



MESTÍS

Cada bocado,  
un viaje

MÁS INFO

Noticias | Local

JOAN ENRIC CAPELLÀ

## «Este modelo turístico nos ha hecho rentistas y la falta de esfuerzo nos impide progresar»

El autor de 'Turisme o no turisme? Reptes per a la Mallorca del segle XXI' ofrece algunas claves para mejorar la Isla



10 Días Kia.

  
Movement that inspires

El geógrafo y empresario Joan Enric Capellà. | K.O.

Kike Oñate | Palma | 09/11/24 4:00



El primer contacto directo que **Joan Enric Capellà** (Campanet, 1979) tuvo con el turismo fue con 14 años. Tras ganar algo de experiencia en el pequeño negocio de fotografía fundado por sus abuelos en Sa Pobla, pasó a llevar él solo por las mañanas la tienda que abrieron en Can Picafort. Fue entonces cuando su padre le dejó el libro *Aprenda Alemán en 10 días*, ya que la clientela de la zona era eminentemente de ese país. Lo que no podía imaginar en aquel momento es que su vida estaría ligada al sector en todos sus eslabones: como trabajador, investigador, político, directivo hotelero y empresario. Licenciado en Geografía por la Universitat de les Illes Balears (UIB), estudió dos años en Nueva Zelanda, y a su regreso trabajó para Iberostar, Orizonia y Grupo Piñero para acabar cofundando SOM, una empresa que abrió el primer hotel del mundo solo para mujeres. Ese sueño empresarial murió por la pandemia, pero renació de otra manera al fundar la consultora turística Caray. Fruto de esta experiencia profesional surge *Turisme o no turisme? Reptes per a la Mallorca del segle XXI* (Leonard Muntaner Editor). Un ensayo crítico que ha presentado por toda la Isla junto a personalidades de todas las sensibilidades y que pretende ir más allá de las palabras a través de la creación del laboratorio de ideas Homo Turisticus,

Nova obertura

**OFICINA INTEGRAL**  
DE L'HABITATGE I ANTIOCCUPACIÓ

Nueva apertura

**OFICINA INTEGRAL**  
DE LA VIVIENDA Y ANTIOCCUPACIÓN

Ajuntament de Palma Es Urbanisme

## También en NOTICIAS



Illa Topuria, de  
vacaciones en Palma



Alcúdia planea  
comprar Gatamoix,  
uno de los 'pueblos  
fantasma' de  
Mallorca



Alerta por lluvias en  
parte de Mallorca



Un empresario  
compra la antigua

va gama  
Transit.  
Multiopción  
ing desde  
/mes.

ransit Courier Van  
0 EcoBoost 75kW  
, TIN 8,15%  
5%, 48 meses  
90 km, 48 cuotas  
/mes. Precio Final  
ando 15.839,82€

Ford  
PRO

Nueva gama  
Ford Transit.  
Ford Multiop  
Leasing desd  
231€/mes.

Importe total del lea  
15.839,82€. Importe  
adeudado 19.863€.  
Cumpliendo condic  
Precio total a plazos  
19.863€

Ford  
PRO

desde donde pretende impulsar un cambio de mentalidad que permita transformar el modelo turístico.

**El proyecto turístico de la derecha política balear siempre se ha basado en ganar más a cualquier precio; el de la izquierda, salvo en el primer Pacte, ha sido parecido, aunque algo más comedido. ¿Falta imaginación o voluntad?**

Nos guste o no seguimos gobernados por factores exógenos. La touroperación ha disciplinado a las empresas de aquí, que esperan directrices. Thomas Cook dijo cuándo hacer pruebas deportivas, a finales de los años ochenta, y TUI apadrinó durante muchos años la única maratón de Palma. Lo mismo ha ocurrido cuando han exigido certificados: la iniciativa no era de las empresas locales. No creo que falte una filosofía turística, de lo que carecemos es de una conciencia colectiva. Los buenos empresarios visualizan su negocio a 20 años vista, pero solo miran por ellos. Hay que hacer lo mismo en clave colectiva.



