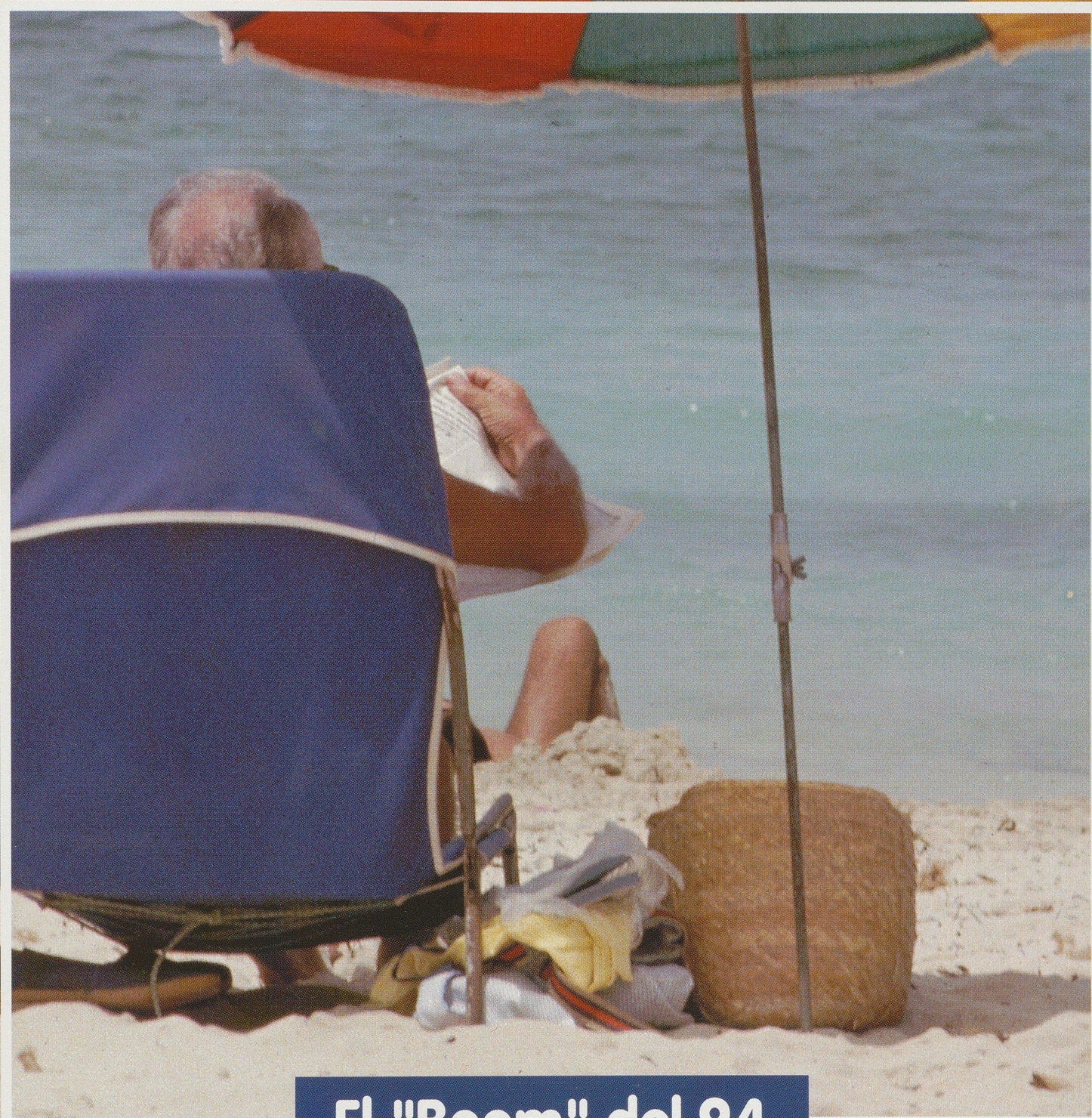


ona

Quadern de debat

21 - juny 1994 - 400 ptes.



El "Boom" del 94



MAJORICA[®]

Joyas y Perlas
Jewellery & Pearls

ona

Quadern de debat

nº 21, juny 1994

Edita: Fundescoop - Balears.

Directora-delegada: Sinfo García Gómez.

Assessor jurídic: Juan A. González.

Director: Sebastià Verd.

Consell assessor: Pedro Calvo (administratiu).
Miquel Capellà (advocat).
Mateu Carrió (arquitecte).
Antoni Fleixes (economista).
Josep Forteza Rey (empresari).
Jaume Garau (psicòleg).
Sinfo García (directora Fundescoop).
Juan González (advocat).
Pere Mascaró (economista).
Francesc Obrador (tècnic turístic).
Empar Rocabruna (economista).

Secretària de redacció: Magdalena F. Mulet.

Redacció i col·laboradors: Constanza Forteza.
Gina Garcías.
Antoni Llompart.
Miquel Massutí.
Caterina Ortega.
Joana M. Roque.

Disseny: A. Caro.

Realització: Hoesgraf, S.L. Tel. 27 81 05.

Impressió: Grafinsa. Tel. 29 32 61, Palma.

Administració i Publicitat: Fundescoop-Balears.
Sant Miquel, 68 A, 5.
Tel. 72 72 58. Fax 71 40 21.
07002-Palma de Mallorca

Dipòsit legal: PM-608-1992

Preu: 400 pessetes

Subscripció: 3.500 ptes. per any (10 números)

(Miquel Massutí és l'autor de totes les fotografies no signades)

El «Boom» del 94

El peu turístic pitja l'accelerador d'aquest estiu del 94 cap a rècords històrics. És el nou «boom», una explosió que pretèn ser controlada i que pot fer sortir les illes Balears de la crisi. Per això el POOT és ara més necessari que mai. Per evitar nous rebrots desenvolupistes que ningú no desitja.

Í N D E X

L'aigua, una conseqüència de la desorganització social 4

Editorial

L'ascendent cursa del sol 6-11

Gabriel Escarrer

Segona oportunitat: reinventar Mallorca 12-17

Margarita Nájera, Miquel Oliver y Miquel Galmés

Tot esperant el POOT 18-23

Joan Flaquer

Afectats per l'estacionalitat 24-29

Pedro Calvo

Mallorca i Alemanya, l'idili de dos vells coneguts 30-35

Wolfgang Graf Pilati

Res d'utopies 36-40

Miquel Cortada

La clau d'Ona 41-50

Tarja de subscripció

En

Adreça

Ciutat Tel

C/c. Banc o Caixa d'Estalvis

Signatura:

Per a subscripcions, copiau aquesta tarja i adreçau-la a FUNDESCOOP:
Sant Miquel, 68 A, 5. 07002-Palma de Mallorca, o telefonau al 72 72 58 (Fax 71 40 21)

L'aigua, una conseqüència de la desorganització social

S'ha de dir amb claredat, sense enganys: els greus problemes de subministrament d'aigua dolça que pateixen moltes poblacions de Mallorca, entre les quals s'hi compten Palma i Calvià és conseqüència d'una profunda desorganització social. És un cas paradigmàtic de manca de vertebració de la societat i, per tant, un producte de la insolidaritat que impedeix que s'adoptin les solucions adients quan aquestes, a curt termini, perjudiquen interessos econòmics immediats. Ja fa anys que s'avisava de la manca de recursos hídrics per fer front al model de desenvolupament de l'illa, però s'ha hagut d'esperar que la situació fos extrema per intentar el remei. Una societat ben organitzada mai no hagués admès tants retards i tantes improvisacions que, en definitiva, han provocat la desconfiança i l'enfrontament.

En aquest sentit, el transvasament des de l'aqüífer de Sa Marineta i, sobretot, el conveni entre l'administració central i l'autonòmica per aprofitar la correntia de Sa Costera i per construir una dessaladora d'aigua de la mar, han de servir per pal·liar la situació d'emergència en què ens trobam, però no posaran punt i final a un problema, la solució del qual no arribarà fins que la societat, i amb ella els seus representants que governen les institucions no prenguin consciència que l'aigua no s'ha de consumir, sinó que, senzillament, s'ha d'utilitzar. El subministrament a la població és, sens dubte, una prioritat però s'ha de fonamentar en un control rigorós sobre les fonts d'on procedeix per impedir salar aquífers i per garantir que l'agricultura conservarà els hectòmetres cúbics necessaris per mantenir-se activa, si bé per això és possible que s'hagi de procedir a la substitució de les correnties desviades cap al consum humà amb nous recursos procedents de la depuració.

L'aigua és un bé escàs, però reutilitzable, la qual cosa vol dir que el seu cicle es pot ampliar de manera racional i sense trencar els límits. L'aigua de pluja és, dissortadament, l'única font disponible de bon de veres a les Illes, però el cicle del seu aprofitament pot ser intervengut per la societat amb criteris de racionalització. És una qüestió d'organització en funció dels interessos reals de la societat, però la pèssima qualitat de l'aigua que surt per les aixetes de la major part d'habitatges de Palma i Calvià, o les mesures restrictives que han hagut d'adoptar diversos municipis de la part forana, mostren a les clares la incapacitat d'aquesta societat per organitzar-se. Ja s'ha dit reiterades vegades que el desenvolupament econòmic de Mallorca, i també de Menorca i en especial d'Eivissa, s'ha fet a costa de forts desequilibris. Un creixement fonamentat en el consum abusiu dels recursos naturals va fer que en el passat ningú no prengués mesures per garantir el normal subministrament d'aigua o, si més no, que aquestes mesures s'adaptassin als interessos especulatius. Els embassaments del Gorg Blau i de Cúber es varen construir per satisfer la demanda d'una ciutat que, això no obstant, no va creure necessari establir cap límit de creixement en els seus planejaments.

Fins ara mai cap poder públic no s'havia plantejat limitar el creixement urbanístic a les seves reserves d'aigua. Es confiava que la tècnica podria solucionar els problemes de subministrament, però la tècnica no evita la profusió de desequilibris, els quals, evidentment, acaben per passar factura a través de l'encariment del servei i, el que és més greu, d'un progressiu deteriorament mediambiental. El cas de la potabilitzadora d'aigua marina és paradigmàtic. Teòricament la mar és un recurs inexhaurible, però per poder transformar l'aigua salada en dolça és menester una enorme quantitat d'energia. És el peix que es mossega la cua. Els desequilibris augmenten. El desordre territorial continua.

Però el problema, com dèiem, és molt més profund. És sobretot un problema de manca d'organització social. Des de les pàgines d'ONA s'ha

insistit de manera constant sobre el caràcter de canvi d'època que vivim i de la manca de consens per dur a terme polítiques tan elementals com és l'ordenació territorial, de la qual haurien de derivar totes les altres polítiques econòmiques, a causa de la incidència directa que té sobre tots i cadascun dels elements individuals que conformen la societat. Les tres darreres dècades han estat presidides pel caos territorial que s'ha volgut frenar amb mesures parcials, com poden ser els plans municipals (quan aquests mateixos plans no han afavorit el desenvolupisme), el POOT (encara per acabar de definir), la Llei d'espais naturals... etcètera, però el Govern balear no va voler posar-se al capdavant quan l'economia era expansiva i, per tant, en cap moment no va fer una planificació de conjunt. No hi ha directrius territorials. No hi ha, en conseqüència, la documentació bàsica per dissenyar la política hidràulica de Mallorca en funció de la destinació que s'ha de donar a cadascun dels recursos disponibles.

En aquest sentit el transvasament des de Sa Marineta ha produït una lògica alarma entre els municipis afectats, que desconfien de la voluntat del Govern de controlar les extraccions i impedir així una hipotètica salinització de l'aqüífer, tal com s'ha produït a Palma i Campos. Igualment, no ha cessat la també lògica indignació dels residents a Palma i Calvià que veuen com l'aigua que els subministren continua essent de baixa qualitat. No és gens estrany. Ningú no se'n fia de ningú. L'agricultura consumeix les dues terceres parts de l'aigua dolça i, en canvi, la seva participació en el Producte Interior Brut no fa més que davallar. Els municipis com Llubí temen un procés expropiatori en funció de les necessitats del turisme. És un temor ancestral, una desconfiança sobre el poder econòmic de les Illes, perquè aquest mai no ha obrat en funció de criteris solidaris sinó d'interessos exclusivament privats i conjunturals. El poder econòmic, quan ha abandonat el caciquisme de l'època pre-turística, no ha creat cap tipus d'organització social que abasti el conjunt de la societat. Ara, en un canvi d'època, seria l'hora de fer-ho.

Cal dir, això no obstant, que dins d'aquesta desorganització social -tal volta com a símptoma del canvi que s'ha iniciat- s'han emprès algunes accions que serviran per pal·liar el problema de l'aigua. El conveni entre l'administració central i l'autonòmica pot ser satisfactori des del punt de vista de solucionar el subministrament a més o manco mig termini, com també s'ha iniciat una nova fase de la depuració de les aigües brutes, l'anomenada depuració terciària, que permetrà la seva reutilització. Això fa pensar que és possible dirigir les aigües dolces cap al subministrament de la població mentre que les residuals, convenientment endolcides, podran ser emprades per l'agricultura i per a la realimentació dels aquífers i evitar d'aquesta manera tant possibles noves potabilitzadores, que creen problemes afegits innecessaris, com l'escandalosa imatge que significaria la utilització de vaixells-cisterna per transportar aigua des de la Península.

La idea del vaixell-cisterna que a hores d'ara encara no sabem si es durà a terme o no és, sens dubte, un acte de desesperació, una idea que és fruit de la impotència i, en definitiva, de la desorganització social, perquè si la societat estigués ben estructurada seria relativament fàcil assignar els recursos escassos en relació a les necessitats reals de la població i de la seva economia. L'aigua de Mallorca s'ha de redistribuir, això és indiscutible. És escassa però suficient per mantenir activa la població actual i l'oferta turística, però s'han d'evitar nous abusos, és a dir, la creació de noves necessitats mentre no s'aconsegueixi reutilitzar l'aigua residual. L'aigua no pot ser més un instrument de lluita sectorial, ni un bé sotmès a polítiques especulatives. Per això manca una visió de conjunt, manca, com hem dit, una organització social solidària i amb visió de futur.

Un POOT a la carta

El Pla d'ordenació de l'oferta turística podria ser sotmès a una nova informació pública després de l'estiu. Administració central i autonòmica poden haver arribat a un principi d'acord per compartir les despeses de les infraestructures públiques i, per la seva banda, hotelers i constructors també semblen haver trobar una via de diàleg capaç d'eliminar la principal barrera política del POOT que, sens dubte, era la divergència entre els dos principals grups empresarials. Sigui com sigui, però, el Pla resultant serà diferent a l'originàriament redactat per encàrrec de l'ex-conseller Cladera o, si més no, distint de la idea que es va fer conèixer davant l'opinió pública. Un nou Pla, sota el signe del pragmatisme, o dels possibilismes s'obre camí cap al seu inici, però encara hi ha moltes traves a superar.

Tot fa pensar que el POOT serà "municipalitzat" en els seus objectius, és a dir, que serà un pla a la carta, la qual cosa podrà, fins i tot, facilitar-ne el finançament per part d'una administració central propensa a entendre's directament amb els municipis. L'administració autonòmica hi posarà les línies mestres i en vigilarà el compliment, però serà un consorci format a cada zona turística per totes les administracions i els agents socials l'encarregat d'executar el Pla amb totes les seves conseqüències.

ELS MUNICIPIS, PROTAGONISTES

Serà la conselleria de Turisme la responsable de coordinar el Pla per, entre altres coses, permetre un repartiment responsable dels fons públics, però els ajuntaments disposaran de la possibilitat de posar contribucions especials o d'utilitzar els seus propis recursos per acabar de perfilar el POOT segons els seus propis objectius. Seran els municipis, més enllà fins i tot dels propis ajuntaments, els protagonistes finals d'un Pla que pot capgirar el sentit de l'oferta turística de Mallorca.

D'altra banda els ajuntaments hauran d'assumir el paper d'agents dinamitzadors de l'economia en el seu àmbit territorial. De fet aquest és

un paper que els principals municipis turístics ja fa temps han assumit, però el POOT els implicarà encara més en la recerca del consens. Una part fonamental del Pla és la desaparició de l'oferta obsoleta per així garantir la qualitat de tot el conjunt. Tant el Ministeri com la Conselleria han deixat ben clar que la reconversió hotelera era un problema financer de la iniciativa privada i no de la pública, però és evident que els poders locals han de ser els catalitzadors d'aquestes inversions.

TEMOR DAVANT UNA NOVA EXPANSIÓ

Dur a terme el POOT suposarà una inversió que va des dels quaranta-vuit mil milions de pessetes, segons el càlcul del seu cost d'inversions, fins als cent mil milions, segons estimacions fetes per l'oposició socialista en el Parlament balear que reiteradament ha qualificat el POOT de frau a l'opinió pública, si bé el ministre, Javier Gómez Navarro, va dir que en compartia la filosofia perquè, al capdavant, són bons tots els procediments per arribar a millorar la qualitat del producte turístic. L'Administració central està disposada a participar-hi. El POOT és, malgrat les crítiques, una oportunitat històrica de reordenar el turisme.

En relació a tot això, les bones perspectives econòmiques de l'actual temporada poden significar un bon moment per a la iniciativa privada, però, al mateix temps, el temor que aquesta inversió s'adreci cap a un nou moviment expansiu en lloc de ser utilitzada en la reconversió. Coneguts empresaris hotelers i alguns polítics ja han denunciat públicament aquest perill, en el sentit que disparar de bell nou l'oferta en quantitat i no en qualitat tiraria per la borda l'esforç dels plans de modernització i d'embelliment i, de manera molt especial impossibilitaria que la filosofia del POOT pogués ser aplicada. Cal pensar, per tant, que les administracions públiques, sobretot la municipal i l'autonòmica, es mantendran alerta per impedir nous excessos. Com ha dit el president de la Federació Hotelera de Mallorca, Ferran Porto, "el POOT és ara més necessari que mai".



L'oferta obsoleta ha de desaparèixer



L'ascendent cursa del sol

Entrevista a Gabriel Escarrer

per Gina Garcías

Ser el titular de la més important multinacional espanyola l'obliga a fer feina de sol a sol. Compleix diàriament amb resignada disciplina una agenda de treball absolutament plena. Tímid, dur, complaent, sembla que el luxe mai no l'ha enlluernat, sinó que manté amb ell la mateixa relació vital que l'oficinista amb la seva corbata. És home de poques paraules, però quan ha posat les seves reflexions per escrit, ha concentrat tota l'atenció dels altres, ha provocat la polèmica i ha aixecat algunes bòfegues. L'actual situació del turisme, la necessitat d'investir la reordenació del sector, el fan prendre, ara, una actitud cautelosa, prudent, conciliadora, entre l'Administració i els empresaris, entre els constructors i els hotelers, entre el conservacionisme ecologista i el batec dels doblers.

- Com es presenta la temporada turística?

- Les perspectives són realment bones. Confiam que sigui una excel·lent temporada turística, no només a les Balears, sinó també al conjunt de zones turístiques espanyoles.

- L'any serà bo, gràcies en part a la mala situació dels altres països mediterranis que ens fan la competència. Però, com podem superar la dependència de conjuntures i aconseguir un mercat estable?

- No hi ha dubte que en un mercat tan feble als esdeveniments, la mala situació política i social d'altres països de la Mediterrània que competeixen amb nosaltres, té una influència benèfica per a nosaltres. En part, només. Ara bé, hi ha altres factors que també han influït perquè aquest sigui un any bo. Són les devaluacions de la pesseta, la bona relació qualitat-preu de la nostra infraestructura turística, i d'altres raons. Si continuam pel camí de millorar el producte i la qualitat, podem aconseguir una major estabilitat del nostre mercat.

- També serà un bon any gràcies als preus baixos de les estades turístiques. El ministre Gómez Navarro diu que s'ha de saber vendre, en lloc de deixar-se comprar.

- Hi estic completament d'acord. Hem de vendre, en lloc de deixar-nos comprar. Això suposa, per descomptat, pujar preus. Però no hem d'oblidar que hi ha un ventall d'oferta turística molt ample, i la pujada de preus ha de ser progressiva i moderada. Hem d'acompassar la pujada dels preus amb un augment de la qualitat. El nostre producte ha de ser atractiu, de qualitat, diversificat, per conquerir la demanda. Aquí hem d'aplicar

aquella vella regla del màrqueting que diu que només es ven allò que té demanda.

- Es presenta una excel·lent temporada turística i paradoxalment es continuen perdent llocs de feina al sector. Quines són les perspectives?

- No crec que es destrueixin llocs de feina. El que sí ha passat és que, condicionats per l'estacionalitat, molts d'hoteles s'han hagut de convertir en hotels de temporada.

LA RENOVACIÓ

- L'eufòria de la bona temporada, farà que es retardin les solucions reals als problemes de la nostra oferta turística?

Gabriel Escarrer i Julià va néixer a Porreres l'any 1935. Realitzà estudis de Comerç Superior i després de Formació Empresarial. En 1956 entrà en el món de l'hoteleria. En 1970 fundà la Cadena Hoteles Mallorquines, S.A., que el 1978 canvià el nom pel d'"Hoteles Sol", i que tornà reestructurar en 1987 quan es passà a dir "Grupo Sol". Amb establiments a Espanya i a l'estranger, és el primer grup hotelier espanyol, el tercer d'Europa i un dels 15 primers del món. Ha obtingut els màxims guardons de l'Escola de Turisme en 1981, del Foment del Turisme en 1989 i és també Medalla d'Or al Mèrit Turístic en 1983. En 1988 va ser nomenat Doctor Honoris Causa per la Universitat de les Illes Balears.

- Ni té perquè ser així ni, per suposat hauria de ser així. Les solucions reals als problemes de la nostra oferta turística han de venir per altres camins, i, per suposat, no els solucionarà una bona temporada. El nostre seny no ha de quedar enlluernat per un bon any turístic. Hem de cercar les solucions independentment de les conjuntures i pel camí que correspongui.

- El Pla d'ordenació de l'oferta turística estableix les solucions correctes i preveu els instruments adients per resoldre aquests problemes?

- El POOT pot ser un instrument eficaç i una ajuda molt bona. Però crec que ningú que tengui un coneixement mínim de la realitat turística no creurà que el POOT sigui una poció màgica per curar tots els nostres mals ni que resolgui, d'un cop, tots els nostres problemes. Del que sí n'estic segur, sense cap dubte, és que el POOT és positiu al cent per cent per a l'ordenació futura del sector turístic.

- Vostè creu que el president Gabriel Cañellas té prevencions davant el POOT?

- Jo crec que Gabriel Cañellas, com a bon polític, és conscient de la importància del turisme per a aquesta comunitat, i si el POOT és un instrument eficaç, per ajudar a millorar la nostra realitat turística, estic convençut que li donarà suport.

SENSE TEMPTACIONS

- Acceptaria vostè ser conseller de Turisme?

- Mai en la meua vida no m'ha passat pel cap aquesta possibilitat, mai no he tengut aquesta temptació ni, molt manco, aquesta ambició. Jo vaig triar lliurement ser simplement empresari, i això vull continuar sent. Això sí, si és possible, i amb el meu esforç personal, vull ser el millor. Crec que complint aquesta tasca faig millor servei a la meua comunitat, a la societat i al meu desenvolupament humà i

personal que si fos un polític. La política ni m'atreu ni em tempta, ni em fa ganes. Dic això amb tots els meus respectes cap els polítics i en especial per l'actual conseller de Turisme, que crec que fa molt possitivament la seva tasca.

- Vostè creu que s'han superat les tensions i la contradicció d'interessos entre els promotors urbanístics i els empresaris turístics?

- Els interessos que representen els dos sectors, i que formen part de la seva naturalesa empresarial, són diferents. Per això és legítim i no és condemnable que en algunes ocasions, o en projectes i casos concrets, puguin existir legítimes discrepàncies. Això no significa ni un enfrontament permanent ni una confrontació radical d'interessos. Jo crec que l'actitud de les dues patronals i la seva línia de treball comú en la redacció del text definitiu del POOT ha estat molt positiva. Jo crec que les dues han demostrat una responsabilitat i un seny que són dignes d'elogi.

- Els sis milions i mig de turistes que ens visiten, caben bé a les 400 mil places turístiques que hi ha ara. Creu que s'ha d'aturar radicalment el creixement de l'oferta?

- No crec que es pugui parlar literalment d'aturar "radicalment" el creixement de l'oferta, sinó més aviat d'ordenar racionalment el creixement de l'oferta. El que és realment important és aconseguir que les noves places turístiques que es crein siguin les adients per atendre un nou tipus de demanda.

LA RESPONSABILITAT EMPRESARIAL

- Quina és la part de responsabilitat dels empresaris turístics en el reordenament de l'oferta?

- Els empresaris han expressat reiteradament els problemes que afecten l'oferta i la necessitat d'una reordenació. Ho han fet a través dels canals adients i de la forma oportuna. D'altra banda, els empresaris han començat també, i pel seu compte, una modernització de l'oferta. L'empresariat ha

col·laborat molt directament a dibuixar les pautes de la reordenació que ara reflecteix el POOT. A partir d'això, jo entenc que la major part de les responsabilitats que ara queden, les han d'assumir els polítics i l'Administració.

- El ministre de Turisme, Javier Gómez Navarro, ha dit fa poc que l'eliminació de les places que han quedat antiquades, i la modernització de la planta hotelera, l'han de pagar els que directament s'han beneficiat fins ara d'ella. Vostè comparteix aquesta opinió?

- No es pot negar que l'hotelier es pot haver beneficiat de l'explotació hotelera, però també n'han tret profit l'Estat i les Administracions, gràcies als ingressos per divises, a la creació i al manteniment de llocs de feina, als impostos que han cobrat, les taxes, els arbitris... D'altra banda no s'ha d'oblidar que la modernització hotelera ja la paguen els hotelers... En relació a l'eliminació de les places obsoletes, hem de trobar una fórmula per fer-la factible. L'Administració ha de poder eliminar les places que han quedat antiquades de tal manera que tots quedin contents. No estic parlant exclusivament d'indemnitzar els propietaris, sinó que es poden cercar altres alternatives compensatòries.

- Els empresaris turístics de les Balears que, com vostè mateix, han invertit a l'exterior. Han retardat, o han perjudicat la modernització i la reordenació de l'oferta turística de les Illes?

- En absolut. La modernització de l'oferta turística a les Illes la fa cada empresari independentment de les inversions que pugui fer a l'exterior. A més, no s'ha de confondre el que és una diversificació de la inversió amb el que és una retracció de la inversió. Ara bé, a partir d'ara, i amb els condicionaments tècnics actuals i els que preveu el POOT, s'haurà d'afinar molt en els estudis de rendabilitat de totes les noves inversions. Això és cert. Nosaltres ens vàrem decidir un dia per la diversificació de l'oferta i per la diversificació conseqüent del risc empresarial, tot invertint fora d'Espanya. I ara estam molt orgullosos d'haver pujat fins a arribar a ser la primera empresa multinacional espanyola.

- La dotació d'infraestructures a les zones turístiques és reponsabilitat exclusiva de les administracions públiques?

- I si no, per què pagam impostos?

