

onda

Quadern de debat

39 - juny 1996 - 500 ptes.



**Reconversió turística:
ara o mai**



L'entorn que necessitam

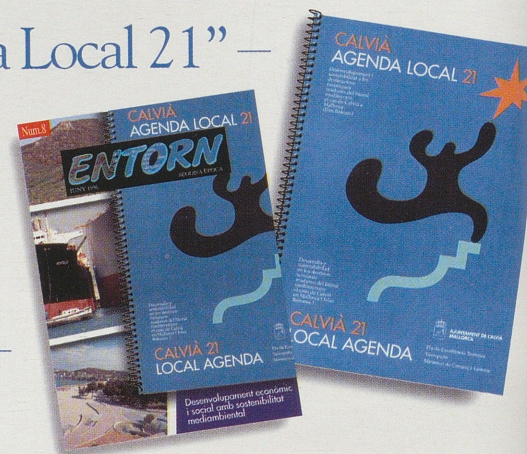
Desenvolupament econòmic i social amb sostenibilitat mediambiental

Publicacions informatives de "Calvià: Agenda Local 21" —

- REVISTA ENTORN. n°8. Mes de Juny. (editada en català, castellà i anglès)
- DOCUMENT "CALVIÀ AGENDA LOCAL 21" (editat en castellà, català, anglès, francès i alemany)

Sol.licituds: Ajuntament de Calvià - Gabinet de Comunicació

Tel. 13 91 45. Fax. 13 91 48 E-mail: agenda21.calvia@bitel.es



**AJUNTAMENT DE CALVIÀ
MALLORCA**

ona

Quadern de debat

n. 39, juny 1996

Edita: Fundesba, S.L.

Directora gerent: Sinfo García Gómez.

Director: Sebastià Verd.

Consell assessor: Pedro Calvo (administratiu).
Miquel Capellà (advocat).
Mateu Carrió (arquitecte).
Antoni Fleixes (economista).
Jaume Garau (psicòleg).
Sinfo García (dtra. gerent Fundesba).
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.
Antoni Oliver.
Caterina Ortega.
Joana M. Roque.
Antoni Rosselló.

Disseny: A. Caro.

Impressió: Imp. Homar. Tel. 43 08 61 - Palma de Mallorca

Administració i Publicitat: Fundesba, S.L.
Joaquim Botia, 11, 1r, A
Tel. 71 16 61 - Fax 71 91 94
07012-Palma de Mallorca

Dipòsit legal: PM-608-1992

Preu: 500 pessetes

Subscripció: 4.500 ptes. per any (10 números)

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

Turisme: símptomes d'un canvi

El turisme a les Illes Balears viu uns anys de canvis profunds. Per primera vegada des del "boom" dels anys seixanta hi ha indicis d'una certa desestacionalització al mateix temps que s'esbrina la necessitat de diversificar el producte, és a dir, d'oferir alternatives a la tradicional oferta de "sol i platja".

Cada vegada són més els turistes que demanen un contacte més estret amb la naturalesa o que volen conèixer el patrimoni cultural del país que visiten. Són símptomes d'un canvi de costums que exigeix una manera diferent d'entendre el fenomen turístic.

Í N D E X

El Partit Popular hipoteca el futur 4
Editorial

El canvi comença en els anys vuitanta 6-11
Miquel Vicens

Europa amb entitat pròpia 12-17
Josep Aloy

Calvià, Agenda local 21: l'ecologia de mercat 18-23
*Anselmo Martín, Margarita Nájera,
Lluís Orejudo, Peña.....*

Diversificar i desestacionalitzar 24-29
Antoni Aguiló

El turisme a la història i la política 31-35
Sebastià Serra

L'aventura mallorquina 36-40
Gabriela Cañellas

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 Fundesba, S.L.
Joaquim Botia, 11, 1r. A. 07012-Palma de Mallorca o telefonau al 71 16 61 (Fax 71 91 94)

El Partit Popular hipoteca el futur

"... El poder econòmic estava avesat a anar per davant del poder polític, mentre que ara, des del moment que es parla de desenvolupament sostenible, és proposa un model diferent que barra el pas a l'especulació urbanística i orienta nous camins. És l'hora -diuen des del Govern- de gestionar el territori, de dur endavant fins a les darreres conseqüències un pla estratègic de competitivitat que fins ara podia haver semblat paper banyat i, per si hi mancàs qualche cosa també ha arribat l'hora de recuperar una identitat lingüística que la dreta havia abandonat (...). A ca nostra la dreta s'estimava més evitar qualsevol sentiment que pogués transformar-se en moviment de solidaritat, per no obstaculitzar un sistema econòmic que era absolutament depredador de la identitat col·lectiva, una identitat que es descobreix per damunt de tot a través de la llengua i del territori". Aquestes són algunes frases tretes de l'editorial d'ONA del passat novembre "la dreta mallorquina, una crisi d'identitat", en el qual vàrem voler exposar les dificultats que trobaria el ja ex-president Soler per dur endavant una programa que implica la transformació del model de desenvolupament que des de fa trenta anys vigeix a les Illes Balears.

Dèiem fa uns mesos que, en realitat, els canvis que Cristòfol Soler va proposar en el seu discurs d'investidura eren "inevitables i que no depenen de la voluntat de la dreta ni de l'esquerra" sinó de la necessitat d'esser competitiu a una economia cada vegada més global. Però a pesar d'això, nosaltres dubtàvem de la viabilitat de les propostes fetes des del Govern balear no tant perquè no ens creguéssim que la societat balear s'hi pogués sentir majoritàriament identificada, ni tampoc per manca de credibilitat en la persona d'un president, el president Soler (que a pesar del seu curt mandat passarà a la història per haver volgut canviar la dreta), sinó a causa de la tradicional actitud dels poders econòmics que han donat i donen suport al Partit Popular. Els fets, dissortadament, han demostrat que teníem sobrada raó per ser desconfiats. La política de gests de Cristòfol Soler no ha arribat a un any. La remodelació del Govern -que implicava una major independència respecte dels poders que més pesen en el PP- va ser la xispa que desencadenà la revolta, però el foc ja colgava des de molt abans, sobretot des que es varen fer conèixer unes hipòtesis territorials que significaven un atac directe contra la línia de flotació del model econòmic que l'ex-president Soler s'havia proposat transformar.

Ho vàrem recollir al nostre anterior editorial -corresponent al número de maig del qual en podem recordar el darrer paràgraf: "Per això des d'ONA hem acceptat la invitació al debat feta pel president Soler i en conseqüència nosaltres mateixos convidam la societat a discutir públicament el model de desenvolupament més adient per a les Illes Balears i les mesures a posar en pràctica per fer-lo possible amb l'esperança que aquesta reflexió no sigui debades: la crisi que afecta el partit conservador és tot un símptoma que la crisi del conjunt de la dreta encara no s'ha resolt i que el joc d'interessos existents fa molt difícil que es pugui girar la pàgina de la història; fa difícil, si més no, que aquesta pàgina la pugui passar la pròpia dreta tal com s'ha proposat fer-ho el president Soler a qui, encara que només sigui per això, cal que li reconeguem l'esforç i li donem el suport de què siguem capaços per tal de poder ultimar el debat i llavors prendre partit, democràticament i sense les interferències d'interessos econòmics inconfessables (cal esmentar aquí el cas Calvià?) per al model de desenvolupament que més convengui les Illes".