**Entre la clase empresarial domina el ansia por el lucro económico por encima de todo, aunque eso destruya el ‘producto’ que quieren vender. En Baleares, además, no ha habido una burguesía mínimamente intelectual, con una idea de qué debe ser Mallorca, como sí que la tuvieron pensadores como Miquel dels Sants Oliver antes de la Guerra Civil. ¿Es posible despertar esa conciencia colectiva de la que hablas?**

Entre finales del siglo XIX y hasta el *boom* existió una burguesía, pero murió con el turismo de masas. Prueba de ello es que tenemos el Gran Hotel de Palma o el Hotel Formentor. Esos intelectuales, como Miquel del Sants Oliver, gobernaban la planificación del desarrollo turístico. Con la llegada del bufet, la masa destroza el modelo anterior y vamos hacia el bajo coste. Nos convertimos en un destino del proletariado europeo, que tras la Segunda Guerra Mundial consiguió las vacaciones pagadas. Y su motivación para venir era el descanso; el turista de lujo de entonces, en cambio, buscaba aprender sobre Mallorca. Todo esto se debe entender con su debido contexto histórico, pero está claro que cuando la balanza se invirtió completamente, todo cambió. Sin hacer nada te pasaban miles de turistas por tu tienda y vendías sin esfuerzo. Eso es lo que nos ha desprovisto de la sensibilidad de la que hablamos.

**En el libro, de hecho, lanzas una dura crítica contra las patronales: «En la mayoría de casos cuesta discernir el rol de asociación del de lobby que influye sobre el poder público para favorecer sus intereses».**

No hay el liderazgo que tendría que haber y eso viene de la dinámica que comentábamos. Cuando uno se convierte en lobby solo protege los intereses de sus asociados. Y no veo un cambio en este sentido porque no hay sensibilidad. La fundación FUNDATUR fue un esfuerzo de las empresas para crear proyectos potentes, pero se pelearon y no fue a más. Por otra parte, la Fundación Barceló, que creo que hace una buena labor, decidió no invertir más aquí al considerar que mantener las sedes fiscales en Mallorca ya es una manera de contribuir, que lo es. El resto de su



**Más leído** Más comentado

- 1** Alerta por lluvias en parte de Mallorca
- 2** Un empresario compra la antigua fábrica Gordiola en disputa con Hans-Peter Porsche
- 3** Detenido en Palma uno de los atracadores de Pau Rigo por dar una paliza a un hombre por una deuda
- 4** La intensas lluvias requieren la intervención de los bomberos en varios puntos de Mallorca
- 5** Fallece la esposa del mallorquín Rafel Pol, ayudante de Luis Enrique en el PSG

**Túnel de Lavado Automático**

**Promoción Especial 10+1**

- 1** Pide al operario una tarjeta 10+1
- 2** Realiza 10 lavados automáticos
- 3** Ven y disfruta de tu lavado GRATIS

Gasolineras Quality low cost  
Centros de lavado Premium  
En Elefanteazul Palma Son Penoldra · Delante de IKEA Palma

acción social la hace en África. Ese espíritu también se debería aplicar en Baleares.

### **¿Podría cambiar ahora que los efectos turísticos son tan duros con la población de las Islas?**

No veo gestos, pero habría de ser así.

### **La falta de sensibilidad humanística de la que hablamos la introduces en el libro a través de la ecosofía: una corriente de pensamiento que busca el equilibrio profundo entre naturaleza y ser humano ¿De verdad la ves compatible con el capitalismo?**

Si es un capitalismo vacío, salvaje, neoliberal, está claro que no. Cualquier ideología vacía de sensibilidad, de humanismo, y centrada exclusivamente en un desarrollismo materialista, es igual de destructiva. La cosa está en cómo nutrir lo que hacemos con una conexión colectiva. La sostenibilidad de la que se habla tanto ahora es *greenwashing*. Se ha pervertido porque esconde la idea de seguir construyendo y creciendo a nivel material. Una cosa es crecer y otra desarrollarse. Lo segundo no implica seguir usando más cemento o ganando población. La tecnología es útil para este propósito. Si, por ejemplo, desarrollamos una industria agroalimentaria con valor añadido, creceríamos, pero no en términos de cantidad.

