

**ESPAI D'OPINIONS****Nº120**  
**Gener 2012****Antoni Tarabini-Castellani****Sociòleg****Fundació Gadeso**

## **LEY GENERAL TURÍSTICA PERO, ¿QUÈ TURISMO?**

He leído, con atención y bolígrafo en ristre, el proyecto de Ley General Turística, actualmente en información pública. Les confieso que me sumergí en una auténtica ceremonia de la confusión, hasta que descubrí que si no quería concluir en un callejón sin salida debía de analizar cual es el objetivo de dicha ley: en principio se presupone que la finalidad es afrontar una profunda modernización de nuestro producto turístico para mejorar su productividad y su rentabilidad empresarial y social. Estas líneas pretenden analizar precisamente si las líneas básicas de tal proyecto de Ley General es el instrumento adecuado para el fin que se propone. En próximas colaboraciones pienso tratar aspectos concretos incluidos en el proyecto de ley, como los cambios de uso, los condoteles, la seguridad jurídica...

### **LAS CLAVES DE LA LEY**

El conseller del ramo, en una de sus primeras declaraciones, afirmó que la modernización de nuestro turismo debía basarse en la actuación sobre el territorio. De hecho el conseller no está engañando a nadie desde el primer día, ni tan siquiera con este proyecto de ley. Previsible y anunciada declaración de interés autonómico de las macro iniciativas privadas a realizar en Magaluf, Sa Rapita y Canyamel. Anunciada ampliación de doce puertos deportivos en Balears, más la posible creación de tres de nueva planta. Posibilidad de usos turísticos en suelo agrario. Anunciada recuperación de los desarrollos urbanísticos suspendidos por el anterior gobierno, sin analizar la viabilidad de sus causas. Suma y sigue. En consecuencia, la política turística del govern de Bauzá, y sus consiguientes leyes, se basa fundamentalmente en actuaciones sobre el territorio.

Hay otro factor, relacionado con el anterior, que condiciona toda la ley: centrar toda la acción de modernización, y se supone que de la competitividad, en los alojamientos turísticos. Según parece la denominada oferta complementaria fue tenida escasamente en cuenta en las consultas previas. Craso error, porque en realidad la oferta complementaria (mucho más amplia que bares, restauración, comercios turísticos...) debería considerarse la "primaria" y básica. Cuando se

nos elije como destino turístico sin duda se tiene en cuenta la “calidad” del alojamiento, pero también y en primer lugar la diversidad, el interés... de la oferta complementaria, especialmente si pretendemos diversificar nuestro producto turístico para llegar a más segmentos de nuestra clientela real y potencial. En el proyecto de Ley la oferta complementaria brilla por su ausencia, y la que se insinúa de nuevo actúa sobre el territorio.

De lo afirmado hasta aquí puede deducirse que el modelo turístico que transmite la ley, es prácticamente el mismo vigente en los últimos años. Más de lo mismo, con algunas inversiones privadas multimillonarias en algunas zonas, incluyendo cambios de uso escasamente definidos.

## LAS CLAVES DE LA COMPETITIVIDAD

¿Cómo transformar nuestro producto turístico en más competitivo? Nuestros puntos fuertes son, entre otros, el conocimiento de nuestro destino turístico, su accesibilidad por sus múltiples conexiones aéreas, nuestra naturaleza y medio ambiente, nuestro clima.... Pero también coexisten debilidades que pueden convertirse en amenazas reales. Nuestro producto básico está escasamente diversificado, las zonas turísticas (¡no sólo los alojamientos!) son obsoletas o están en trance de serlo; en parte centramos la bondad de la actividad turística en el número de visitantes más que en su rentabilidad empresarial y social; un cierto abandono de la protección y adecuada gestión de nuestro territorio, naturaleza y medio ambiente...

Si es así, sin olvidar el mantenimiento y mejora de nuestra interconectividad aérea, nuestra competitividad debería basarse en dos paradigmas básicos. El primero, la calidad de nuestro territorio incluso por simples razones económicas. Como ejemplo valga la aberración de la urbanización del Guix en la Serra Tramuntana y cercana a Lluc, otra muestra es la “reconversión” del Rivetó de Porto Colom en prolongación del puerto deportivo. El segundo factor, debería ser la diversificación de nuestros productos que tiene íntima relación con los planes de reconversión de zonas turísticas, que deben incluir iniciativa pública y privada (alojamiento y la compleja y variada oferta complementaria). Si una zona está degradada urbanísticamente, si la oferta que ofrece es más de lo mismo, aunque se instalen en ella alojamientos de alta gama resultará un fracaso; a no ser que tales instalaciones se basen en la fórmula de “ressort”, que puede ser rentable para sus promotores e inversionistas pero no necesariamente para el resto.

Unos de los motivos que se nos da es la falta de recursos públicos para afrontar planes de reconversión integral de nuestras zonas turísticas a corto y medio plazo. La denostada Ecotasa, con sus probables errores, entre otros fines (adquisición de fincas y áreas naturales...), podía destinar recursos a tales fines. Es significativo que ahora, años después, piense aplicarse en Catalunya, parece que con el placet del PP y de los empresarios turísticos, con el mismo mecanismo de cobrar un euro/día a las estancias. Ni corto ni perezoso el Conseller Delgado ya ha negado toda posibilidad en nuestra Comunidad. El argumento que suele utilizarse es que el euro/día puede desviar clientes a otros destinos. Francamente algo falla en las bondades de nuestro

producto si nuestros clientes reales y potenciales dependen de tal condicionante.