Dissortadament, com dèiem, els temors sobre la manca de suport de Cristòfol Soler per dur endavant el seu programa eren encertats. Tres investidures en el termini d'un any demostren que no serà gens fàcil la tasca de fer entendre que les propostes de racionalitat territorial i de respecte a la identitat cultural de les Illes són imprescindibles per al futur. El mèrit de Soler va ser trencar amb el passat, encara que les seves propostes hagin quedat hipotecades per les susceptibilitats interessades d'aquells que durant molts anys -molt més enllà dels dotze anys de canyellisme- han cregut que les Balears eren la seva possessió privada. El "solerisme", a pesar del seu breu pas pel Consolat de la Mar, és avui un patrimoni que la dreta balear no pot deixar perdre si creu que, malgrat tot, pot seguir conservant la confiança que la societat li ha donat en repetides consultes

electorals. Però per això s'hauran de pagar les hipoteques i, de moment, l'encarregat de satisfer els primers terminis és el nou president, un Jaume Matas que es veurà obligat a continuar endavant amb el programa de reformes sota la vigilant mirada dels seus avaladors. Una difícil tasca: un triple salt mortal com va dir un destacat membre de l'oposició durant el debat investidura.

La situació és greu. Jaume Matas és un polític jove que ha demostrat des de la Conselleria d'Economia no només una notable capacitat de treball sinó també de diàleg. Quan Gabriel Cañellas va ser obligat a dimitir per José María Aznar molts eren els que apostaven per l'actual president com al seu substitut, però a pesar de ser el seu dofi natural, la seva imatge de dreta moderna, democràtica i civilitzada desdèia d'un partit que encara viu en el passat. Cristòfol Soler, mirau per on, els semblava més dòcil. Ara, en canvi, el president Matas ha hagut de sentir com l'acusaven de representar la dreta més dura -"la caverna", es va arribar a dir- més insolidària d'aquest país insular. Al capdavant -com subratlla unànimement tota l'oposició- aquest és un govern del Partit Popular, del mateix Partit Popular que ha governat les Illes des que hi ha autonomia i que representà la continuïtat d'un model econòmic que ha fomentat el desenvolupament en l'ús indiscriminat del territori i en el despreci cap a les senyes d'identitat que són pròpies de les Illes Balears.

Jaume Matas va fer un discurs d'investidura on intentà desmentir aquesta pesada herència del passat, encara que els desmesurats elogis a la generació dels anys seixanta sembrassin una gran dosi de preocupació, però ningú no el va voler sentir. Era la tercera vegada en un any que els mateixos diputats escoltaven el programa electoral del Partit Popular. Se'l deuen saber de memòria i, en qualsevol cas, l'única cosa que interessava eren els matisos, entre les quals -sobretot- les raons del derrocament del president Soler. Jaume Matas ha assegurat que no interromprà el procés de debat de les directrius territorials, ni la política de normalització lingüística -l'única cosa que ha dit és que no vol que sigui un tema que divideixi a la societat- i va posar el Raiguer, la consecució de l'Objectiu-2 gràcies al diàleg social i a la col·laboració entre distints partits i institucions, com a model a seguir per, al capdavant, continuar en la mateixa línia de reestructuració del model de desenvolupament que s'havia proposat el seu antecessor.

Jaume Matas és un polític ben preparat, que des d'una formació econòmica liberal sap cap on ha d'anar la societat de les Illes si vol mantenir el seu estatus de privilegi en els mercats internacionals. Des d'ONA hem seguit molt de prop la seva trajectòria a la Conselleria d'Economia i sempre hem trobat punts de coincidència que fan que, malgrat tot, puguem confiar que el Govern balear no hagi entrat a cap procés irreversible d'involució. El problema, en qualsevol cas, és la hipoteca signada pel president i pel seu partit per poder tenir el suport majoritari de la cambra i la confiança que no hi haurà més conjures internes, requisits imprescindibles per poder dur a bon terme qualsevol tasca de govern. I, sobretot, el problema és saber a qui s'haurà de pagar aquesta hipoteca. Sabem, genèricament, que el principal creditor n'és Gabriel Cañellas, però no coneixem l'abast d'allò que el canyellisme pot reclamar a mig o llarg termini. Per sort, però, el nou president de la Comunitat Autònoma compta igualment amb uns avals de signe radicalment diferent, els que li proporciona un nou corrent intern del Partit Popular: el "solerisme", que també li serà imprescindibles per mantenir la majoria absoluta. Com a la "guerra de les hipoteques" que han desencadenat els bancs per captar nous clients, la qüestió és saber quin dels dos grans creditors serà el que finalment acabarà imposant-se; si, en definitiva, assistirem a la victòria del passat o, per contra, el president Matas serà capaç d'obrir-se pas cap al futur que va voler exposar en el seu discurs d'investidura.

Reconversió turística: ara o mai

En el primer número que **ONA** dedicà al turisme el llavors conseller, Jaume Cladera, parlava de la necessitat d'una "reconversió global" que havia d'afectar el conjunt de la societat, una "nova revolució turística" que anàs més enllà dels decrets que ell mateix impulsà, dels plans d'embelliment o de modernització i, fins i tot, dels poots. Era al número 9, d'abril de 1993. Un any més tard, el seu substitut, Joan Flaquer, defensava les modificacions introduïdes en el POOT i es reafirmava en la seva aprovació

El POOT fa un any que va ser aprovar, però encara manca l'adaptació que n'han de fer els ajuntaments a les seves normatives municipals -una adaptació que molts incompliran, la qual cosa significa un element d'incertesa que només el consens social entre institucions i poders econòmics pot evitar a hores d'ara- quan el Govern ja ha anunciat la proximitat d'unes directrius territorials que completen i amplien l'abast del Pla d'Ordenació de l'Oferta Turística...



Cala Mondragó, parc natural.

immediata mentre parlava d'una reconversió que era necessària perquè si bé era cert que el model de desenvolupament de les Balears potser no fos el més encertat, el fet és que era -és- el que tenim i, per tant, no en podem prescindir de la nit al dia. Era el mes de juny d'un any de recuperació econòmica, al número 21 d'**ONA** que titulàrem genèricament com "el boom del 94".