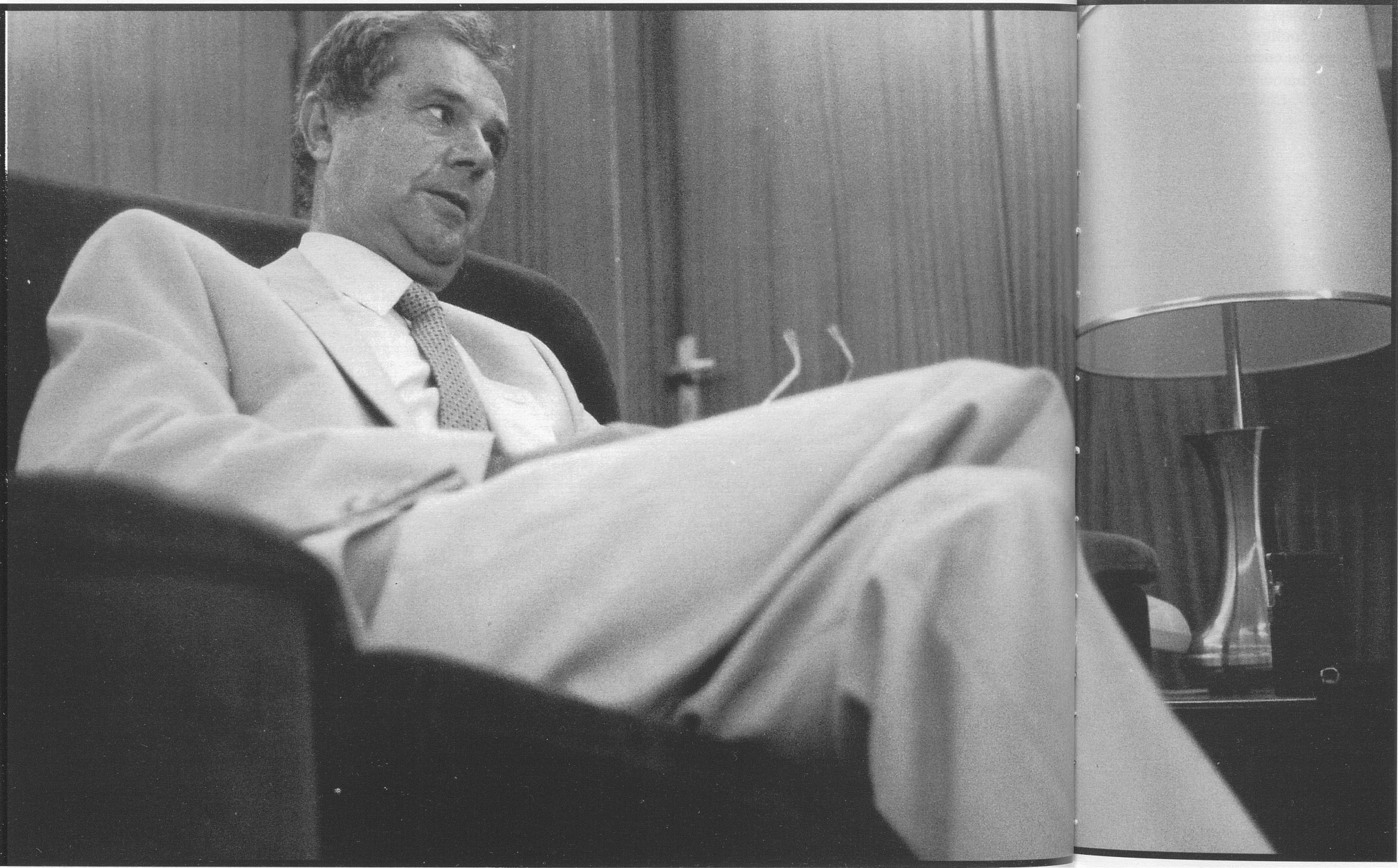
- Quina és la seva opinió sobre el Pla pilot de Calvià?

- Totalment positiva. Davant una competència creixent, iniciatives com aquesta són absolutament elogiabls i fins i tot poden servir com a exemple i model per a altres municipis turístics.

NÁJERA

- Com va fer les paus amb Margarita Nájera?

- Per fer la pau ha d'haver-hi, prèviament, guerra. I no crec que entre Margarita Nájera i jo hi hagi hagut enfrontaments. És evident que sí hi ha hagut, sempre amb un respecte mutu



absolut, divergències d'opinió entre els dos, fonamentalment causades pel projecte de la Marina de Magaluf. Jo estava en complet desacord amb aquell projecte perquè coneixia la preocupació dels "tours operators" sobre els problemes que hi hauria. Estàvem convençuts que l'envergadura de les obres que es projectaven obligarien els hotels de la zona a estar tancats un bon parell d'anys. Ara, l'Ajuntament ha modificat els seus criteris sobre aquell plantejament, i a la vegada s'ha llançat a fer obres de millora per a la zona. L'Ajuntament de Calvià ha posat en marxa, també, un encomiable pla per a desenvolupar el turisme d'hivern. Com a empresari, no puc més que felicitar l'Ajuntament i reconèixer amb tota justícia la dedicació, l'encert i les inquietuds de la batlessa i el seu equip municipal. Així que reconec que entre Nájera i Escarrer hi ha hagut criteris diferents sobre alguns temes determinats, però he de dir clarament que mai no hem arribat a una confrontació ni a un enfrontament radical.

SOL, PLATJA I MOLT MÉS

- Per molt que es digui el contrari, el turista que ve a les Balears, el que vol és sol i platja?

- Efectivament. El turista actual vol "sol i platja" i moltes altres coses: qualitat, bon servei, oferta esportiva, vacances actives, bona oferta complementària i un munt de complements més. Hem de poder satisfer una oferta diversificada.

- Enfront de les destinacions exòtiques, com s'ha de mantenir la demanda?

- Oferint un bon producte, amb professionalitat, amb competitivitat i amb bon servei. Existeix una demanda diversificada en els seus gustos i existeixen, per tant, destinacions diferenciades. Nosaltres no podem oferir l'exotisme de Tailàndia o Bali, per posar un exemple, però sí podem oferir el que la nostra demanda ens sol·licita.

- Goodman va demostrar que el turisme barat ja no té futur a les Balears?

- Jo crec més aviat que el fracàs, si és que així es pot definir el que li va passar a Harry Goodman, no va ser tant per la seva activitat de "tour operator" dirigit a un turisme de baix poder adquisitiu, sinó més aviat per la seva ambició en el negoci aeri i sobretot perquè va voler implantar línies de vols regulars a Gran Bretanya en un moment que fatalment coincidí amb la Guerra del Golf. Ara bé, jo som defensor del turisme de masses. Alerta, que dic de masses, no barat. Crec que té futur.

- Els empresaris turístics han d'exigir també que hi hagi a les Illes un equilibri entre l'oferta i la demanda i també amb els recursos naturals i el paisatge en especial?

- En qualsevol sector industrial, i el turístic no és una excepció, l'equilibri entre l'oferta i la demanda és essencial. Tots sabem els mals que provoca un excés d'oferta: baixada de preus, deteriorament de la destinació turística, disminució de la qualitat del producte... Ara bé, en les circumstàncies actuals s'ha de ser ben conscient que els recursos naturals i el paisatge

formen part del nostre producte turístic i són, a més, un símbol característic de la nostra oferta. Per tant, és evident que l'equilibri s'ha de mantenir també en el paisatge i en els recursos naturals.

QUI ES BEU L'AIGUA?

- La indústria turística és la principal responsable del dèficit d'aigua a les Balears? Els empresaris turístics han d'assumir una responsabilitat especial en aquest tema?

- Més que cercar responsabilitats, hem de cercar solucions. La nostra economia regional es basa, en més d'un 8 per cent, en la indústria turística, i el turisme necessita recursos hidràulics. Llavors, del que es tracta és de poder comptar amb ells mitjançant una correcta política de distribució i de consum, racionalitzant el consum i estalviant tot el que es pugui. Ara bé, jo no tenc dades definitives per confirmar la seva pregunta sobre si la indústria turística és la principal responsable del dèficit d'aigua a les Balears. Jo crec més aviat, segons m'han informat, que el major consum d'aigua potable el fa el sector agrícola. És a dir, tots tenim responsabilitats especials en aquest tema: empresaris, hotelers, ciutadans, polítics... El que és cert és que es necessita una política regional encertada per distribuir un bé tan escàs com és l'aigua... promoure el reguiu amb aigües depurades, la construcció de potabilitzadores i, per suposat, una conscienciació col·lectiva que cada gota d'aigua que tudam és un tresor que perdem.

ECOLOGIA PROHIBITIVA

- S'atrevirà a fer "hotels ecològics" a les Balears, com el que inaugurarà a la República Dominicana, o aquí són massa cars?

- No es tracta d'atreviment. Els empresaris agosarats a vegades guanyen i a vegades perden, segons les circumstàncies. Al grup Sol estam diversificant el nostre producte, cream hotels Club, hotels ecològics, hotels familiars, segons les possibilitats de cada establiment. Ara, com a empresaris que som, hem de cercar en cada cas, la rendibilitat necessària. Aquesta és la raó de ser d'un empresari. S'ha de saber que un hotel ecològic necessita una gran superfície, uns espais verds amplíssims i, si el terreny té un cost molt elevat, com és el cas de les Balears, la inversió pot no ser rendible. Per això tal volta aquí no seria aconsellable fer una inversió d'aquest tipus.

- Quin ha de ser el futur i les dimensions del turisme de golf, del turisme nàutic, de l'agroturisme?

- El futur és ecoratjador per a aquestes modalitats turístiques, diferenciades del model clàssic vacacional. Però de moment no es poden quantificar les seves dimensions, perquè depenen de molts de factors. Ara bé, és evident que el golf ja ha deixat de ser una pràctica esportiva elitista i, de fet, a Europa són molts els milions de persones que el practiquen. Nosaltres, a les Balears, pel clima, estam en condicions de poder oferir aquesta modalitat durant quasi tot l'any. Això pot ajudar molt a rompre la nostra fatídica estacionalitat. Però jo crec que, per atreure aquesta clientela, hauríem de construir més camps de golf en bones condicions.

D'altra banda, crec que s'haurien que potenciar les possibilitats que ofereixen mercats que són a l'alça, com són el turisme nàutic, l'agroturisme i altre formes de demanda, que són noves i amb futur.

ATENCIÓ ALS CLIENTS MEDITERRANIS

- L'IBATUR ha millorat la promoció exterior que feia el Foment del Turisme?

- Bé, jo crec que el Foment del Turisme, dins les seves possibilitats i amb els mitjans que té al seu abast, va fer una bona tasca. Ara les circumstàncies són unes altres, perquè s'ha institucionalitzat la promoció exterior a través de l'IBATUR, que depèn de la conselleria de Turisme. La Conselleria ha donat a l'IBATUR mitjans i formes de promoció diferents. No són ni més bones ni més dolentes que les del Foment. Les comparances no hi caben, aquí. L'IBATUR fa una bona tasca, millorable com tot en aquest món, i que alguns han criticat, com es critica qualsevol altra activitat pública.

Com a opinió personal tal vegada jo m'atreiria a suggerir que s'hauria de posar més l'accent a la promoció en aquells països

que pel seu potencial econòmic i social es veu que encara tenen poca presència de turistes a les Illes. Per exemple, Itàlia o França. El Foment també hauria de dedicar una atenció especial a les perspectives que presenten alguns països de l'est d'Europa.

- El turisme ha de ser el motor per al desenvolupament dels altres sectors econòmics de les Illes, com són ara l'agricultura i les indústries "netes"?

- Evidentment, el turisme és, segon la definició que es fa en termes d'economia global, "el cebo de bomba" que dona impuls i activa altres sectors i indústries.

- Invertirà vostè en el Parc tecnològic?

- Jo vaig néixer empresari d'hoteleria i com a empresari d'hoteleria vull continuar. És el que conec. El sector on em puc desenvolupar millor a mi mateix i a la meua empresa. De moment, idò, la meua actitud i les meves aptituds estan orientades en aquest camí.



Taula rodona entre **Margarita Nájera** (batlessa de Calvià pel PSOE), **Miquel Oliver** (batle de Pollença pel PSOE) i **Miquel Galmés** (regidor de turisme de Sant Llorenç d'UM). També havia estat convidat el batle de Lluçmajor, **G. Oliver**, que no pogué assistir a la convocatòria.

Segona Oportunitat: reinventar Mallorca

per Magdalena F. Mulet

Si Mallorca sap jugar la promoció pot esser campiona de lliga a la indústria turística mundial? Rarament se'ns dona l'oportunitat de corregir els errors, rarament els humans podem aprendre de les experiències del passat per fer un futur millor. A Mallorca, segons l'opinió dels dirigents dels principals municipis turístics, avui, només ara, tenim aquesta possibilitat, però no podem desaprofitar el moment per reinventar Mallorca.

ONA: *L'any passat quan en un dels primers números d'aquesta revista parlàvem de turisme ens referíem a un panorama desolador: vidres emblanquinats, negocis tancats... emperò enguany les previsions no poden esser millors. Creuen que aquest nou "boom" pot esser perjudicial en el sentit que faci oblidar les bones intencions de reconversió? Els hotelers, en particular, i la societat mallorquina, en general, pot tornar a la filosofia del guany ràpid sense preocupar-se novament de demà?*

Nájera: Començaré per rompre el gel jo mateixa. Efectivament ara hi ha una situació que és perillosa, des del punt de vista de la pressió que exerceix ara la demanda i els majoristes de viatges per aconseguir places a Mallorca. Per això a aquests moments les administracions i els ajuntaments tenim un paper summament important i ens hem de negar que edificis totalment obsolets ara obrin les seves portes. Això és fonamental, perquè la resta del món cregui realment que Mallorca aposta per la qualitat.

Oliver: Vivim un moment d'excessiva eufòria, i moments com el d'ara ens poden rompre una feina que s'havia anant aconseguint des d'una certa conscienciació a tots els nivells. Era necessària una reestructuració, això ara tothom ho entén. De manera que ara correm el risc de poder pensar que els problemes s'han resolt i esperar una nova crisi per fer front a

uns canvis que són necessaris avui. No hem d'aparcir tots els projectes que precisament ara es començaven a estructurar.

Galmés: Estic d'acord amb vosaltres, però crec que la conselleria de Turisme vetllarà perquè tot això no es doni, o almanco per no tirar-se terra damunt perquè varen començar ells amb la idea dels hotels modernitzats, la plaqueta, "d'hotel modernitzat". Jo no crec que ara ni els mateixos hotelers, ni la Conselleria deixin que s'obrin hotels obsolets, encara que hi haurà un problema de llits, ara es respira aquesta eufòria, que després es transformarà o no en turistes. Hi haurà "overbooking" i hauran de col·locar els turistes a qualque banda.

ONA: *A apartaments no-turístics.*

Galmés: Sí, hi haurà un negoci, alguns voldran fer el seu "agost", i tot això no serà controlable.

ONA: *I quin pot esser el paper a jugar per les administracions locals en tot això?*

Oliver: Nosaltres no en tenim cap.

REDEFINIR MALLORCA

Nájera: Jo crec que és una qüestió de discurs, hem de poder

discutir amb la nostra gent, amb els ciutadans, la situació. És a dir, ara vivim una situació en la qual Mallorca es troba en una creuera i ha d'orientar el seu futur. Mallorca és pràcticament l'únic lloc de la Mediterrània que ofereix un turisme estable, sense problemes, sense esglais ni integralismes fundamentalistes; la resta de la Mediterrània viu una gran inestabilitat. Mallorca ara és el destí ideal per a tota Europa, des dels països nòrdics fins a França i fins i tot per als italians. Nosaltres hem passat uns anys molt dolents que ens han permès conèixer a fons els nostres problemes, en infraestructura als hotels, quant a necessitat de recuperar el medi ambient etc... i hi ha una estratègia clara, molt present a les administracions: aprofitar ara aquests anys de bonança per remodelar-nos, invertir i apostar per la qualitat. Mallorca s'ha de definir, hem de decidir si volem ésser la Florida d'Europa o el Harlem, si volem convertir-nos en el destí més barat del món o si ans al contrari volem ésser selectius amb el nostre turisme i l'única selecció en un mercat com el turístic és el preu i per tant crec que el que hem de fer és augmentar els nostres preus. No podem continuar venent la nostra naturalesa, el nostre medi ambient, a un preu tan baix, tirat, com fins ara. Els "hooligans" no han de venir a Mallorca, si volen viatjar que vagin a una altra banda. El perill que correm és que com que l'hivern ha estat massa dur ara vulguem rescabalar allò perdut, però aquesta decisió no seria bona per al nostre futur.

Oliver: Estic d'acord, però el que veig és que quan hi ha una època de bonança, de molta feina, ningú no està per a reunions i amb això comencen els problemes, per la base. Quan ningú no té res a fer és més fàcil: reunions, llibres blancs, taules rodones... però ara, pots convocar la gent i ningú no vendrà. Jo asseguraria que durant set o vuit mesos no hi tornarà haver una taula rodona, un estudi, perquè tothom va per feina. Ens aturam a discutir quan hi ha crisi. Per tant aquest "discurs" ara ningú no tindrà temps d'escoltar-lo. Queda paralitzat davant catorze hores de jornada laboral.

Nájera: Emperò hem de fer un discurs col·lectiu i el paper social dels empresaris no pot quedar al marge de l'Administració. És a dir, si tots estem d'acord en quin ha estat el problema de Mallorca: el problema del desenvolupisme que hem sofert, si tots coincidim que això no s'ha de repetir i endemés afirmam que les coses mal fetes s'han d'esbucar,

dinamitar... en aquests moments com que hem patit tant en aquests anys dolents, estam en condicions d'entendre-ho i estam preparats per afrontar aquest procés difícil i dur que ens permetrà en els propers quatre anys dur endavant la reconversió i encarar l'any dos mil des d'una perspectiva de qualitat. Com a administració hem de tenir veu i agafar els empresaris i explicar-los això, aquesta és una tasca de totes les administracions, local, autonòmica i estatal. Hem de fer un pacte d'Estat.

ONA: Això no ho saben els empresaris?

Galmés: No parlem el mateix idioma.

Nájera: Sí el parlem, ara.

Galmés: Tu parles com a batlessa d'una zona turística molt forta, però Mallorca no només és Calvià. Per a municipis com Calvià és més fàcil parlar amb els empresaris, amb les grans cadenes. Per als municipis petits és més difícil crear aquesta intercomunicació necessària.

ONA: Emperò cada municipi ha de crear les seves pròpies vies de comunicació? Haurien de fer tots els municipis turístics un front comú per parlar dels problemes que els són comuns i específics? I quin seria el marc?

Galmés: Però això és el que no hi ha. No tenim aquests mecanismes. A Mallorca hi hauria d'haver baldament fos una espècie de confederació de municipis turístics, per fer un front comú.

Nájera: El marc...? i no esperam tots el POOT per trobar un element que ens permeti poder decidir tots aquests conceptes de

qualitat que ara definim aquí? Tenim totes les competències transferides, totes, exceptuant la promoció exterior, i les Balears són la primera comunitat autònoma quant a turisme, a tecnologia turística, molt per damunt dels canaris, per posar un exemple. Duim molts d'anys d'avantatge i tothom ens mira perquè som peoners. Però la nostra planta és més vella que la canària...

Galmés: Els empresaris ara són conscients dels errors que es cometeren i ara no els repetiran quan exportin turisme: Cuba, Santo Domingo...

Nájera: No ho creguis, a Cancún fan les mateixes barbaritats



Margarita Nájera

que fèrem aquí, és tot un procés de colonització del paisatge, de tapissat: hotels damunt l'arena.

ONA: *Parlaven del POOT... vostès creuen que el POOT pot ésser una solució?*

POOT

Nájera: Ho podria ésser. En aquests moments l'esperam tots. Esperam una definició de veritat per saber què serà el POOT. Fins ara el POOT són quatre lletres, una pe, dues os i una te: Pla d'ordenació de l'oferta turística. Emperò això què vol dir? El POOT pot ésser l'element que integri una filosofia i una política comunes a aplicar a cada un dels nostres municipis, perquè per exemple a Calvià podem llançar un projecte de renovació de la zona turística, com s'ha fet a altres municipis turístics, o podem llançar que no es construeixin més hipermercats, però si a Palma, o a Andratx se'n fan quatre, idè no té sentit. És a dir, s'han de prendre decisions supramunicipals, per definició, perquè hem de dissenyar el futur d'una illa.

El POOT hauria d'ésser, i no dic que ho serà, el marc, l'esquema, la filosofia i la política turística que ens permeti als ajuntaments plantejar aquestes batalles i també ha d'ésser una eina de treball per a empresaris, sindicats i sobretot hauria de servir perquè tinguem una idea comuna; és l'única possibilitat que hi ha de sortir d'aquesta història, perquè del contrari continuarem com fins com ara.

Oliver: Totalment d'acord, però el problema del POOT és on establir aquest nivell de diàleg, naturalment sembla que hauria d'ésser al Parlament, sens dubte.

Però també es plantegen altres problemes: en aquests moments el POOT està en una necessitat de resoldre's molt aviat perquè tenim congelades totes les llicències, i per tant anam a terminis i hi ha una certa paralització. Llavors, haurem de córrer el darrer mes perquè surti un POOT que pot no resoldre tots els problemes bàsics, de fons, començant pel de l'aigua. Com podem saber quines zones verdes podem projectar si no sabem com regar les existents? Els problemes de fons s'han de resoldre primer.

ONA: *El finançament dels municipis turístics sí és un aspecte que afecta directament els batles..., i amb això arribam a un punt central.*

Nájera: Ens heu tocat la vena sensible.

ONA: *Els serveis que han de donar uns municipis turístics que volen oferir qualitat, tal volta es rendibilitzen durant uns mesos, però qui els paga tot l'any, els ciutadans?*

FINANÇAR ELS SERVEIS

Oliver: Fins ara s'han mantingut amb endeutament.

ONA: *Els municipis turístics tenen impostos més alts que la resta de pobles.*

Galmés: Nosaltres a Sant Llorenç somniàvem el nou cadastre:

"ara se suposa que ens entraran quatre duros frescs"-pensàvem. Però parlem del turisme, i vull posar una anècdota: l'altre dia a l'Ajuntament vàrem rebre un fax d'un grup d'alemanys que havien estat a Cala Millor, ens felicitaven pel Pla d'embelliment, però... ens suggerien que hauríem de fer "encara més net", per la qual cosa ens proposaven cobrar una mena d'impost, total, deia el fax, un "Deutsche Mark". Tant de bo poguéssim cobrar als turistes que vénen al nostre municipi aquest "Deutsche Mark" per poder-los donar aquests serveis que durant molts de mesos són necessaris i altres són adormits: policia, llum... tot això crea problemes de plantilla, de finançament, però el fet d'ésser municipi turístic no és contemplat a l'hora de repartir els doblers. I no tenim doblers per donar tots aquests serveis.

Nájera: És el mateix discurs...

ONA: *Aquests doblers poden cercar-se a altres administracions, ara per exemple per fer obres.*

Nájera: El problema no és d'inversions, és de manteniment.

Galmés: És més fàcil fer obres que mantenir-les. El Pla d'embelliment en el qual participarem la Comunitat Autònoma i els ajuntaments, fins i tot amb la creació d'imposts especials en el nostre cas, va resultar relativament fàcil, ara el problema el tenim per mantenir tot això: es varen posar unes pèrgoles i ara ja s'han de pintar, perquè sinó es deterioraran, la fusta s'ha d'untar...

Oliver: El problema són les despeses fixes, hi ha zones on s'ha de fer doble torn per donar serveis que a altres municipis no fa falta que siguin tan escrupolosos. Si per un passeig circulen tres mil persones en un dia, s'han de buidar les papereres dues vegades, per posar un exemple. Això és un cost insuportable per a un poble petit. I tenir molts de nuclis també multiplica els costos dels serveis que s'han de fragmentar. Hauríem de saber el cost per turista.

L'IMPOST TURÍSTIC

Nájera: L'impost turístic, digau-ho ja!

Oliver: No, un cost per saber quant ens costa un turista, les despeses de tot allò que no paga al majorista.

ONA: *I en saber quant costa, com s'haurà de pagar?*

Oliver: És difícil, perquè el nombre de turistes, per començar, no es correspon amb el de places hoteleres. A Pollença hi ha dues mil places, però pot haver-hi dos mil turistes més. Qui se'n farà càrrec. Jo no tenc una solució fàcil. A no ser que es posi un impost turístic directament, al turista que entra. És una discussió que ja hem tengut a l'associació hotelera. Perquè en casos com el nostre els hotels representen un segment del turisme, però no tot.

Nájera: Aquest també és un tema que s'ha de contemplar des d'un punt de vista supramunicipal perquè cadascú en la mesura de les seves possibilitats tenim aquest camp, crec, esgotat. A

Calvià fa dos anys que rebaixam impostos, perquè efectivament la pressió fiscal és important i amb la crisi que corre hem hagut de donar suport als nostres ciutadans. Per tant els ajuntaments en general tenim les nostres possibilitats esgotades. Ara molts de pobles revisen el cadastre, però per molt que revisin... és com l'IAE, semblava que s'havien de multiplicar per deu els ingressos i a la pràctica no ha estat així.

És un assumpte supramunicipal i a Mallorca és fàcil comptabilitzar els turistes que entren, perquè ho fan via vaixell o amb avió i poden comptar-se.

L'impost turístic és una qüestió que interessa tots els pobles de l'illa ja que perquè existeixi Calvià també ha d'existir Llubí, Deià..., el Pla, els pobles de l'illa es complementen i hi ha d'haver zones de "marxa" i

zones verges, de muntanya, agrícoles... Jo crec que l'agricultura de Mallorca s'haurà de subvencionar per interès turístic també, si no és rendible s'haurà de cercar una fórmula, un sistema de compensació. S'ha de pensar en termes globals d'illa o d'illes, en com finançar aquest procés. De Mallorca no poden desaparèixer els ametllers, per exemple.

ONA: *Si no ho hem entès malament la batlessa de Calvià aboga per crear un impost turístic, que es podria cobrar a l'entrada a l'illa, per procurar més ingressos a la Comunitat Autònoma i després confiar en el bon repartiment de l'administració autonòmica.*

VISIÓ INTEGRAL

Nájera: Jo no ho he dit tan clar, he apuntat que Mallorca, les illes en general, tenen característiques que permeten pensar com dissenyar això.

L'impost turístic és un tema del qual se n'ha parlat molt i crema les mans i hi ha molta rigidesa a l'hora de plantejar-lo, però aquests temes s'han de plantejar d'una manera global i supramunicipal. Però el turisme a l'illa s'ha de plantejar d'una manera integral i aquest concepte s'ha de tenir clar. Perquè la Mallorca tradicional ha de perviure també i també haurà de formar part del repartiment.

Galmés: Per esser justs l'impost turístic no l'han de cobrar els ajuntaments no seria solidari i endemés els turistes que vénen estan a un lloc de platja, però la nostra oferta és de tota l'illa i també visiten la Serra, i van al mercat de Sineu. Hem de potenciar una estabilitat entre els diferents indrets de l'illa.

ONA: *I com es podria fer la redistribució?*

Oliver: Aquesta és la qüestió perquè no saps quants van a Calvià, quants a Pollença...

Nájera: Bé això es pot quantificar pel consum d'aigua, de fums, hi ha mitjans per saber-ho. Són elements quantitatius que ens permeten calcular-ho.

Galmés: El que passa és que no ens podem conformar a pensar que la crisi ha tocat fons i que ara vendrà molt de turisme. Hem de continuar treballant, no podem oblidar aquests grans problemes. Hem de planificar a nivell d'illa. Camps de golf,

serveis, tot el tema dels polígons.

Nájera: Aquest és el Pla d'ordenació insular.

