això, el Parlament respira sectarisme. Hi va haver cridades al consens, però va faltar la credibilitat que és necessària per liderar una reforma. El debat de política general va aterrar així a la realitat. President i oposició van debatre sobre la situació econòmica i les seves repercussions socials, des de posicions sempre antagòniques, però admeten tots que hi ha problemes difícils de solucionar. La Mesa del Diàleg Social pot ser un camí per propiciar acords que ha de ratificar, com exigia la portaveu socialista, Francina Armengol, el Parlament.

Tots varen cridar al consens, al diàleg i es feren ressò del nou tarannà del Govern central. Però, en tot cas, allò que no amolla Madrid, és els diners de les carreteres. Per això, el finançament de les grans infraestructures es va convertir en el *leit motiv* del president en el seu torn de rèplica. Davant això, Rosselló li va recordar la seva afició per la desmesura. Pere Sampol va escollir l'hemeroteca per dibuixar l'escenari de crisi que Matas i el PP es neguen a veure i ho va fer, precisament, amb els arguments que la classe empresarial ha utilitzat des de la premsa. Francina Armengol, per la seva banda, es va estrenar amb un discurs ideològic i amb dotze propostes concretes de Govern. Jaume Matas va parlar de tendir ponts amb Madrid per obtenir finançament. Aquest segons el president- és el paper que ara per ara ha de jugar el PSOE balear.

TEMES A DEBAT

En tot cas, en el debat varen aparèixer alguns dels grans temes de l'actual agenda política, als quals Matas ha incorporat el nou règim especial. Són, per exemple, la reforma de l'Estatut, el finançament, l'euroregió, la reconversió turística o el bilingüisme. En el debat també varen aparèixer polítiques concretes que han provocat una forta contestació al carrer, com el projecte d'hospital a Son Espases per substituir Son Dureta. També es parlà de dos temes claus: sanitat i educació, per als quals falten doblers, però també molta més coherència de la que fins ara ha demostrat el Govern. I, finalment de reconversió turística, amb algunes referències a l'ecotaxa però sense que centràs el debat. El turisme és el que més preocupa en aquests moments. Matas, UM i tota l'oposició defensen que cal adaptar-se a les noves demandes, diversificar l'oferta, regular el "tot inclòs" i complementar el "sol i platja".

Vàrem sentir a parlar molt de diàleg, però sobre reconversió d'hotels, el president desplaçà expressament el debat als consells insulars. L'urbanisme és una competència transferida i els termes de la reconversió s'han de contemplar en els plans territorials insulars. Però el debat, segons l'oposició, no és exclusiu dels consells. La reconversió hotelera i per extensió la reforma del model turístic és un tema necessàriament obert i el Parlament no pot romandre d'esquena a una qüestió tan crucial com aquesta.

Matas semblava tenir-ho clar per intentar tendir ponts de diàleg enfront d'una oposició encara molt sensibilitzada davant les deslleialtats institucionals de la passada legislatura. No obstant això, la difícil realitat actual -amb una crisi soterrada- plena d'incerteses i el fet que a Madrid manen els socialistes, imposa una nova estratègia tant al Govern com a l'oposició. Però el diàleg és escàs i sembla que ho continuarà sent. Hi ha prou coincidència en l'anàlisi que es fa del present i també de les possibilitats del futur, però el passat pesa, no només en la política, sinó en les estructures econòmiques, massa difícils de moure. D'aquesta manera, el que resulta pràcticament impossible és posar-se d'acord sobre el camí a seguir. Si més no, aquesta podria ser la conclusió del debat.

Adreces a la xarxa

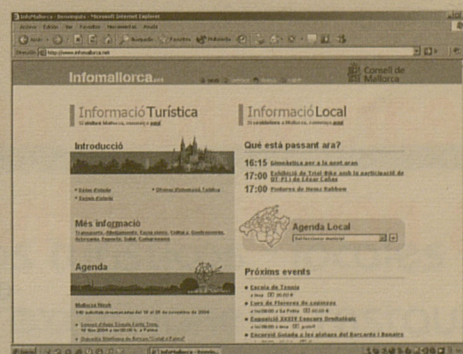
INFORMACIÓ TURÍSTICA PER A TOTHOM

La informació turística continua sent un dels productes estrella entre les pàgines web que s'editen a les Illes. Avui duim a aquesta secció dos exemples prou emblemàtics. El primer referit al Consell de Mallorca, que ha

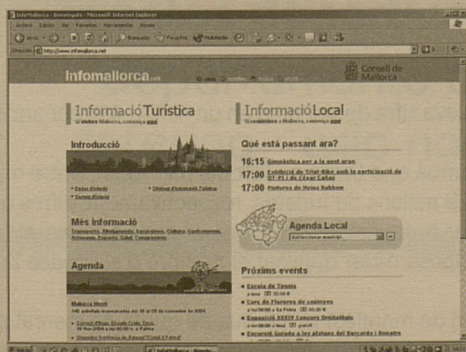
posat a l'abast del gran públic un projecte que, tot i tenir els turistes com a primers destinataris, pot satisfer la demanda de tots els ciutadans.