El 1994 va ser un any decisiu per marcar un nou rumb. El turisme tornava a batre rècords, però ja ningú no gosava apostar per un nou increment descontrolat de l'oferta. La societat balear ja feia alguns anys que covava una nova consciència respecte del turisme i la seva relació amb l'entorn natural. Arribà el 1995 i **ONA**, de bell nou, acudí a la seva cita anual amb el principal sector econòmic de les nostres illes. El títol de portada va ser: "Turisme: bufen nous aires sobre les Illes" (número 29, abril) i entre d'altres entrevistats, l'actual diputat Eduard Gamero, que encapçalà les llistes del PP a les passades Eleccions generals, venia a dir lacònicament que "el que va ser, va ser i el que ha de ser, serà". És cert. No hi ha altra alternativa que adaptar-se als temps que corren:

... I és que el turisme evoluciona a gran velocitat. Cada dia hi ha més turistes potencials a tot el món, però a mesura que creix la demanda també s'incrementa, molt més encara, l'oferta. I les Balears, com s'ha repetit tantes vegades, no poden competir en preu, sinó en la qualitat d'un producte que ja no és només l'hotel sinó l'entorn, l'oferta complementària, la naturalesa i el patrimoni cultural. No es pot perdre temps. Les Balears necessiten continuar essent líders com a destinació turística vacacional, però per això es fa necessari ser competitius amb quelcom més que sol, arena i bons preus.

Per això enguany hem triat aquest títol que és continuació dels tres anteriors: "reconversió turística, ara o mai". En efecte, reconversió pensant que hem de ser una destinació turística europea però, com ens diu Josep Aloy, el director general d'Ordenació Turística, amb una identitat pròpia, és a dir, amb la defensa d'un projecte de país que no ha de ser esclau d'un determinat tipus de turisme sinó que s'ha de servir de la tradicional "indústria dels forasters" per continuar progressant econòmicament i social. Al capdavant el que ens ha d'importar és la societat i el seu interès a llarg termini.



El canvi comença en els anys vuitanta

Entrevista a Miquel Vicens
per Antoni Oliver

Miquel Vicens va esser elegit fa poc temps president del Foment de Turisme de Mallorca. És el representant d'un important majorista de viatges, Air Marin. Creu que els anys vuitanta varen impulsar hàbits nous en el mercat turístic i que en aquests anys es varen modificar els existents i que això va esser la causa que els hotelers haguessin d'adaptar les instal·lacions a una major qualitat. D'aquesta època és el decret Cladera i les primeres reformes de la planta hotelera. El mercat també exigeix ofertes específiques com l'agroturisme, el cicloturisme i un cert oci dur, com per exemple el de la bierstrasse i altres similars. Creu que el negoci turístic s'ha anat professionalitzant els darrers anys i que ara s'ofereix qualitat i, sobretot, s'atén la demanda. Creu que enguany tot indica que la temporada no serà bona, en especial en el mercat anglès, perquè els preus resulten cars amb una pesseta molt estable.

-Com ha evolucionat la indústria turística des dels anys seixanta fins ara?

-Una de les característiques de l'evolució ha estat la creixent professionalització del negoci turístic. A part d'això, s'ha de tenir en compte que un setanta per cent del Producte Interior Brut de Balears es deu al negoci turístic i desapareixeria una part del PIB si no hi hagués la despesa turística. Les Balears sense turisme són impensables avui en dia.

-Vostè ha parlat de la professionalització creixent podria concretar-ne alguns dels aspectes?

-Això té diversos aspectes. Per una banda la dedicació al turisme és exclusiva i en els anys seixanta encara hi havia molta de gent que es

dedicava a altres negocis i només un parell de mesos al turisme. Això d'una banda. A part d'això, hi ha més endavant la incorporació de professionals, llicenciats en altres carreres, advocats o economistes, s'incorporen al món del turisme, a partir dels anys setanta. En aquesta època també comencen a fer feina els primers professionals sortits de l'Escola de Directors d'Empreses i Activitats Turístiques. Avui en dia comptam amb gent que té una formació de tipus econòmic molt més forta i aquest és un altre dels aspectes de la professionalització. A altres nivells, més baixos, ha aparegut gent que ja té una formació a l'Escola d'Hostaleria i s'ha reciclat.

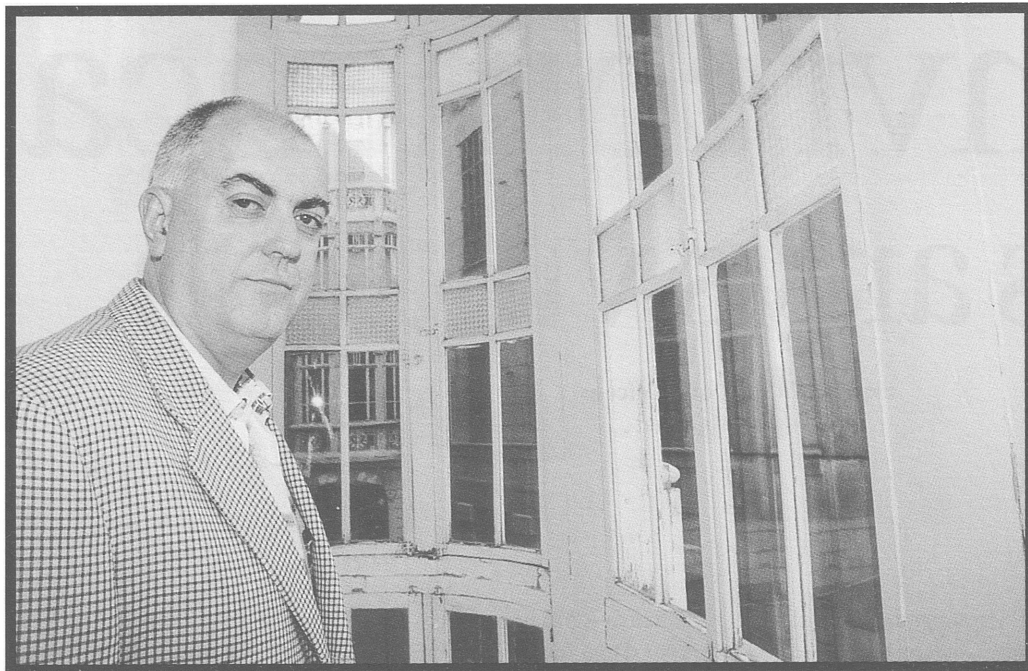
-Això ha tingut com a conseqüència una major qualitat o una millora a la gestió econòmica?

-Jo crec que les dues coses. S'ha de veure què entenem per una major qualitat. Avui en dia és habitual que la gent confongui qualitat amb un tipus de servei més propi de fa quaranta anys quan hi havia uns serveis molt clàssics. Mallorca ha estat una mica capdavantera en un tipus de serveis que agraden més als turistes vacacionals. Per exemple en el tema dels bufets, hi va haver gent que pensava que això donava menys qualitat, però el client ho demanava. Es fa, per exemple, una cuina que agrada més als clients avui que no abans. Es donen uns serveis que els agraden més. A part d'això, es comencen a construir un tipus d'hotels que també els agraden. En aquest sentit, es construeixen més apartaments, que és el que el públic demana. També es construeix d'una manera diferent, amb més espais verds, jardins i superfícies. No només perquè aquí hi ha el decret Cladera que legalitza aquesta exigència, sinó també perquè els hotelers s'adapten al gust del públic.

LA REVOLUCIÓ DELS ANYS VUITANTA

-Quan es comença a notar aquesta exigència d'un entorn més confortable?