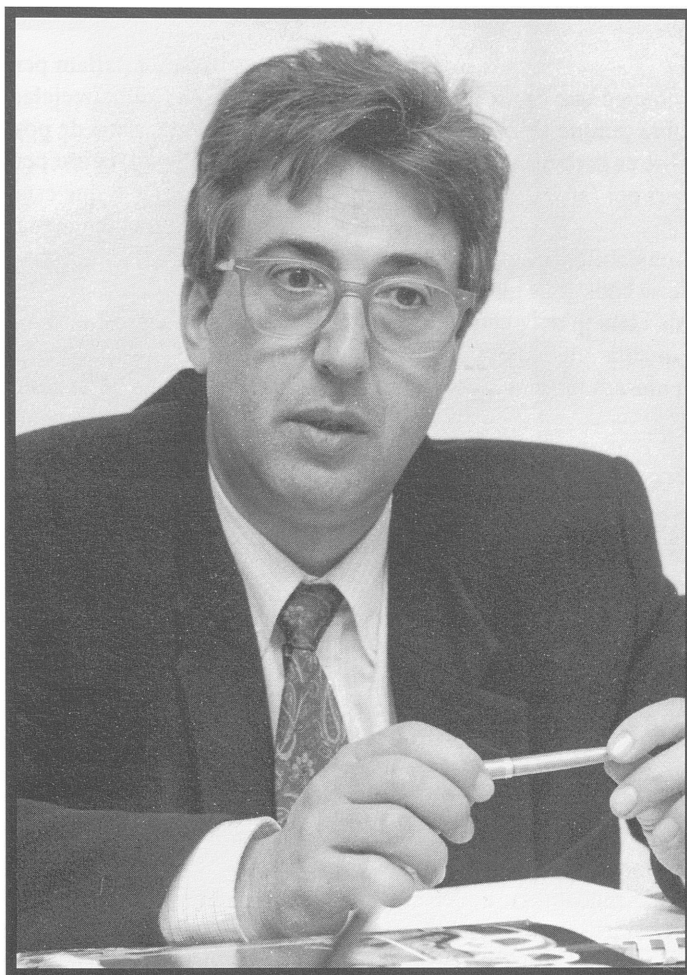
NOVES DEMANDES: SOLUCIONS NOVES

Oliver: És necessari planificar, el turisme que ve és més diversificat, ara, el turista que no només vol sol i platja, sinó que fa excursions... es mou. Les carreteres, per exemple, no tenen carril per a bicicletes i vénen molts de ciclistes, haurem d'esperar que hi hagi accidents? El problema és que anam improvisant solucions i per tant sempre anam enrera. Hi ha una demanda de noves activitats que si no les planifiquem haurem d'improvisar, com sempre.

Nájera: Jo crec que l'objectiu fonamental és que ens hem de posar d'acord en què és qualitat. És a dir, ens hem de plantejar si el ciclisme és una activitat turística que ens convé, el golf...l'esport nàutic... com ens ho distribuïm entre els diferents municipis? Els camps de golf s'han de posar a l'interior o a les

zones costaneres?... tot això és el que ha de definir el POOT.. l'energia, les depuradores, tots els elements s'han de basar en la planificació del territori, perquè si resulta que si hem de créixer quatre vegades més els propers anys ens ho hem de plantejar a nivell de tota l'illa. Perquè els municipis estam interrelacionats no som regnes de taifa aïllats.

ONA: *Finalment el que ens plantejam és un problema demogràfic: tenim un determinat nombre de població, per al qual hem de tenir llocs de feina.. etc. Hem arribat a les cotes més altes per damunt de les quals no és possible créixer? Jugam amb una barrera demogràfica, creuen vostès que estam en condicions d'augmentar?*



Miquel Galmés

Nájera: Jo crec que ja hem tocat el sòtil. Rebem anualment set milions de visitants.

ONA: *Enguany se sobrepassaran.*

Nájera: Més els sis-cents mil que som nosaltres. El que hem de fer és substituir l'oferta hotelera per major qualitat però no incrementar. Tampoc no es tracta de fer places per a milionaris però sí una oferta alta. Substituir el "hooligan" per la família i reconvertir el que tenim.

ONA: *El nombre de turistes que tenim ara, pot esser de qualitat? Sembla que qualitat i massificació són conceptes contraposats.*

Galmés: Clar que sí, ho pot esser.

Nájera: S'han de fer estudis, és a dir, jo crec que és més interessant fins i tot disminuir el nombre perquè tenir molts de turistes a preus regalats no té sentit. Tot es precarioritza començant pel treball i el treball precari pot fer fracassar el projecte de qualitat del qual parlem.

Necessitam hotels de qualitat i d'alta rendabilitat econòmica perquè sinó no es pot reinvertir, ni oferir bons sous que es tradueixin en bons professionals i bona atenció als clients. L'únic referent possible ha d'esser la qualitat, del contrari ens convertirem en un cementiri turístic i anirem tancant a poc a poc.

Oliver: Això és claríssim, hem de créixer en qualitat.

Les zones massificades s'abandonen i passam a ocupar-ne de noves, hotelets petits a l'interior, per a turistes que després també van a la costa, a sopar, a nedar ...

Però moltes zones encara no tenen cap dificultat per reconvertir-se i poder oferir qualitat, per això el plantejament s'ha de fer ara aprofitant la bonança per reinvertir.

Ens jugam en dos o tres anys la definició del que serem en el futur. Perquè no podem permetre que quan hi hagi un excedent de capital la fórmula sigui tornar créixer, encara que això sigui el camí més fàcil, per fer això no fa falta imaginació.

Galmés: Ara hi ha molts d'expedients d'obres aturats, que dormen i quan hi hagi una possibilitat de rendabilitat poden despertar-se.

ONA: *S'ha notat això als ajuntaments?*

Galmés: Evidentment.

Oliver: Bé, ara amb el POOT només podem donar llicències per a hotels de cinc estrelles.

Galmés: La crisi també fa que ara no es construeixi.

Nájera: Els crèdits són cars, etc... i endemés el POOT té paralitzades totes les possibilitats de construir. Però, què passa amb els edificis que tenen tancat fa deu anys i que volen obrir-se com a hotels de dues estrelles, hi ha molta pressió, i molt perillosa. Molt dura i molt perillosa. Edificis ronyosos, passats, etc.. si això s'obre s'ha de vendre a dos duros.

NECESSITAT DE PLANIFICAR EL TERRITORI

Oliver: Seria entrar a la mateixa dinàmica i repetir el model que ja ha fracassat.

Galmés: Quan la batlessa de Calvià deia que això és un problema supramunicipal... bé, ara per exemple a Alcúdia parlen del turisme ecològic, eco-hotel... però d'això no se n'hauria de parlar a nivell d'ajuntament sinó de tota Mallorca. I fer campanyes com ara la de les Banderes Blaves, que donen molt bona premsa a una determinada platja i els propis municipis ja se n'ocupen de poder obtenir-les. Igual es podria fer amb els hotels ecològics.

Posar-nos tots d'acord per fer controls d'aigua, entorn, etc... els propis hotelers se'n preocuparien.

Oliver: Parlem i parlem però s'han de preveure les coses ara. Per exemple l'aigua reciclada: ha d'estar previst on posar les aixetes, perquè s'han de posar grifons específics perquè els infants no puguin beure per accident però no hi ha una normativa, una legislació que estableixi tot això. Però mentre tenguem aigua no començarem a plantejar-nos tot això.

ONA: *Ja no en tenim.*

Galmés: Però no hi ha restriccions i fins que no diguem: "de les 6⁰⁰ a les 8⁰⁰ no hi ha aigua", no posarem fil a l'agulla.

Però a una zona com la nostra, turística, no es poden prendre mesures d'aquest tipus, seria fatal per a la imatge de Mallorca..

Nájera: És clar no, es pot fer. S'haurà de coordinar abans.

ESTACIONALITAT

ONA: *Tots vostès han coincidit que el turista actual ja no només demana sol i platja. Aquesta és una primera passa per solucionar el problema de l'estacionalitat? Mallorca té un clima adequat per al turisme tot l'any? Quines iniciatives poden aportar les administracions locals per pal·liar l'estacionalitat?*

Nájera: El turisme a Mallorca té dos moments: el turisme d'estiu, que es ven tot sol i el d'hivern. El que han fet fins ara els empresaris ha estat cercar la màxima rendabilitat, la qual cosa és lògica, però ens hem oblidat de promocionar el turisme d'hivern. A Mallorca tenim la temperatura ideal per fer esports, per exemple, a Europa hi ha un milió i mig de golfistes que no poden jugar en tot l'hivern perquè els camps estan gelats. Els empresaris, com a part del paper social que els toca jugar en aquest ordre de coses, han de trobar també l'element que els permeti treballar a l'hivern. A aquests moments ja no es pot permetre que l'Estat cobreixi el cost social de l'estacionalitat. Fins l'any passat era un cost que cobríem tots els ciutadans espanyols, perquè l'INEM som tots, i això no pot esser. Hi ha plantejat un repte social, econòmic i empresarial, hem de dissenyar productes d'hivern que ens permetin tenir oberts els hotels tot l'any amb uns nivells d'ocupació acceptables i això és possible.

Enguany a Calvià hem intentat un projecte d'activitats, de

dinàmica cultural diària que ha resultat molt exitós. N'estam molt contents. Els empresaris s'hi han compromès. Pot funcionar, és el repte dels empresaris fonamentalment.

Oliver: Hi ha molts de productes que hi han estat sempre i s'han de promocionar; fins i tot el primer turisme venia a l'hivern... endemés a l'hivern també tenim bon temps llevat de dies comptats.

La vela per exemple és una activitat que es pot desenvolupar durant nou mesos a l'any.

ONA: *Mallorca ha d'estar forçosament fora dels circuits culturals?, no tenim ni grans monuments ni grans museus...*

Galmés: I els que tenim estat totalment desaprofitats perquè la Mallorca pre-històrica, talaiòtica, per exemple, és totalment desconeguda.

Nájera: No ho tenim pensat. Mallorca té totes les oportunitats, des del punt de vista geogràfic està molt ben situada, el Carib és molt lluny. El clima d'hivern és bo per a l'esport. No hi ha inestabilitat política.

La prehistòria, paisatge, riquesa arqueològica que està sense investigar, sense divulgar sobretot.

Però no ho hem "venut" perquè per als empresaris era més fàcil només obrir les portes a l'estiu i omplir sense pensar-s'ho més, no s'havia ni de promocionar. Però ara Mallorca té més competidors i no s'han de perdre iniciatives de tipus empresarial, perquè ara el cost social de tancar els hotels no el pot assumir l'Estat i els empresaris hauran de cercar alternatives d'hivern i oferir-les. A Europa hi ha deu milions de turistes potencials a l'hivern que no tenen on anar.

Oliver: Però tota la promoció i fins i tot les estructures estan pensades de cara a l'estiu i això s'haurà de remodelar.

ONA: *Quin podrà ésser el paper dels ajuntaments, programes culturals de suport?*

Nájera: També les platges poden acondicionar-se per a l'hivern, les cales més recollides que s'han de mantenir en condicions per exemple.

Són plans supramunicipals també, perquè sens dubte l'estacionalitat que hi ha ara és insuportable des del punt de vista social.

ONA: *Aquest canvi de mentalitat d'empresaris, és el mateix per a les grans cadenes que per al petit empresari?*

Nájera: Són els mateixos plantejaments per a tothom, la mateixa mentalitat, es tracta d'una qüestió estratègica: volem treballar a l'hivern. A mi em sembla que ens hem rendit.

Galmés: Ha estat una mena de complot involuntari. Tampoc el treballador no ha tengut cap interès de modificar aquesta

situació de temporalitat perquè sabia que cobraria tot l'any. Ens equivocàrem, l'empresari va veure el cel obert perquè no tenia la càrrega dels treballadors. Vàrem crear un "modus vivendi" molt perillós, i ara en pagam les conseqüències.

Nájera: Hi hagué una falta de perspectiva i aquests procés ens destrueix, no té sortida. És autodestructiu.

Oliver: No hi ha grans diferències de mentalitat entre petits i grans empresaris, però el que es nota és que ara ja hi ha un canvi generacional i els joves són més professionals, ja han tengut una formació que els permet enfocar les coses d'una altra manera. Són els fills dels empresaris, han viatjat a l'estranger, han estudiat. És una generació de gent que vol ésser empresari d'hotel i això em dóna una gran esperança.

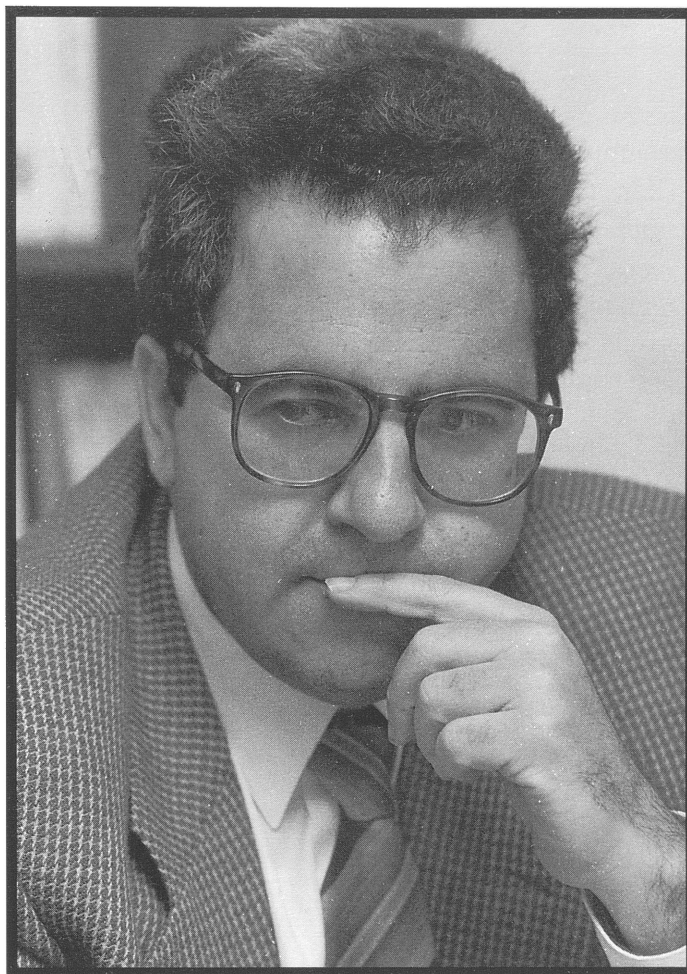
Nájera: Tot i els problemes, el missatge ha d'ésser d'optimisme i d'oportunitat.

Galmés: Ho tenim tot i una

situació privilegiada.

Nájera: Hem d'ésser la Florida d'Europa, però fa falta més treball, més risc. A Calvià apostam per aquest futur.

Oliver: En això estam d'acord, avui tornam a creure en el turisme com a indústria. Però el fet que avui no hi hagi alternatives a allò que nosaltres podem oferir no vol dir que ens haguem de dormir. Hem de reflexionar i aprofitar per resoldre els problemes de fons.



Miquel Oliver

Tot esperant el POOT

Entrevista a Joan Flaquer

per Sebastià Verd

Qui ho havia de dir? El turisme sempre ressurgeix de les cendres. Havíem passat uns temps difícils, en els quals la sobreoferta acaramullada per la darrera onada desenvolupista feia tambalear la confiança. Però ha bastat l'anunci d'una bona temporada per recuperar la fe. Mentrestant: ha caigut la indústria, la construcció està sota mínims, l'agricultura gairebé no existeix i, en canvi, el PIB dels serveis fa que la cresta dels quadres estadístic s'empini cap a dalt. Aleluia! Els economistes canten l'inici de la remuntada i, això no obstant, la crisi ha tengut les seves víctimes. Moltes. També a la política. La necessitat d'introduir canvis estructurals a l'economia de les Illes havia endurit les disputes internes de l'empresariat i del Govern. Els hotelers volien un "numerus clausus" que posàs ordre a l'oferta turística. Els constructors, molts dels quals engrunats per les darreres inversions fetes a correccuita, no volien sentir parlar de noves limitacions. El president de l'executiu balear cregué oportú fer una crisi de govern i va designar un jove misser a conseller de Turisme. Era Joan Flaquer. D'això fa un any. Aquest serà ja, és el seu segon estiu a la conselleria del carrer de Montenegro.

L'any passat, més o manco per aquestes mateixes dates, vaig entrevistar aquí mateix Jaume Cladera. Vàrem parlar de la necessitat d'ordenar l'oferta, d'augmentar la qualitat, d'acabar amb la cultura de l'especulació i de les dificultats polítiques per dur endavant els seus projectes. El seu substitut Joan Flaquer, no ha modificat gens el despatx, tot és en el seu lloc, res no sembla haver baratat i, fins i tot, tal com ell mateix em farà veure, hi ha les mateixes carpetes blaves i gruixudes, amb el POOT dedins, que va deixar l'ex-conseller quan abandonà el càrrec després de deu anys: "quan vaig entrar aquí per primera vegada- em diu -ja hi eren, són les mateixes que faig servir ara, la qual cosa demostra que aquest és el mateix POOT que em va deixar, que substancialment no s'ha modificat".

- És evident que hem de començar parlant del Pla d'ordenació de l'oferta turística, no li pareix?

- Com li dic. Quan vaig entrar en aquest despatx el POOT ja hi era i aquí continua. No vull entrar més en aquesta polèmica de si se n'ha canviat el contingut o no. L'única cosa que s'ha fet és un lleuger retoc per donar una major seguretat jurídica que no afecta per res el tractament dels usos residencials. Ningú no ha descafeïnat el Pla, tal com s'ha dit, ni res semblant. En qualsevol cas, això sí, li hem donat una nova empenta. Vull que el POOT s'aprovi i que serveixi com a eina ordenadora, que no es limiti a l'ordenament turístic sinó que també ordeni els usos residencials dins de les zones turístiques. Aquesta és la meua intenció. Si no fos així, per què hauria pres les mesures que ja he pres? Vostè recordarà que tot d'una vaig fer un decret cautelar que suspengué les autoritzacions de nous establiments

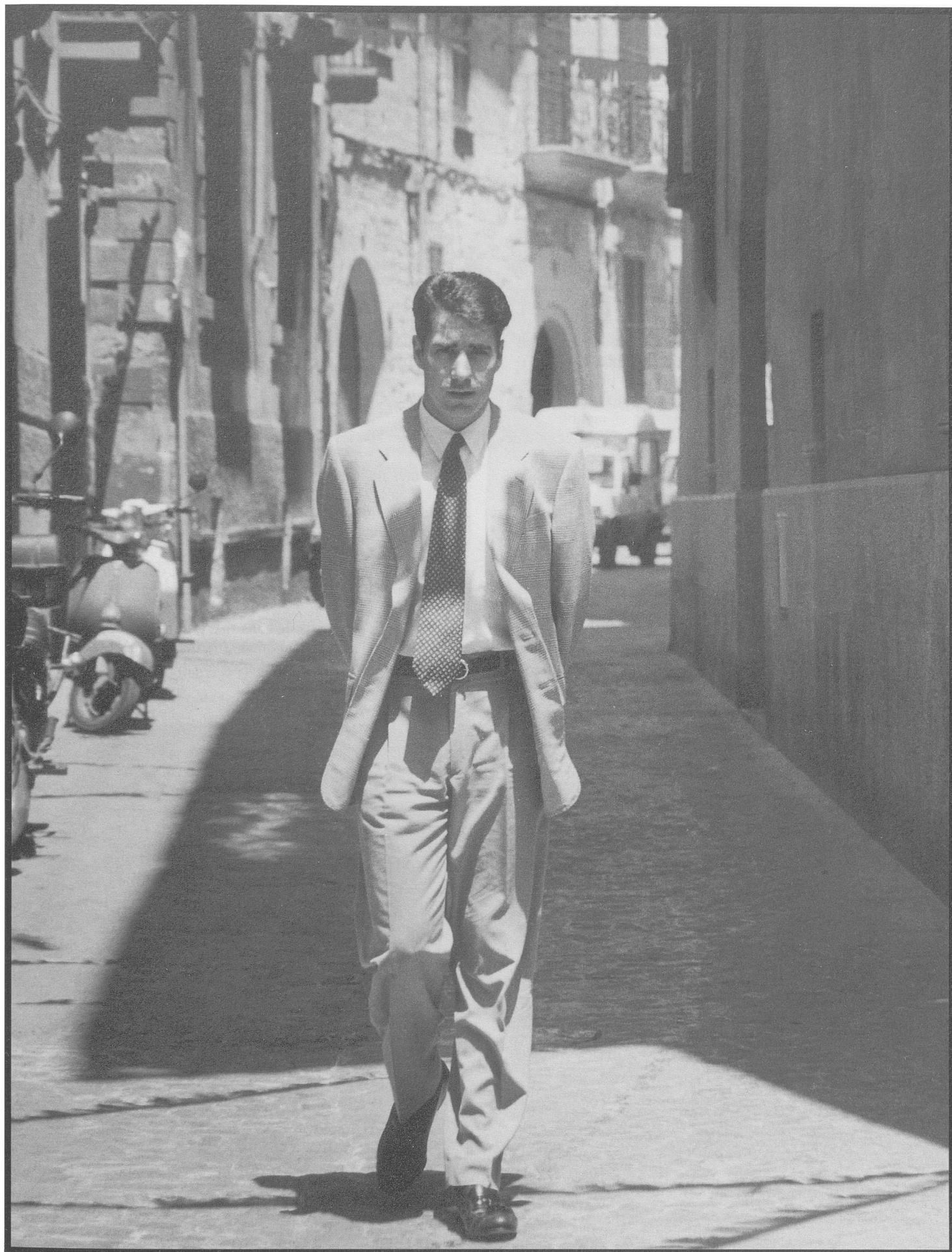
hotelers i que també va sotmetre a caducitat totes les autoritzacions de nous establiments hotelers i de totes les autoritzacions anteriors, amb la qual cosa ens vàrem llevar del davant tot el feix anterior. I això, crec, ha estat molt important. Després d'aquestes mesures preventives vaig decidir no esperar pus i es va treure el POOT a informació pública per provocar un debat públic, per anar acostant postures i aconseguir,

Joan Flaquer Riutort va néixer a Palma de Mallorca el 1965. És llicenciat en Dret per la Universitat de les Illes Balears (1987), amb Premi Extraordinari de Llicenciatura. El gener de 1988 s'incorporà al Departament de Dret Privat de la U.I.B. i, des de llavors, ha estat professor de Dret Mercantil a la Facultat de Dret.

El 1990 obtingué el grau de Doctor, amb la qualificació d'"Apto cum laude" per unanimitat. El 1992 obtingué per concurs-oposició, la plaça de professor titular d'Universitat de Dret Mercantil a la Universitat de les Illes Balears.

És membre de la Junta local del Partit Popular a Capdepera i des del maig de 1991 és regidor, pel grup popular, a l'Ajuntament del mateix municipi. A les eleccions general de 1993 fou candidat suplent al Senat, a la candidatura per Mallorca, del Partit Popular.

El 20 de juny de 1993 fou nomenat conseller de Turisme del Govern balear.



finalment, fer un pla tan viable com sigui possible. Això és el que he fet.

UN PLA CONTROVERTIT

- És cert que el POOT ha anat a exposició pública i que s'han presentat moltes al·legacions. Les crítiques han estat diverses i fortes, tant per part dels partits de l'oposició, la qual cosa sembla lògica, com per part de gairebé tots els sectors econòmics implicats i això complica la situació. És viable un pla amb aquests antecedents?

- Les al·legacions han estat moltes i diverses, però m'atreveix a dir que hi ha un fonament de consens que fa que el POOT sigui viable. Miri, davant les al·legacions, vaig constituir un equip tècnic, merament tècnic, que ha estudiat una per una totes les al·legacions. S'han fet en cada cas dos informes, un jurídic, perquè s'ha d'evitar que el Pla provoqui una hipotètica invasió sobre les competències dels municipis o del Consell Insular, i un altre de viabilitat econòmica, perquè és molt bo de dir que s'ha d'actuar sobre sòl urbà, teòricament és molt senzill de fer, però s'ha de saber quin és el cost i, per tant, si és factible. Aquesta feina està pràcticament acabada, de manera que ja tenc un esborrany de la nova normativa general en el qual s'ha intentat introduir el sentit de les al·legacions. Pens, després de tot això, que les diferències no seran tan grosses i que el POOT assolirà una acceptació absolutament majoritària.

- En un principi semblava que la disputa entre els constructors i els hotelers era el principal obstacle del POOT, però que s'ha produït un acostament de postures. Cal suposar que això en facilitarà la seva aprovació definitiva?

- És clar que sí. El consens entre els sectors que més implicats estan en el POOT facilita les coses, no li sembla? Precisament per això, des de la Conselleria vàrem demanar a la Federació

Hotelera i a l'Associació de Promotors i Constructors que fessin un esforç per arribar a un acord. Al capdavant, les al·legacions d'uns i dels altres no eren tan diferent com s'hagués pogut pensar, com s'havia publicat als mitjans de comunicació. Els vàrem demanar que fessin un document conjunt que després pogués ser negociat directament amb la Conselleria.

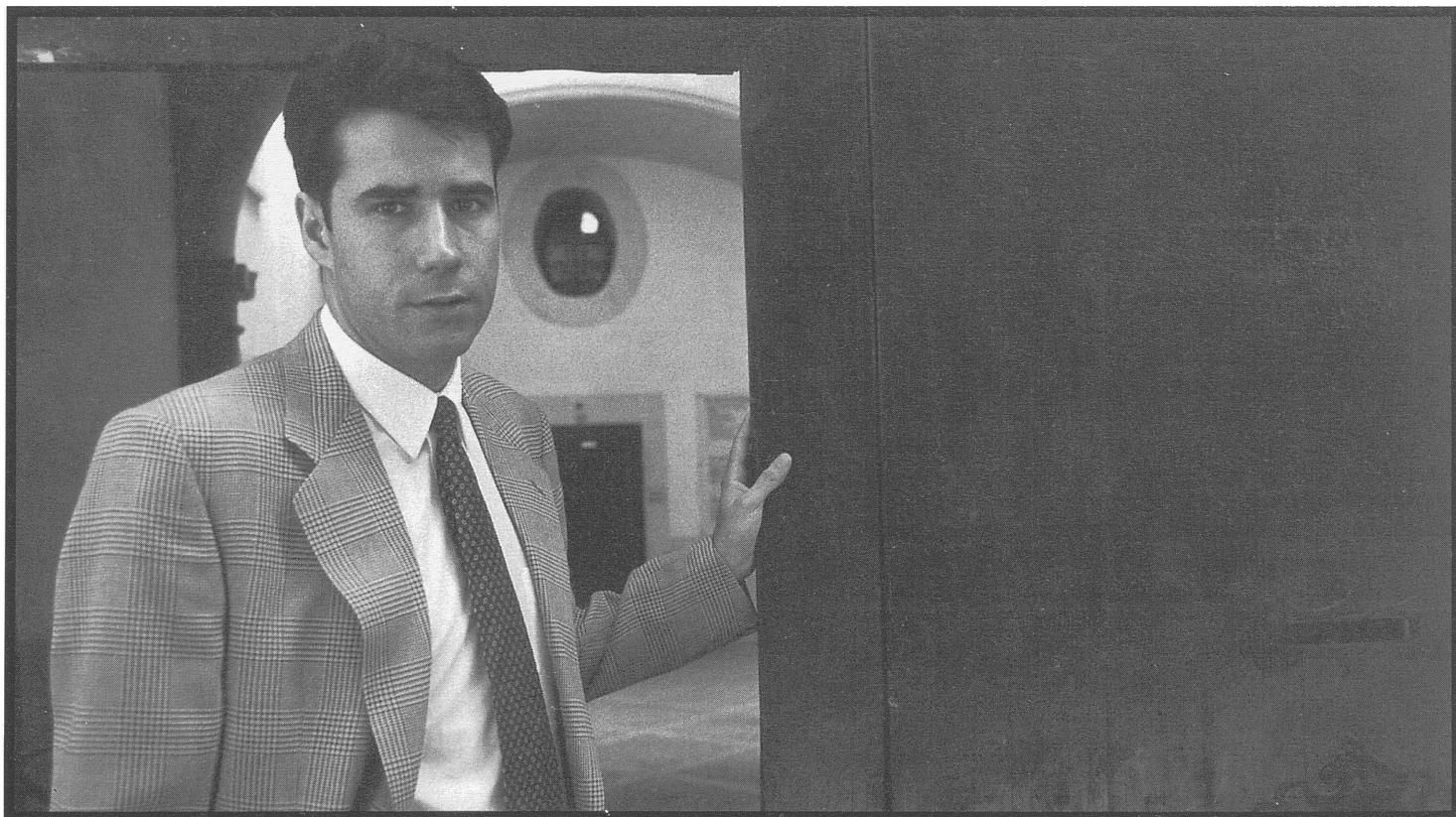
- Em diu que el consens entre hotelers i constructors va sorgir de la Conselleria? Ja s'havia intentat en el passat a una plataforma més extensa i, com tothom sap, sense èxit.

