

## **TEMES D'INTERÉS QUE RESALTEN DE LES PONÈNCIES I DELS DEBATS POSTERIORIS, ELS MODERADORS DE LES JORNADES.**

### **REALITATS DEL NOSTRE MODEL TURÍSTIC.**

- La realitat estructural del turisme a les Illes Balears: 16.815 empreses, el 94% microempreses de menys de 10 empleats, el 20% del teixit empresarial. És el 44% del PIB total de les Illes. Aporta el 32% de l'ocupació. Aporta 1.890 milions d'euros de la recaptació fiscal de les IB, el 40,4% del conjunt de la recaptació.
- L'actual model turístic, és ja un "antimodel". Es perd eficiència econòmica i malbarata molts de recursos naturals. No podem pretendre reproduir mimèticament el que ha funcionat fins ara. Cal construir-ne un altre sobre altres bases.
- Els models de recerca de la competitivitat a partir de la investigació i la innovació, són aplicables tan sols als models industrials. A Balears la competitivitat s'ha basat en els marges dels preus, el que ha fet baixar la renda per capita respecte a l'estat i la UE des de els anys 80. El rendiment econòmic es concentra en les puntes d'estiu i amb una major estacionalitat. La ineficiència s'accentua.
- Les previsions de la OMT encara preveuen un increment important de la demanda mundial del turisme de sol i platja. A Europa però, menys increment que a altres continents.
- Els Índexs de Pressió Humana diaris a les Illes s'eleva cada vegada més, especialment en temporada alta. És destaca l'augment de l'oferta no reglada, la superació de la capacitat de càrrega del territori i la saturació de les infraestructures disponibles. Hi ha coincidències sobre la necessitat d'allargar l'estacionalitat de la temporada turística. Altres opinions ho vinculen a que hi hagi una disminució del nombre total de turistes en temporada alta.
- S'ha permès un augment de places turístiques a partir de la justificació de les excepcionalitats. Ja en els anys 90 el president Cañellas, amb l'excusa que les Illes Balears havien de ser la Califòrnia d'Europa, plantejava la urbanització i els habitatges en rústic, tot i que aquests sempre havien estat condicionats al pagès. Això, sens dubte, va fer que moltes finques passassin a mans estrangeres per construir-hi segones residències. Fins ara sempre hem anat afegint oferta d'allotjament amb qualsevol excusa, però mai no hem minvat el conjunt d'aquesta. I això també serveix per a tot tipus d'oferta. Sempre afegim més que no minvam.
- L'al·lotjament turístic en edificis plurifamiliars és un tema complex i difícil de regular. Però la seva prohibició fins ara, no ha impedit el seu creixement irregular, constant i exponencial. Basta comparar les xifres de passatgers estrangers dels aeroports i les estades en les places turístiques controlades, per veure els desajustaments.
- Es destaca que no controlam la comercialització, ni per tan els preus. Competir amb rebaixa de preus és un suïcidi a curt i mig termini. Ha faltat capacitat de negociació hotelera front als TT.OO.
- En el debat es comenta que actualment hi ha unes 60.000 places hoteleres que sols sobreviuen pels conflictes en les àrees mediterrànies competidores. En situacions de normalitat aquestes places no sobreviurien a la competència dels preus baixos i millors serveis d'altres indrets.

