

QUADERNS GADESO

ANÀLISI DE LA REALITAT SOCIOECONÒMICA DE LES ILLES BALEARS. N.º 24. JULIOL 2003

RECONVERSIÓ

Quaderns Gadeso, aprofita cada estiu per a fer referència a un destí turístic rellevant a la nostra comunitat. En el número 12 de Q.G. corresponent al mes de juliol de 2002, es va fer una monografia referida bàsicament a la platja de Palma. Avui escrivim sobre Sant Antoni de Portmany (Eivissa).

De dia en dia resulta més urgent ressituar els nostres destins turístics amb criteris de competitivitat. Sant Antoni, com el conjunt dels nostres productes turístics, és un destí madur. El que implica prendre mesures, no tant de canvi radical de model, sinó de reconversió del mateix.

Un destí turístic madur, significa entre d'altres coses que sense abandonar la política de preus, ha de fer una aposta seriosa en temes de qualitat. La qualitat no és un concepte abstracte, fa referència a temes tals com la imprescindible millora dels entorns urbans, dels valors naturals mediambientals, així com una diversificació a la nostra oferta.

Sant Antoni de Portmany té tota una sèrie d'assignatures pendents. Per aprovar-les és imprescindible la cooperació entre el sector privat i el públic. Sense aquesta cooperació s'està condemnant al fracàs.

Al mateix temps no podem deixar de banda el benestar i la qualitat de vida dels ciutadans i ciutadanes que habiten de manera estable a Sant Antoni. La millora dels distints serveis turístics ha de passar de manera inevitable per la millora de les condicions de vida dels seus residents estables.

Sant Antoni va esser el destí pioner d'Eivissa. La necessària reconversió del seu producte turístic, pot esser el model a seguir pel conjunt de l'illa

SANT ANTONI DE PORTMANY DESTÍ TURÍSTIC CRÍTIC

Per definir les possibles amenaces i oportunitats d'un destí turístic com Sant Antoni de Portmany és necessari analitzar amb cura tots els components de la seva oferta per veure, entre d'altres coses si s'adequa a les demandes quantitatives i qualitatives dels mercats turístics.

L'oferta d'allotjament turístic a Sant Antoni representa el 20% del total de l'illa d'Eivissa. Com es pot veure en el quadre adjunt, Sant Antoni ressalta per la seva oferta d'allotjaments de relativa baixa qualitat en comparació a la resta de l'illa i de les Illes Balears.

A diferència d'altres destins turístics únicament un 19,6% de la seva oferta hotelera està explotada per cadenes, corresponent bàsicament als hotels de 3 estrelles. Aquest tipus d'establiment està ubicat bàsicament en Es Caló-Cala Gràcia i la Badia, amb una mitja de 300 places. Pel contrari els hotels de més baixa qualificació i dimensió estan gestionats de manera independent, estan ubicats bàsicament dins el nucli urbà. Aquests establiments de menor categoria tenen una dimensió mitjana de 86 places per allotjament.

En referència als establiments dedicats a les activitats complementàries en l'entorn turístic, la denominada oferta complementària presenta la tipologia característica dels municipis turístics, però més exagerada. A més a més de llocs amplis d'oci i d'entreteniment oberts a tots els visitants de l'illa, existeix una oferta complementària molt atomitzada i concentrada dins el nucli urbà. Aquesta situació representa una certa degradació de l'esmentat entorn urbà, i al mateix temps una oferta de relativa baixa qualitat, que es veu agreujada pel seu caràcter fortament estacional.

Des de la perspectiva de la seva actual demanda, "turista tipus", predominen els joves menors de 25 anys, de nacionalitat britànica amb allotjaments de baixa categoria al poble i hotels de 3 estrelles a la badia. Segons recents investigacions les principals motivacions per triar Sant Antoni com a destí vacacional és el preu i les possibilitats d'oci i divertiment. Al mateix temps crida l'atenció la queixa generalitzada, especialment del turista de més qualitat, pel renou, la degradació urbana i una certa sensació d'inseguretat.