- Sí, ja sabem que el POOT havia produït enfrontaments, però quan vàrem veure les al·legacions que hotelers i constructors havien presentat creguérem que hi havia importants punts de consens. Per això vàrem donar la passa d'impulsar els contactes i els resultats fins ara són bons. Esper que durant les pròximes setmanes em pugui tornar a reunir amb els dos sectors i que s'ultiï el document perquè sigui incorporat a la redacció definitiva.

CONSORCIS A CADA ZONA TURÍSTICA

- I quines són les decisions que ja s'han pres?

- La més important, i que per altra banda la redacció inicial del POOT ja la tenia en consideració, és que no hi pot haver un tractament igual per a totes les zones turístiques. És una qüestió de sentit comú, perquè les zones són ben diferents entre si. No és el mateix, per exemple, sa Ràpita que s'Arenal. I, en conseqüència, el que s'ha decidit és que, dins d'uns màxims i uns mínims, dins d'una normativa general, es creïn consorcis per a cada una de les zones i que siguin aquests consorcis els que facin la fotografia de cada lloc i, a partir d'ella, els projectes concrets per augmentar la qualitat de l'oferta i per eliminar tot allò que es va fer malament en el passat.



- *Qui integrarà aquests consorcis?*

- Tothom que hi estigui implicat, des del Govern balear al Govern central passant pels ajuntaments i els agents socials.

- *En definitiva, el que vol és un "POOT a la carta", tal com ja s'ha dit.*

- Sí, pot semblar una expressió un poc frívola, però aquesta és la idea. No totes les zones tenen la mateixa malaltia i, per tant, la medecina ha de ser diferent.

- *També s'ha dit que es vol municipalitzar el desenvolupament del POOT.*

- Tampoc no és això, encara que els municipis tendran un pes específic molt important dins dels futurs consorcis. Per xerrar clar hem de parlar de zonificació. Aquest és el criteri.

- *No, si jo ho deia perquè de vegades sembla que l'Administració central s'estima més relacionar-se directament amb els ajuntaments quant a assumptes de doblers.*

- No entraré a valorar aquesta qüestió. Crec que no és oportú fer-ho. El ministre ha manifestat que volia col·laborar amb nosaltres per millorar la qualitat del turisme de les Balears a través d'inversions en noves infraestructures perquè aquest és un tema d'Estat. Tant ell com nosaltres som conscients que cal una coordinació estreta entre totes les administracions, inclosa la municipal. Per la nostra part en aquests moments, tal i com ens va demanar Javier Gómez Navarro, feim un estudi econòmic financer, és a dir, la quantificació de les possibles inversions, i la seva atribució a cada administració, per poder arribar a un acord sobre el finançament.

- *Es coneixen les xifres? S'havia parlat de quaranta mil milions, si no record malament.*

- No, jo no vull parlar de xifres en aquests moments. És una qüestió delicada, perquè prèviament s'hauria de saber quin és el compromís teòric de cada part. D'altra banda, aviat podrem conèixer quines són les inversions que s'han de fer en la millora de l'entorn, com pot ser l'embelliment de les zones, les infraestructures, els passeigs marítims... etcètera. Això ho quantificarem i ho negociarem amb l'Administració central, però quedarà pendent l'altra qüestió, que suposa la reconversió de l'oferta turística i que implica esponjaments, l'eliminació de les places obsoletes... que exigirà la participació directa de la iniciativa privada. Aquests projectes, que ara per ara són difícilment quantificables, hauran de ser decidits per cada consorci després de l'aprovació del POOT, encara que serà la Conselleria l'encarregada de tramitar-ne el possible finançament. Per això s'haurà de preveure la participació, així ho esper, en els fons estructurals i de cohesió de la Comunitat Europea. En qualsevol cas, les inversions es poden allargar durant molts d'anys. No tot es podrà fer en un dia.

EUROPA I EL TURISME

- *S'ha referit als fons europeus. Fins ara semblava un camí intransitable per al turisme... Tant ha canviat el panorama?*

- En primer lloc cal dir que la Comunitat Europea té un programa de medi ambient, el fons del qual gestionen els estats. En el cas d'Espanya a través del ministeri d'Obres Públiques. Per a enguany encara no hi ha res destinat a turisme, però el

ministre ens ha dit que per al 1995 s'espera que una part dels fons estructurals i de cohesió s'hi puguin destinar. Això per un costat i per l'altre hi ha la recent resolució del Parlament Europeu, del gener passat, que declara el turisme com a una indústria i que suggereix a la Comissió la possibilitat de crear fons estructurals destinats exclusivament a aquest sector.

- *Però això no és immediat. Hi arribarem a temps?*

- Ja hem donat moltes passes sense els doblers d'Europa, podem continuar fent feina i esperar, que tot ha d'arribar, n'estic ben segur. Una cosa sí hem de fer i és millorar la nostra imatge turística. El POOT serà l'instrument i, de moment, el decret de suspensió cautelar impedeix que es facin desbarats. Una vegada que s'hagi fet l'ordenament hauran de venir les inversions, però hem de saber que no arribaran de cop i volta sinó que hem de fer previsions a llarg termini. Una situació heretada de fa tres dècades no la poden adobar en un o dos anys.

UNA NOVA ONADA DESENVOLUPISTA?

- *És cert que s'han pres algunes mesures cautelars, però no sembla que puguem impedir la proliferació de nous desbarats. Ara mateix veim com es construeix un bloc d'apartaments a la vorera de mar de Ses Covetes, quan tots pensàvem que Es Trenc havia de ser la zona més emblemàtica de Mallorca. No creu que les perspectives turístiques per a aquesta temporada poden provocar un rebrot de l'onada desenvolupista?*

- És que l'edifici de Ses Covetes no és turístic, què hi puc fer? Aquest és el tema. És un bloc d'habitatges que té llicència municipal i que està acord amb el plantejament urbà. No hi puc fer res. El que jo dic és que tot allò que és turístic sí que està aturat o sota control i que en el cas dels usos residencials s'haurà d'esperar, evidentment, a l'aprovació definitiva del POOT.

- *El problema és que mai no se sap allò que és turístic i allò que no ho és.*

- De vegades és difícil, sí. Turístic és allò que es comercialitza pels canals bàsics del turisme, com són els "tour operators", encara que és cert que hi ha moltes construccions que teòricament han de tenir un ús exclusivament residencial però que s'empren turísticament. Per això volem que el POOT ordeni les dues coses. I, mentrestant, el que hem de fer és vigilar que es compleixin les normes existents, que són suficients per garantir que no es puguin repetir certs comportaments negatius del passat. El que no podem pretendre, però, és anar contra la legalitat. Com comprendre és una qüestió difícil.

- *Sí, perquè de cada vegada el turisme té més pes a la nostra societat. Segurament n'és l'eix, com ho demostra el fet que tres consellers, vostè mateix, el d'Obres Públiques i el d'Economia, vagin a negociar conjuntament a Madrid temes d'interès turístic. Potser abans no era així, almanco públicament.*

- En aquest moment hi ha una total coordinació en el Govern balear en tots aquells temes que d'una o altra manera afecten el turisme. Nosaltres tres, a més a més, tenim una excel·lent relació i això ens ajuda.

- *Creu que la societat també comparteix aquest criteri de veure les coses des del prisma turístic?*

- Crec que la societat n'és cada vegada més conscient. No pot ser d'altra manera. N'hi ha prou veient que el turisme suposa més del seixanta per cent directe del PIB regional i indirectament més del noranta. Fins i tot a sectors aparentment tan distants del turisme com són l'agricultura guanya terreny la idea que la conservació de l'entorn és més important que no la producció pròpiament dita. És necessari que l'interior de l'illa sigui com un jardí. A poc a poc el turisme és el punt de referència obligat. És el cas de l'agroturisme. Moltes de les inversions a zones rurals que s'han fet a les Illes a costa del programa comunitari 5-B tenen molt a veure amb el turisme o els serveis.

- Vostè ha dit moltes vegades que s'havia de diversificar l'oferta turística.

- Sí, sí... l'agroturisme mateix, o el cicloturisme, o el turisme de la tercera edat que cada vegada és més important, sobretot per poder allargar la temporada. En el futur hem d'anar a ampliar l'oferta promocionant el turisme d'hivern. Crec que les Illes ofereixen possibilitats que fins ara no hem sabut explotar. Hi ha un turisme numèricament gens menyspreable que vol un contacte directe amb la naturalesa i que, a més del sol i platja, cerca activitats complementàries com l'excursionisme o la pràctica dels esports, per a la qual cosa serà necessari fer itineraris i noves instal·lacions. Pens que la nostra societat veu això amb claredat i que està disposada a fer un esforç per adaptar-se als nous tipus de turisme, sense que tal cosa signifiqui abandonar el producte tradicional de sol i platja, perquè sense ell ja no podríem viure.

- Parla de canviar les coses, però li torn a repetir que hi ha preocupació, almenys entre els grups més crítics de la societat, perquè la perspectiva d'una bona temporada, que significa un guany econòmic a curt termini, pot fer oblidar els bons propòsits d'esmena.

- No crec que hi hagi motius per preocupar-se. Encara no conec ningú que hagi dut nous projectes a la Conselleria. De la temporada que ve em preocupa molt més no decebre l'eufòria que hi ha cap a les Illes en els mercats emissors, perquè això és com una revàlida, que hem de superar amb bones notes per continuar al capdavant del turisme europeu. Perquè... és cert que l'augment de la demanda es deu també a la difícil situació de bona part dels mercats competidors i a la política monetària que amb la devaluació ha fet que els nostres preus tornin ser competitius, però sobretot hem de creure que la demanda ha reaccionat davant l'esforç que hem fet per modernitzar els hotels o per millorar l'entorn de les zones turístiques, per haver aconseguit que les platges de Mallorca, de Menorca, d'Eivissa... siguin les més netes de tota la Mediterrània gràcies a una política de sanejament d'aigües que, m'atrevesc a dir, és a l'avantguarda del món. Em preocupa això i, igualment, poder aconseguir que totes aquestes inversions tinguin una repercussió en els preus. Aquesta temporada i les que vendran ens han de servir per negociar uns preus més favorables. És a dir, crec que ja no hem d'augmentar massa més en quantitat i sí fer més qualitat per obtenir majors beneficis, més rendibilitat.

POR A L'"OVERBOOKING"

- La seva intenció és bona, però hi ha la sobreocupació... quina imatge donarem aquest estiu?

- Els hotelers de les Illes i en general tot el sector turístic té un alt grau de professionalitat. Em consta que és així i, per tant,

cal esperar un comportament professional que eviti els problemes de darrera hora. No hi hauria d'haver cap cas d'"overbooking" perquè ens hi jugam molt. Els hotelers ho saben i faran tot el possible per prendre les mesures preventives que calguin, però no ens enganyem: el risc hi és i, per això, hem d'anar alerta.

- Preocupat?

- Home, és clar que sí, encara que confii en la professionalitat del sector. La demanda cap a les Illes és ara mateix impressionant i, malgrat tot, la nostra capacitat d'allotjament és limitada. Podem rebre i atendre molts de milions de turistes, enguany sobrepassarem per primera vegada els set milions, però no podem anar molt més enllà d'aquesta xifra. No li neg, per tant, que hi ha moments que tenc por, però això no és dolent si finalment és fan les coses bé i, d'altra banda, no tots els hotels han venut ja la totalitat dels llits, encara n'hi ha que troben dificultats per vendre...

- Té raó, enguany ens hi jugam moltes coses, però per superar la prova d'imatge no n'hi ha prou amb un comportament dels hotelers. Què em diu de l'oferta complementària? Per exemple, vostè ja ha dit en una altra ocasió que els restaurants o els "souvenirs" no poden pretendre fer l'agost, i mai tan ben dit, a costa d'una sola temporada.

- Ho repetesc. No poden cercar el pa per a avui i la fam per a demà, sinó una consolidació del producte. Al turisme se li ha de treure el punt just, és a dir, trobar l'equilibri entre allò que ell espera i allò que nosaltres li podem oferir. La temporada serà bona, però no pot ser bo voler rendibilitzar amb preus alts els resultats negatius dels exercicis passats. S'ha de mirar cap al mig o llarg termini i cercar rendibilitats més estables.

UNA BONA IMATGE, LA MILLOR PROMOCIÓ

- La millor promoció és la que es fa a casa...

- Sense cap dubte...

- Però tampoc no es pot descuidar la promoció exterior i el sector turístic es queixa que el Govern balear hi dedica pocs doblers.

- Jo, com a conseller de Turisme, sempre reivindicaré davant la resta del Govern el pressupost més alt possible per a promoció. Com més doblers hi dediquem molt millor, cert... Però, miri, m'agradaria llevar aquesta espècie de nebulosa que hi ha sobre aquest tema. Si deim que la millor promoció és la de dedins, no hi ha cap dubte que s'està fent promoció a través de les inversions que fan altres conselleries i que indirectament beneficien el turisme. Parlem, per exemple, de carreteres, de depuradores, de lluita contra els incendis forestals... i també, evidentment, d'embelliment de zones turístiques... Tot això és, indiscutiblement, promoció, perquè ajuda a conformar el producte turístic que venen. I si després en lloc de 840 milions en puc tenir dos mil per a promoció... home!, molt millor. Però els pressuposts de la Comunitat són escassos i, a més a més, en aquests moments restrictius, la qual cosa obliga a fer equilibris. Amb aquests 840 milions tractam de fer una promoció digna i crec que ho aconseguim.

- Almanco amb la campanya dirigida al mercat nacional s'intenta allargar la temporada. Com podem fer que els hotels no tanquin durant l'hivern?

- En primer lloc cal crear productes fora de temporada. Si no tenim productes és impossible que venguin turistes i, per tant, és inútil la promoció. La campanya que ara feim a nivell nacional pretén allargar la temporada d'enguany aprofitant la gran demanda que hi ha, però per consolidar el turisme durant la temporada baixa és menester que els empresaris posin productes a la venda, com els que fa un poc déiem: turisme rural, turisme esportiu, turisme medicinal, turisme de la tercera edat... I llavors, ja ens encarregarem de promocionar aquests productes.

- *Un dels altres problemes que sempre surt en qualsevol debat sobre turisme és el de la concentració de la demanda en dos únics mercats, l'alemany i el britànic. No ens convé diversificar-nos?*

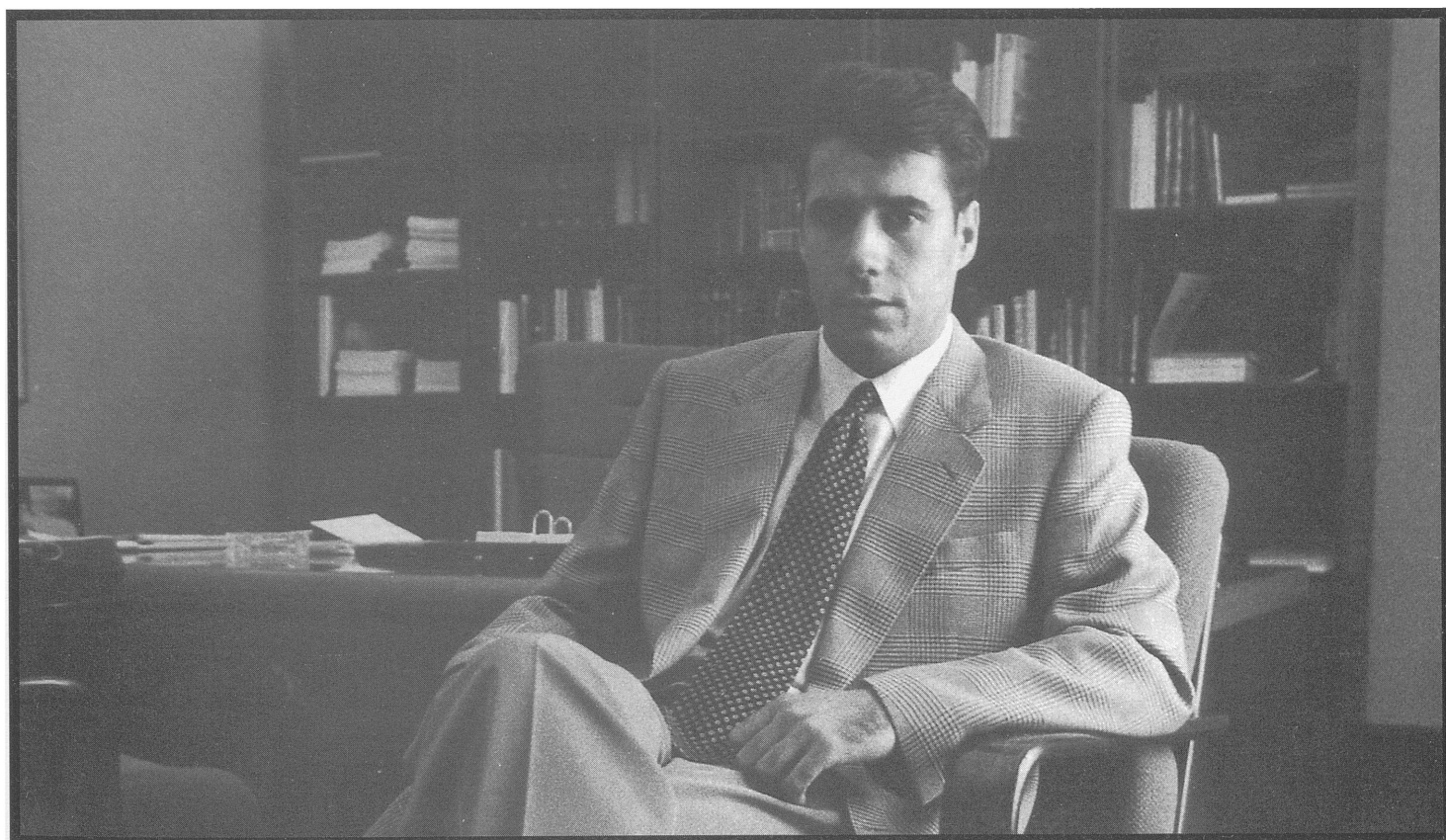
- Per suposat que sí. És un tema important, perquè no crec que sigui bo per a cap empresa concentrar-se en un sol client. L'alemany i el britànic són indiscutiblement dos excel·lents mercats i de fet constitueixen la major part dels nostres ingressos. Per tant, cal que els tractem amb esment per poder-los conservar, però tampoc no ens podem exposar que circumstàncies seves internes, crisi econòmica o qualsevol altre problema, posi en perill la nostra subsistència i per això hem de cercar altres mercats alternatius per evitar dependències exagerades. És en aquest sentit que és important mantenir contingents per als mercats espanyol, italià, nòrdic... etcètera.

- *En qualsevol cas sembla que el turisme és un fenomen prou estable davant les crisis econòmiques, sobretot en el cas alemany, però que, en canvi, reacciona fulminantment davant situacions conflictives. És el cas de Turquia, d'Egipte i evidentment de l'ex-Iugoslàvia. Les Balears ens beneficiem indirectament d'aquestes situacions, però no tem que un conflicte permanent a la Mediterrània ens acabi perjudicant?*

- No, no ho crec. No podem confiar, perquè entre altres coses seria insolidari, en els mals dels altres per treure'n el nostre profit, però en qualsevol cas la situació de les Balears no fa preveure que aquí puguin succeir aquestes coses, ni que ens puguin afectar els problemes de fora per molt pròxims que siguin. Les Illes Balears tenen una societat molt estabilitzada i són un destí absolutament segur. La seguretat personal i jurídica dels visitants també és un atractiu important que hem de saber explotar. Això ho saben els "tour operators" i els turistes, i d'aquí la gran demanda.

- *Ja per acabar, tal volta per lligar el final amb el començament de l'entrevista: per molt que haguem millorat l'aparença turística de les Balears, encara continua vigent la imatge d'unes illes massificades, balearitzades. Fins quant?*

- Sí, vostè ho ha dit, sempre acabam parlant del mateix. Miri, li ho repetesc: els excessos comesos durant els anys seixanta, setanta... etcètera, no es podran arreglar de manera definitiva a curt termini. És una qüestió de temps. És clar que en un moment donat les Illes, sobretot Mallorca i Eivissa, varen apostar per un determinat model de creixement i que ara ens hem adonat que no va ser el model més afortunat. Per això hem començat a fer passes com la del POOT o com va ser la Llei de modernització, o els Plans d'embelliment... per corregir tots aquells excessos. És una feina feixuga, que costarà molts d'esforços i molts de doblers per part de tothom, de totes les administracions i de tota la societat. No ens queda més remei que viure el present mirant no només cap al futur, sinó revisant el passat, per refer poc a poc tot allò que s'ha fet malament i, en definitiva, per continuar fent la necessària reconversió turística.



Afectats per l'estacionalitat

Entrevista a Pedro Calvo

per Caterina Ortega

Es pot afirmar que el turisme com el primer sector productiu de les Illes Balears és també un dels primers sectors en conflictivitat laboral, causada, principalment, per l'estacionalitat. Molt preocupat per aquests temes Pedro Calvo ens acosta a la realitat del treballador d'hoteleria que en anys de crisi es fa més dura. Un col·lectiu que ha sofert de forma molt directa les conseqüències del retall de prestacions per desocupació de l'any 92, un fet que s'ha agreujat amb la reforma del mercat laboral. I és que a les Balears hi ha més de 20 mil fixos-discontinus i multitud de contractes eventuais en el sector turístic que es mantenen en una situació cada vegada més precària. No és estrany per tant que Pedro Calvo no es mostri gaire optimista respecte a la situació laboral dels treballadors d'hoteleria encara que enguany es puguin batre rècords històrics en ocupació turística.

***Pedro Calvo** va néixer a Zamora ara fa 42 anys i forma part dels grans moviments migratoris que, a finals del anys 60 arribaren a Mallorca des de zones de la Península com Andalusia, Castella o Extremadura. Amb una experiència laboral de 20 anys ha treballat a quasi mitja dotzena d'empreses hoteleres de l'illa com l'Hotel Bolero a Palmanova, el Galatzó a Santa Ponça o l'Hotel Platges de s'Arenal. Pedro Calvo es defineix com una persona de transició que va viure molt intensament el final de la dictadura, del sindicat vertical i el naixement dels sindicats lliures cap al 1977. Coincidint amb aquella època es començà a preocupar per les tasques sindicals als grans hotels i participà en els primers convenis col·lectius lliures del sector d'hoteleria. Afirmar que va arribar a la UGT per casualitat. Des de 1978 es presenta a totes les eleccions sindicals com a delegat de comitè d'empresa fins a l'any 1990. Des de fa 2 o 3 anys es dedica exclusivament a les tasques sindicals i actualment és secretari general de la Federació d'Hoteleria de la UGT, càrrec que desenvolupa des de fa 7 o 8 mesos en substitució del seu predecessor Antoni García.*



- La pregunta és inevitable, quines perspectives de futur immediat existeixen per a aquesta temporada turística que tot just acaba de començar?

- Ja la temporada turística del 93 varem poder detectar una certa recuperació del mercat de caràcter puntual, és a dir, una millor ocupació de determinades zones i en determinades empreses que segurament s'havien preparat millor i havien adequat els seus establiments a les noves exigències del turisme. La tendència d'enguany sembla que confirma aquesta recuperació del mercat turístic. En Setmana Santa no es va incrementar el nombre d'hotels oberts respecte a anys anteriors

encara que registraren una major ocupació; a més a més, en aquest 1994 i després de molts anys, s'han contractat grups de turistes amb majoristes turístics amb garanties, és a dir, amb el pagament d'una quantitat en la signatura de contractes i s'han mantingut i, fins i tot, s'han augmentat preus, cosa que feia 4 o 5 anys que no es donava. Jo crec que podem definir aquest principi de temporada com una consolidació de la recuperació ja iniciada el 1993 i que segurament es farà general en aquesta temporada alta.

- I quines zones turístiques es veuran beneficiades amb aquesta recuperació?

- Bé, la recuperació que es va donar el 1993 fou a determinades zones i en determinades empreses, no totes. Això va lligat a un major esforç de determinades empreses per assolir una reestructuració i una renovació de la seva planta al qual hem de sumar els beneficis que suposen les reformes i la regeneració de les zones turístiques. Aquests dos elements tenen molta importància perquè els turistes s'interessen cada vegada més per l'entorn, les infraestructures de la zona, els transports i el confort dels establiments que trien. Dins aquestes zones destaca Peguera, que manté molt bé un mercat, principalment de procedència alemanya. Una altra zona emergent i interessant és Cala Millor i també hem de destacar la zona d'Alcúdia, encara que està molt lligada a una estacionalitat estiuenca.

L'ALTRA CARA DE LES PREVISIONS EXCESSIVAMENT OPTIMISTES

- El ministre de Comerç i Turisme, Javier Gómez Navarro, ha assegurat en diverses ocasions que aquest pot ser un any històric per al sector turístic de les Illes Balears. Comparteix aquesta opinió?

- La compartesc relativament. És possible que visitin el país devers 60 milions de turistes i això pot suposar per a les Balears passar de dotze milions de turistes a catorze però no puc compartir l'opinió del ministre totalment. Primer hem de veure si aquest augment quantitatiu de turistes ajudarà a consolidar una oferta de qualitat i una oferta diferenciada, sobretot en els sectors

clàssics del turisme a l'Estat espanyol com són les Illes Balears, les Illes Canàries i la costa llevantina de la Península... o si contràriament aquest nombre de turistes pot tornar a disparar l'especulació urbanística i es poden tornar repetir els errors del "boom" dels anys 60 i 70. Jo pens que en aquest sentit no hem d'esser gaire optimistes perquè la realitat és crua i segurament aquest increment de turistes tornarà a disparar moviments especulatius.

- Però no s'han establert mesures per preveure i controlar aquesta possible especulació?

- Sembla que hi ha alguns intents. En aquest sentit, la UGT també ha establert les seves prioritats com pot ser el Pla Futures, a nivell d'Administració central, o el Pla d'ordenació de l'oferta turística a nivell autonòmic. A hores d'ara es duen a terme iniciatives importants a Andalusia i a la zona del Llevant peninsular relacionades amb el Pla Futures. Un Pla que dota, durant 4 o 6 anys, de devers 48 mil milions de pessetes per donar suport a inversions, a la regeneració de zones turístiques i a estudis d'oferta de qualitat, però encara és prest per analitzar els resultats. I el Pla d'ordenació de l'oferta turística, per la seva part, suposa un esforç d'adaptació de l'oferta turística balear a les noves circumstàncies de mercat. Aquests dos plans, el FUTURES i el POOT encara no estan contrastats i en el cas del POOT encara no s'ha aplicat.

"ENGUANY NO MILLORARÀ LA QUALITAT DE VIDA DELS TREBALLADORS"

- Molta gent pot pensar que si aquest és un bon any d'ocupació turística també pot ser un bon any per als treballadors del sector perquè hi haurà més treball...

- Jo som molt escèptic en aquesta qüestió. Pot ser que es recuperin els comptes d'explotació d'algunes empreses però la sort dels treballadors d'hoteleria difícilment millorarà. I per què? A hores d'ara se'ns planteja un nou interrogant que és la reforma laboral. Una reforma que només suposa incrementar l'estacionalitat i la precarietat... Pens que l'increment de turistes es tornarà a concentrar en pocs mesos, quatre o cinc, i no hi ha polítiques concretes per desestacionalitzar aquest turisme. També crec que les mateixes plantilles bàsiques de treballadors s'hauran d'esforçar per atendre aquest augment de visitants sense que s'incrementi el personal o les retribucions, que ja són baixes. Per això no som optimista encara que pens que aquest increment de turistes pot contribuir a la recuperació d'algunes empreses però això no suposarà una millora en la qualitat de vida dels treballadors... almanco enguany.

VÍCTIMES D'UN DECRET I D'UNA REFORMA LABORAL

- Quan parlem de la problemàtica laboral dels treballadors del sector, és també inevitable parlar de les conseqüències que va provocar l'aplicació del decret de regulació de prestacions en un treball tan estacional com el d'hosteleria i també és inevitable parlar de la reforma del mercat laboral...