- Es fa esment en les noves demandes del consumidor turístic i del paper de les noves tecnologies. La seva repercussió en el lloguer turístic. La diferenciació que cal fer entre el que es considera una plaça turística i els arrendaments de l'habitatge que permet la LAU (Llei d'Arrendaments Urbans). El seu tractament legal i fiscal. La problemàtica i eficàcia de les inspeccions turístiques.
- El nou consumidor turístic ja no espera tan sols una llista de serveis, també vol viure unes noves experiències. No podem competir amb els esquemes clàssics.
- El sector de lloguer d'apartaments de vacances reclama el seu paper en la distribució més compartida de la riquesa. En els pobles de l'interior de Mallorca han dinamitzat l'oferta complementària. Volen eliminar les traves legals que fins ara afavoreixen el sorgiment de l'activitat submergida al sector i a la vegada col·laborar en la redacció d'unes normatives que afavoreixin amb criteris socials la seva activitat.
- En el debat és constata el perill d'una nova concentració d'interessos estrangers i especulatius, també en aquest sector d'activitat turística. L'especulació financera internacional aterra en força a les nostres illes a la recerca de compra de places turístiques ja sia hoteleres o d'apartaments, per endegar projectes amb una visió de guany ràpid i a curt termini, sense cap tipus d'interès en l'arrelament al territori. Complica la possibilitat d'una planificació estratègica, a falta d'interlocutors fiables i estables.
- El debat detecta la possibilitat que des de els diferents sectors del món turístic, es pogués compartir un mateix diagnòstic de l'actual situació. No sembla existir encara aquesta coincidència, a l'hora d'esbrinar els motius de per què hem arribat a on estem, ni en les solucions que convindria aplicar.
- Pel que fa a la manca de formació professional en el sector, s'esmenta l'alta formació que per l'experiència han adquirit les plantilles més veteranes, sense cap tipus d'estudis i formació previs. L'aposta per un model de precarització laboral i de personal poc qualificat, per tal de treure un benefici ràpid en un sector serveis basat en els preus baixos i la massificació turística, cal aturar-lo.
- Es planteja que el pic de la producció petrolera ja és aquí. Els preus baixos del petroli en que es basen les ofertes de low-cost, no seran una realitat a mig termini. Malgrat la contaminació dels vols aeris s'hagi exclòs dels acords de París, suposen entre el 6 i 8% dels gasos que contribueixen al canvi climàtic. Es parla de preparar la transició cap a un món no turístic, garantint els drets socials i definint uns límits de fins on es pot arribar.
- També és planteja l'estat de la planta hotelera i si ja no està prou amortitzada. Caldria veure la degradació consentida de determinades zones turístiques i la desinversió realitzada cap a altres indrets del món.
- Es recorda que moltes places d'habitatges vacacionals particulars, han estat propiciades irregularment pels mateixos hotelers, quan s'ha produït sobrecontratació de les places hoteleres.
- S'insisteix que la productivitat de molts d'establiments turístics es produeix per l'oblit de les normatives laborals i l'increment dels ritmes de feines. No és el mateix arreglar una habitació d'un llit, que una habitació amb quatre o sis lliteres. També és oferta il·legal

contractar per sobre de les places hoteleres legalment autoritzades.

- Hi ha hagut un monopoli del poder de les grans cadenes en el disseny de les polítiques turístiques. No es comptabilitzen les externalitats públiques del model que pagam entre tots, mentre s'incrementa el guany privat minoritari i augmenta la desigualtat social.

## REALITATS INSULARS DIFERENCIADES

### MENORCA

- Menorca era l'illa a on existia un model de creixement més equilibrat entre els diferents sectors productius.
- Ruptura del model equilibrat a Menorca. 1983 any clau a Menorca. Es frenen les grans construccions hoteleres. Avança l'oferta extrahotelera més que l'hotelera. Del turisme de residències secundàries dels residents, al lloguer de les residències als forans.
- Turisme anglès i espanyol són els mercats més importants a Menorca. Un 60% de places són d'apartaments turístics, un 22% són places hoteleres. L'estacionalitat és molt més gran que a les altres illes. També hi té a veure els problemes de connectivitat aèria.
- 1993 declaració de Menorca com a Reserva de la Biosfera. Papers dels agroturismes i turisme rural. Possibilitats d'un turisme més diferenciat.
- A Menorca els preus no poden esser la base de la competitivitat. És fonamental la competitivitat estructural i la cooperació estratègica pública-privada. Cal analitzar a quins segments del mercat ens volem dirigir. Dissenyar trets específics del producte, lligats al sector quinari i al turisme. Relacionar ambdós criteris és cabdal per dissenyar el producte amb major valor afegit, que permeti la competitivitat.
- Cal establir una estratègia de comunicació del producte a vendre. Importància del sector quaternari pel màrqueting i del Parc Bit a Menorca en aquesta estratègia. Un producte nou amb una forma específica i diferenciada de venda.
- Per a Menorca és encara més cabdal que per a les altres illes, assegurar la bona connectivitat aèria, per intentar allargar la durada de la temporada turística.