Miquel Vicens va néixer a Felanitx l'any 1946. Va estudiar d'enginyer de camins canals i ports a l'Escola Superior d'Enginyeria de Madrid i es llicencià l'any 1971. Lligat al món de l'hostaleria va començar a treballar com a guia turístic en acabar la carrera d'enginyer. Més endavant va fer feina a un majorista de viatges. Entrà a treballar en el Grup Barceló on arribà a esser adjunt a la vice-presidència i director general de la cadena hotelera del grup. A l'actualitat és el representant a Mallorca del majorista de viatges Air Marin que té com a agència Suntour i una cadena d'hotels que es denomina Green Oasis. Fins el mes de maig era vice-president del Foment de Turisme i va arribar a la presidència per la dimissió del president Joan Palou.



-Això és progressiu. Quan es demana un altre tipus d'allotjament és als anys vuitanta. El que fa el sector és construir el que té demanda, perquè es veu que la gent està disposada a pagar més doblers per un determinat tipus d'allotjament, amb més espai.

-L'eclosió de l'aparthotel també es produeix de forma paral·lela.

-L'aparthotel ja estava classificat per la Secretaria d'Estat de Turisme, és un allotjament que combina l'apartament amb els serveis d'un hotel. A partir dels anys 1984 i 1985 és quan hi ha el "boom" de l'aparthotel.

-Ara hem parlat de les característiques del negoci. Però, com ha evolucionat el tipus de turista?

-Des dels anys seixanta no ha canviat el tipus de turista, el que ha canviat ha estat la penetració del fet turístic dins la població a determinats països. Fins als anys cinquanta el turista tenia una idea més activa de les vacances, menys platja i sol i més veure coses i participar a la vida de la destinació que es visitava. A partir dels anys seixanta, com a màxim, predomina el tipus de client que ve per una setmana i ve a descansar i a fruit de les característiques climàtiques, sol, platja, etc. Aquest tipus de turisme no ha canviat gaire, el que passa és que en els anys seixanta només un cinc per cent de la població es podia permetre unes vacances i ara n'hi ha un seixanta per cent. S'ha anat incorporant una població amb menys poder adquisitiu al mercat perquè la industrialització ha permès que el cost cada vegada fos més baix. Si als anys setanta un cotxe a Alemanya valia el mateix que sis o set setmanes de vacances ara val el mateix que vint setmanes. S'ha produït un abaratiment molt acusat del producte turístic. Això fa que la gent hi tenguí un accés molt més fàcil.

-Però sociològicament són classes mitjanes baixes.

-Ara tenim de tot, des de classes molt acomodades fins qui viu del subsidi d'atur. Hi ha hagut un canvi a la piràmide estadísti-

ca de la despesa de la gent. S'ha tirat per baix. Cada vegada amb menys poder adquisitiu. Però el que la gent espera és bàsicament el mateix. Una altra cosa és que han aparegut uns subsectors de la demanda que aleshores no existien. Per exemple, fa vint-i-cinc anys no hi havia els "kegel clubs" o club de jugador de bitlles que vénen aquí a córrer una festa i a beure cervesa. Aquest és el turisme de la "Bierstrasse" de s'Arenal, etc. Vénen a zones on hi ha més oferta secundària, els mesos de setembre i d'octubre. Hi ha també el cicloturisme, els mesos de gener, febrer i març, són alemanys i holandesos, estan una setmana i vénen a fer esport. Això també comença els anys vuitanta. També hi ha el turisme de la tercera edat, d'Insero, que dur quasi cent mil persones cada any. Però la majoria

continua cercant el mateix que fa uns anys.

-Per què es produeixen tots aquests canvis als anys setanta i vuitanta?

-Perquè hi ha una gran oferta amb uns bons preus. Segurament hi ha més subsectors i també es dona el fenomen del turisme residencial. És el senyor que té a Mallorca la segona residència. Aquesta persona ha vingut a Mallorca els anys setanta i com que li agrada acaba per comprar una casa o un apartament. És a aquest sector que es va desplaçant el turisme d'alt poder adquisitiu. Aquesta gent produeix molta més despesa turística malgrat que ve a ca seva. Manté la casa, paga una contribució, lloga un cotxe, va a restaurants i a supermercats, hi ha una diferència a nivell macroeconòmic, i és el client que és més rendible, no en conjunt, perquè no són tants com els altres. El que passa és que aquest client surt de la indústria. Aquest senyor no és client dels hotels, no és client de les agències de viatge ni de les companyies de transport. El que fa és comprar un seient al majorista, el famós "seat only", és un client molt fidel, precisament perquè ha invertit a Mallorca bastants milions de pessetes. I a més de venir ells, deixen l'apartament a un parent o a un amic i produeixen un trànsit i més riquesa.

ENQUESTES DE SATISFACCIÓ

-Si hem de fer cas de les enquestes, els turistes sempre estan satisfets de venir a Mallorca.

-La Conselleria ha fet enquestes sobre la satisfacció. Jo puc dir que a nivell de majoristes de viatges no hi ha més d'un dos o d'un tres per cent de queixes. Suposem que siguin un deu per cent, Mallorca està un poc per damunt de la mitjana de satisfacció perquè les nostres infraestructures són, francament millors que les del 99 per cent de les destinacions turístiques. La professionalització és de les més altes del món, perquè també fa més anys que ningú que som al negoci. Això no vol dir que tots els mallorquins siguin molt simpàtics amb els turistes, sinó simplement que hi ha professionalitat per tractar-los. Hi ha gent que no està contenta, perquè ha tengu

problemes de transport, ha agafat mal temps, etc, però és, francament un sector minoritari, en cas contrari el turisme faria estona que hauria fet un crac. Endemés, en els darrers quinze anys a Mallorca s'ha fet un esforç per millorar tots els aspectes del fet turístic. Els ajuntaments i el Govern han invertit molts de doblers en millores de carreteres, abastiment d'aigua, depuració, i d'aprofitament de recursos hidrològics. A Balears, pràcticament, no es tira ni una gota d'aigua sense depurar i fa quinze o vint anys sí que es feia. S'han fet passejos i hi ha hagut plans d'embelliment de zones turístiques. També els hotelers han modernitzat els seus establiments. El turista que ve i se n'adona de les millores, torna. És un motiu de satisfacció.

-Quin és l'índex de turistes que repeteixen?

-No tenc dades, però crec que a Mallorca hi ha un dels índex de repetició més alts del món. Crec que deu ésser superior al cinquanta per cent. Això no vol dir que la gent repeteixi en percentatges tan alts dins el mateix hotel, però sí hi ha un percentatge alt de repetidors, sinó cada any, sí de forma periòdica, almenys a Mallorca crec que és així.

-També resulta que la darrera temporada turística sempre és la millor.

-No, si miram una sèrie més llarga, resulta que això no és així. Hi va haver uns anys setanta amb molts d'alts i baixos, els anys setanta es mantenen més o menys fins el 1975 que va ésser molt dolent i el 71 excepcionalment bo. El 77 es va començar a recuperar i el 78 va ésser excel·lent, el 79 ja resultà menys bo i el 1980 dolent, a causa de la segona crisi del petroli. Es recuperà el 81 i hi ha quatre anys expansius molt bons i el 85 baix. 86 i 87 tornaren a ésser molt bons i a partir de 1989 es dona un excés d'oferta, i el 93 i 94 "boom" una altra vegada, 95 també bo i enguany menys bo, de "boom" res.