Es tracta d'*informallorca.net*, on es poden trobar tot un seguit d'actes i esdeveniments, tant culturals com esportius, així com informació de caràcter general ben útil per moure's a la nostra societat.

I l'altra, una pàgina de promoció d'una zona concreta de Mallorca: les cales de Capdepera que s'han agrupat entorn



www.informallorca.net



www.firstsunmallorca.com

a una marca: *firstsunmallorca*. El sol surt pel Llevant i la zona de Capdepera és la més oriental. D'aquest fet geogràfic, hotelers i ajuntament n'han fet una senyera promocional.

L'economia, pendent del petroli

ONA

La pujada del preu del petroli, per sobre dels màxims històrics, actua contra les economies occidentals que es torbaran més a sortir de la crisi. A les Balears el Govern ha reduït les previsions de creixement de l'any que ve a un 2%, un percentatge que fins i tot serà difícil de complir si continua l'escala de preus. Mentrestant, surten a la llum molts de problemes estructurals als quals cal fer front.



Presentació de l'Informe Econòmic i Social.

De bell nou el petroli torna a ocupar les primeres pàgines dels diaris. L'encariment del preu del barril per sobre dels màxims històrics ha provocat un terratrèmol financer a tot el món les conseqüències del qual encara són difícils de preveure. Per ara, ja ha fet malbé les previsions de creixement als països desenvolupats. Un fet que té una repercussió directa a les Balears, més enllà de les picabaralles de les companyies aèries per incrementar els preus de bitllets. Provocarà un retard a la recuperació d'Alemanya i, conseqüentment, a la crisi turística que s'arrossega des del 2001.

LA CRISI DELS SETANTA

Com ja va succeir en els anys setanta, el petroli obligarà a replantejar moltes coses. A hores d'ara ningú no sap si l'ensurt del preu del petroli serà això: un simple esglai o si, per contra, anirà més enfora. Però la conclusió és evident: la crisi que pateixen les Balears té un rerefons estructural important i, per tant, tot i que els carburants tornin a abaixar, no estan en condicions de resistir cap nova endemesa expansionista, com la que visquérem a principis dels vuitanta o entre 1994 i 2002. El petroli ha tornat a encendre les alarmes.

A L'EXPECTATIVA

I el pitjor de tot és que l'OPEP assegura no poder fer res. Al conflicte de l'Iraq i als temors sobre nous atemptats terroristes, se suma una meteorologia hostil que ha assotat els pous del golf de Mèxic i la recrudescència d'una guerra civil a Nigèria. El temor que continuïn els preus alts durant molt de temps ha fet que els ministres d'hisenda dels països occidentals hagin tengut present aquest factor a l'hora de redactar els pressupostos de l'any que ve. La recuperació econòmica serà, en el millor dels casos, més lenta del que s'esperava. També en el Govern se senten aquests temors, el que ha duit el conseller d'Economia a temperar les perspectives de creixement per al 2005.

Així, doncs, la recuperació promesa haurà d'esperar per força major. El carburant suposa entre un 14% i un 20% de les companyies aèries i marítimes. Si continuen els increments de tarifes, les empreses ho passaran malament. En resum més inflació i una nova pèrdua de competitivitat per al conjunt de l'economia. És, potser, la factura que s'ha de pagar per viure en un món cada vegada més incert.

Les Balears perden quota de mercat davant les noves destinacions turístiques

ONA

El darrer informe de conjuntura econòmica del CRE (Centre de Recerca Econòmica) de "SA NOSTRA" i la Universitat de les Illes Balears assenyalen, com una evidència, la pèrdua de quota de mercat per part de Balears i d'Espanya amb relació a les destinacions turístiques competidores. El CRE quantifica que un total de 6,7 milions de turistes varen visitar Balears durant el segon quadrimestre de l'any, la qual cosa representa un 0,8% més que la xifra del mateix període de l'any anterior.

Es tracta d'un creixement que dóna peu a afirmar que s'ha iniciat el retorn a la normalitat, però en qualsevol cas, aquest lleuger increment contrasta amb el registrat en el mateix interval per Tunísia i Turquia, del 17,7% i el 23%, respectivament, així com amb el de Croàcia i Malta, que

han vist incrementar la seva xifra de visitants en un 4,7% i 4%, per aquest ordre.

L'informe subratlla també que Croàcia i Turquia han rebut, entre maig i agost, 6,8 milions i 11,9 milions de turistes, respectivament, xifres que són rècords històrics per a aquests països, fins al punt que, en el cas particular de Turquia, suposa haver duplicat el nombre d'arribades amb relació a l'any 2000.

Aquestes dades posen de manifest la "pèrdua de quota de mercat per part de les Balears i d'Espanya amb relació a les destinacions competidores, que any rere any acaparen la major part del turisme de sol i platja que viatja al Mediterrani en els mesos d'estiu".

tendrás tiempo para todo



"un mundo de opciones para tu tiempo libre"

- eventos deportivos · discotecas turísticas · locales temáticos ·
departamento de eventos · excursiones · restaurantes ·
catering · ocio nocturno · parque acuático · salud y belleza



www.grupocursachocio.com

Mallorca · Menorca · Eivissa · Formentera

Naturalment benvinguts

Turisme i naturalesa en harmonia.

Foto: Francisco Llopert