### FORMENTERA

- El missatge turístic de Formentera és “ Singular i natural. Petita i fràgil”.
- Un model insular específic, amb una oferta hotelera i d'apartaments reduïda i controlada. Però també desbordada en la temporada alta. Amb una problemàtica afegida del turista transeünt, ja sia des de Eivissa o des de Dénia, que aporta més símptomes de saturació i poques contrapartides de rendibilitat econòmica. També el tema dels fondeigs a les platges i als espais naturals és molt greu, pels atacs a l'excepcional pradera de posidònia que envolta l'illa.
- No volen un augment de places turístiques.

- És urgent un sistema estadístic públic que diferenciï clarament Formentera del conjunt de les Pitiüses. Molt més en les dades que afecten al turisme.
- El mercat turístic majoritari és l'italià i l'espanyol. Per les dimensions de l'illa és molt difícil tenir marges per diversificar l'economia.
- Els límits de competències pròpies i la concurrència amb altres administracions, especialment les de l'estat pel que fa al port de La Savina i al control de les embarcacions a la mar, fan molt difícil una coordinació de les estratègies necessàries per assegurar el tipus de turisme que és considera sostenible.
- Reclamen una política de promoció turística pròpia des de cada illa i la seva transferència als consells insulars. Per ells la promoció és garantir no un major nombre de visitants, sinó demanar un tipus de turista compromès amb el que podrà veure i gaudir.
- Es proposen incrementar les mesures de protecció i de control de visitants a determinades platges i al parc natural. Tenen 40 Km de rutes verdes disseminades per fomentar el senderisme. Avança la peatonització dels nuclis urbans. Han col·locat 28 punts de recarrega per cotxes elèctrics.
- Tenen necessitat d'adequar les infraestructures i problemes no resolts. Aigua potable, depuradores, exportació de residus a Eivissa...
- Cerquen el consens en el disseny de les polítiques. Existeix un Consell de Participació d'Entitats que aborda els temes de l'illa. Hi ha 84 entitats diferents.
- Han unificat les conselleries de turisme i territori. El turisme és un camí; la finalitat millorar la qualitat de vida dels habitants.

## QUÈ HAURIA DE SER UN TURISME SOSTENIBLE?

- És pot parlar de turisme sostenible, quan aquest permet mantenir-se al llarg del temps, garantint una prosperitat econòmica, fa avançar la cohesió social i no hipoteca el territori a les futures generacions. En aquest punt és fonamental la satisfacció de la població receptora i la seva cooperació en el conjunt del procés.
- Conservar el patrimoni cultural i no convertir-lo en un parc temàtic, és un tema crucial per definir un model de turisme sostenible.
- La societat és l'agent principal del turisme sostenible.
- L'estacionalitat és l'antítesi de la sostenibilitat? És possible allargar la temporada turística en un model de sol i platja?
- Per poder ser qualificada una activitat turística com a sostenible, cal que digui clarament el que vol aconseguir i que pugui ésser avaluada per entitats independents.
- És sostenible el turisme actual de les Illes Balears?  
\* Cada illa és una realitat diferent.

- \* El model de sol i platja està esgotat en determinades zones.
  - \* Les alternatives a l'estacionalitat són molt laxes.
  - \* La capacitat de càrrega física, social i psicològica sembla superada.
  - \* No hi ha un creixement planificat.
  - \* Un tipus de turisme, exclou a altra tipus de turisme.
- Què hauríem de fer?
    - \* Assolir una visió integrada de la problemàtica.
    - \* Establir una estratègia de diversificació productiva.
    - \* Ampliar la participació dels agents socials.
    - \* Introduir indicadors i mesures qualitatives i no tan sols quantitatives.
    - \* Establir una planificació turística i no purament urbanística.
    - \* Assegurar una distribució social dels guanys.