LA TEMPORADA D'ENGUANY

-Quines característiques tindrà la temporada d'enguany?

-L'hivern ha estat bo, s'han batut tots els rècords, però l'estiu és fluix. A Canàries l'hivern és bo, però el mes d'abril per primera vegada hi ha menys arribades, un set per cent menys. Maig, juny, juliol i agost no pinten gaire bé. Sempre hi ha explicacions per aquests alts i baixos. Per exemple, en els anys 84 i 85 hi hagué una sobreoferta, es construeix molt, i a partir del 93 hi ha un creixement anual i la incorporació de nous mercats emissors que abans no existien, per exemple els russos, txecs i polacs que comencen, malgrat les xifres siguin petites. El 93-94 la pesseta es devalua un trenta per cent respecte a la resta de les monedes i això fa que els preus tornin a ésser molt competetius. Què passa ara? Doncs que la pesseta s'estabilitza i deixa de devaluar-se i els preus pugen i com que hi ha hagut més demanda que oferta els hotelers han pujat els preus els anys passats, perquè també ho han necessitat. Resulta que ara és més car i, al mateix temps dins Europa, als països emissors de turisme hi ha una crisi econòmica. La gent decideix fer més despesa turística en el moment que els preus pugen i clar, malament. Com a conseqüència d'això, començam a notar els efectes d'aquest comportament diferent del client i de l'increment del preu de les vacances per a ells, sobretot a Anglaterra. Jo no li donaria característiques catastròfiques, però la cosa no pinta bé. Les reserves sembla que estan per

davall de les de l'any passat. La meua impressió és que a Mallorca tenim unes xifres de demanda clarament més baixes al mercat anglès, al voltant d'un vint-i-cinc o d'un trenta per cent menys respecte a l'any passat, que no va ésser un any bo en aquest mercat. Respecte al mercat alemany, que l'any passat va ésser bo, tenim unes xifres que estan una mica per davall. Si anam a altres destinacions, com Eivissa, Menorca i Canàries, la situació és encara més negativa. La pregunta del milió és: aquesta gent que encara no ha reservat ho farà a darrera hora? Quin preu estaran disposats a pagar? Això encara no ho sabem.

-Crida l'atenció que els preus són baixíssims, com es pot donar una setmana de vacances a Mallorca per quinze mil pessetes?

-Sense arribar a extrems tan exagerats, hi ha preus de dues setmanes a un estudi per 667 marcs que són cinquanta-cinc mil pessetes. Per exemple aquest és el nostre preu i pot baixar a 38.000 pessetes. És barat. Com es pot fer? Hi ha la modalitat d'apartaments en garantia. Per exemple, es paguen sis milions cada any per tants d'apartaments. S'ha de pagar tant si està ple com buit. Al mateix temps la plaça d'avió també està garantida per avançat. Si a darrera hora queden places buides els majoristes pensen que ja han pagat el transport i l'allotjament, més la comissió de l'agència, i tal vegada si es fan càlculs, es poden oferir els preus més barats, perquè es conformen amb menys. No és que el cost d'aquest paquet turístic siguin quinze mil pessetes, per exemple. Amb quinze mil pessetes no es pot vendre una setmana enlloc, perquè el vol tot sol ja costa més.

EL PAPER DEL FOMENT DEL TURISME

-Com a president del Foment de Turisme, quin paper ha de fer aquesta institució avui en dia?

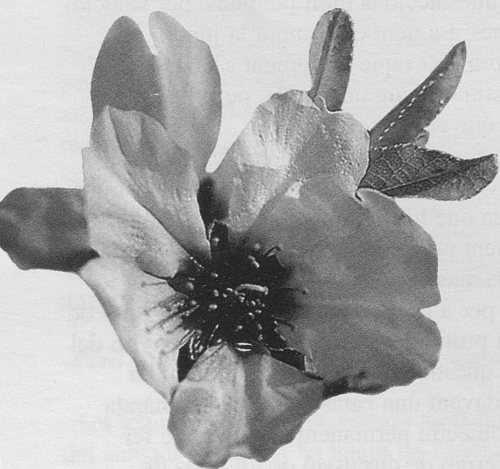
-Supòs que cadascú té la seva idea, però li puc transmetre la que té la junta actual. El Foment del Turisme fa ja vint-i-cinc anys que no es pot dedicar amb eficàcia a la promoció, perquè la promoció es mou en unes quantitats de doblers increïbles. Això és lògic, perquè si a Mallorca es fa una despesa de més de mig bilió de pessetes cada any i els majoristes de viatges en mouen la meitat, és evident que és molt gran la quantitat de doblers que es pot invertir en publicitat. No tenc estadístiques, però estic segur que la despesa dels majoristes, només en promoció i a Mallorca, ultrapassa els deu mil milions de pessetes anuals. Intentar fer promoció quan parlem d'aquestes quantitats és fer retxes a l'aigua, no ja nosaltres, sinó una institució com IBATUR que depèn de la Conselleria de Turisme, només pot fer unes accions molt puntuals, per solucionar determinats problemes. La gent que som a la junta consideràvem que això era així i que el Foment s'havia endormiscat, era una institució mig adormida, però que tenia un actiu molt important que era el seu nom.

En els darrers anys poca cosa havia fet si no era fer qualche manifestació quan hi havia un problema greu. Nosaltres vàrem pensar que la tasca bàsica que havia de fer el Foment era la promoció interna. Entenem per promoció interna la conscienciació de tots els agents de tot tipus quant a la importància del turisme per a la societat. Una part important de la nostra societat no està prou conscienciada que aquí vivim del turisme i aquesta és una qüestió de supervivència i no hi ha ningú que estigui segur davant una catàstrofe de la demanda turística. Hi ha un altre objectiu permanent que és el de fer servir el Foment com a fòrum de discussió de tot tipus de



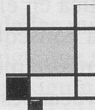
Mallorca, Menorca, Eivissa i Formentera.

Compromeses amb la naturalesa



El nostre compromís és de preservar la nostra major riquesa, la naturalesa. Per aquest motiu, s'ha protegit especialment més d'un terç del nostre territori. Es tracta d'un esforç constant encaminat a conservar, protegir i embellir el nostre entorn turístic, amb la finalitat de garantir la tranquil·litat i el descans als nostres visitants.

*Aquí, a les Illes Balears,
la naturalesa segueix
el seu curs.*

 **IBATUR**
INSTITUTO BALEAR
DE PROMOCION DEL TURISMO
CONSELLERIA DE TURISME
GOVERN BALEAR

propostes per millorar Mallorca com a destinació turística, i resoldre els problemes que hi pugui haver. Malauradament dins aquesta etapa de dos anys i mig que jo he viscut, els únics que han dut propostes han estat les agrupacions empresarials. Endemés, aquesta junta està formada per representants de les associacions empresarials, de quinze, sis són representants de l'empresariat, després hi ha sis professionals del sector independents, com per exemple jo mateix, és a dir que en aquest moment és un fòrum dels empresaris, però ens agradaria que vengués més gent. Per exemple, representants sindicals de la Federació de Municipis, etc.