- Home, evidentment aquell decret de regulació de prestacions que va provocar la convocatòria sindical d'un atur de 12 hores a

tot l'estat ha afectat de forma clara al sector d'hoteleria. El 1992 va esser l'any central de la crisi dels 90 i els contractes es reduïren, per tant, el nivell d'ingressos dels treballadors va caure i la renda familiar i el nivell de consum també. A tot això s'ha d'afegir el retall de les prestacions, un retall clar i amb molta incidència en un sector on tres de cada quatre contractes són eventuais. Tot això va produir un deteriorament en les rendes familiars dels treballadors en els hiverns del 92, del 93 i del 94. Cal destacar que el decret suposa un retall seriós en les rendes de famílies que els mesos d'hivern vivien de l'assegurança de desocupació durant tres mesos i els altres tres mesos vivien del subsidi. Amb les condicions actuals han de viure fins a sis mesos del subsidi d'atur que, en termes econòmics, és un ingrés inferior. Això també afecta a nivell de cotitzacions socials: amb unes mitjanes de contractació de sis, set o vuit mesos, un treballador d'hoteleria necessita fer feina durant 45 anys per poder-se retirar amb el 100% del sou mentre que un treballador d'un altre sector com el de transports o el de la indústria només ha de menester 35 anys cotitzats.

- És una normativa bastant injusta amb els treballadors d'hosteleria...

- Efectivament, és una llei molt injusta amb els eventuais i els fixos-discontinus de l'hoteleria perquè és molt general i no analitza sectors com el nostre, caracteritzats per l'estacionalitat. A més a més ha contribuït a desestabilitzar la societat i en aquest sentit hi ha moltes famílies que als mesos d'hivern no han pogut fer front al pagament de les seves hipoteques i també hi ha més ajornaments de pagament de crèdits hipotecaris fins a l'estiu, quan el treballador torna a tenir liquiditat. Tot això es complica per la insensibilitat social del Govern central i del Govern autònom que mai no atenen les peticions sobre l'establiment de rendes socials d'insersió ni de salaris socials ni d'iniciatives que han dut a terme altres comunitats autònomes menys riques que la nostra i que tenen en compte un col·lectiu de treballadors que ho passa vertaderament malament en la temporada baixa. D'aquesta manera sorgeixen casos com el d'Inca on més de 500 famílies han sol·licitat ajuda social a l'ajuntament d'aquella localitat que no és precisament turística.

"MALAURADAMENT FELIPE GONZÁLEZ NO ÉS BALADUR"

- I que em pot dir sobre els contractes d'aprenentatge, els denominats "contrates escombraries". Quins són els aspectes positius i negatius d'aquest tipus de contractació per al sector turístic?

- Tan de bo el senyor Felipe González tengués la mateixa sensibilitat social que el senyor Baladur a França que finalment ha retirat el que ells denominen el contracte d'inserció professional. El senyor González no ha retirat el denominat "contracte escombraries" i a més a més molts de nosaltres pensam que les mesures que finalment surtin del Parlament seran encara pitjors que les que s'havien anunciat. D'ençà que ha començat l'any s'han fet pocs contractes d'aprenentatge a les Balears i segurament en molts de casos joves d'entre 18 i 24 anys no acceptaran sous de "supervivència", i per això crec que aquest tipus de contractes no seran molt nombrosos. De tota

manera sempre hi ha hagut contractes d'aprenentatge a les empreses turístiques i de serveis... Nosaltres a la plataforma reivindicativa del conveni hem proposat als hotelers una regulació d'aquesta figura amb la intenció de dignificar-la però la resposta dels hotelers és l'aplicació escrupolosa de la llei. El que volem és limitar l'edat dels aprenents, de 16 a 20 anys, i augmentar el sòtil de la formació.

ELS FIXOS-DISCONTINUS: LA LÍNIA DE FLOTACIÓ DEL SECTOR

- I què passa amb la figura dels fixos-discontinus en el sector turístic i els contractes eventuais?

- Mira, la figura del fix-discontinuu semànticament ha desaparegut i ara es denomina "contracte parcial per temps indefinit". Al marge d'aquesta qüestió, el treball del fix-discontinuu que afecta zones amb molta estacionalitat és difícil de fer entendre a Madrid i això que hi ha més de 20 mil contractes d'aquest tipus a les Balears. Nosaltres hem demanat que es mantengui una contractació continuada de 6 mesos a l'any com a mínim amb possibilitats d'estirar el contracte fins a 10 mesos per any, però els empresaris voldrien que aquest mínim de 6 mesos de contracte fos un màxim. Des del meu punt de vista això implica un atac a la línia de flotació del sector turístic que són els fixos-discontinus. Respecte als contractes de caràcter eventual pot ser que augmentin encara que afectin persones distintes però aquest augment és un miratge i ens fa pensar que l'ocupació millora quan en realitat no és així i es transforma en un major nombre de contractes de pitjor qualitat i més precaris, i ja n'hi ha prou de precarietat.

LA DIVERSIFICACIÓ DE L'OFERTA TURÍSTICA

- Des de fa alguns anys sentim parlar de diversificar l'oferta turística de les Balears per combatre l'estacionalitat. Com i de quina manera es pot fer?

- Hi ha iniciatives de diversificació fonamentalment basades en turisme d'hivern a zones com Calvià on CCOO i UGT hi col·laboren obertament. També hi ha iniciatives per potenciar el turisme lligat al golf o al tennis que són positives sobretot en temporada mitjana (abril, maig, juny, octubre i novembre) o fins i tot en temporada baixa. Però aquestes iniciatives són molt parcials i tampoc no hem d'oblidar que nosaltres ens continuarem basant en el turisme de masses, sobretot d'Europa occidental i que pertany al



segment de població de classes mitjanes i assalariades. Per tant nosaltres hem d'atendre les vacances de milers de treballadors i no hem d'oblidar que aquest sector continuarà essent la base de l'activitat econòmica de les Balears i per això hem de vetllar per aquest sector nombrós de turistes. El turisme nàutic o de golf no és numèricament important i pot servir per desestacionalitzar el sector però no pot mantenir i revitalitzar l'activitat de l'illa durant tot l'any.

EL POOT: UN DOCUMENT MOLT AMBIGU

- *Què li suggereixen les sigles POOT?*

- En principi són unes sigles bastant estranyes. Em suggereix un document ambigu que arriba tard i que no té cap inquietud pel que pot significar regular devers 36 mil places hoteleres, no s'interessa per l'impacte que aquesta regulació pot tenir en els llocs de feina dels treballadors i no dedica ni una ratlla a parlar de tot això. Tampoc no es preocupa excessivament per la conservació del medi ambient que és molt important per a la nostra oferta perquè vivim en un territori reduït de tres mil quilòmetres quadrats. Per tant jo crec que el POOT que coneixem es caracteritza per una insensibilitat social acusada i també per una escassa sensibilitat per la conservació del medi ambient i dels recursos naturals. Aquest segon document suposa un canvi de filosofia respecte del primer, redactat en temps de l'ex-conseller Jaume Cladera i no limita les segones residències, que són una autèntica competència, ni tampoc no precisa unes zones d'explotació turística determinades i mostra una gran definició en els límits d'edificabilitat dels edificis turístics. Amb una paraula, és un document ambigu i que arriba tard i una cosa ambigua difícilment es pot convertir en àgil.

MILLOR EL POOT DE CLADERA QUE EL DE FLAQUER

- *Sembla que si li donassin a triar entre el Pla d'ordenació de l'oferta turística elaborat per Jaume Cladera o el POOT presentat per l'actual conseller es quedaria amb el primer. Per què?*

- Home, jo els he llegit amb molt d'interès i entre la primera redacció i la segona es detecta un canvi de filosofia política fins i tot quan es parla de l'oferta complementària. El segon escrit diu textualment que s'ha d'incentivar i millorar l'oferta complementària i jo pens que no, que l'oferta complementària existent és suficient i en tot cas s'ha de millorar però no incentivar. També he de destacar que el POOT elaborat per Cladera era molt més concret perquè parlava de franges de protecció de 500 metres, de cunyes lliures d'edificacions en la franja costanera i parlava també de metres quadrats per habitat, de zones verdes, esportives i culturals. Crec que era un document més precís que marcava terminis mentre que el segon document del POOT és molt més imprecís i ambigu... i això és bastant sospitos. I ja et dic, la manca d'atenció social sobre l'impacte en l'ocupació que tindrà aquesta reducció de 36 mil places hoteleres és molt preocupant sobretot a zones com Calvià on es pretenen regular 6 o 7 mil places amb un cost de també 6 mil milions de pessetes. A la zona de Cala Ratjada la restructuració prevista és de 4.200 places mentre que a Cala Millor és de 3.500 i a la Platja de Palma el nombre de places a

restructurar arriba a les 9 mil. Aquest és un nombre molt important de places sense determinar i suposarà un fort impacte.

CONSTRUCCIÓ I SECTOR IMMOBILIARI: PRINCIPALS BENEFICIARIS DEL POOT

- *Em sembla que aquest Pla d'ordenació de l'oferta turística tampoc no satisfà els hotelers. Realment qui pot satisfer i beneficiar un POOT rebutjat pels sindicats i pels hotelers?*

- Des del meu punt de vista, l'ambigüitat del POOT suposa una victòria clara d'un sector econòmic per damunt d'un altre i suposa possibilitar, de bell nou, les pràctiques especulatives en el mercat immobiliari i en el mercat de la construcció. Crec que aquest sector serà el que treurà el major profit del desenvolupament complet del POOT.

RELACIONS DIFÍCILS AMB LES ADMINISTRACIONS

- *Quines relacions manté el sindicat UGT i més concretament la Federació d'Hoteleria amb les distintes administracions central, autonòmica i local?*

- Les relacions que mantenim amb l'Administració central són dolentes. No estam d'acord quan el ministre de Turisme parla de la jornada en còmput anual perquè creim que la jornada s'ha d'administrar en còmput setmanal, amb 40 hores setmanals i amb dos dies lliures. Aquest és un detall que demostra que les relacions no són satisfactòries. D'altra banda les relacions amb l'Administració autonòmica també són dolentes perquè rebutja de forma continuada la creació d'un salari social i per la insensibilitat social que caracteritza la seva política amb projectes com el POOT. A més a més li manca un esperit negociador quan obre mesos de diàleg social que no condueixen a res... I les relacions amb les administracions locals tampoc no són, en general, molt fluïdes perquè no existeix una sensibilitat social... encara que pot ésser que sigui motivat pels greus problemes econòmics que pateixen.

- *Quan es publiqui aquesta entrevista o bé hauran signat el conveni col·lectiu per a aquesta temporada o bé encara continuaran negociant amb la patronal, unes negociacions que vostès ja varen anunciar que serien dures. Quin tipus de relació estableixen amb la patronal a nivell general?*

- Les nostres relacions amb els hotelers són les normals entre un sindicat o uns sindicats que defensen uns interessos importants però parcials, perquè són interessos d'un sector de treballadors mentre que ells defensen uns interessos econòmics d'un altre sector més minoritari que són els empresaris. Crec que som persones amb capacitat per arribar a acords però també som persones amb escassa capacitat per entendre, de vegades, els missatges recíprocs. Per això convé fer un esforç d'enteniment. Les relacions són fluïdes però amb els conflictes puntuals que existeixen en qualsevol relació amb un altre sector industrial encara que a les Balears aquests conflictes s'agreguen pel tema de l'estacionalitat. Aquest tema ens complica molt la vida en les relacions amb els hotelers perquè no entenen el dret del fix-discontinu a mantenir el seu treball en la pròxima

temporada o no entenen que el treball en hostaleria està escassament retribuït.

UGT I CCOO: UNA RELACIÓ AMB FUTUR

- Des de fa anys la UGT negocia convenis col·lectius en una plataforma conjunta amb CCOO. Quines línies de treball poden establir amb l'altra central sindical majoritària?

- Les relacions amb CCOO s'han anat perfeccionant i millorant en els últims anys. Els darrers esdeveniments polítics a escala internacional han fet desaparèixer diferències que existien fa 10 o 15 anys. Actualment hi ha més punts de coincidència i en aquest sentit existeix un procés de convergència basat en la unitat d'acció i en alguns plantejaments, per part dels dos sindicats, de convergir cap a una unitat orgànica. Des del meu punt de vista, en aquests moments és suficient i positiva per als treballadors la unitat d'acció i tal volta és un poc precipitat avançar ràpidament cap a una unitat orgànica, d'una sola central sindical representativa... però aquesta possibilitat és a l'horitzó.

UGT I PSOE: UN DIVORCI DOLORÓS PERÒ INEVITABLE

- El "matrimoni" entre UGT i el PSOE ha acabat en divorci i la doble afiliació ha desaparegut. Com s'ha paït aquest procés des de la UGT?

- Clarificar els àmbits de responsabilitat ha estat molt positiu per a la UGT. A un partit polític li interessen els aspectes generals de la vida econòmica i social d'un país i a un sindicat li interessen aspectes importants però parcials: el ciutadà com a treballador, com a funcionari o assalariat. Per tant són preocupacions distintes. Les senyes d'identitat són comunes, evidentment, però així com els darrers canvis de l'escena internacional han modificat les relacions d'UGT i CCOO, també podem dir que cada vegada es clarifica més la tasca que hem de fer. La relació entre el PSOE i la UGT en 1993 i 1994 no és la mateixa que en 1974 per raons d'origen i per la situació

política general a Europa i al nostre país. Jo crec que era molt important aquesta clarificació d'espais que no pot deixar d'esser traumàtica perquè durant molts d'anys moltes persones hem tengut la doble militància i sempre és dolorós haver de triar i establir prioritats. Però pens que aquestes crisis són positives perquè clarifiquen davant els treballadors i davant l'opinió pública el que cada organització fa i pot oferir.



Mallorca i Alemanya, l'idili de dos vells coneguts

Entrevista a Wolfgang Graf Pilati

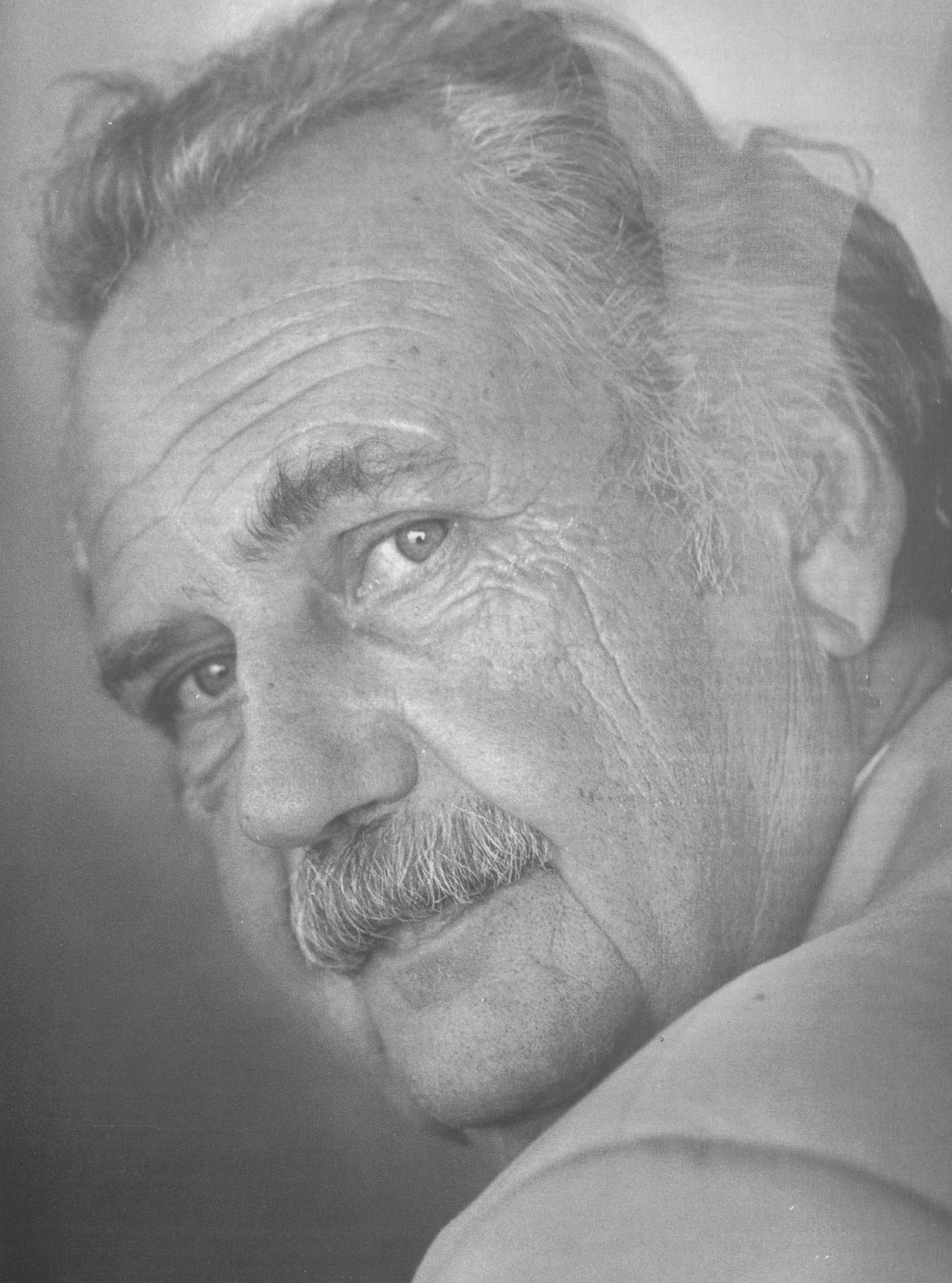
per Constanza Forteza

Wolfgang Graf Pilati viu a Mallorca des de fa quasi un quart de segle i, a pesar que encara parla un castellà de gramàtica caòtica, es congratula de ser una espècie d'híbrid entre mallorquí i alemany, capaç de cedir bastant davant la suposada improvisació llatina i, a la vegada, reconèixer que, aquí, això de la "siesta" no és pràctica habitual a pesar que deixam que els estrangers creguin que sense ella no podem viure. Pilati és molt optimista. Per un costat, gràcies a la realitat que indica que enguany batirem els rècords d'afluència alemanya, però també perquè està convençut que Mallorca aconseguirà guanyar aviat la batalla del turisme de qualitat i, en un final feliç, fer-se imprescindible en l'oferta d'oci del país que, a més de ser el més potent d'Europa, té una reraguarda a l'Est amb milions de turistes potencials ansiosos de sortir de ca seva. El delegat del "tour operator" TUI a les Balears considera que Alemanya i Mallorca viuen una espècie d'idili madur, el de dos vells coneguts que s'han tornat a trobar i en el qual cada membre de la parella canta ara les excel·lències, abans inadvertides, de l'altre. Mallorca té molta oferta, la vol millorar i és a un tir de pedra de qualsevol aeroport alemany. Mentre, els alemanys demanen, com tots els turistes, sol i platja. I, a diferència dels altres, més tranquil·litat, millors establiments, més ecologia i més atractius per satisfer una curiositat cultural que sent la cridada del sud.

- *Què ha passat enguany perquè els alemanys vulguin venir massivament a les Balears?*

- Per a la nostra empresa també ha estat una sorpresa. Actualment registram, pel que fa a Espanya, unes reserves que estan quasi en un 50% per damunt dels resultats de l'any passat i, pel que fa a les Balears, en un 44% per damunt. I quines són les raons? A Alemanya, com tothom sap, tenim problemes econòmics, vivim una recessió com a resultat de la unificació del país. Però també hem advertit que els alemanys de l'Est, a pesar de les dificultats econòmiques, mostren la mateixa tendència a viatjar que els alemanys de l'Oest. Llavors, tenim 18 milions d'alemanys més, disposats a viatjar. Aquesta és una de les causes fonamentals d'aquest augment. També hem notat que enguany els alemanys han reservat abans que altres anys les seves vacances. Lògicament, sabem que aquí no hi ha capacitat hotelera, ni tampoc de transport, per absorbir un 50% d'augment de la

Wolfgang Graf Pilati va néixer fa 54 anys a Berlín. És comte, amb un títol lligat al llinatge Pilati, originari de l'Itàlia del segle XIV. Pilati va començar a treballar en el turisme fa 30 anys, a Alemanya, com a responsable de planificació i contractació del majorista de viatges TUI. La primera destinació va ser Kènia, com a delegat d'aquest "tour operator". Des de l'any 1971 exerceix aquesta mateixa representació a Mallorca, exercici que només han interromput, dos períodes curts (del 84 al 86 i del 91 al 94) de treball a les Canàries. És casat i té una filla que ha nascut aquí i que, després de fer el BUP i la selectivitat a Palma, estudia a Madrid. Segons indica, ja no es pot imaginar fent feina a Alemanya i assegura que ningú no el tornarà moure d'aquí



demanda a final de la temporada. Nosaltres havíem fet una planificació que preveia un 5% d'augment a finals del 94. Ara, hem modificat la planificació i esperam acabar el 94 amb un augment, en relació a l'afluència cap a Mallorca, d'entre el 12 i el 20%.

- És un augment enorme, fins i tot fa por.

- Sí, sí, és enorme. Un 12% més és moltíssim. En el 93 tenguérem quasi 420.000 passatgers i aquest estiu esperam tenir-ne, només per a Mallorca, més de mig milió. Per a les Balears, hem previst l'arribada de quasi 650.000 turistes. I bé, ara tot depèn de com vagin les coses. Per un costat, ha augmentat la demanda turística a Alemanya. Però també ha influït molt la devaluació de la pesseta, la relació preu/qualitat torna a funcionar quasi d'una manera perfecta. A més a més, a Alemanya s'ha produït una concentració dels llocs de venda dels viatges turístics. En el 93, en el meu país hi va haver molts de problemes a causa de la fallida de una sèrie de petits "tour operators" i els alemanys, que cerquen seguretat per a les seves vacances, advertiren aquesta inestabilitat. Enguany s'ha produït una concentració facilitada pels dos grans "tour operators", TUI i Neckerman.

EL DOMINI DELS GRANS

- Vol dir que si TUI i Neckerman concentren ara bona part de les agències de viatges això s'ha notat ràpidament en un augment de la demanda?

- TUI i Neckerman són els majoristes de viatges més importants d'Alemanya i, per tant, aquesta operació ha donat seguretat als consumidors. El procés es va obrir el passat mes de novembre, quan en el meu país es va liberalitzar el mercat de les agències de viatges. Abans, les agències de TUI, que són més de 5.000 a tota Alemanya, no podien vendre els productes d'altres "tour operators" i aquests tampoc no podien vendre els nostres. Neckerman tenia, al marge de la seva pròpia xarxa de vendes, entre 4.000 i 5.000 agències. A Alemanya hi ha devers 12.000 agències i, des del mes de novembre, totes poden vendre el producte que vulguin, de qualsevol "tour operator".

- Però el resultat de tot això no és una concentració excessiva que afavoreix exclusivament els grans "tour operators" alemanys?

- Lògicament, les agències es troben en un procés de concentració. Cada agència ofereix ara el producte de TUI, el de Neckerman i potser els de tres o quatre "tour operators" alemanys més. Globalment, les agències alemanyes vendran les ofertes de devers 25 "tour operators" però, evidentment, la major part de l'oferta d'aquestes 12.000 agències prové dels grans majoristes. Nosaltres hem calculat que, per a TUI, aquest procés es traduirà en un augment de mig milió de passatgers o de clients. Tot a causa d'aquest procés de liberalització i de concentració. En el 93 TUI tenia quatre milions cinc-cents mil passatgers. Amb aquesta concentració i, tal com he dit, amb la liberalització, esperam més de cinc milions de clients en el 94 i en el 95.

- Sembla que l'augment del turisme cap a Espanya i cap a les Balears obeeix a molts de factors, alguns ja apuntats per vostè. Però n'hi ha d'altres, per exemple, les circumstàncies polítiques que viuen una sèrie de països competidors de la Mediterrània, que són o poden ser provisionals. Pensa que l'increment espectacular del turisme serà cosa d'un, dos o tres

anys o, pel contrari, pensa que hi ha una tendència d'augment sòlida i estable?

- Lògicament, Espanya i les Balears no poden viure, en relació al turisme, dels problemes que tenen països com Turquia, Egipte o Iugoslàvia o els de regions com Florida. Però també és cert que els clients que vénen a Espanya, no només a les Balears, adverteixen els gran esforços que s'han fet en els darrers tres anys en la millora de la infraestructura de les zones turístiques. La modernització de l'hoteleria és importantíssima. Es parla de turisme de qualitat i jo crec que aquesta és la línia en la qual s'ha de treballar perquè encara s'ha de fer molt. A més a més, l'amabilitat, l'atenció cap al client, també han millorat molt. Abans, els turistes eren números; ara, en els hotels, a les zones turístiques, s'han introduït ofertes d'entreteniment, de diversió per als clients i de mentalització del personal que està al costat del turista, que han canviat molt les coses. Totes aquestes millores són factors que influeixen en una consolidació del turisme a mig i llarg termini. És per això que jo pens que si Espanya i les Balears continuen per aquest camí les coses aniran bé. Més si pensam en els països competidors, que no han fet aquest esforç, i que tampoc no tenen la capacitat que hi ha aquí en hotels i apartaments, ni la infraestructura de l'oci, de l'oferta complementària que es pot trobar a les Balears. Per tant, no crec que sigui un creixement conjuntural, en el cas del mercat alemany crec que la tendència d'augment pot continuar. Tot això al marge que els països on ara hi ha problemes tornin a competir.

- A molt d'ells els costarà tornar a funcionar turísticament.

- Bé, en el cas de Turquia, el problema del terrorisme els ha fet molt de mal. Perquè havien treballat molt de cara al turisme amb la construcció de complexos nous que no repetien els errors comesos a altres llocs, amb hotels de bona arquitectura i amb preocupació pel medi ambient i l'entorn. Turquia és un país amb grans possibilitats de competir amb Espanya, però clar, ara està descartat pels problemes polítics. I jo no crec que aquests conflictes es puguin resoldre entre avui i demà. I si això és evident en el cas de Turquia, encara ho és més en el cas d'altres països.

LES VACANCES, UNA ADDICCIÓ

- I quina serà l'evolució de la demanda turística? Perquè sembla que ha canviat la mentalitat de la gent en relació al turisme. Abans, era un luxe i, ara, tot fa pensar que fer turisme, sortir del país, almenys per als alemanys, s'ha convertit en una necessitat.

- Si parlem dels alemanys ja es pot dir que és un poble que, quan té problemes econòmics, és capaç d'estalviar en una sèrie de factors però el que és clar és que no estalvien doblers en el tema de les vacances. Els viatges, les vacances, s'han convertit en una necessitat. Està associat amb la seva mentalitat respecte de la qualitat de vida. De vegades, les famílies alemanyes es gasten en les vacances els doblers que planificaven invertir en un cotxe nou o en canviar la televisió o el vídeo. Les vacances tenen preferència. S'han convertit en una necessitat inqüestionable i totes les enquestes que es fan així ho indiquen.

- I en quin marge de temps s'ha produït aquest canvi de mentalitat?

- Lògicament, tot depèn de la marxa de l'economia alemanya. A Alemanya s'han viscut dues recessions, una en els anys 70 i

l'altra en els anys 80. En aquests dos casos, els efectes de la recessió arribaven al sector turístic amb un retard d'un any i mig o dos anys. En aquests moments es viu un altre període de problemes, a Alemanya hi ha quasi quatre milions i mig de persones sense treball i, en canvi, no hi ha cap tendència que ens demostrï que la gent renuncia a les seves vacances. Per tant, a pesar de la crisi, les vacances continuen sent prioritàries. També és cert que enguany l'economia alemanya presenta senyals d'optimisme i que s'espera que el 94 es tanqui amb un creixement del 2% del Producte Interior Brut.

- És a dir, amb problemes o sense problemes, ningú no renuncia a l'oci.

