

> Ciencia/ Oceanografía

Las corrientes del Mediterráneo frente al cambio climático



PÁGINA 3



Domènec Biosca, presidente de la Asociación de Expertos en Empresas Turísticas durante las jornadas celebradas en Palma. / JORDI AVELLA

> ENTREVISTA

«Sin ocio no hay negocio turístico»

> **Domènec Biosca** es presidente de la Asociación de Expertos en Empresas Turísticas y 'Medalla de Oro al Mérito del Conocimiento Turístico' otorgada por el Gobierno de España en 2011. **Elena Soto**

Economista, presidente de EDUCATUR y autor de numerosos libros entre los que destaca *Como llenar un destino y sus hoteles en épocas difíciles*. Este experto en economía y turismo ha sido uno de los conferenciantes voluntarios que ha participado en las Jornadas Encamina2013.

Pregunta.— Usted imparte la conferencia *¿Quién encuentra trabajo?* ¿Quién lo encuentra?

Respuesta.— El que lleva tiempo queriendo ser empleable y no empleado. El que no se ha acomodado y ha optado por ponerse 'guapo', que en este contexto significa activar la red de contactos, estar al día en todo lo referente a las nuevas tecnologías, aprender idiomas y poner en valor sus hobbies y habilidades para complementar el ejercicio o la carrera que desempeña. Todos somos

vulnerables, pero tenemos o deberíamos tener una red de protección, una lista de amigos a los que llamamos y con los que mantenemos contacto ¿Gestionamos bien las micro emociones de nuestro entorno o solo lo hacemos cuando estamos en apuros? El tema de las nuevas tecnologías y los idiomas es muy importante ¿Estamos al día? Hay que estar dispuesto a salir de la zona con-

fortable porque el mercado laboral es el mundo y en esta circunstancia se van a encontrar muchos de los despedidos de Orizonia. Hoy encuentra trabajo quien dispone de todos estos trajes.

P.— ¿Dónde buscar trabajo?

R.— Hay que olvidarse de buscar trabajo, es un error. No se echan currículums. No se hacen 20 visitas al día. Uno tiene que creerse que es un vendedor de si-

mismo. Hay que convertir lo que eres en un producto atractivo y formarse para ser distinto. Cuando creas que te has preparado y que tienes algo especial que ofrecer, el segundo paso es saber quién es quién ¿a qué tipo de clientes o empresas te diriges? No se acude a visitas a puerta fría. Y, muy importante, creerte que eres empleable constantemente. SIGUE EN PÁGINA 2



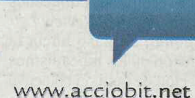
Govern
de les Illes Balears



PLA DE CIÈNCIA
TECNOLOGIA I
INNOVACIÓ
DE LES ILLES BALEARS
2009-2012



Connecta tu empresa a Europa



Vicepresidència Econòmica, de Promoció Empresarial i d'Ocupació



VIENE DE PORTADA Otra opción interesante es la de crear tu propio empleo ¿Para qué valgo? Y, a partir de ahí, estar dispuestos a hacer trueques cliente proveedor con unas cantidades que sean asumibles. Cuando vamos a comprar pan no compramos la panadería, nos llevamos una barra ¿Por qué no crear tu producto y venderlo a trocitos? Seguro que te lo compran. Los contratos de ocho horas diarias cada vez los veremos menos.

P.- Si usted fuera Ministro de Turismo ¿qué reforma laboral llevaría a cabo para disminuir el paro en el sector?

R.- Tomaría cinco medidas. La primera sería crear un carnet profesional con puntos; de forma que el que acumule un número mayor tenga prioridad a la hora de ser contratado. No puede ser que este sector sea una barra libre en el que hoy ejerzo de pintor y mañana de

«Hay que presentar el territorio con nuevas tecnologías visuales y mediáticas»

cualquier otra cosa. La segunda sería bonificar a todos aquellos que emplean a los que tienen más puntos. Si contratas a los mejores recibirás ayudas porque son una garantía de éxito. En tercer lugar, importantísimo, inspecciones en profundidad para que se cumpla la legislación laboral a rajatabla. El cuarto punto sería la formación obligatoria en nuevas tecnologías y en nuevos oficios. Todos los trabajadores del sector turístico tienen que estar en formación continua. Los parados, si quieren cobrar la prestación, deben formarse en las profesiones más demandadas, y los que trabajan tienen que seguir aprendiendo porque nadie les garantiza el puesto. Y, finalmente, bonificaría la Seguridad Social a las empresas que contraten trabajadores fuera de temporada. En la actualidad, lo más común es enviar a los hijos discontinuos al paro y esta



Domènec Biosca en el Colegio Oficial de Graduados Sociales donde se celebraron las jornadas. / JORDI AVELLÀ

medida nos cuesta dinero a todos. Si una empresa alarga la temporada varios meses hay que compensarla.

El empleo se crea con flexibilidad, las rigideces generan paro y crisis. Hasta ahora la gente tenía la seguridad en las rigideces, pero actualmente la seguridad está en las ventas porque los sueldos del sector turístico sólo los pagan las ventas.