Estam oberts a totes les propostes i en aquest sentit fa poc hi va haver una proposta, feta per l'Associació d'Hotelers de Palma i Cala Major per impulsar el tema d'un palau de congressos. Aquest tema ja l'havia proposat la Cambra de Comerç fa uns anys...

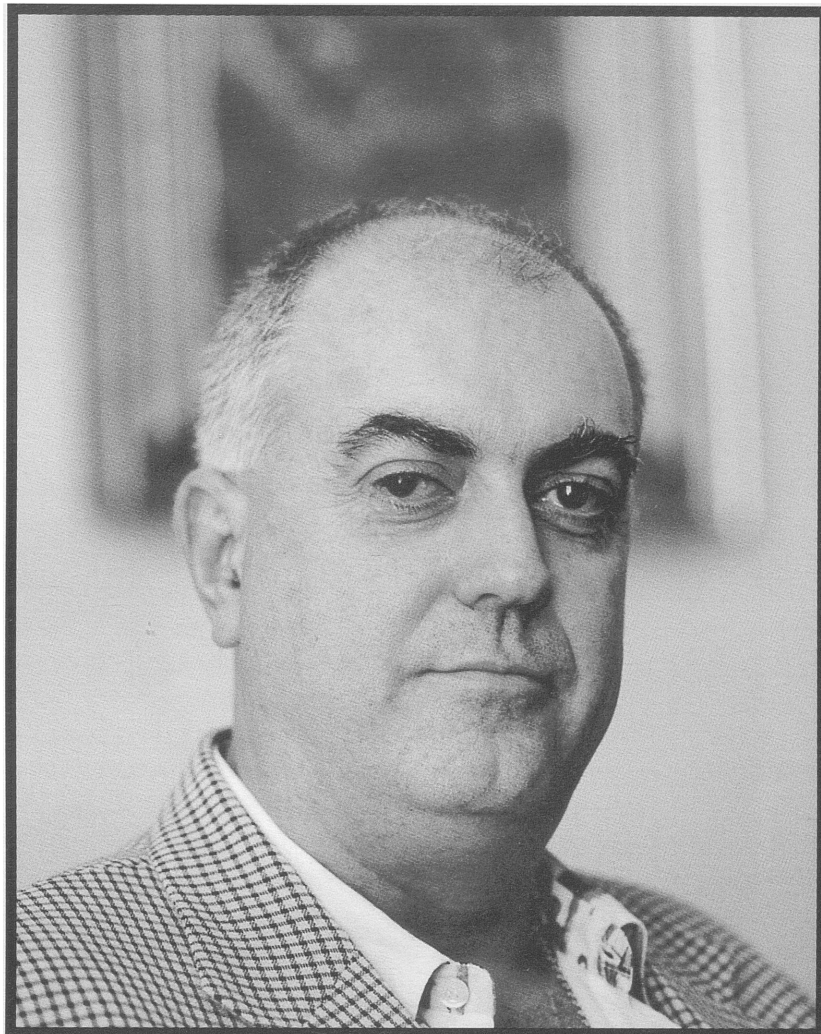
-Sembla que els hotelers no estaven d'acord a fer un palau de congressos a les proximitats de l'aeroport.

-Sembla que hi ha una opinió bastant estesa que s'inclinava a creure que era millor que el palau de congressos fos dins la ciutat i no desplaçat a l'aeroport. Tanmateix, no és fàcil trobar-li una ubicació que estigui bé, a un lloc paisatgísticament valuós, perquè requereix molts de metres quadrats. Es poden fer en vertical o en horitzontal, tant el propi palau com l'aparcament que ha d'esser molt gros. Hi ha hagut una proposta per part d'AENA per construir un edifici de serveis davant la terminal nova, on a part d'un hotel s'hi pot fer un palau de congressos. La veritat és que una empresa a la qual havien donat la concessió s'ha fet enrera i no l'han fet. Ara obrirem el nou aeroport sense, ni tan sols, un edifici d'aparcaments. Però l'edifici de serveis i un espai dedicat a congressos està mort. El que passa és que AENA ha oferit l'actual terminal A per transformar-la en un centre per a congressos i fires, sempre i quan "Fires i Congressos" ho llogàs, i ara discuteixen el preu i les condicions. No és tan fàcil fer aquestes instal·lacions. El que actualment té "Fires i Congressos" és bastant pitjor que el que es pugui oferir a la terminal de l'aeroport. Això és una iniciativa a la qual el Foment ha dit que sí. El problema són els doblers, primer qui el construeix i segon trobar un lloc adient. És difícil finançar-lo en un moment que totes les administracions públiques estan endeutades. El moment que puguem anar a demanar inversió en infraestructures noves serà a partir de l'any que ve, perquè si el pacte Aznar-Pujol cedeix un trenta per cent de l'IRPF a les autonomies, les comunitats autònomes s'hauran de deixar d'anar a Madrid a plorar i responsabilitzar-se de les seves infraestructures, jo crec que és el sistema ideal. El Govern central reduït a gestor de serveis de la comunitat estatal, defensa, justícia, infraestructures supracomunitàries. Però amb tot el que es traspassi s'ha d'acabar el victimisme.

EL DEBAT DEL PALAU DE CONGRESSOS

-Quin tipus de turisme pot dur un palau de congressos?

-També és un turisme de molt alt poder adquisitiu i d'efectes multiplicadors, perquè el senyor que ve aquí i li agrada té una tendència a tornar amb la família, una o dues setmanes.



Endemés, té efectes multiplicadors de la despesa.

-Quines altres actuacions ha dut a terme el Foment?

-Ha liderat algunes actuacions. Per exemple fa dos anys, quan hi va haver les vagues dels controladors de Marsella, que provocaren uns retards molt forts, el Foment va aglutinar tota una sèrie d'associacions empresarials i va fer una sèrie de gestions a la Comissió Europea, al Parlament Europeu, etc., i va aconseguir solucions. No perquè hi anava el Foment del Turisme, sinó perquè hi anava el Foment amb molta representativitat, amb molta gent darrera. No sabem quin serà el pròxim problema d'aquí un mes o un any.

-Quant al paper com a centre d'anàlisi, com es pot enfocar?

-En aquest moment el Foment no té mitjans per fer, per exemple, un institut d'estudis. Aquesta junta ha manifestat que vol fer una gestió austera. Només hi ha quatre persones i necessitam entre 25 i 30 milions anuals. La meua opinió és que si hem de fer d'estudis turístics l'organisme adequat per dur-los endavant és la Universitat. Hi ha una Escola de Turisme i una Escola d'Hostaleria. En general la Universitat ha estat sensible al tema del turisme, endemés d'una forma multidisciplinària, s'han fet estudis, per exemple de l'aplicació de la informàtica a la indústria turística. Això em sembla positiu i tal vegada s'hauria de crear un Institut d'Estudis Turístics.