TAULA 1

TIPOLOGIES ALLOTJAMENTS TURÍSTICS

	Apartaments AP	Hotels H	Hostals HR.HS.CH	Altres
Sant Antoni	32.5%	37.4%	28.2%	1.9%
Eivissa	34.7%	44.5%	19.3%	1.5%
Balears	36.1%	41.3%	21.8%	0.8%

Font: El turisme a les Balears 2002. Conselleria de Turisme. Elaboració pròpia

OFERTA/DEMANDA DE BAIXA QUALITAT

L'oferta turística existent, sens dubte pot condicionar la clientela. Però no és una garantia que un canvi radical de l'oferta signifiqui automàticament l'accés a d'altres mercats i clients. Possiblement el que és necessari és actuar millorant i canviant si és necessari l'oferta, i simultàniament anant explorant nous segments de mercat susceptibles de convertir-se en clients. Per això és necessari conèixer quina és l'actual oferta i a quin públic es destina, per veure quins són els seus punts forts/dèbils, les seves amenaces/opportunitats.

Crida l'atenció tal com es veu a la taula nº 2 la relativa baixa qualificació dels allotjaments turístics existents a Sant Antoni. Destaca que un 60,9% dels apartaments turístics estiguin qualificats com d'una clau, quan al conjunt de l'illa d'Eivissa representen el 42,6% i pel conjunt de les Balears el 23,3%. Més encara, els apartaments turístics d'una clau de Sant Antoni representen quasi un terç dels totals dels existents a Eivissa d'aquesta categoria.

Quasi el mateix es pot dir en referència als hotels i les seves categories. A les Balears, els hotels de 3 estrelles representen quasi un 80% i els de 2 estrelles quasi un 16%. Al conjunt d'Eivissa els hotels de 3 estrelles representen un 71% de l'oferta, mentre que els de 2 estrelles representen quasi un 27%. En canvi a Sant Antoni els hotels de 3 estrelles únicament representen el 55,9 de la planta hotelera, mentre que els de 2

estrelles són quasi el 40%. Totes aquestes dades més la presència d'hostals i cases d'hostes, reflecteix en el seu conjunt una oferta d'allotjament turístic de baixa qualitat.

Tal i com es pot veure a la taula número 3, s'analitzen els mercats actualment presents a Sant Antoni, en comparació amb el conjunt de l'illa d'Eivissa i de les Illes Balears, crida l'atenció la presència de visitants espanyols (17 punts per damunt de la mitja de Balears i quasi 6 punts del conjunt d'Eivissa), i de turistes britànics (4 punts per damunt del conjunt de l'illa d'Eivissa). En concret durant la temporada d'estiu de 2002 els britànics varen representar el 37% del total de turistes de Sant Antoni. En canvi els alemanys estan quasi 16 punts per sota de les Balears i quasi 10 punts del conjunt de l'illa d'Eivissa. Pareix excessiva la concentració sobre el mercat britànic i espanyol.

Però a més a més de la tendència a mercats quasi únics, la tipologia d'aquests visitants és quan menys preocupant. Sens dubte es dona un turisme de relativa qualitat i poder adquisitiu com a la resta d'altres destins turístics de les Illes Balears. Aquests acudeixen bàsicament a establiments de 3 estrelles/claus ubicats a la Badia i Cala Gració. Però aquest tipus de visitants té perill d'obtenir baixa satisfacció a causa dels "altres" turistes motivats bàsicament pel preu i l'oci fàcil.

Aquesta situació obliga a reflexions i actuacions serioses. No hi ha dubte que s'han de millorar les accions de promoció i comercialització de Sant Antoni com a destí turístic, en base a una nova imatge. Però aquesta "nova imatge" ha de correspondre a la realitat si es pretèn obtenir resultats satisfactoris.