- Efectivament, això ja és així. A més a més, advertim que enguany la gent compra els paquets turístics i paga els preus fixats, sense esperar les ofertes de darrera hora. Volen assegurar les vacances, volen assegurar el lloc i l'hotel que han triat i no deixen cap detall a l'aire. És una situació que, per a nosaltres, per als majoristes, és completament nova perquè en anys anteriors, en el darrers tres o quatre anys, els alemanys esperaven al final per fer la reserva. Clar, en els anys passats els clients coneixien perfectament que hi havia un excés d'oferta en els països turístics i també en el transport aeri; sabien que podien esperar al final i trobar una reserva. Però això ha canviat pel "boom" turístic que es registra enguany. Aquest fenomen no s'ha produït només a Alemanya, es pot observar a altres països.

- L'augment del turisme alemany és paral·lel a l'augment de les inversions immobiliàries alemanyes a Mallorca?

- Bé, si es parla amb els responsables de les immobiliàries es nota l'optimisme, sense dubte. La realitat és que es parla de Mallorca com la segona Florida, com del lloc ideal per a la segona residència. De cada vegada més; hi ha alemanys que cerquen a Mallorca un segon lloc per viure. És clar, amb la freqüència de vols que hi ha, el fet que des de qualsevol ciutat alemanya pots esser aquí en dues hores..., i amb la seguretat

que donen les condicions climàtiques de les Illes, és evident que és més fàcil i més còmode tenir aquí la segona residència que tenir-la a un lloc on és necessari traslladar-s'hi en cotxe.

MALLORCA I LA REPÚBLICA FEDERAL

- Hi ha un moviment significatiu de cap de setmana, d'alemanys que arriben aquí per passar només un cap de setmana?

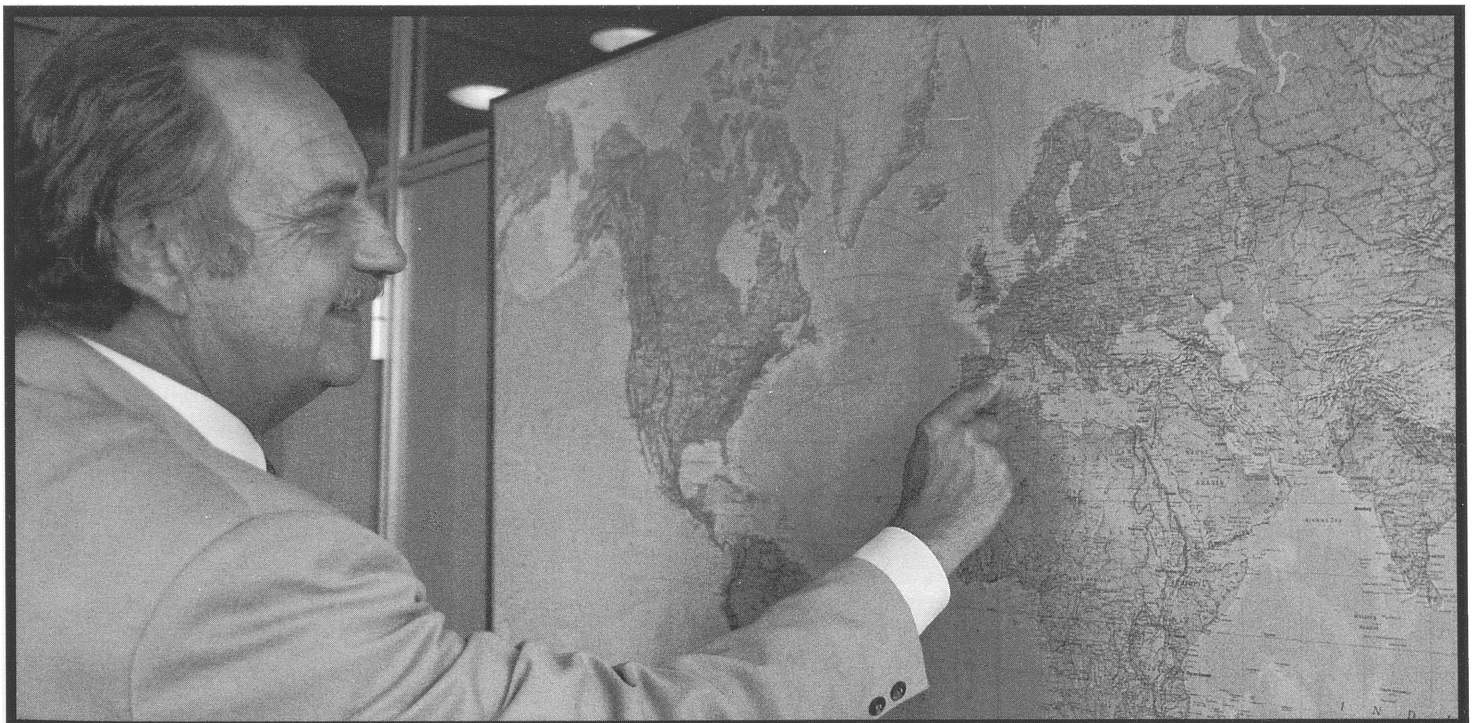
- Nosaltres oferim vols per un, dos i tres dies. Tenim turistes que vénen amb nosaltres un matí per tornar a Alemanya el mateix dia a darrera hora. Vénen a fer compres, a fer el que sigui. I això no es pot fer amb cap altra destinació turística d'Europa perquè no hi ha vols, no hi ha la freqüència necessària de vols. Pensi que, en temporada alta, TUI ofereix des de Dusseldorf dotze vols diaris cap a Palma. Només des d'un aeroport.

- En definitiva, que allò que deia l'any passat la premsa alemanya, sobre la possibilitat que el seu país comprés Mallorca la fes un "land" federal més, recollia part de la realitat.

- Bé, bé, això era una broma...

- Sí, però una broma que...

- Ha, ha, ha!... bé, és cert que, de cada any, es nota una relació més forta entre les Balears i Alemanya. De cada vegada hi ha més residents alemanys a Mallorca. Jo ho veig en l'arribada a l'illa d'equips de televisió, de companys seus periodistes que vénen a fer reportatges. Mallorca està de moda a Alemanya i cada televisió vol fer cròniques, reportatges sobre el que fan aquí els alemanys. I pel·lícules per a la televisió amb episodis que transcorren aquí. I evidentment tot això ajuda a canviar la imatge de Mallorca. Abans era una destinació considerada per a gent amb escàs poder adquisitiu, un lloc barat i, ara, això ha canviat completament.



- És lògic que els mitjans de comunicació traslladin a Mallorca el seu àmbit de feina perquè és aquí on és, almenys durant l'estiu, la seva audiència.

- Sí, clar que sí. Però hi ha una altra cosa, jo veig que en aquests moments no hi ha cap motiu de confrontació entre Alemanya i Espanya, al contrari, hi ha un enteniment de cada vegada més fort. Quan un alemany parla d'un espanyol o, més a prop encara, d'un mallorquí, sempre parla amb respecte i molt d'afecte. S'hi troben com a ca seva. I els alemanys noten que ara, a Mallorca, hi ha més hospitalitat, que la gent és més oberta.

- Vostè adverteix que entre els mallorquins i els alemanys hi ha un tracte mutu més favorable que no entre els mallorquins i altres nacionalitats turístiques?

- Home, jo no vull parlar d'altres nacionalitats...

- Sense citar ningú...

- I bé, jo crec que en general els turistes alemanys, si els comparam amb els d'altres nacionalitats, han tengut un comportament molt bo a Mallorca. I potser per això s'explica la reacció positiva dels mallorquins.

- També potser que hi ha turistes que esperen que tot i tothom s'adapti a ells mentre que els alemanys són més curiosos, cerquen més la realitat d'aquí.

- El que és clar és que els alemanys cerquen més el contacte amb la població, no volen només estar a l'hotel i anar a la platja. Els agrada molt llogar un cotxe i anar a cercar llocs genuïns o amb interès. Tothom parla de la crisi però nosaltres, amb els nostres clients, hem notat un augment molt fort de les excursions. Hi ha un gran interès per conèixer el paisatge, els mallorquins, els costums, la gastronomia i la cultura d'aquí. A TUI tenim un programa, nomenat "Mallorca Romàntica", que inclou l'allotjament en una sèrie de finques rurals de l'interior. Aquest programa té un èxit descomunal i té uns preus molt més cars que els que presenten hotels de quatre estrelles just devora la platja. És clar que l'oferta de sol i platja continua sent la base de l'oferta turística però de cada vegada hi ha més alemanys que cerquen altres atractius.

- Si, a pesar de les millores efectuades, hagués de destacar alguns punts negres de la nostra oferta turística, on pensa que es podrien localitzar, on pensa que encara es pot actuar?

- Miri, la base del turisme mallorquí és el turisme de masses. Això no ho podem oblidar. Però, d'altra banda, tothom està d'acord que ens hem d'orientar cap a l'augment del turisme de qualitat. I jo estic d'acord, hem de treballar per dur turisme de quatre i cinc estrelles. I per aconseguir això pens que s'han d'augmentar els camps de golf i el nombre de places dels ports esportius i millorar encara més la infraestructura i l'oferta d'allotjaments.

- Però l'oposició a construir més camps de golf o més ports esportius es basa en raons de tipus ecològic a les quals els alemanys també són molt sensibles. Només la raó de la manca d'aigua, ja és bàsica.

- Clar, jo no ho sé, perquè són qüestions de política en les quals jo no m'hauria de ficar. Però crec que tothom sap que aquí el

gran volum d'aigua es gasta en l'agricultura amb un rendiment molt escàs. Però bé, jo no vull parlar de temes que han de resoldre els responsables del Govern o dels ajuntaments. Jo respect totes les postures però, també, em deman què és el que s'entén per turisme de qualitat. Què és el que es pot oferir al turisme de qualitat, què és el turisme de qualitat? És el client amb poder adquisitiu, que gasta els doblers, amb ganes, que s'hi troba bé, que està acostumat a tenir el seu oci amb la mateixa qualitat de vida de sempre i que, llavors, cerca un bon servei. Al meu entendre, aquest és el segment que s'ha d'aconseguir atreure.

D'IMPOSTS TURÍSTICS, NI PARLAR-NE

- I des d'aquest punt de vista no li sembla que no és tan absurd demanar als turistes una aportació econòmica per contribuir a mantenir la qualitat d'un territori del qual se n'aprofiten durant les vacances?

Sabem que els "tour operators" no volen ni parlar del tema de l'impost turístic, però quan a la premsa alemanya va sortir allò de comprar Mallorca, aquí el comentari era, idò si volen Mallorca i la volen tan perfecta, que ens ajudin a pagar-la.

- Bé, és cert que, de cada vegada més, els turistes volen trobar a Mallorca qualitat mediambiental, la gent és cada vegada més sensible davant aquests temes. Però, aquí, a Espanya, el turisme és el motor de l'economia i, per tant, els responsables que la qualitat de l'oferta s'ajusti a les exigències de la demanda són els polítics i els que formen part del sector turístic. Mallorca rep els beneficis d'aquesta aflluència turística i, per tant, és d'aquí d'on han de sortir les reinversions per millorar l'oferta.

- Però el turisme és com una multinacional, els beneficis d'aquí són els beneficis d'allà...

- ... i clar que sí, per això és tan important que es preservi el medi ambient. Si no es respecta el paisatge, el medi ambient, i si es torna a construir com fa uns anys sense planificació i sense una arquitectura lligada al paisatge...

- ... però no em contesta la pregunta, si objectivament es pot exigir un import als turistes...

- Sincerament, crec que no. Els alemanys són molt respectuosos amb el medi ambient i crec que el comportament dels nostres turistes així ho demostra. Es pot continuar treballant en aquesta línia, hi ha moltes maneres de fer-ho i no sempre estan lligades als doblers, a forçar una despesa. I això és vàlid per al turista que ve a Mallorca i per a aquell que va a un altre país. Però no per això es pot exigir al turista que arriba aquí o al que arriba a Alemanya que ha de pagar un impost per mantenir el paisatge i el medi ambient. Gràcies al turisme, Mallorca guanya molts de doblers i consider que la sortida és reinvertir part d'aquest benefici en medi ambient. I el turistes, indirectament, ja paguen la seva part. Som contrari a imposar un impost d'aquestes característiques.

- I del Pla d'ordenació de l'oferta turística: què pensa del camí que ha hagut de fer aquest document, considera que arriba tard?

- Jo crec que és absolutament necessari que es posi en marxa i que s'apliqui el POOT. Perquè és necessari el control sobre l'oferta d'allotjament, perquè és necessari donar garanties en relació a tots els temes dels quals parlàvem abans, en relació a la qualitat de l'oferta, de la infraestructura de l'oci i de la

preservació del medi ambient. I tot això amb un control paral·lel al creixement turístic. Al meu entendre és una pena que s'hagi reduït el nivell de duresa del POOT però, ara com ara, la urgència és que s'aprovi i es posi en marxa tot d'una.

ELS BONS TURISTES DE L'EST

- Abans deia que tenen un mercat potencial de devuit milions de persones, de l'Alemanya de l'Est. Però, de moment, quin tipus d'alemany de l'Est ve a Mallorca, turistes semblants als de l'Oest o només una capa econòmicament més afavorida?

- A Espanya i aquí vénen, de l'Est, rics i pobres, no hi ha massa diferències respecte a les tendències del turisme de l'Oest. Han assimilat ràpidament les actituds de l'Oest. Encara que hi ha una diferència, el turista de l'Est és més curiós, està més interessat, diguem que té més alegria. És un turista que no és tan exigent com el de l'Oest.

- I ja es veu si el turista de l'Est repeteix el lloc de les vacances o si és un turista que de moment vol canviar de destinació cada any perquè encara ha sortit poc del país?

- Com et deia abans, viatja amb la mateixa intensitat que el de l'Oest. Quan va caure el mur, se'ls obriren totes les possibilitats de sortir del país. Clar que, després de la unificació, visqueren una situació molt dolenta, les fàbriques tancaren i una part molt important de la població de l'Est va perdre el seu lloc de feina. Ara ja advertim una recuperació, es noten els primers efectes de les inversions fetes al llarg d'aquests darrers anys. Són inversions molt importants, en infraestructura, en carreteres i en indústries molt més modernes que les que hi ha a l'Oest. En deu anys tendran una estructura econòmica que, en moltes coses, serà més innovadora que la d'Alemanya de l'Oest.

- Aquest optimisme contrasta amb les diferències entre la gent que es veuen a Alemanya. Els de l'Oest diuen que els de l'Est no saben treballar i que es pensen que tot és gratis i els de l'Est diuen que els de l'Oest es volen aprofitar d'ells fent doblers ràpidament i pagant salaris de misèria.

- La veritat és que aquest enfrontament encara existeix. Tot això ha millorat molt però encara hi ha problemes de convivència entre les dues parts d'Alemanya, nosaltres som els primers que mantenim la diferenciació entre "ossies" i "wessies". Ara bé, crec que és evident per a tothom que l'únic camí és el de l'enteniment i de la col·laboració. I, en aquest sentit, jo crec que les coses van ben encaminades

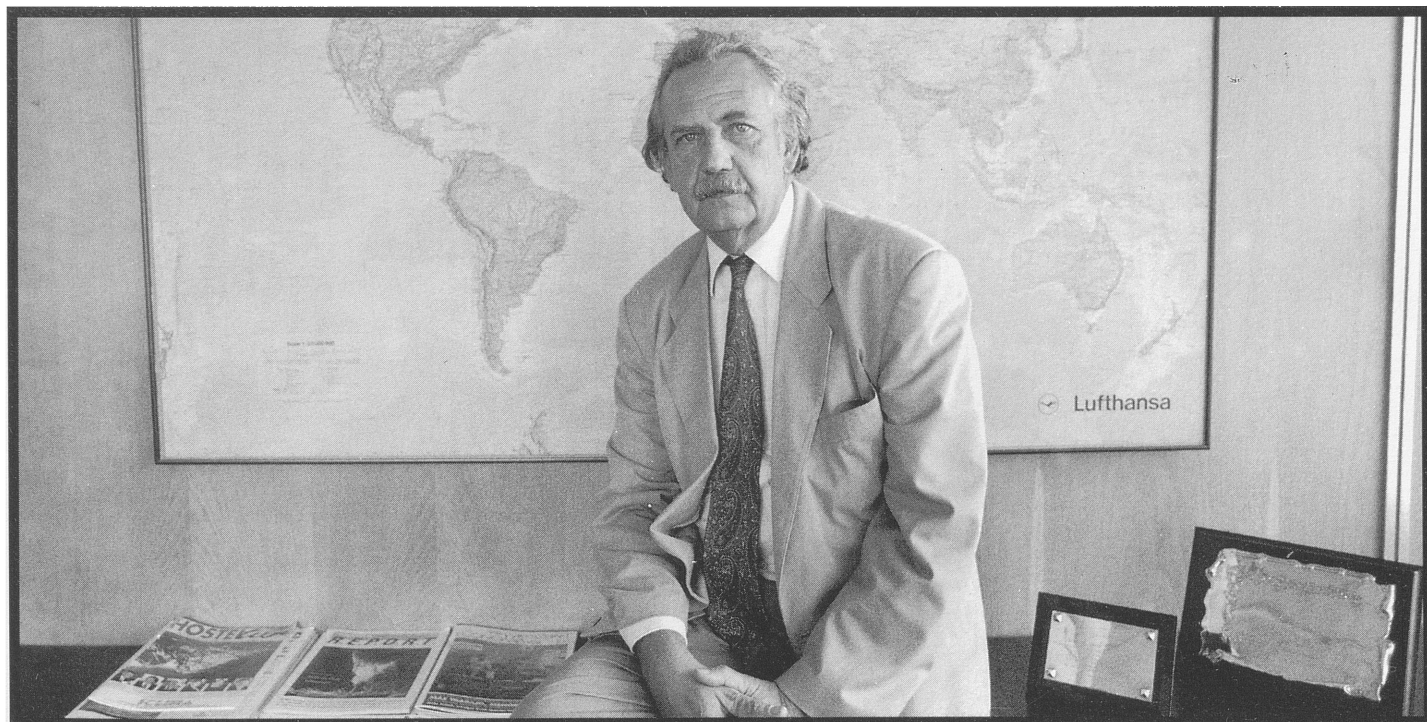
ALEMANYA ANIRÀ BÉ

- Vostè va néixer a Berlín i, per tant, deu tenir una visió més viva del problema. A més a més, sembla optimista.

- S'i, sí, som optimista. Crec que el futur de l'Alemanya unida és molt bo. Sé que és difícil canviar la mentalitat d'un poble que ha viscut durant 40 anys dins una economia dirigida i planificada rígida, que és difícil que puguin adquirir el nivell de competitivitat d'una societat de mercat. Però també és cert que ells tenen un avantatge sobre els alemanys de l'Oest, tenen més capacitat d'improvisar que nosaltres, estan acostumats a sobreviure gràcies a la improvisació i, també, gràcies a la solidaritat entre ells. I això, que per a molts pot semblar poc important, per a mi és un gran capital que ningú no els pot llevar.

- De vegades, els problemes alemanys vists des de fora, des d'altres països, poden provocar certa hilaritat, Veure els alemanys desesperats per taxes d'inflació o de creixement que aquí considerariem desitjables, genera poca comprensió.

- Però és que el problema no és només d'Alemanya. El cas és que si la indústria, l'economia alemanya no és capaç de sortir d'aquesta recessió i d'aconseguir l'èxit econòmic de la unificació, tampoc no ho poden fer la resta de països de l'Est. L'economia alemanya és el motor de l'economia de molts d'aquests països, el de Polònia, de Txecoslovàquia, de Romania, etc.





La Agencia
de Viajes
tu mejor
compañía



Nuestro trabajo

Res d'utopies

Entrevista a Miquel Cortada

per Joana Maria Roque

Miquel Cortada Mas és un home de poques paraules o de paraules justes. Quan ha dit les coses una vegada, troba que no cal repetir-les. I si no té més remei que ser reiteratiu per mor de les preguntes, recorda que "ja ho he dit abans". Aviat troba que "ja hem parlat de tot". I té feina a fer. Es veu que no li agrada perdre el temps i que arriba sempre als llocs als quals vol anar pels camins més curts i sense perdre el temps. Pens que bada poc a no ser que el seu propòsit sigui justament badar. I si, quan va per la ciutat, troba un autocar ple de turistes que interromp el trànsit no fa sonar el clàxon i s'enfada una mica si algú altre pita. Té molt present que tots vivim del turisme i que ens hem de saber avenir a algunes molèsties com els autocars que s'aturen al mig del carrer o la "gentada" que hi ha a les platges durant la temporada alta. "Què volem?, turisme sense gent?, demana a un moment de l'entrevista.

- Parlem de la propera temporada, hi haurà sobreocupació? S'ha anunciat tant que a la fi els turistes s'espantaran i es faran enrere? Com ho veu?

- Hi ha dos mercats important que són l'alemany i l'anglès que venen per damunt del que havien venut l'any passat, però s'ha de fer una matisació: parlem del vendre dia a dia. Ens trobam ara amb uns augments de devers el trenta per cent en comparació amb les mateixes dades de l'any passat i si aquesta tendència continuàs hi podria haver un augment espectacular tant de turistes alemanys com d'anglesos, la qual cosa podria dur a una situació d'"overbooking". Però, per altra part, en aquests moments hi ha una certa aturada de vendes. De totes maneres la situació de l'hipotètic "overbooking" vendrà determinada pel comportament final d'aquests dos mercats principals que són els que ens duen el vuitanta per cent de turistes i ara per ara no podem parlar d'un balanç final de temporada. Tenim una temporada complicada, però no vull dir que per força això hagi de suposar una catastròfica situació sobreocupació.

"OVERBOOKING"

- Si s'arribàs a aquesta situació, encara que no fos del tot

catastròfica, què hi tendrien a veure les agències de viatges?, fins a quin punt en serien responsables o coresponsables?

- Definim què és "overbooking". Jo diria que és la conseqüència d'un excés de contractació quan els majoristes venen als seus clients viatges que inclouen un llit al lloc de destí i després aquest llit es troba ocupat. Amb una situació més o menys abordable pot passar que el client haguí comprat un hotel A i vagi a un hotel B que sigui similar, però això es converteix en dramàtic quan ni l'hotel A ni el B tenen lloc i o s'ha d'anul·lar el viatge o els clients han d'anar a una altra zona i, qui en surt perjudicat? Pens que els majoristes que venen, els hotels i la pròpia comunitat que agafa una imatge no desitjada o poc desitjable.

- I, sobretot, en són perjudicats els turistes. Hi ha uns drets dels consumidors. Creu que estan ben defensats? massa?, massa poc?

- Avui en dia, els viatgers estan emparats per les lleis i per les organitzacions de consumidors. Si hi ha una irregularitat, sigui la que sigui, els turistes poden reclamar els seus drets.

- Però, ho fan?

- Cada vegada més.

POSAR UNA AGÈNCIA DE VIATGES

- Si un conegut seu volgués posar una agència de viatges i li vengués a demanar consell, què li diria?

- Que ja n'hi ha moltes i que hi ha coses millors a fer que organitzar una agència de viatges. Li diria que s'ho pensàs molt. Això és com tot. Ens trobam a un mercat sobressaturat...

Miquel Cortada Mas va néixer a Girona a l'any 1938, de família catalana i mallorquina. Als tres mesos va venir a viure a Mallorca. Quan va acabar el batxiller, va començar a treballar al món del turisme. És conseller delegat de viatges Azor-Pelican, i en el moment de realitzar aquesta entrevista era president d'AVIBA (Agrupació d'Agències de Viatges de Balears) i vice-president de l'Associació Nacional, així com del Foment de Turisme. També presidia la Comissió de Turisme de la Cambra de Comerç.

- Però darrerament s'ha dit i s'ha escrit que ha augmentat molt el nombre d'agències de viatges. Què hi ha de cert?

- No. No n'hi ha més. N'han obert de noves, però altres han tancat. Per ventura a un moment determinat molta gent pensava que una agència de viatges era un negoci "guapo". Com ho diria jo?: la botiga per posar a la dona, a la filla o a la tieta, per entretenir-se. Però com a tots els negocis, es tracta de fer un estudi i veure si pot ser rendible o no. I crec que es fan pocs estudis d'aquesta mena. Jo diria que per obrir una agència de viatges s'ha de pensar com es pot influir en el mercat i quines idees noves es poden oferir. Sols hi ha un pastís que són els turistes que vénen, per una part, i la gent que viatja a l'exterior, per altra, i s'ha de saber com es pot repartir.

- I a part dels estudis de mercat, quina professionalització creu que s'ha de menester?

- Bé. Avui en dia, els directors de les agències de viatges han de ser tècnics i han de tenir una preparació acadèmica i això és una garantia perquè hi ha una persona amb uns coneixements acadèmics al davant.

- El "turisme social" sembla ser una iniciativa que va a més. Fins i tot s'ha plantejat la possibilitat que els sindicats creïn els seus propis circuits. Què en troba des de la iniciativa privada?

- Nosaltres, com a zona turística, tenim els viatges que organitza Inerso i el nostre desitg seria acudir a Europa per intentar fer algun tipus d'operació similar amb turisme europeu: França, Alemanya, Anglaterra..., que ens permetria doblar la nostra especialitat, però això que és molt atractiu i que, en principi no és una cosa per deixar de banda, té l'inconvenient que tots els estats, tots prefereixen que els seus jubilats quedin al propi país en lloc de sortir a fora. No els interessa donar subvencions perquè la gent vagi a gastar doblers en divises a un altre país i desequilibri la balança de pagaments. No dic que sigui impossible, però és molt difícil.

- I aquest tipus de turisme de l'Inerso, funciona? vostè està content dels beneficis que n'obtenen les agències de viatges?

- Vaig llegir l'estudi que va presentar el grup "Mundo Social" on es demostrava que les subvencions que es donen per promocionar el turisme d'hivern són rendibles, ja que reverteixen al mateix Estat en manteniment de llocs de treball -ja que s'estalvien subsidis d'atur- en el manteniment d'empreses que es poden mantenir i paguen impostos i un llarg etcètera. Es crea una activitat que d'una altra manera no hi seria i això reverteix en uns beneficis al propi Estat.

EL VERITABLE CONTROLS DELS MAJORISTES

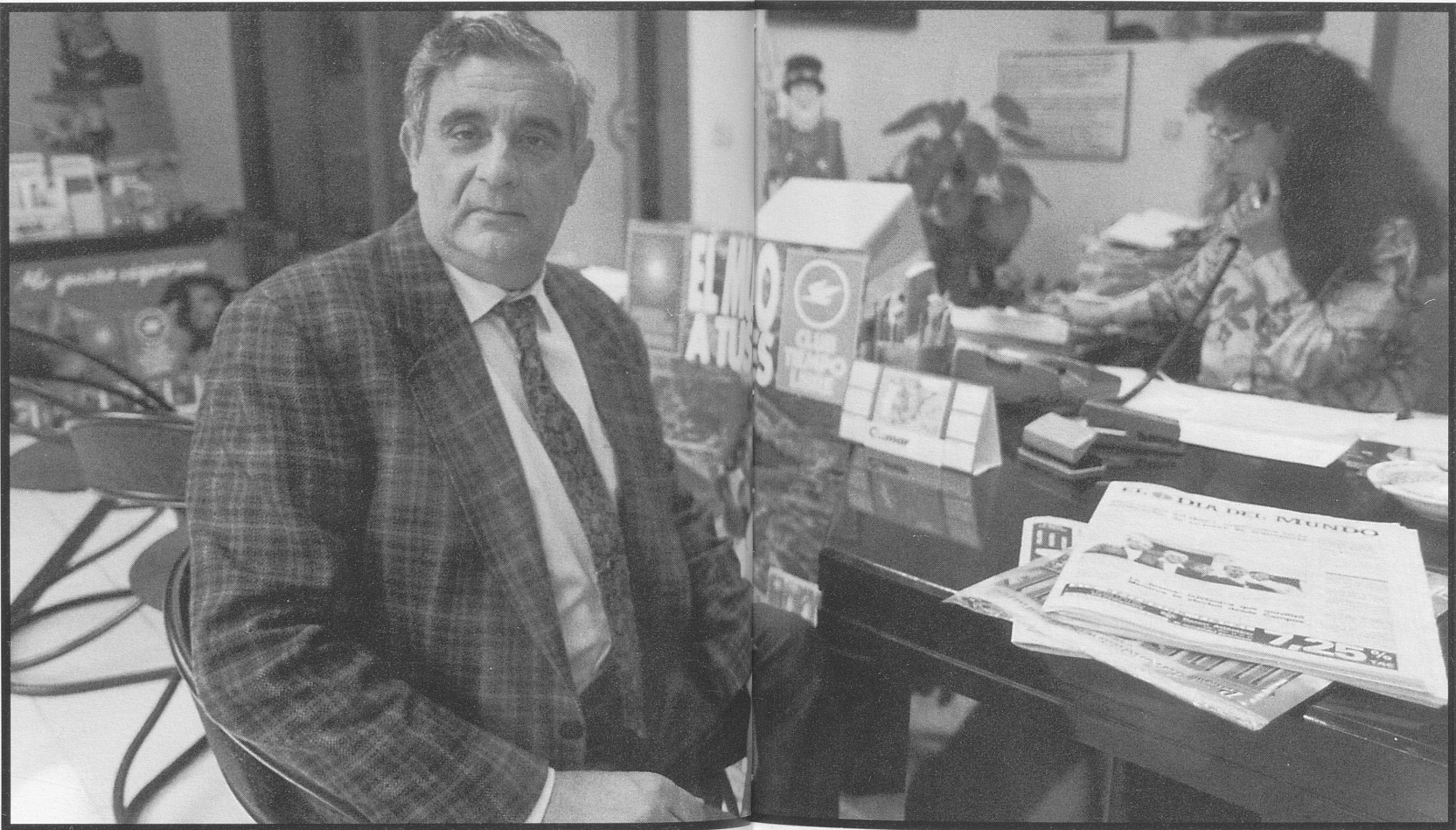
- A estudis econòmics o sociològics més o menys recents s'ha dit que l'economia de Mallorca en bona part depèn dels majoristes de viatges. Fins a quin punt pensa que és cert?

