P.? activos SEMANA DEL 29 DE DICIEMBRE AL 4 DE ENERO

Personas

Pedro Oliver

Presidente del Colegio Oficial de Guías Turísticos de les Illes Balears. / Nacido en Palma en 1970. Vive en Selva desde 2010, con su esposa y sus dos hijos. Estudió Turismo en la Universidad de Brighton (Inglaterra) y ha tenido distintas responsabilidades en el sector privado y en el público. Se declara amante del arte contemporáneo

«El futuro de Mallorca no está en ofrecer más turismo, sino una isla con más valor»

TONI TRAVERIA



Pedro Oliver cree firmemente en las bondades del turismo | Guillem Bosch

—¿Qué balance hace de la temporada turística? Seguimos con cifras récords, pero ¿qué estamos ganando realmente?

— El balance anual es positivo, pero los datos del último verano en Mallorca invitan a reflexionar: recibimos más turistas, pero sus estancias se redujeron de 7,5 a 6,6 días en diez años; el turismo alemán cayó un 2,5 %; la ocupación hotelera se mantuvo en el 91%, pese al aumento de precios. Este dato es muy positivo, puesto que significa que se atrae a un turista de mayor poder adquisitivo sin bajar la ocupación, lo cual favorecerá el gasto que este turista haga en el destino. El dato más revelador es, precisamente, el que tiene que ver con el gasto turístico: en verano, cada visitante gastó una media de 230 euros diarios, frente a los 362 euros del visitante de mayo. Es decir, en mayo gastaron un 57 % más y, además, generaron menor presión turística. Con esta comparación se demuestra por qué debemos apostar por un turismo de mayor valor y menos concentrado en verano. No deberíamos medir el éxito turístico por el número de visitantes, sino por la riqueza que los turistas dejan en Mallorca y el bienestar que generan para los residentes.

—¿Se puede afirmar que Mallorca ya está muriendo de éxito? ¿por qué? ¿Quién se beneficia realmente de la riqueza turística?

— Llevamos años advirtiendo que Mallorca podía morir de éxito. Pensábamos que eso significaba perder turistas, pero estamos viendo algo mucho más preocupante: perder a nuestros propios residentes. Familias mallorquinas de toda la vida se marchan porque vivir aquí es cada vez más difícil y sus hijos no pueden acceder a una vivienda. Es triste que quienes han cuidado esta tierra durante generaciones tengan que abandonarla. Mientras seguimos batiendo récords turísticos, buena parte de la riqueza beneficia a grandes empresas internacionales y no repercute suficientemente en la población local. El verdadero fracaso sería tener una Mallorca llena de turistas, pero donde los mallorquines ya no puedan vivir.

—Para el conjunto de la ciudadanía, ¿qué consecuencias tiene el 'morir de éxito'?

— Las consecuencias son muy claras: trabajar y seguir siendo pobre, no poder acceder a una vivienda (ni de alquiler ni de compra) y ver cómo se reducen las oportunidades de futuro. Estamos llegando a una situación preocupante: tener trabajo en Mallorca, para muchos, ya no garantiza poder vivir dignamente en la isla.

—¿Cómo valora usted la masificación turística en la isla?

— La masificación turística es, en gran parte, consecuencia de una falta de planificación y control por parte de la Administración Pública. Pongo un ejemplo: en Mallorca hemos acertado al limitar la construcción de nuevos hoteles, pero hemos llegado tarde a regular el alquiler vacacional, que ha pasado de ser una oportunidad para las familias mallorquinas a convertirse también en un negocio para grandes inversores internacionales. A ello se suman la saturación del tráfico, los coches de alquiler, las necesidades de mejorar el transporte público para el residente y la falta de inspecciones contra las actividades turísticas ilegales. Constato además una contradicción que me preocupa y que sirve para demostrar nuestra falta de acierto en la gestión turística: desaparecen los chiringuitos de playa tradicionales que disfrutaban los residentes, mientras proliferan los *beach-clubs* orientados al turismo de alto poder adquisitivo, ¿cómo se puede entender eso? La solución no está en ver el turismo como una amenaza, sino en planificar, regular y hacer cumplir las normas para recuperar el equilibrio entre turismo y calidad de vida del residente.