### **¿En la Conselleria de Turisme y en las cadenas hoteleras faltan filósofos y sobran economistas? Las grandes tecnológicas cuentan con perfiles humanísticos para tratar de contrarrestar la pérdida de humanidad de sus creaciones.**

Nos falta espiritualidad. Solo diciendo esto muchos se asustarán (ríe). Desde Sócrates y hasta el pensamiento más actual se habla de que hay un mundo sensible, materialista, y la gran pregunta es qué hay en lo que va más allá. Lo suprasensible. Como estamos tan desligados de esto, al estar dominados por una ciencia materialista, nos desconectamos de la vida. Siglos atrás sí que había una conexión más intensa de la humanidad con su propio ser. Invertimos mucho en ver qué pasa en las estrellas, pero con una visión muy mecanicista, para colonizar planetas. Eso cambiará en el momento en que nos alejemos del materialismo y vayamos más hacia una visión más espiritual, pero no entendida como algo religioso. El entorno natural no es algo utilitario para sacar provecho. Tenemos que estar en armonía para poder desarrollarnos todos juntos. Defiendo fervorosamente que desde el individuo podemos conseguir algo colectivo. No creo en el comunismo porque aspira a que una mente superior colectiva –que en realidad no lo es, porque no dejan de ser unos pocos individuos al mando– gobierne al resto. Nuestra empresa, Caray, es socia de la Fundación Capitalismo Consciente. Intentamos mantener la conexión de la ecosofía y llevar la espiritualidad a un terreno más pragmático, donde la gente lo entiende mejor. Si hablamos de espiritualidad, a secas, salen corriendo (ríe). Para mí, sinceramente, esta es la clave más importante y el turismo es una materialización más.

### **La elección del 'Tríptico del carro de heno' de El Bosco para ilustrar la portada no es casual. ¿Por qué esta obra?**

Es uno de los pintores que más me atraen por el mensaje tan actual que tiene pese a ser un hombre del medievo. Ese cuadro es una metáfora de lo material, de cómo usamos nuestra vida. No hay que verlo como un paralelismo con el turismo, pero si el sector lo utilizamos centrados en la avaricia por lo material y el egoísmo personal nos llevará al infierno. Contrariamente, también puede ser algo incluso celestial, como transmite El Bosco. El propio título del libro, que es una pregunta, está pensado para las miradas curiosas, para los que buscan significados a las cosas. De ahí la imagen escogida.

### **Mallorca respira turismo, lo impregna todo. Por ello, sostienes que no pervivirá sin esta actividad, al menos, mientras dure. ¿Cómo utilizarlo para mejorar el modelo?**



Hace tiempo que está habiendo una diversificación dentro del sector y somos un pequeño Silicon Valley turístico gracias al Turistec Cluster Internacional del ParcBit, aunque es una vergüenza que la Administración dejara de implicarse. Las empresas lo sacaron adelante y han conseguido vender tecnología al exterior, lo cual es un catalizador para hacer otras cosas. La mallorquina AnySolutions, por ejemplo, ahora coordinará la creación del Espacio Europeo de Datos Turísticos. Luego está la eterna pregunta de cómo ayudar al sector agroalimentario desde el turismo. Cuando presenté el libro en Sa Pobla, Marilén Socias, gerente de Fruites i Verdures Son March, que cuenta con 10 camiones y todos sus clientes son hoteles, explicó que el principal problema es la falta de manos. ¿Qué jóvenes quieren y pueden trabajar en el campo? No hay relevo, y eso dificulta la capacidad para garantizar el suministro. El presidente del sello Slow Food Illes Balears, Biel Torrens, comentó en otra presentación que cuando quieren sacrificar un cordero mallorquín tienen que enviarlo a un matadero de Barcelona para hacerlo legalmente y conseguir un certificado. ¿Eso se puede considerar producto de kilómetro cero? Hace falta una mayor resiliencia.

**¿Pero sería posible que el propio sector turístico, de la mano del Govern, invierta aquí en otros negocios desvinculados del turismo para reducir la dependencia?**

Haría falta una sensibilidad para plantear nuevas cosas, pero no la ha habido ni la hay. Y ese liderazgo no es responsabilidad única del sector privado, deben implicarse también sindicatos, la academia y la Administración. Todos han fallado porque la mentalidad competitiva solo piensa en 'qué hay de lo mío'. El dinero del Impuesto de Turismo Sostenible tendría que haber ido en esa línea que comentas, pero tristemente se ha usado para invertir en todo lo contrario, salvando algunos proyectos.