## PROPOSTES QUE CALDRIA CONSIDERAR

- Cal establir una estratègia global com a destí turístic. Fins ara hi ha massa improvisació. Fa falta un increment de la competitivitat global, establir una estratègia com a marca de país.
- Els quatre pilars de la competitivitat global enunciats: Política i condicions turístiques; recursos naturals i culturals; infraestructures; Facilitadors de l'entorn. Cal fer actuacions en els quatre àmbits. A la ponència de Imma de Benito s'especifiquen les seves propostes.
- Es fa veure la necessitat de trobar el seu vertader sentit a la paraula:SOBIRANIA. Plantejar-se clarament que volem fer com a societat i quins mitjans tenim i volem per aconseguir-ho.
- Si no fonamentam el turisme sobre quatre eixos bàsics: formació, qualitat, innovació i diversitat, som morts turísticament. Només el que creu, crea canvis.
- Hi ha coincidència en la necessitat de diàleg entre tots els sectors que formen part del procés turístic. Però no sols dels actors directes. Cal un debat social sobre el turisme que volem i que podem sostenir. Un debat que ja està en el carrer. És un tema clau a cadascuna de les quatre illes i per orientar el model global que pot facilitar i impulsar la comunitat autònoma. Les contradiccions de l'actual model són més evidents que mai i la gent agafa consciència.
- Es planteja que cal diferenciar els distints àmbits d'intervenció de les administracions. El paper que els Consells Insulars i els ajuntaments han de tenir, per garantir la planificació territorial, les àrees d'intervenció turística i la participació ciutadana. La conselleria de Turisme pot posar les condicions del producte considerat turístic, la seva regulació i les sancions oportunes per garantir la seva qualitat.
- S'apunta la necessitat també d'un nou model d'empresariat, que no pensi tan sols en la recerca de la més alta rendibilitat, sinó també en la projecció social i territorial de la seva activitat. Que sàpiga cercar complicitats en el conjunt de la societat per desenvolupar adequadament aquestes vessants més socials i responsables.
- S'hauria de posar per damunt de qualsevol consideració la dignitat de les persones. Com és pot assegurar uns mínims vitals a la població, disminuint la pressió sobre el territori.
- Hi ha una coincidència en que cal tenir una política estratègica en matèria turística, i la

conseqüent necessitat de tenir una planificació estratègica coherent i uns plans d'actuacions orientats des de aquesta vessant. Aquesta planificació estratègica hauria de sortir del diàleg i del consens entre tota la societat.

- S'esmenta el tema de la connectivitat aèria i que és clau en l'actual model de turisme que tenim i per orientar un possible canvi de model. Sense el control o sense possibilitat de participar en les polítiques dels aeroports i ports de les nostres illes, mai tindrem les eines estratègiques claus per dissenyar el nostre futur. Es demana exigir el compliment de l'Estatut d'Autonomia sobre aquest tema.
- Hi ha que apostar per la formació i el treball qualificat del personal dedicat al turisme.
- No és pot parlar de decreixement turístic, sense acompanyar-lo d'estratègies clares de diversificació econòmica i la consciència de la seva dificultat en un context d'insularitat. També per l'actual falta de finançament adequat per a les Illes, la necessitat del REB i la manca d'inversions estatals.
- Es planteja la metodologia d'anàlisi de com cal analitzar realment el model turístic, qui ho ha de fer i si encertem realment en el diagnòstic. No és pot deixar la planificació estratègica del turisme en mans privades. El govern ha de liderar aquesta planificació estratègica tenint en compte els interessos globals de la societat, i a partir d'aquesta visió, cercar la recerca de grans acords entre totes les parts.
- Les Administracions Públiques tenen el repte d'aprofundir en la modernització del seu funcionament intern, si volen estar a l'alçada de les necessitats de la planificació estratègica que necessita la nostra comunitat.

Resums realitzats per Josep Valero i Antoni Reus.