—¿La saturación turística es un fenómeno común en muchos destinos? ¿Qué ejemplos conoce de buena gestión de la misma?

— El mejor indicador de una buena gestión turística es evitar llegar a la saturación. En Baleares seguimos sin calcular seriamente la capacidad de carga de nuestras islas, como si fuera una cuestión tabú. Menorca es, en mi opinión, el mejor ejemplo de equilibrio en Baleares: ha desarrollado el turismo sin renunciar a su agricultura, ganadería, artesanía e identidad local. No podemos seguir el camino de destinos como Venecia o Santorini, donde la presión turística ha desplazado a la población local. Debemos, por el contrario, aprender de ciudades como Helsinki, Goteborg o Copenhague, que apuestan por una gestión turística más responsable. El verdadero éxito es conseguir que el turismo sea compatible con la calidad de vida de los residentes.

> «El éxito turístico se debe medir por la riqueza que deja el turismo y por el bienestar para los residentes»

> «Cada vez más viajeros priorizan la calidad y buscan experiencias auténticas y locales»

—Se habla de turismo sostenible como una necesidad imperativa. ¿Cómo estamos en ese terreno?

— El desarrollo sostenible consiste en satisfacer nuestras necesidades sin comprometer el futuro de nuestros hijos. Sin embargo, actualmente en Mallorca, muchos jóvenes ya no pueden acceder a una vivienda ni independizarse con sus salarios. Por eso siempre digo que el turismo no es sostenible; no se evidencia un desarrollo turístico sostenible, queda claro. Incido de nuevo en que el problema no es el turismo, sino la falta de planificación y control de su crecimiento. Ahora toca gestionar mejor nuestro principal motor económico, con colaboración público-privada y medidas concretas: liberalización del suelo (estoy convencido que esto lo veremos el próximo año), construir más vivienda asequible para residentes, otorgar seguridad a los propietarios que alquilan, acabar con la ocupación ilegal y estudiar fórmulas para priorizar el acceso a la vivienda habitual de la población local, como ocurre en determinados modelos europeos. Por ejemplo, en Dinamarca si no has vivido mínimo cinco años allí no tienes derecho a comprar una casa. Los daneses han querido proteger a sus futuras generaciones para que puedan acceder a la vivienda y evitar el problema que hay en Mallorca. ¿Por qué no hacemos nosotros aquí lo mismo?

—¿Qué busca el turista que visita Mallorca o Baleares en la actualidad? ¿Ha variado en ese aspecto el modelo turístico?

— A pesar de todo, soy optimista respecto del futuro turístico de las Islas debido a que el nuevo viajero busca precisamente aquello que nos hace únicos: nuestra cultura, nuestras tradiciones, nuestra gastronomía y nuestra forma de vivir. Esto representa una gran oportunidad para recuperar la producción rural y dar una nueva vida a oficios tradicionales que corren el riesgo de desaparecer. Como guías turísticos, cada vez buscamos más agricultores, artesanos, productores y artistas locales que puedan compartir su trabajo con nuestros visitantes. Así conseguimos un triple beneficio: nuevos ingresos para estos profesionales, protección de nuestra identidad y experiencias auténticas que el turista recordará siempre. Tenemos varios ejemplos claros de ello. Por lo tanto, creo que el turismo puede pasar de ser una amenaza para nuestra identidad a convertirse en una herramienta para protegerla, si sabemos gestionarlo bien y se establece una buena colaboración con la iniciativa privada.