- No hi ha mai veritats absolutes. Pens que és cert que ens comercialitzen el producte, fins i tot dins Espanya. No crec que sigui molt adient dir que "estam en mans dels

majoristes". Nosaltres som un destí turístic amb el seu propi objectiu i els majoristes fan la seva feina que és "comercialitzar". Lloguen avions, lloguen places d'hotel, fan fulletons, s'arrisquen i vénen aquí a negociar preus i condicions. Aquesta recerca, com és natural, suposa tenir en compte els mecanismes de l'oferta i la demanda.

- Durant uns anys es va parlar d'intentar posar en funcionament un majorista de viatges mallorquí...

- Sí, però ja no se'n parla. També es parlava d'un majorista nacional, però jo no vaig arribar a entendre mai què volia dir això, ni què hauria de fer. Per començar, s'hauria d'implantar a tots els països i hauria d'arribar un moment que hauria de tenir capacitat per fer la competència a tots els altres majoristes i per manejar deu o quinze milions de turistes. I un majorista mallorquí també hauria d'estar preparat per dur cinc o set milions de turistes, la qual cosa crec que és impossible. Totes les proves que s'han fet amb majoristes nacionals han fracassat, ja que és molt complex perquè des d'una òptica de venedor, no es pot tenir al mateix temps una òptica de comprador i de venedor. I un majorista de viatges és un negoci que intenta comprar i vendre en totes direccions. Tenen una demanda dels clients i l'atenen. És molt difícil que es pugui arribar a incidir damunt la mentalitat del client per dir-li; "vostè vol anar a Espanya, però no, l'enviarem a Grècia" o "vostè vol anar a Xipre i jo l'enviaré a Mallorca". No. Si vol anar a Mallorca, s'ha de cercar un lloc a Mallorca segons l'interès i la disponibilitat econòmica.



LES SUPOSADES COMPETÈNCIES

- Bé, però molts de representants del sector turístic diuen que els fa por la competència del nord d'Àfrica, del Carib"... Vostè, nota aquesta competència?, creu que pot anar a més?

- Tots els països amb uns certs atractius naturals i poc desenvolupament econòmic intenten establir turisme ja que veuen que és l'obertura més clara. Però, afortunadament el turisme és una necessitat per a les persones i la massa potencial també creix, encara que per davall del que és l'oferta. Per això el que hem de fer és competir amb les armes que tenim i amb molta d'imaginació. Però no podem, hem de pensar que podrem aturar moviments internacionals de turisme o l'entrada de nous països a la competència.

- Així, com s'ha de fer?

- Saber quines són les nostres capacitats i batallar amb això. És a dir, nosaltres ja no podem lluitar amb preus i ho hem de fer amb la qualitat.

- Com interpreta la paraula qualitat aplicada al sector turístic?

- Per començar, ara per ara, ja tenim una qualitat molt clara: que per a un turista europeu venir a Mallorca és com estar al seu país en el sentit que té moltes comoditats. No té preocupacions de què li passarà, se sent completament protegit. Però també hem de pensar que els nostres preus s'han fet cars,

sobretot en el que són llits i estades i, per això, si un alemany vol comprar una cervesa i la té al mateix preu, també l'ha de poder trobar de la mateixa qualitat. I a més a més, les nostres prestacions públiques han de tenir la mateixa qualitat que les que tenen els països dels ciutadans europeus que ens visiten. A més a mes, no podem donar un producte que sigui car amb unes instal·lacions que no vagin en consonància amb el producte. Els "chiringuitos" i els hotels més obsolets han de desaparèixer o s'han de modernitzar, les botigues de "souvenirs" no poden semblar basars d'Orient... I també hauriem de ser capaços de mentalitzar el nostre poble que aquí gairebé tots vivim del turisme. Aquests comentaris que, de tant en tant feim tots, que deim "a l'estiu no es pot anar enlloc perquè és ple de gent", les hauríem d'evitar i pensar que som una comunitat turística que precisament intentam que vingui molta de gent. I si, a un moment determinat, ens trobam un autocar que està ple de gent i han de baixar maletes i que fa nosa, hem de pensar que això és una de les incomoditats d'una comunitat turística com la nostra.

INVERSIONS MALLORQUINES A ALTRES PAÏSOS

- Què opina de les inversions que fan certs grups mallorquins a altres països menys desenvolupats?

- Aquí hi ha hagut discussions de tot tipus. Jo l'únic que li puc dir és una cosa: en els països del nord d'Àfrica, del Carib de Centre-Amèrica, o on hi ha mallorquins que han invertit, si no hi fossin, hi hauria altres inversors... i així alguna cosa ens queda. He sentit a dir, "si no hi van els mallorquins, no hi va ningú", però no és cert. Si no hi van els mallorquins, hi van uns altres. Això ha passat a Santo Domingo, Cuba, Mèxic... Els mercats turístics són internacionals. Això no té volta de full.

- Així i tot, deu interessar més vendre el producte mallorquí que els d'altres països.

- Sí, clar. Sempre interessa més. Manca molt?

- Ara acabam. Què opina de les fires turístiques? Són útils?, són suficients?

- Hi ha hagut plantejaments filosòfics sobre si les fires són útils o no ho són. Jo el que dic és que no tenim més remei que anar a la immensa majoria de fires, ja que no es pot entendre una fira turística sense les Balears. Però els recursos econòmics són pocs i, a vegades, per anar-hi en condicions precàries, val més no anar-hi. Aquesta comunitat hauria de tenir en compte que el que inverteix en matèria de promoció és insuficient i la conselleria de Turisme hauria de tenir uns recursos econòmics molt superiors als que té. No és congruent dir que com que ens trobam en moments de recessió han de baixar les despeses turístiques o en promoció.

L'ACTUACIÓ DE LES ADMINISTRACIONS

- Al marge de la promoció que es pugui fer o es faci des de la Comunitat autònoma, què troba del POOT o Pla d'ordenació de l'oferta turística?

- Les agències de viatges no hem volgut entrar en els detalls del POOT, però consideram que és una necessitat per millorar la qualitat i evitar les massificacions no desitjables i que, a la

llarga tampoc no són rendibles. No es pot continuar amb els plantejaments dels anys cinquanta o seixanta. Clar que els majoristes de viatges volen el POOT i clar que les agències de viatges també el volem, però vull afegir una cosa: hem de ser capaços de poder-lo pagar i és una mica absurd dir que volen esponjament de zones i, a la vegada, pagar el mateix pels llits dels hotels. Per tant, el POOT és un bé per a aquesta comunitat i això té preu.

- Manca parlar del tema de les administracions públiques. De manera resumida, com avalua les actuacions del Govern central, del Govern autònom i dels principals ajuntaments turístics de les Illes Balears?

- L'únic que li queda a l'Administració central en matèria de turisme és la Secretaria general de turisme que en realitat sols té competència per fer promoció exterior i crec que no tenen doblers ni per començar. Haurien de duplicar o triplicar les inversions sols per poder-nos comparar amb grans països, com puguin ser França o Itàlia. L'Administració autonòmica ha fet coses com el Pla de rehabilitació de zones turístiques, però no podem pensar que amb això s'ha acabat. Si el vuitanta-cinc per cent de l'activitat econòmica d'aquestes illes és turisme, aquest sector hauria de tenir un vuitanta-cinc per cent en totes les matèries que puguin tocar el món del turisme i no és així.

Els ajuntaments? Bé crec que es comencen a mentalitzar, però encara molt a poc a poc. Hi va haver durant anys una política de concessions de platges que era cobrar, però no fer inversions o preocupar-se'n. I ara comencen a pensar que han d'aprofunditzar en la seva rendibilitat turística.

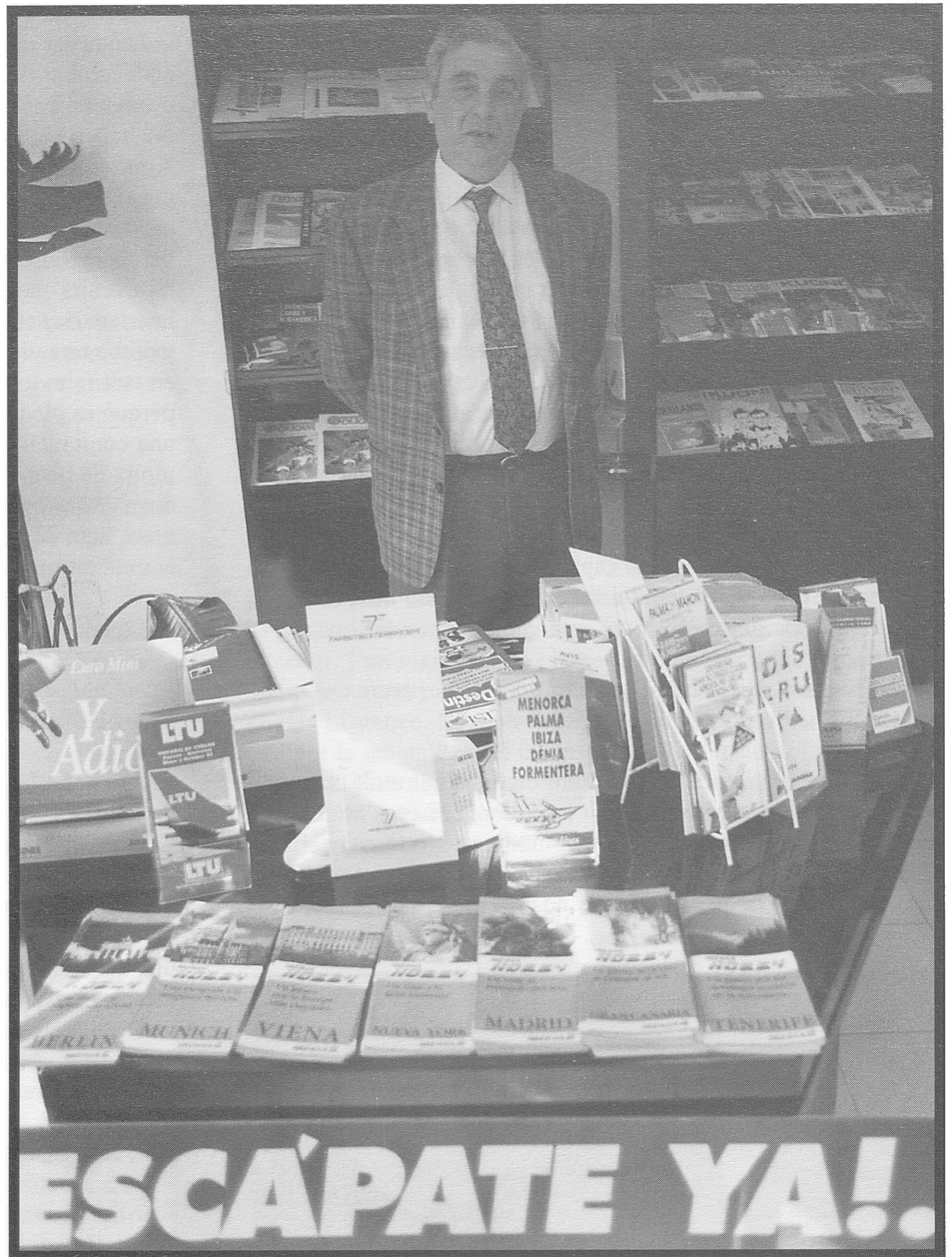
ELS MALLORQUINS QUE VIATGEN

- Fins ara hem parlat dels turistes que vénen cap aquí. Però, els mallorquins també som viatgers?, més o menys que a altres zones d'Espanya? Quines són les destinacions principals?

- La comunitat mallorquina viatja molt -més del que viatja la mitjana nacional. On va? Per tot: a Europa, al Carib, a Mèxic, a Nova York, a Tailàndia. Tenim bones ofertes i els mallorquins les aprofiten.

- Els encarregats del turisme rural i de l'agroturisme a vegades diuen que les agències de viatges col·laboren molt poc amb ells, que els tenen una mica amagats i no els posen als circuits de comercialització. Això, és cert?, no ho és?, té remei?

- Tot el que és nou és mal d'introduir. El turisme rural i l'agroturisme són noves maneres de fer turisme i no són ni poden ser activitats massives, però crec que poc a poc,



s'arribarà a imposar en la mesura del seu propi concepte i les seves possibilitats. Ja està?

- Sí. Sols manca una pregunta: les places turístiques "il·legals" que hi ha a Mallorca.

- N'hi ha molt poques.

- Hi ha qui diu que són moltes i es poden comptar sabent quants turistes arriben i no tenen hotel. Vostès ho saben?, ho controlen?

- Això és una manera molt simple de fer els comptes. Hi ha una quantitat molt gran de gent que té una segona residència i que hi convida amics o coneguts. I si ara miràssim a un diari qualsevol quina és l'oferta immobiliària, veuríem que es lloguen apartaments per dies o per setmanes i que qualsevol hi pot anar. Així que no es poden fer els comptes de tants n'entren, tantes places hoteleres i la resta il·legals. Crec la conselleria de Turisme ha establert un certs controls, hi ha molt poques places il·legals.

La Clau d'ONA

PER ENTENDRE EL PRESENT, PER OBRIR EL FUTUR



El Carib, l'altra alternativa

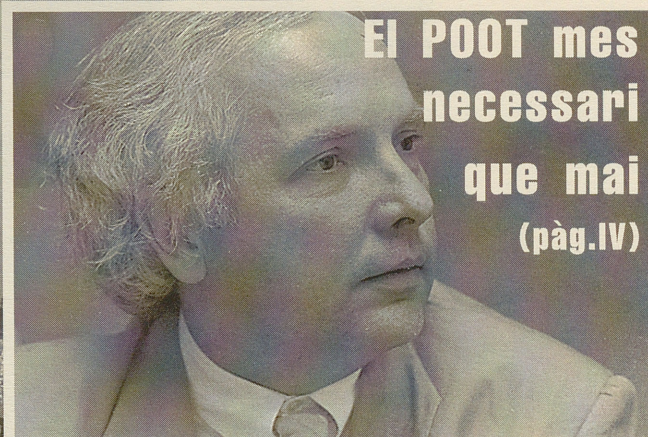
(pàg. II)



**Son Sant Joan trenca
tots els rècords (pàg. V)**

Ferran Porto:

**El POOT mes
necessari
que mai
(pàg.IV)**



El Carib, l'altra alternativa

"A l'imperi del "know how" turístic balear no es posa el sol. Aquesta frase és del president Cañellas. La va pronunciar a finals del mes de març davant un nombrós auditori d'empresaris al sopar de lliurament dels premis de la revista "Dinero", a Son Vida. Un dels distingits era el president del grupo Sol, Gabriel Escarrer, però el guardó el va haver de recollir el seu fill perquè ell era, justament, a Santo Domingo per participar al fòrum de turisme de les Balears i Iberoamèrica. Escarrer és un dels pioners en les inversions caribenyes, al costat d'altres coneguts empresaris com són els



Yucatán

Barceló, Rius, Fluxà i Matutes. Al fòrum, organitzat pel Col·legi d'Arquitectes de les Balears i la secretaria d'Estat de Turisme de la República Dominicana hi varen ser presents, també, dos consellers del Govern balear, Matas, d'Economia i Flaquer, de Turisme, així com el president del Consell Insular de Mallorca, Joan Verger i la batlessa de Calvià, Margarita Nájera.

No hi ha dubte que una part de l'economia de les Illes Balears mira en aquest moment cap a fora. Les inversions hoteleres a l'exterior s'estenen, com diu el president, arreu del món, des d'Austràlia fins a Xile, i passen per Indonèsia, Singapur, Malàsia, Vietnam, Tailàndia, Txèquia, França, Brasil, els Estats Units i, sobretot, l'àrea del Carib. Hom pot calcular que ben bé hi ha més de vint mil places hoteleres d'empresaris

illencs només a països caribenys com són ara República Dominicana, Cuba, Colòmbia, Veneçuela, Mèxic, Nicaragua i Costa Rica. A Cuba són quatre mil i a la República Dominicana altres onze mil, la major part de les quals estan concentrades a la platja Bàvaro on GESA ha projectat la construcció d'una central tèrmica per garantir el subministrament d'energia elèctrica i on un grup de metges mallorquins també hi pensa instal·lar una clínica.

UN ALTRE PIC LES AMÈRIQUES

I no només són els hotels. Diversos industrials del sector de la pell, i també de l'agroalimentari, han decidit fer de bell nou les Amèriques i molts d'altres preparen les maletes, com ho demostra l'assistència massiva d'empresaris a una jornada sobre les "possibilitats de negoci a Cuba" que tengué lloc a la sala d'actes de la Cambra de Comerç de Palma el passat febrer. Es va parlar de turisme, però també del calçat: l'ex-senador menorquí, Antoni Villalonga, va afirmar que Cuba, si liberalitza la seva economia, pot ser una nova terra de promissió. Villalonga és assessor d'una empresa de calçat de capital mixt denominada Habalear S.A. El Carib és, tot ell, un gran portavions situat davant la costa de Nordamèrica i, en conseqüència, és una ubicació ideal per poder penetrar en aquell mercat. I d'altra banda, de la mà de la vicepresidència del Govern s'ha intensificat el contacte amb les antigues cases balears americanes amb una clara intenció no sols de potenciar les relacions amb els fills dels emigrants de temps enrera sinó també per aconseguir obrir ambaixades de relació que poden obrir camins de negoci en un futur immediat.

ELS EMPRESARIS S'INTERNACIONALITZEN

Segons Gabriel Cañellas aquesta expansió dels empresaris balears cap a l'exterior és un orgull i demostra "la internacionalització de la nostra forma de fer les coses en matèria turística". De fet l'economia de les Illes mai no s'ha tancat dins dels horitzons balears sinó que sempre, tradicionalment, s'ha mantingut oberta a l'exterior. El comerç ha escrit les millors pàgines econòmiques de la nostra història i ha estat el principal



República Dominicana

factor de progrés social, tant en el trànsit marítim per la Mediterrània com en les exportacions cap a Amèrica de principis de segle que, en aquest cas, dissortadament anaven lligades a l'emigració. Ara, però, no es tracta d'exportar aiguardent com altre temps, ni tan sols bijuteria o sabates, que continuen essent els màxims exponent de la indústria actual, ni tampoc mà d'obra, sinó tecnologia, és a dir, l'experiència, el "know-how".

LA REPÚBLICA DOMINICANA, EL CAS MÉS EMBLEMÀTIC

Ara per ara, el cas més emblemàtic de tots és, sens dubte, la República Dominicana, on els hotels que són propietat d'empresaris de les nostres illes suposen el 17 per cent de tota la seva oferta turística, segons reconegué el secretari d'Estat de Turisme dominicà, Luís Tavera, en una visita a Mallorca prèvia a la celebració del fòrum. Els mallorquins controlen una part substancial d'un país turísticament en expansió, la qual cosa significa esser present de manera directa al mercat nordamericà. Però contra aquesta massiva inversió a l'exterior s'han aixecat aquí moltes veus de protesta, entre les quals les més fortes són les dels sindicats. S'acusa els empresaris d'invertir a fora allò que és necessari aquí en una època que, com és ben sabut, s'ha de fer un esforç de modernització de l'oferta per poder guanyar la batalla de la qualitat. En realitat, encara que es desconeguin les xifres reals, es pot calcular que a tot el Carib els empresaris balears ja han invertit més de tres-cents milions de dòlars (devers quaranta mil milions de pessetes) en només vuit anys des que Gabriel Barceló inaugurà el primer hotel a Bávaro.

Una quantitat que és pràcticament idèntica a la que s'hauria pressupostat en els primers estudis financers per dur endavant el POOT i retirar del mercat totes les places obsoletes de les Balears.

LES BALEARS, POTÈNCIA MUNDIAL DE TURISME

Certament hi ha una part de veritat en aquestes acusacions, però també és cert que aquestes inversions es realitzen gràcies als avantatges fiscals i crediticis que fan els països que volen desenvolupar el seu turisme i que, en aquest sentit,

el que de veritat s'exporta és el coneixement del negoci i l'experiència en un sector que de cada vegada mou més recursos econòmics a tot el món. En aquest sentit la presència de les Balears al Carib confirma la nostra indústria turística com a líder mundial de l'oferta de sol i platja amb tot allò que comporta de poder participar en el repartiment del mercat, a més d'aconseguir una rendibilitat que avui per avui ja és molt difícil aquí. El director de recursos humans del Grupo Sol, Gabriel Cànaves, va dir a la Cambra de Comerç durant l'esmentada jornada sobre Cuba, que les inversions fetes a Cuba obtenien una rendibilitat anual del trenta cinc per cent.

En qualsevol cas, això no obstant, dos temes s'han de resoldre



L'Havana

simultàniament a la inversió exterior perquè obtengui una plena legitimitat davant la societat balear. En primer lloc seria imperdonable que els empresaris de les Illes se sumassin a la pràctica de nombroses multinacionals que traslladen les seves indústries a països del tercer món per fer "dumping" social. La República Dominicana, per exemple, és un dels estats amb menor renda per

càpita del món (l'any 1992 no arribava als mil dòlars per càpita) que, a més a més, està molt mal repartida i on els salaris de l'hoteleria poden ser, fins i tot, deu vegades inferiors als que es paguen a ca nostra. La presència balear a Santo Do-

mingo no es pot deslligar, per tant, d'aquestes circumstàncies.

De la mateixa manera que tampoc no poden oblidar els seus compromisos històrics amb les Balears, sobretot quan a les Illes sembla haver-se complert un cicle històric de turisme i que, com ja hem dit, són necessàries moltes inversions per millorar la qualitat de l'oferta. Al cap i a la fi és aquí on conserven els seus principals interessos i és des d'aquí des d'on han de governar els seus imperis turístics. Les inversions exteriors mai no s'han de deslligar del manteniment de la prosperitat interior i de la creació de nous llocs de treball al nostre arxipèlag encara que sigui mitjançant una aposta econòmica en altres sectors, com pot ser el nou sector quaternari tan lligat, per altra banda, als serveis. ■

El 17% de l'oferta turística dominicana és d'empreses balears

Porto: "El POOT, ara més necessari que mai"

Sebastià Verd

Tothom diu que aquesta temporada hi haurà "overbooking". Quines mesures s'han pres?

- La sobrecontractació és un tema històric, una pràctica habitual a causa de la necessitat de garantir la màxima ocupació possible, perquè els cupons mai no se solen vendre íntegrament. Per tant, el primer que hem de fer és tenir informació sobre l'evolució real de les vendes i negociar amb els majoristes de viatges l'adequació dels contingents de reserves al ritme d'enguany, que és diferent del d'altres anys. Sempre he pensat que la millor medicina és la prevenció. Això és el que s'ha de fer per evitar que sorgeixin casos d'"overbooking": negociar. I si, malgrat tot, se'n produeix algun és quan ha d'actuar la central de reserves de la Federació, que l'any passat va donar un excel·lent resultat.

- Quina informació tenen en aquests moments?

- No tenim xifres exactes. Sabem

que hi ha un nombre de "slots" a Son Sant Joan superior a qualsevol altra temporada, la qual cosa ha provocat una certa alarma perquè l'any pasat ja vàrem haver de penjar el "complet" durant l'agost. Tots sabem, però, que el món de les agències i de les companyies aèries s'ha agilitat molt i que avui en dia es redueixen o incrementen els vols amb una extraordinària celeritat. Això fa que s'hagin de preveure ajustaments de darrera hora entre la demanda i l'oferta.

EXCÉS D'OFERTA

- S'ha dit que Mallorca tenia un excés d'oferta i, en canvi, ara veim que es podrien omplir moltes més places durant la tempo-

rada alta. No creu que aquesta reactivació pot fer que augmenti l'oferta?

- El perill hi és i s'ha d'evitar. No seria bo augmentar més l'oferta en quantitat. L'excés continua existint, encara que enguany no sigui en funció de la demanda, sinó de la massificació que impedeix pautes de major qualitat en el conjunt de l'activitat turística.

NEGOCIACIÓ AMB ELS PROMOTORS

- S'ha de millorar l'entorn de les zones turístiques. Els hotelers

negocien amb els urbanitzadors sobre el Pla d'ordenació de l'oferta turística. S'arribarà aviat a un acord?

- En aquestes converses tractam de convèncer els nostres interlocutors de la bondat de les idees que defensam, perquè tots hi guanyarem si aconseguim millorar el producte turístic i aquest no està format exclusivament pels hotels, sinó també per les infraestructures, els serveis, les urbanitzacions, el medi ambient... etcètera. Les converses, per tant, són prou complexes i, en conseqüència, no cal esperar que siguin ràpides.

- Algú pot pensar que els hotelers ja no tenen pressa perquè ja han aconseguit una moratòria que els garanteix que no s'incrementarà la competència en els pròxims anys?

- No és així. Ara hi ha més urgència que mai d'aprovar el POOT. Un rebrot de la demanda pot dur molts d'inconscients a rompre els esquemes que la Federació ha defensat durant anys. Per evitar això es necessita el POOT, però no crec que es prengui cap decisió política si abans no hi ha consens. Per això donam prioritat a la necessitat d'aconseguir aquest consens amb l'Associació de promotors i constructors.

NO A L'OBERTURA D'HOTELS OBSOLETS

- Per evitar l'"overbooking", creu convenient obrir els hotels que ja s'havien retirat del mercat?

- Des del primer moment hem dit que estàvem absolutament en contra de qualsevol mesura semblant. És més, creim que seria defraudar la Llei de modernització que és la que motivà la baixa d'aquests hotels. Uns elegiren modernitzar-se i altres tancar. Seria un frau si ara aquests tornassin obrir sense haver fet les inversions per adequar-se a la Llei.

- I els preus? S'incrementaran enguany?