**También hablas de utilizar el turismo para reforzar la identidad cultural y lingüística de las Islas. ¿Estamos a tiempo?**

¿Qué apuesta en valor hemos hecho por nuestro patrimonio? Es patético. Y no se ha hecho porque la principal atracción sigue siendo la playa, nos guste o no. El resto es un plan B para cuando hace mal tiempo. Lo que pasa es que con la llegada de nuevas demandas turísticas sí que se han reclamado otras actividades, y de ahí que el visitante se mueva por más rincones de la Isla. Pero, ¿hemos ayudado a los trabajadores de los *rent a car* para que tengan la formación suficiente para dar unas pautas más allá de los tópicos? Eso es lo que ha faltado en toda la cadena. El Govern debería sentar al empresariado y a la academia, que debe salir de su endogamia, para poner en marcha contenidos y formaciones que potencien nuestra identidad. Y durante un año se podría analizar el grado de conocimiento de los turistas sobre la lengua, la cultural, la historia y las tradiciones. Falta una visión humanística. La Escola de Turisme está gobernada por la economía, que es tan omnipresente que no deja espacio para otras sensibilidades humanísticas. Tienen una asignatura de itinerarios culturales y otras sobre geografía, filología y derecho, pero aún así es insuficiente y es un error porque el turismo no es solo economía.

**Hablas de varios destinos que pueden servirnos de inspiración para mejorar el modelo de Mallorca. ¿Puedes resumirlo?**

En Nueva Zelanda hay una cultura con una sensibilidad ambiental muy alta. En la escuela de negocios en la que estuve tienen claro que los negocios se hacen para aportar alguna cosa al mundo. No es solo para sacar beneficios, que es lo que impera en Europa y Norteamérica. Es un referente para nosotros en ese sentido. De Cerdeña, donde la lengua propia, el sardo, casi ha desaparecido por la homogeneización italiana, sí que han abrazado su patrimonio más antiguo para reivindicar un identidad propia. La cultura de los nuragas son nuestros talayots y han invertido mucho para recuperarla y sacar pecho. Otro factor que nos puede servir contra la uniformización. El caso de Singapur es paradigmático porque es una islita entre gigantes como China, India, Malasia e Indonesia. La mayoría son de ética china, pero como rasgo identitario implantaron una cultura de disciplina, de ética y buenas prácticas para distanciarse del entorno, donde los países son más sucios y caóticos. Los tres son ejemplos de

como mantener una identidad propia, de no doblegarse ante la homogeneización cultural y aumentar la autoestima. Y en Mallorca lo tenemos muy fácil, pero falta voluntad.



### El ensayo destila positividad, pero esta conversación es algo pesimista.

(Ríe) Cuando aplicamos el espíritu crítico podemos parecer pesimistas, pero me considero optimista por naturaleza. Eso no quita que sea analítico y que las cosas no son fáciles. La cuestión trascendental de la espiritualidad para mí es una batalla clave que la humanidad libra desde hace miles de años. Es vital no dejarnos llevar por el materialismo y el egoísmo y que recuperemos una conciencia colectiva que piense más en los demás. En Mallorca hay una sociedad rentista muy instalada, acomodada. Como ha dicho alguno de los tertulianos en mis presentaciones: el problema es que estamos *empantxerrinats*. Las cosas han ido muy bien, en general, y han venido rodadas con un esfuerzo relativo. Antes del turismo de masas la gente tenía que ser más creativa y buscarse la vida de otra manera. Después de 70 años de turismo tenemos segundas y terceras generaciones que viven de una buena herencia. Y ese no tener que esforzarse nos impide progresar. Los únicos que ahora se esfuerzan son los inmigrantes, pero vienen con el propósito de mejorar sus vidas y luego regresar a sus países de origen. ¿Qué interés van a tener por la cultura, la lengua y las tradiciones de la Isla? La mayoría, ninguno. El autoestima del mallorquín, encima, históricamente ha sido muy bajo. Eso provoca que el de fuera pase.

### Lo más leído

- [Mallorca se enfrenta a dos semanas de lluvias: la Aemet activa alertas en algunas zonas](#)
- [Estos son los municipios de Baleares con más riesgo de incendio](#)
- [Una nueva patera llega a Baleares](#)

### *Al sol de la economía*

Cada viernes **Pep Verger**, director de El Económico, aportará su particular visión sobre la economía, el turismo y las empresas de Baleares para contar en su *newsletter* lo que nadie cuenta. Dar a conocer **el detalle que ha pasado desapercibido** o informar de las razones que han provocado una determinada decisión política o empresarial son algunos de los objetivos de este boletín. [Apúntate gratis aquí a la newsletter](#) y recibe cada viernes en tu bandeja de entrada **Al sol de la economía**.

Joan Enric Capellà

turismo en Baleares

turismo en Mallorca

TaboolaFeed