«El turista ya no se conforma con visitar Mallorca, quiere conocerla»

Según su modo de interpretar la realidad y por su propia experiencia profesional, **Pedro Oliver** considera que el fenómeno turístico en Mallorca ha variado radicalmente con el paso del tiempo. «La situación es completamente diferente respecto a los tiempos en que los touroperadores diseñaban los paquetes vacacionales y orientaban al turista -empieza diciendo-. En nuestros días, el turista tiene experiencia, conoce los destinos, tiene mucha información, ha viajado mucho, visita las redes sociales, las plataformas web, y, por todo ello, espera mucho más de sus vacaciones», sostiene Oliver. «No se conforma con visitar Mallorca, quiere vivir Mallorca».

Desde la órbita del residente, Oliver afirma que la percepción sobre el turista ha variado enormemente. «Antaño, el turismo era visto como una gran oportunidad de progreso, en tanto que ahora parte de la sociedad mallorquina lo relaciona con la masificación, las dificultades, de acceso a la vivienda o al encarecimiento del coste de vida y, por tanto, de pérdida de de calidad de vida en la isla». En su opinión, «Estamos confundiendo la mala gestión con la responsabilidad de quien nos visita; la culpa no es del turista; la culpa es nuestra por nuestra mala gestión».

—Usted manifiesta devoción por el rol de las bodegas mallorquinas com ejemplo de integración entre turismo, territorio, producción local y cultura.

— En efecto, las bodegas de Mallorca son otro de los mejores ejemplos que siempre uso para explicar cómo el turismo puede contribuir a recuperar y proteger nuestras raíces y nuestra economía. Mallorca cuentaen la actualidad con más de 120 bodegas, y el interés del visitante por descubrir y degustar vinos locales ha contribuido a impulsar una tradición vinícola que se remonta a la época romana. El resultado es muy positivo: mantenemos el campo cultivado, generamos riqueza para empresas locales, protegemos nuestra cultura y ofrecemos al turista una experiencia auténtica. Además, los residentes disfrutamos de una mayor variedad de vinos mallorquines. No tengo dudas al respecto: como mallorquín, prefiero ver nuestros campos llenos de viñedos que cubiertos de placas solares. Este es el camino hacia el turismo regenerativo: aprovechar la actividad turística no solamente para generar ingresos, sino también para recuperar nuestro patrimonio, fortalecer el sector primario y mantener viva nuestra identidad. El turismo debe ayudarnos a conservar lo que somos, no a perderlo.

—¿Qué rol juegan en todo este entramado los guías turísticos? ¿Cuáles son a día de hoy sus inquietudes y sus necesidades?

— En la actualidad, os guías turísticos somos mucho más que personas que explican monumentos: somos embajadores de Mallorca, de su historia, su cultura y su gente. La tecnología puede aportar información, pero difícilmente reemplazará la relación humana, las emociones y las experiencias que compartimos con nuestros visitantes. Nuestro reto es innovar y ofrecer experiencias cada vez más personales y auténticas. En cuanto a nuestras necesidades, seguimos reclamando más inspecciones para combatir el intrusismo profesional y una colaboración más estrecha entre el Govern y el Colegio Oficial de Guías Turísticos. Considero que eliminar la colegiación obligatoria fue un error del anterior equipo de gobierno, puesto que debilitó nuestra profesión y facilitó el intrusismo. Incluso desde los partidos que apoyaron aquella decisión se ha reconocido posteriormente sus consecuencias negativas. Si queremos un turismo de calidad, debemos empezar por proteger y valorar a los profesionales que representan nuestro destino turístico ante el mundo. Por otra parte, valoro muy positivamente la decisión del Ayuntamiento de Palma, liderado por el alcalde Jaime Martínez, de limitar desde este año los grupos turísticos a 34 personas por guía (antes eran de hasta 70 turistas por guía). Es una medida valiente que favorece la convivencia, reduce las molestias a los residentes, mejora la experiencia del turista y el trabajo del guía. Barcelona y San Sebastián ya aplican límites similares, incluso más restrictivos, 20 o 25 turistas por guía. En mi opinión, municipios como Sóller, Valldemossa o Alcúdia deberían seguir el ejemplo de Palma para combatir la masificación y recuperar espacios para sus residentes.