- La contractació es fa d'un any per l'altre. Els preus d'enguany es varen negociar en circumstàncies diferents, quan l'augment de la demanda no era tan evident. En qualsevol cas pens que de cara a 1995 sí que es podran recuperar els marges perduts en els darrers cinc anys. ■

L'ACORD SOBRE L'AIGUA

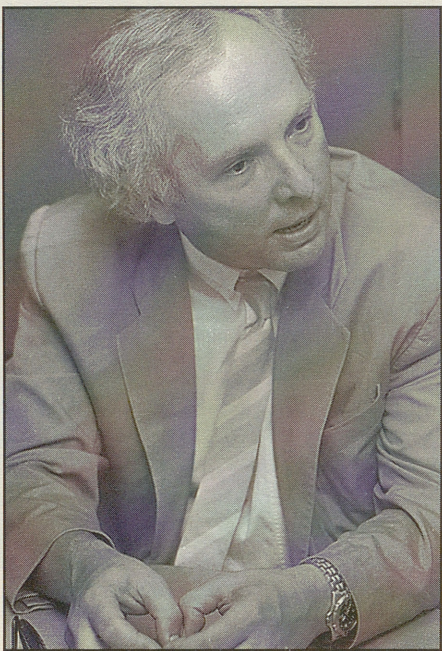
Sens dubte cal qualificar d'històric el conveni signat entre l'administració autonòmica i la central sobre el subministrament d'aigua dolça. Catorze mil milions de pessetes han de servir per garantir la qualitat i per pal·liar un problema que, com s'exposa a l'editorial d'ONA, és el màxim exponent de la desorganització social que pateixen les Illes Balears.

El conveni implica el transvament de l'aigua de Sa Costera i una dessaladora d'aigua marina a la badia de Palma. Aquestes mesures, sumades a la utilització de l'aigua de Sa Marineta per abastir Palma i Calvià, suposen solucions al problema des del punt de vista dels consumidors de Ciutat.

S'ha entrat, per tant, en una via de racionalització amb la coordinació de les diverses administracions implicades, però el consens encara sembla llunyà. Si més no, la pretensió d'EMAYA de dur a terme el projecte de dessaladora de l'aquífer del Pont d'Inca és un fet distorsionador perquè suposa un greu atemptat ecològic, com també és distorsionador el contenciós que manté el president de l'empresa municipal, Arturo Cadenas, amb el diputat del PSM, Pere Sampol.

Nacionalistes, socialistes i ecologistes han denunciat reiteradament els forts interessos privats que hi ha en el subministrament d'aigua potable, la qual cosa ha impedit històricament l'adopció de mesures coherents i, encara ara, és el principal entrebanc a causa de la desconfiança creada entre la població afectada.

El president de la Federació d'Hotelers de Mallorca, Ferran Porto, pensa que s'ha de continuar batallant per la modernització i la millora de la qualitat de l'oferta turística, però creu que aquesta ha de ser una tasca col·lectiva i no només d'un sector. Quan el vàrem entrevistar, a finals d'abril, encara no havia començat la temporada turística.



Sempre he pensat que la millor medicina és la prevenció. Això és el que s'ha de fer per evitar que sorgeixin casos d'"overbooking": negociar.

Son Sant Joan trenca els rècords

13.693.120 passatgers passaran enguany per Son Sant Joan, segons les reserves de vols que ja s'han fet a la direcció de l'aeroport. Quan el 1987, en plena expansió turística, es va sobrepassar la xifra dels deu milions hom pensava que s'havia arribat al límit. No va ser així i l'any passat, inesperadament, es trencava el rècord amb un total de 12.500.000 passatgers. Enguany n'hi haurà bastants més. Tot fa pensar, per tant, que l'increment de turistes per a 1994 superarà amb escreig el deu per cent i que, per primera vegada a la història, les Balears en el seu conjunt traspasaran la frontera dels set milions de turistes.

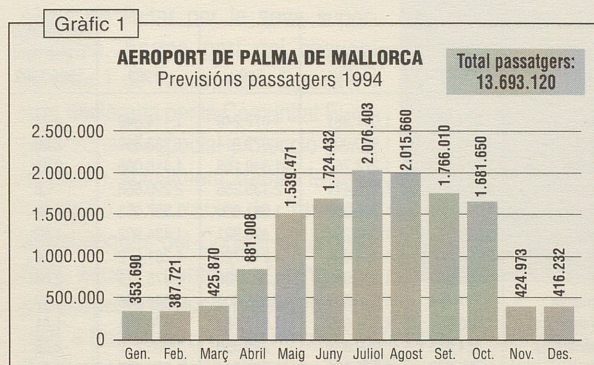


13.700.000
passatgers per a
enguany

de la seva capacitat de maniobra que és de 32 moviments i quatre mil passatgers a l'hora.

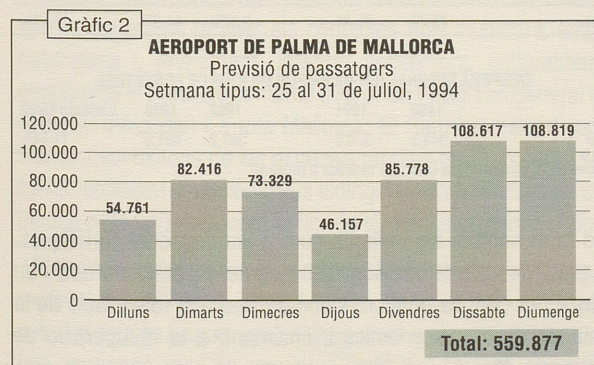
CAP A UNA CIUTAT AEROPORTUÀRIA

Per a anys successius, la situació de Son Sant Joan permetrà ampliar fins i tot aquest quasi catorze milions de passatgers. Les obres que es duen a terme i que han de finalitzar el 1996 permetran el trànsit de dotze mil passatgers per hora. En realitat Son Sant Joan es transformarà en una ciutat aeroportuària (Veure entrevista a l'arquitecte del projecte, Pere Nicolau, al número 8 d'ONA) amb un pressupost global de més de 40.000 milions de pessetes, la maqueta de la qual es troba exposada a l'entrada de la sala VIP de l'actual terminal A. Entre les noves instal·lacions destaquen vint-i-tres sales de pre-embarc, una nova gran terminal de 163.000 metres quadrats en sis plantes i un edifici de serveis, amb prop de sis mil places d'aparcaments, un hotel i un palau de congressos.



LA TEMPORADA S'ALLARGA

En el gràfic (1), elaborat pels serveis informatius de l'aeroport mallorquí, es pot veure la corba de passatgers segons els mesos de l'any, on es comprova que la temporada s'inicia el maig i que s'allarga fins a final de l'octubre, amb un sòtil de previsible plena ocupació durant els mesos de juny, juliol, agost i setembre. La setmana punta serà la corresponent del 25 al 31 de juliol amb un total de 3.215 moviments i 559.877 passatgers (gràfic 2 i 3), que serà quan Son Sant Joan posarà el cartell de complert, en el límit



RÈGIM FISCAL ESPECIAL

La CAEB i la PIMEM han coincidit a engegar una campanya a favor del règim fiscal especial per a les Balears que ja demanà el president Cañellas en el darrer debat sobre l'estat de l'autonomia. La base d'aquesta reivindicació és l'anàlisi comparativa sobre la fiscalitat a les illes de la Comunitat Europea que incorpora la documentació sobre el pla d'estratègia de competitivitat.

Segons aquest estudi les Balears són l'única regió insular de la Comunitat que no disposa de cap règim especial. Per a les patronals aquest fet significa un fort entrebanc per a la competitivitat dels nostres productes.

El Pla de competitivitat es troba ara al Parlament balear on, segons s'espera, es podria consensuar una petició formal dirigida a l'Administració central, a pesar que la tradicional política de victimisme del Govern balear i les males relacions entre els dos partits majoritaris facin pensar que l'acord és una utopia.

Mentrestant el Govern balear insisteix en la necessitat d'un IVA aeri reduït i, darrerament, ha cursat una petició al ministeri d'Obres Públiques i Transports perquè els transports aeris i marítims dels productes de les Illes Balears tinguin descomptes de fins al 35 per cent.

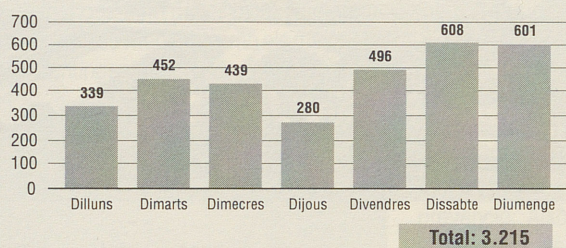
SON SANT JOAN, UN BON NEGOCI

Aquesta enorme inversió, possiblement l'obra pública més gran que s'ha fet mai a Mallorca, és, això no obstant, una despesa absolutament rendible i no només de manera indirecta per a l'economia de l'illa sinó també per a la mateixa explotació aeroportuària. En el gràfic 4, també elaborat pels serveis d'informació de Son Sant Joan, es registren les despeses de funcionament dels aeroports de les Balears i els ingressos. Les

Gràfic 3

AEROPORT DE PALMA DE MALLORCA

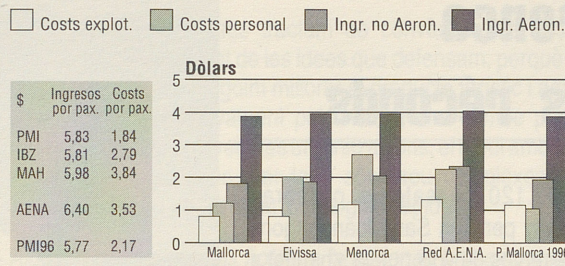
Previsió de moviments
Setmana tipus: 25 al 31 de juliol, 1994



Gràfic 4

AEROPORTS

Ingressos i costs per passatger 1993 - 1996



dues columnes de davant corresponent a les primeres i, com es veu, són sobrepassades pels ingressos, el que representa un benefici, en el cas de Mallorca, de més de cinc-cents pessetes per cada passatger. Una vegada feta l'ampliació el cost per passatger s'incrementarà en un 0,25 per cent i, en canvi, les entrades minvaran una mica, un 0,6 per cent. La diferència continuarà essent important i Son Sant Joan, per tant, un excel·lent negoci turístic. n

El Govern fa saber que la crisi s'acaba

El conseller d'Economia, Jaume Matas, es va convertir en el saig del Govern balear per fer saber a l'opinió pública que la crisi s'acaba, la qual cosa, no vol dir que hagin cessat els desequilibris socials i econòmics existents, sinó que la reactivació permetrà gaudir d'instruments per poder dissenyar un nou ordre econòmic a les Balears. Segons els càlculs fets per la conselleria d'Economia, el PIB de la nostra comunitat autònoma augmentarà enguany un 2,8 per cent. El conseller va qualificar la previsió de conservadora, perquè el ritme de creixement en el primer trimestre ja havia incrementat aquest percentatge en sis dècimes i encara no s'ha entrat a la temporada alta del turisme. La despesa turística pot superar ben bé la barrera dels cinc-cents milions de pessetes.

Això fa que es mantengui el liderat estatal en PIB per damunt de Madrid i Catalunya, així com la segona plaça en renda regional per càpita després de Madrid.

Les Illes presenten un comportament diferent que s'avança als cicles econòmics de les altres comunitats de l'Estat. Mai, això no obstant, les Balears han tengut resultats negatius, per bé que

el creixement sostingut sobre l'u per cent dels quatre darrers anys s'ha acompanyat d'una pèrdua constant d'ocupació. En aquest sentit cal dir que l'única activitat estable ha estat el turisme.

Enguany s'espera superar la barrera dels set milions de turistes i caminar cap als set i mig que, segons apuntà el conseller d'Economia recentment, hauria de ser el límit per així poder mantenir un desenvolupament sostingut. En les estadístiques es pot comprovar l'evolució seguida des de 1990 fins l'any passat tant pel

CREIXEMENT SECTORIAL A LES BALEARS 1993

	1991	1992	1993
Agricultura	0,4%	-0,7%	-3,7%
Indústria	-0,1%	-0,4%	-3,5%
Construcció	-7,4%	-8,4%	-9,1%
Serveis	2,6%	2,4%	3,4%
Total	1,3%	1,1%	1,6%

VISITANTS TOTALS A LES BALEARS

	1990	1991	1992	1993
Total (milions)	6.068,7	6.269,1	6.404,3	6.880,3
Les nacionalitats més importants				
Britànics	1.857,2	1.732,6	1.936,2	2.261,8
Alemanys	1.897,6	2.054,3	2.063,2	2.231,2

SITUACIÓ ECONÒMICA PER COMUNITATS AUTÒNOMAS

Comunitats autònomes	1990	PIB per càpita 1991	1992	1993	Percentatge creixement 1993/1992
Andalusia	924.847	1.011.961	1.077.246	1.114.849	-2,74
Aragó	1.443.552	1.580.907	1.673.914	1.733.869	-2,00
Astúries	1.177.993	1.272.767	1.349.165	1.418.068	-0,45
Balears	1.768.582	1.973.441	2.135.255	2.290.668	1,6
Canàries	1.280.471	1.386.892	1.481.800	1.597.553	2,03
Cantàbria	1.224.191	1.338.297	1.426.991	1.484.902	-1,62
Cast. Manxa	1.062.897	1.150.081	1.213.720	1.281.872	-0,46
Cast. Lleó	1.199.090	1.299.943	1.361.496	1.475.115	-2,84
Catalunya	1.717.464	1.884.501	2.005.302	2.044.896	-2,47
C. Valenciana	1.388.006	1.524.649	1.619.684	1.670.291	-1,31
Extremadura	854.013	933.864	993.656	1.063.219	-2,08
Galícia	1.092.540	1.188.129	1.264.544	1.354.265	1,20
Madrid	1.715.101	1.888.983	2.023.265	2.092.046	1,55
Múrcia	1.092.861	1.192.669	1.261.502	1.311.155	-1,36
Navarra	1.565.202	1.709.465	1.806.340	1.876.309	-0,92
País Basc	1.457.130	1.585.385	1.673.557	1.740.248	-0,92
La Rioja	1.473.525	1.604.630	1.690.932	1.783.590	0,05
Ceuta Melilla	916.242	987.787	1.072.607	1.154.213	1,73
Mitjana Espanya	1.330.350	1.455.731	1.548.033	1.611.844	-1,13

Dades: Fundació Fies - Xifres en pessetes corrents.

ESTADES TOTALS DE TURISTES (EN MILIONS) 1993

	1991	1992	Variació 92/91	1993	Variació 93/92
Temporada alta	41,35	42,46	2,69%	46,24	8,89%
Temporada mitja	27,04	28,03	3,66%	29,49	5,19%
Temporada baixa	5,34	5,36	0,33%	5,54	3,32%
Total	73,73	75,86	2,87%	81,27	7,13%

DESPESA NOMINAL (EN MILERS DE MILIONS DE PESSETES)

	1990	1991	1992	1993	Variació 93/92
Total	344,5	370,0	387,2	431,5	11,44%

(Dades de l'Enquesta de la Despesa turística a Balears)

que fa al nombre de visitants com a les despeses turístiques. Enguany les previsions són d'un augment d'entre un deu i un quinze per cent, la qual cosa donarà peu a la reactivació de la resta de sectors econòmics i, finalment, a la recuperació de l'ocupació. ■

S'Albufera de Mallorca en perill

Més de dues-centes cinquanta mil persones han visitat s'Albufera de Mallorca des de 1988 quan fou declarada Parc natural. En aquest període s'hi han invertit més de tres-cents milions de pessetes per part del Govern balear i de l'ICONA. Els resultats són a la vista. Es poden veure a la casa de Bateman, centre del Parc, on s'acaba d'inaugurar una sala permanent d'exposició sota el lema "d'aigua, aucells i home", un itinerari visual que resumeix i alhora justifica la preservació d'aquest espai que, sens dubte, és una de les zones humides més importants de tota la Mediterrània. Aquesta zona, però, que ja va ser en perill de desaparició fa només una dècada, es troba de bell nou en una situació delicada a causa de la política hidràulica que s'ha fet a Mallorca.

La situació no és alarmant en aquests moments, però ho pot arribar a ser si no s'adopten les mesures de control adients. S'Albufera, de fet, sempre ha hagut de lluitar per la seva supervivència. Forma part del conveni Ramsar i de l'associació Eurosite, i està declarada per la Comunitat Europea "zona d'especial protecció per a les aus" i, actualment, tramita la seva inscripció a la xarxa de "reserves biogenètiques del Consell d'Europa". Amb aquest "curriculum" ningú no gosaria posar en dubte la seva viabilitat com a Parc natural i, això no obstant, la seva consecució va ser difícil i polèmica, tant com sempre ho ha estat aconseguir que la naturalesa de les Illes fos respectada.

Els ecologistes de les Illes varen fer una llarga campanya, des de 1975 fins a 1988 per aconseguir aquest objectiu i rescatar així un espai que semblava destinat a la dessecació o a la conversió en una més de les moltes urbanitzacions de Mallorca. El GOB reuní més de trenta mil signatures. Desenes d'entitats científiques de tota Europa s'adreçaren a les autoritats locals per demanar la conservació de S'Albufera, fins que finalment el 1985 el Govern balear i l'ICONA acordaren la seva compra.

Avui, el Parc és una realitat en expansió. Es fa feina amb en una triple orientació: conservar i restaurar els valors naturals i culturals que li són pròpis facilitar els contactes dels ciutadans amb la naturalesa i, finalment, integrar socialment, culturalment i econòmicament el Parc a la comarca (Muro, Sa Pobla i en general tota la badia d'Alcúdia) i a tota Mallorca. El Parc ha millorat sensiblement els biòtops de les espècies pròpies de s'Albufera i fins i tot ha recuperat espècies d'aus extingides, com l'ànec de cara blanca o de vegetals, com la flor de nyofà i la castanya d'aigua.

S'Albufera, però, com la resta de Mallorca, es troba en un moment crucial de la seva història. El fonament de la seva subsistència és l'aigua, però el llarg eixut que pateix l'illa suposa una amenaça que es veu agreujada pel transvasament de

l'aqüífer de Llubí-Muro cap a la badia de Palma. La junta assessora del Parc ha fet arribar la seva preocupació a la Junta d'Aigües per tal que es garanteixi la correntia d'aigua necessària per no alterar el seu equilibri natural.

L'any passat, a causa de la sequera, es va produir un descens de les aus migratòries que hivernaren a l'Albufera. Hom calcula que el cinquanta per cent dels recursos hídrics procedeixen de l'aqüífer abans esmentat i la resta dels torrents. La disminució de les correnties o, el que seria pitjor, que se salassin significaria una tragèdia ecològica d'irreparables conseqüències. S'Albufera, o si més no una part d'ella, és avui un tresor natural i, també, una excel·lent imatge per a una illa que vol millorar la qualitat de la seva oferta turística. Més de la meitat dels visitants que té el Parc són estrangers. ■



L'Albufera de Mallorca

ESTADÍSTIQUES

Projectes visats al Col·legi d'Arquitectes (1988-1993)

	(pressuposts en milions de pessetes)		
	Total	Residencial	Turisme
1988	135.704	90.604	25.024
1989	148.877	112.393	13.847
1990	125.029	79.909	7.611
1991	82.238	57.891	5.478
1992	111.686*	45.570	4.406
1993	52.771	36.349	3.938

* Aeroport (font: IBE)

Els descens de l'activitat de la Construcció queda reflectit en aquestes gràfiques. Per enguany és perceptible una lleugera remuntada que, segons fons de l'associació de Constructors, serà més visible a partir de 1995. La modernització hotelera pot significar una inversió suplementària de vint mil milions de pessetes en els pròxims quatre anys.

Gesa presenta la Memòria de 1993

El consum elèctric de les Balears pujà un 2,3 per cent el 1993. Va ser un any en què la demanda va tornar a reactivar-se després d'haver suportat un descens en el ritme de creixement enregistrat a finals de la dècada dels vuitanta. Per a enguany les previsions són de continuar augmentant el consum com a conseqüència directa de les bones expectatives turístiques i, per tant, de la previsible reactivació econòmica. Segons el director general de Gesa, Miquel Pocoví, tot fa pensar que enguany es registrarà un nou increment del quatre per cent i que, de mantenir-se aquesta tònica, serà necessari que la nova central (tant si és s'Estalella

com si s'ubica a qualsevol altre lloc) pugui començar a funcionar el 2002.

Davant els mitjans de comunicació, el president de GESA, Felicià Fuster, va reiterar que el cable submarí -que compta amb l'aval polític de l'ex-comissari europeu, Abel Matutes- no és aconsellable perquè, entre d'altres raons de tipus tècnic i econòmic, no impediria la necessitat d'una nova central. Felicià Fuster també es va referir a la presència de GESA, amb un vint per cent, a la societat TIRME que construeix la incineradora de fems de Son Reus, a la potabilització d'aigua de la mar (GESA ja té una potabilitzadora a Formentera) i a la televisió per cable com a projectes en marxa o de futur per diversificar les activitats econòmiques de la companyia.

GESA va obtenir l'any passat uns beneficis de 6.762 milions de pessetes, un tres per cent més que a l'exercici anterior. El

president va afirmar que aquests guanys permetien autofinçar les inversions que exigeix un bon subministrament energètic a les Illes (ampliació de la central d'es Murterar, per exemple, o la connexió submarina amb Eivissa, que farà de les Balears una sola unitat energètica), la qual cosa redueix les despeses, unes despeses que -això no obstant- es poden veure incrementades per l'anomenat impost ecològic. Felicià Fuster pensa que els mil milions que han reservat per poder fer front a aquest impost, en el cas que els Tribunals donin la raó a la Comunitat Autònoma, hauran de repercutir sobre les tarifes, que seran un u o un dos per cent més cares que a la resta de l'Estat. ■



Consum d'energia a les Balears (en tones equivalents a Petrol)

	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992
A/ Consum final directe	802.194	827.277	771.131	768.164	861.599	889.007	927.762	929.509	892.892	917.480
Carbons	36.535	31.813	24.559	23.954	30.107	39.334	37.628	42.297	33.668	25.177
Gasos líquids	63.061	65.241	64.961	66.147	69.716	70.937	69.110	71.079	76.767	75.582
Combustibles aviació	328.451	355.502	281.921	261.315	321.512	314.956	310.280	301.842	269.445	288.022
Gasolines auto	174.347	183.736	188.915	203.528	223.146	241.918	256.289	263.281	262.889	269.054
Guerosens	258	310	331	303	364	329	187	127	124	158
Gas-oil	168.967	172.971	173.964	189.807	194.821	208.094	226.876	223.668	224.791	235.674
Fuel-oil	30.576	17.705	36.480	23.110	21.933	13.439	27.393	27.215	25.207	23.813
B/ Consums per a transformació	430.867	529.706	490.777	501.356	599.093	639.054	719.065	653.566	745.495	732.920
C/ Electricitat a gas	138.706	144.356	149.588	161.697	172.933	184.315	202.312	211.430	228.275	230.795
Energia Elèctrica	122.419	127.322	132.180	144.416	155.355	167.212	183.346	192.942	206.831	209.851
Gas Canalitzat	16.287	17.034	17.408	17.281	17.578	17.103	18.966	18.488	21.445	20.944
Total consum final (A+C)	940.901	971.633	920.719	929.861	1.034.532	1.073.322	1.130.074	1.140.939	1.121.167	1.148.274

ESTRUCTURA DE FUNDESCOOP DELEGACIONS A ESPANYA



D I R E C C I O N S

ANDALUSIA:

C. García Lovera, 7, 1r. Tel. (957) 47 47 06.
14002-CÒRDOBA

ARAGÓ, LA RIOJA i NAVARRA:

C. de la Ermita, 14, 1r. A.
Tel. i fax (948) 23 79 11. 31600-BURLADA

ASTÚRIES i CANTÀBRIA:

C. Marqués de San Esteban, 65, entresol dreta
Tel. (98) 534 32 72. Fax (98) 535 03 37
33206-GIJÓN (Astúries)

BALEARS:

C. Sant Miquel, 68-A 5è. Tel. (971) 72 72 58
Fax (971) 71 40 21
07002-PALMA DE MALLORCA

CANÀRIES:

C. Tomás Morales, 46, 3r esquerra
Tel. i fax (928) 37 30 45
35003-LAS PALMAS

CASTELLA i LLEÓ:

C. Veinte de Febrero, 7, 1r D.
Tel. i fax (983) 35 06 11. 47001-VALLADOLID

COMUNITAT VALENCIANA:

C. Convento de Santa Clara, 10, 9è
Tel. (96) 352 92 65. Fax (96) 352 72 23
46001-VALÈNCIA

EXTREMADURA:

C. Zurbarán, 15, 1r esquerra
Tel. i fax (924) 22 48 01. 06002-BADAJOZ

GALÍCIA:

C. La Rosa, 34 2n D
15701-SANTIAGO DE COMPOSTELA
(La Corunya)

MADRID:

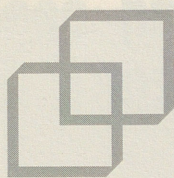
C. San Bernardo, 8, 2n esquerra
Tel. i fax (91) 522 31 55. 28015-MADRID

MÚRCIA:

C. Santa Quiteria, 5
Tel. i fax (968) 23 80 54 / 58. 30001. MÚRCIA

SEU CENTRAL:

C. San Bernardo, 20, 5a planta
Tel. (91) 522 31 55. Fax (91) 532 93 79
28015-MADRID



FUNDESCOOP

FUNDACIÓN
PARA
EL DESARROLLO
DEL COOPERATIVISMO
Y LA
ECONOMÍA SOCIAL

Conveni de Formació Professional entre Fundescoop i la cadena hotelera Acorn Internacional

La prestigiosa cadena hotelera Acorn Internacional Hotels, S.A. ha signat un conveni de col·laboració amb Fundescoop per desenvolupar un pla de formació professional que s'adreçarà molt especialment al seu propi personal. Acorn és una multinacional del sector turístic que s'esten bàsicament per Anglaterra, Israel, Egipte i Espanya, sobretot a les Balears, on disposa d'una xarxa de nou establiments hotelers amb una plantilla aproximada de mil treballadors.

En el conveni Acorn Internacional i Fundescoop coincideixen



a destacar la importància de la formació professional en els projectes turístics de futur, com a sector en contínua expansió a tot el món. De fet tots els grans grups empresarials ja inclouen una important partida de les seves inversions en el desen-

volumament dels plans de formació, amb la certesa que això redunda en benefici de l'empresa, que així millora la qualitat dels serveis en un mercat cada

vegada més competitiu, i també dels treballadors que, mitjançant l'aprenentatge permanent, obtenen una qualificació laboral superior i, en conseqüència, veuen disminuir el risc de pèrdua del lloc de feina.

Acorn Internacional Hotels, S.A. ha establert com a principi bàsic del seu funcionament intern que la formació professional dels seus empleats és una part fonamental de la seva activitat empresarial. En aquest sentit el conveni amb Fundescoop és pioner d'un procediment que cada vegada tindrà més seguidors per, precisament, el creixent pes de la qualitat dels serveis en el producte turístic final.

Per dur a terme les tasques de formació que li han estat encomanades Fundescoop compta amb el suport de la Universitat de Cornell, situada a Ithaca (Nova York) amb la qual desenvolupa un programa de cooperació per a la formació a distància. Aquesta universitat disposa

d'una facultat d'hoteleria que és, sens dubte, una de les millors del món en la seva especialitat. Fundescoop ha iniciat la col·laboració amb la Universitat de Cornell amb programes de direcció i d'administració d'empreses i cooperatives agroalimentàries i ara s'introduirà a la gestió hotelera, a més dels cursos de formació professional abans esmentats.

La Universitat de Cornell depèn d'una institució privada, la Luy Leaque i de l'Administració de l'estat de Nova York, la qual cosa li permet tenir una especial sensibilitat pels programes de formació social. És, per tant, un excel·lent soci per als objectius de Fundescoop que bàsicament són la formació de directius i professional de l'anomenada economia social.

En el cas del conveni amb Acorn Internacional Hotels S.A. i Fundescoop la prioritat és donar un servei a la societat balear, d'acord amb l'evolució de l'entorn socioeconòmic dins del qual es mou. De tots és sabuda la necessitat de millorar la qualitat del producte turístic i, al mateix temps, la importància de la formació professional per poder garantir aquesta millora. D'això en són conscients els sindicats que han demanat reiteradament la inclusió de la formació en la política turística i també algunes de les principals empreses hoteleres. En aquest sentit es pot dir que Acorn Internacional és, una vegada més, pionera en donar exemple amb la creació d'un centre de formació l'activitat del qual es pot obrir a altres empreses del sector. ■