TAULA 2

ALLOTJAMENTS TURÍSTICS PER CATEGORIES

	1 CLAU/ESTRELLA	2 CLAU/ESTRELLA	3 CLAU/ESTRELLA
Apartaments	60.9%	38.6%	0.5%
Hotels	4.5%	39.6%	55.9%
Hostals	37%	53.9%	9.1%
MITJA	33.5%	42.6%	23.9%

Font: El turisme a les Balears 2002. Conselleria de Turisme. Elaboració pròpia

TAULA 3

OCUPACIÓ SEGONS NACIONALITATS

	SANT ANTONI	EIVISSA	BALEARS
Espanyola	33.1%	27.5%	15.6%
Britànica	29.5%	24.5%	31.9%
Alemanya	14.1%	23.8%	29.8%
Francesa	10.4%	5.1%	3.4%

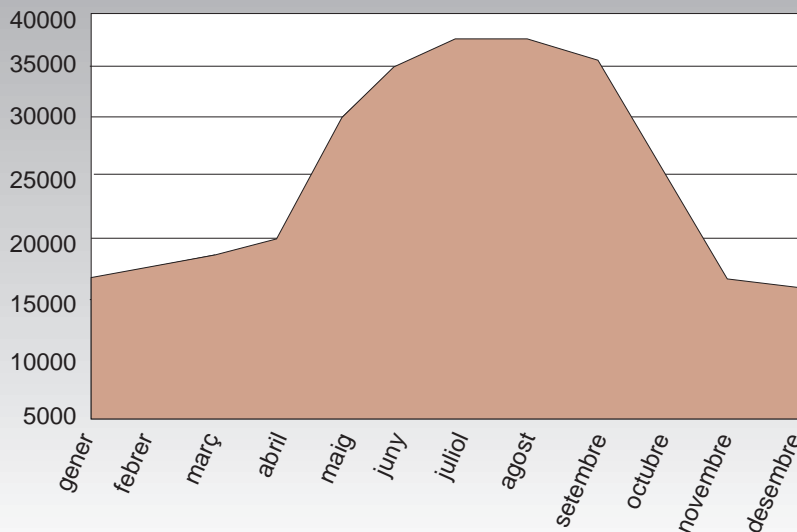
Font: El turisme a les Balears 2002. Conselleria de Turisme. Elaboració pròpia

OCUPACIÓ PRECÀRIA I SERVEIS PÚBLICS DEFICITARIS

El conjunt dels destins turístics de la nostra comunitat, i lògicament també de l'illa d'Eivissa, tenen un caràcter estacional. Però en el cas de Sant Antoni aquesta tendència és molt superior. Màximes ocupacions en plena temporada, i pràctica desocupació en temporada baixa i quasi mitjana. Aquesta realitat, entre d'altres conseqüències comporta un caràcter molt precari a l'ocupació. Al mateix temps condueix a situacions greus de disfuncions entre les puntes màximes de població, que superen àmpliament els 35.000 habitants el mes d'agost. Essent la seva població estable de 16.009 habitants, el mes d'agost l'increment de la població flotant és de quasi 21.000 habitants.