Europa amb identitat pròpia

Entrevista a Josep Aloy
per Sebastià Verd

El nostre entrevistat sap que les coses ja no seran pus mai com varen ser en el passat i que el turisme del futur requerirà una càrrega molt forta d'informació per adaptar-se a les demandes del mercat. Les Illes Balears ja no són el paradís natural de principis de segle o la destinació exòtica de la qual en presumien els primers turistes que aprofitaren els avions de la Segona Guerra Mundial per iniciar el "boom" del turisme de masses. El turisme, en plena tempesta de les telecomunicacions, comença a ser diferent, a exigir nous i més variats productes que, alhora, han de ser compatibles amb la realitat quotidiana d'unes illes que depenen quasi exclusivament dels seus visitants. Des de l'administració s'han dissenyat en els darrers anys diferents instruments per operar el canvi: per ampliar la temporada i per fer que el "sol i platja" no sigui l'única cosa que es pugui ofertar.

El repte és important, perquè ni ho podem vendre absolutament tot, com alguns pretenen abans de fer les maletes i cercar nous horitzons, ni podem falsejar la realitat. L'únic camí possible, segons el director general d'Ordenació Turística, és obrir de pinta en ample les portes d'Europa, fent que els nostres visitants se sentin com a ca seva però sense traïr la nostra pròpia identitat. Al capdavant el turisme tampoc no és un objectiu per ell mateix sinó una eina per aconseguir que la societat millori en tots els sentits, inclòs el seu sistema productiu i, com a conseqüència d'això, sigui cada vegada més pròspera i més fidel a si mateixa.

-Aquest és el número d'ONA que fa quatre que dedicam monogràficament al turisme, un per any, des que s'inicià la publicació. I sempre, fins ara, hem parlat del Pla d'Ordenació de l'Oferta Turística, del famós POOT. Em sap greu, però no tenc més remei que començar un altre pic per aquest mateix tema...

-No n'hi ha de saber gens de greu, tot el contrari, convé parlar-ne.

-Però.... en quina situació es troba? sembla com si ja ens n'haguéssim oblidat.

-No ens n'hem oblidat gens ni mica. En aquest moment es troba a una situació que jo qualific d'apostolat. Com bé sap, el POOT es va publicar en el Butlletí Oficial de la Comunitat

Josep Aloy Pons va néixer a Palma l'any 1959, encara que les seves arrels són de Sencelles. És tècnic en direcció d'empreses, i professor en excedència del MEC. En realitat, segon confessa, la seva vocació és la docència. Està vinculat familiarment al sector hotelier.

Com a ensenyant va formar part de l'equip que constituï l'Escolade Turisme i d'Hoteleria de la UIB, de la qual en va ser el gerent fins que el setembre de l'any passat fou designat per al càrrec de director general d'Ordenació Turística.

Políticament no milita a cap partit i la seva participació com a alt càrrec en el Govern és, per tant, com a independent.

Autònoma el juny de l'any passat i els ajuntaments tenien un any, que ara acaba, per adaptar-hi els seus planejaments urbanístics. La veritat és que pocs han passat a fer-ho. I això sí que és greu. Pareix com si no se n'haguessin temut de la importància que té, la qual cosa ens duu a haver d'insistir un pic i un altre que les competències urbanístiques són municipals i que, per tant, per molts de plans sectorials que nosaltres facem si pel mig no hi ha la voluntat dels ajuntaments serà molt difícil que puguem actuar. De totes maneres, sí que hi ha alguns municipis que tenen l'adaptació prou avançada, però d'altres... ja li dic...

FER APOSTOLAT SOBRE EL POOT

-I davant aquesta situació que fa la Conselleria?

-Home!, reconec que en alguns casos la situació urbanística municipal és prou complicada, que no és senzill modificar normes subsidiàries, però no hi ha més remei que fer-ho. Si no ho fan la competència passarà a mans del Consell Insular. Els ajuntaments n'han de ser conscients d'aquesta situació perquè no els puguin acusar de desistiment. Per això nosaltres hem dedicat les darreres setmanes a fer recordatoris i a oferir el nostre suport tècnic. És a dir, feim apostolat, entre d'altres coses perquè creim fermament en la importància del POOT com a eina per millorar el producte turístic, encara que no sigui ni prop fer-hi la panacea universal. Qualsevol retard en l'execució del POOT pot causar molts de problemes no només a cadascuna de les zones turístiques sinó al conjunt de tota l'illa. Nosaltres mateixos havíem previst constituir aquest mes la comissió gestora del POOT, però... per què? Mentre no s'hi

adeqüin les normes municipals no hi haurà possibilitat d'aplicació i, llavors, poca feina tendrien.

-És a dir, no poden fer res més que esperar mans plegades.

-Si ho vol dir així...però no és cert. Almanco, no ho és del tot, perquè el que molta gent no sap és que, malgrat tot, el POOT és vigent. Nosaltres ja aplicam el POOT en les actuacions de caràcter general. No ho podem fer en tot allò que depèn de la planificació de cada zona concreta, en qüestions d'intercanvis, per exemple, o en la definició de la franja de cinc-cents metres de protecció, que són qüestions municipals, però sí que ja l'aplicam en els expedients d'obertura de nous hotels.

-Precisament, pareix que vivim un nou "boom" hotelier. Parlam molt de l'excés d'oferta i, a pesar d'això, el nombre de places creix continuament.

-Jo no crec que puguem parlar d'un "boom". No és aquesta la meva impressió, encara que algunes obres puntuals, amb llicència anterior, com és el cas del complex turístic que es construeix a la Colònia de Sant Jordi, puguin fer pensar el contrari. No, no som davant un "boom" de nova oferta hotelera sinó enmig d'un procés de modernització, de substitució de places obsoletes per altres de qualitat. En els darrers anys, gràcies al Pla de modernització, i a l'evident interès dels hotelers per fer front a la competència, s'han fet moltes d'inversions en la millora dels establiments i en alguns casos sí que hi ha hagut ampliacions o nous hotels, però sempre dins d'una millora de l'oferta. L'any passat s'incrementaren les places hoteleres en devers un milenar i enguany potser passin de les dues mil, xifres que no són exagerades sobretot si pensam que els nous hotels són de luxe mentre que se n'han tancat molts d'antics. Que augmenti l'oferta de qualitat no és tant preocupant com el manteniment dels hotels que ocupen el segment baix del mercat perquè al capdavant són aquests els que causen més perjudicis tant en imatge com en preus.

INCREMENTAR LA QUALITAT

-Hi ha un conegudíssim empresari, Gabriel Barceló, que l'altre dia va manifestar a una entrevista, crec recordar que a la SER, que ja feia deu anys que no invertia cap pesseta en nous hotels a les Illes perquè no era rendible fer-ho, perquè ja n'hi ha massa. Comparteix aquesta opinió?

-Francament, no sé si la puc compartir o no. La meua opinió és que una inversió hotelera a Mallorca, com a les altres Illes, no sembla molt rendible a curt termini, però jo supòs que els empresaris que inverteixen hauran fet els seus comptes i, en aquest sentit, pens que la millora de la qualitat sí que serà rendible a un mig o a un llarg termini. Si el que se cerca és un mercat de rendibilitat immediata és evident que aquest ja no és aquí sinó a altres destinacions turístiques, que és el que fan empresaris com Barceló, que inverteixen a Amèrica i ho fan molt bé.