P.- Reconversión turística ¿es necesaria en Baleares?

R.- Necesaria, no, urgente. Y yo la centraría en varios puntos. El

primero sería conseguir que el territorio sea atractivo, seguro, de accesible señalización y que además esté 'guapo'. El segundo es crear productos y especialidades mediáticas, que motiven a visitar las Islas. En tercer lugar habría que apostar por la presentación del territorio con las nuevas tecnologías visuales y mediáticas. No a los folletos. Otro punto es la formación de anfitriones vendedores. Y la última y muy importante es entender que la promoción tiene que ser mixta público-privada. No hay dinero público.

R.- Competitividad y cooperación

¿se pueden conjugar estos dos términos?

R.- No hay competitividad si no hay cooperación. El cliente paga toda su estancia en un lugar donde hay gente que compete, pero si no cooperan todos y entienden que el turista paga una talla de calidad, no la XL, entonces esta competencia en vez de multiplicar resta. Pongo un ejemplo, si en Mallorca no se sirven productos gastronómicos de la tierra en el buffet, y los que hay pueden ser de cualquier sitio, el cliente se irá sin saber que en Baleares hay una gastronomía fantás-

tica. Si alrededor del todo incluido no existe una potente oferta extra-hotelería que invite al turista a salir, éste solo conocerá su hotel. El resultado son precios de subasta al año siguiente. Solos podemos caminar, pero solo juntos llegaremos.

P.- Turismo 2.0, uso de redes y otras herramientas tecnológicas ¿está el sector en red o enredado?

R.- Pues más bien enredados porque todavía hay gente que les tiene miedo. Hasta hace poco el cliente era mudo, se quejaba a su círculo más próximo, pero ahora tiene altavoz. Es un reportero a nivel global y en tiempo real. Las nuevas tecnologías nos permiten conocer información de la oferta 24 horas al día durante todo el año, saber la opinión de nuestros clientes, conocer la de nuestros competidores y en consecuencia mejorar. Las opiniones son propuestas y tenemos que aprender a recogerlas, reaccionar en positivo y corregir.

«El turista no va a un destino a probar las camaras, va a ser feliz»

P.- ¿Vender destinos o vender hoteles?

R.- Lo que se vende es un destino con marca mediática y que tenga ofertas de ocio. La gente no viene a probar las camaras, viene a ser feliz. Sin ocio no hay negocio turístico. En el mercado de demanda el primer paso era reservar el hotel, después el transporte y finalmente el ocio. Hoy es justo al revés, aunque en el caso de las islas el transporte también es importante. En la actualidad el mejor hotel del mundo sino está en un destino mediático con ofertas de ocio tendrá que comerse los precios de subasta. Y, finalmente, Mallorca tiene que apostar de verdad por el turismo de lujo. Tiene hoteles extraordinarios, una gastronomía excelente, un entorno privilegiado, la Isla es un lujo, y este tipo de turismo no ha bajado los precios y es un negocio desestacionalizado.

>PROYECTOS CON FUTURO

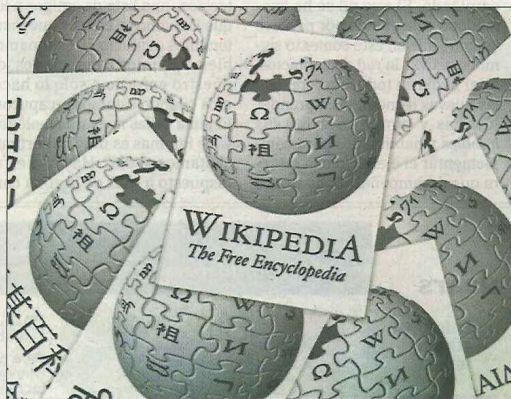
Un modelo estudia el conflicto y la cooperación en la Wikipedia

Por E. S.

Un estudio internacional en el que ha participado el IFISC, centro mixto del CSIC y la UIB, recoge un modelo matemático que describe la dinámica de los conflictos de edición de artículos en la Wikipedia. Los resultados, publicados en la revista *Physical Review Letters*, suponen un paso hacia la comprensión de los mecanismos de formación de opinión colectiva y abre el camino para mejorar las

condiciones de producción en entornos colaborativos.

El desarrollo de las tecnologías de la información y la comunicación ha hecho posible la aparición de entornos para la resolución de tareas complejas mediante la colaboración colectiva. Ahora bien, debido a la diversidad de opiniones no están exentos de conflictos que se generan a raíz de la propia cooperación.



Entre otros escenarios, el modelo constata que, por ejemplo, con un número fijo de editores que formen un corriente principal y dos grupos extremistas en contra, el consenso en el contenido solo se consigue tras mucho tiempo y puede no corresponderse a la visión inicialmente mayoritaria.

En el caso de un entorno dinámico en el que nuevos editores reemplazan editores antiguos que abandonan su participación en la edición del artículo, el modelo señala que los periodos de conflicto y consenso pueden alternar indefinidamente, dependiendo de la tasa de recién llegados y del grado de controversia en el tema del artículo.