TAULA 4

EVOLUCIÓ MENSUAL DE LA POBLACIÓ REAL



Font: IBAE. Elaboració pròpia

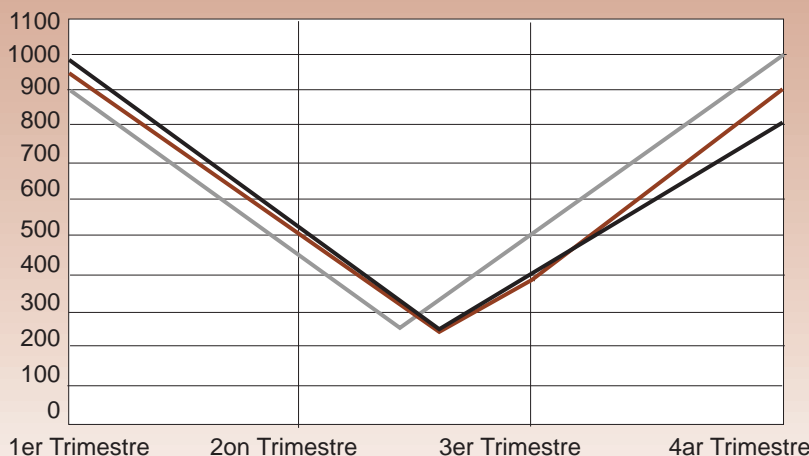
Aquesta situació reflectida en les taules adjuntes té conseqüències greus. D'una banda resulta pràcticament impossible per les diverses administracions públiques, especialment per l'Ajuntament de Sant Antoni, fer previsions i inversions amb infraestructures, equipaments i serveis públics pensant només en la seva població estable (16.009 habitants). Però al mateix temps resulta tremendament difícil fer aquestes previsions i inversions pensant en aquestes puntes de població (37.000 residents) concentrades quasi únicament en dos mesos. Al mateix temps planteja seriosos problemes financers a l'Ajuntament, donat que en general els subjectes passius de les càrregues fiscals són els habitants estables, quan al mateix temps s'han d'oferir serveis a la població flotant.

Un altra conseqüència greu de l'excessiva estacionalitat és el caràcter de precarietat que té l'ocupació a Sant Antoni. Tal com reflecteix la taula número 5 resulta molt significatiu que el passat any 2002 encara s'accentuï més el caràcter estacional de l'atur registrat. Durant l'any 2001, a 31 de desembre, la població de Sant Antoni afiliada a la seguretat social era de 4.425 persones, arribant a ésser 7.883 en plena temporada alta. El que representa una variació del 78.15%.

Aquestes dues realitats socioeconòmiques són de màxima importància, si es pretèn que l'activitat econòmica centrada en el turisme sigui rendible pel conjunt de la població. Aquesta rendibilitat social s'ha de concretar amb una ocupació més estable i de major qualificació, i uns serveis públics de qualitat assequibles a tots els ciutadans i ciutadanes de Sant Antoni.

TAULA 5

ATUR REGISTRAT 200-2002



Font: Observatori sociolaboral de la CAIB. Elaboració pròpia

UN PLA ESTRATÈGIC DE SANT ANTONI, UNA URGÈNCIA

Per tal de reconvertir de manera seriosa el producte turístic de Sant Antoni, i al mateix temps garantir els nivells de vida i de benestar dels seus ciutadans i ciutadanes, és imprescindible plantejar-se seriosament un pla estratègic que es concreti amb objectius clars i amb un pla d'acció concreta i avaluable.

Tal com reflecteix el quadre adjunt aquest pla estratègic ha de contemplar tots els factors que simultàniament afecten a la millora del producte turístic i a la ciutadania. Sens dubte s'ha d'afrontar directament l'assumpte turístic amb els seus entorns, com poden ser desenvolupar un pla seriós de promoció, fomentar les activitats nàutiques, desenvolupar un pla d'embelliment i esponjament, o prendre mesures serioses per tal de millorar els nivells de seguretat pública. Però al mateix temps s'ha d'afrontar de manera seriosa una reordenació del casc antic que afecti simultàniament a visitants i residents, així com projectar i invertir en assumptes que tenen a veure directament amb

els seus ciutadans, com pot esser un pla de vivendes que millorin la cohesió social.

En definitiva es tracta de plantejar un pla integral que afecti a tota la badia de Sant Antoni i en particular a aquest municipi. A l'inici d'aquest quadern es parlava de la necessària millora de la competitivitat de la nostra activitat econòmica, centrada bàsicament en el turisme. No només és poder esser competitiu, sense oblidar les necessàries i urgents mesures de xoc, també és pensar i plantejar objectius a mig termini. El contrari pot esser pa per avui i fam per demà.

Tot l'expressat aquí pot semblar paraules majors de difícil duta a la pràctica. El que és cert, és que els objectius d'aquest pla estratègic seran impossibles de plantejar i de realitzar, si el conjunt de la societat civil de Sant Antoni i dels seus representants polítics no es posen a caminar. I caminar d'una manera conjunta.