-De qualque manera, com s'ha reconegut públicament des de moltes instàncies l'actual model turístic ha tocat sostre. Han dit, per exemple, que ja no es pot créixer més a l'estiu...

-Sí, però això no implica fer bandera del creixement zero. No hi crec en aquesta bandera. En qualsevol cas, el que és important és mantenir un creixement sostenible, un creixement que de fet sigui una rotació, és a dir, un augment de places de

qualitat i una disminució de places obsoletes. Un creixement zero, estrictament zero, potser fos un creixement negatiu. Nosaltres amb el segon pla d'embelliment, que en realitat és un pla d'esponjaments i de millora de les destinacions turístiques, pretenem incidir en aquest sentit, pretenem, per exemple, incentivar totes aquelles inversions que facilitin un augment de turistes durant les temporades baixa i mitja.

-Parla d'esponjaments. Sembla que s'ha posat de moda esbucar hotels...

-Sí que ho sembla, sobretot per la difusió que han tengut als mitjans de comunicació els darrers esbucaments que s'han fet a Calvià. Vagis allà on vagis ens demanen que què feim amb els hotels. És una bona imatge, perquè demostra que hi ha voluntat de millorar la qualitat del producte turístic, sobretot si els solars s'aprofiten per fer-hi jardins o equipaments... Però bé, jo no sé si davant la disjuntiva d'una demolició o d'una inversió per a la modernització de l'hotel em decantaria per l'esbucament. No ho sé. Tal volta m'estim més la modernització perquè al cap i a la fi els hotels són la nostra indústria i si feim desaparèixer la nostra indústria això significa pèrdua de llocs de feina i de rendibilitat econòmica. Crec que s'han de fer esponjaments, però cercant molt bé aquells que són necessaris i fomentant, simultàniament la modernització de la planta ja existent.

-També parlava d'incrementar la temporada mitja i baixa...

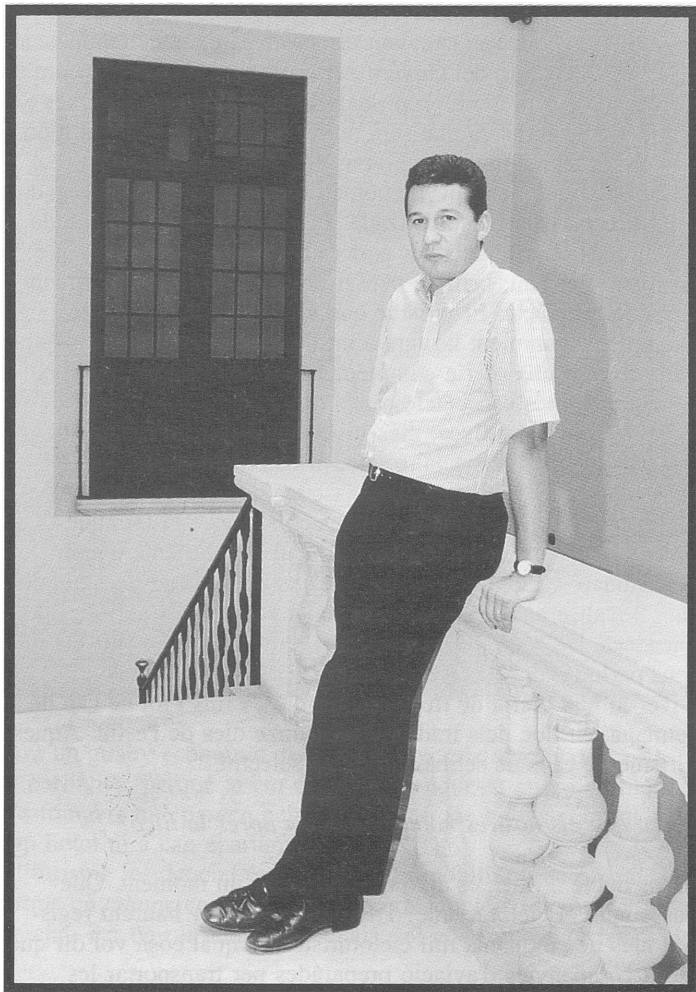
-Sí, és l'altre gran objectiu del nou pla d'embelliment que iniciam enguany i que pretén confabular els ajuntaments i sobretot la iniciativa privada en la creació d'un entorn favorable al turisme de temporada baixa. Qualque cosa ja s'ha fet. Enguany, per primera vegada, ja hem tengut més visitants alemanys durant l'hivern que Tenerife. Aquest ha estat el millor hivern de la història. Però no n'hi ha prou: hem de fer més feina per fer que les nostres illes siguin atractives durant tot l'any. Amb l'esforç de totes les administracions i de la iniciativa privada estic segur que ho aconseguirem.

-No li sembla que el seu optimisme es contradiu amb la realitat del POOT abans expressada. Hi ha molts de plans, s'han fet moltes obres d'embelliment, s'han invertit molts de milers de milions en modernització de la planta hotelera, però no s'acaba de donar la passa definitiva.

-És veritat... ja m'agradaria que tot anàs conjuntament, que fos un procés absolutament harmònic, però no podem posar la pistola al cap de ningú perquè faci el que nosaltres volem. No podem amenaçar els batles amb una pistola, sinó que els hem de convèncer, hem de recordar-los que s'acaba el termini i que, al capdavant, l'adaptació del POOT als plans només és una tasca tècnica a la qual, després, això sí, haurà de seguir la tasca política de consensuar-ne l'aplicació. És un gran repte, la responsabilitat del qual és de tots els sectors implicats i, fins i tot, de tota la societat. El POOT, en realitat, només és una eina de feina.

COORDINAR LES INVERSIONS

-Si parlam de plans, finalment acabarem parlant de doblers, perquè tot implica una inversió. D'on surten aquests doblers? Qui els aporta?



-Bé, en el cas concret del segon pla d'embelliment que hem esmentat tenim una partida de quatre-cents milions de pessetes que, crec, és una xifra important si tenim en compte que ara vendran les sol·licituds i que de fet només quedarà un trimestre per a les inversions. Una partida que s'incrementa amb altres cent milions de l'Administració central i que, a partir dels pressuposts de l'any que ve, tindrà una consignació pròpia anual, és a dir, que hi ha la voluntat del Govern de mantenir indefinidament aquesta línia d'inversió en la millora de les destinacions turístiques. Hi haurà també les inversions per Excel·lència Turística de la Secretaria d'Estat de Comerç i Turisme. També el Pla de qualitat...però, en definitiva, no es tracta tant de reivindicar inversions procedents dels pressuposts de la Comunitat Autònoma com de coordinar els esforços inversors d'altres administracions, també de la Unió Europea i de la pròpia iniciativa privada, a la qual s'ha d'incentivar d'una o altra manera. Aquest és el cas dels programes de formació, tant a través de l'Escola d'Hoteleria com del Pla Mestral, en el qual s'invertiran prop de vuit mil milions de pessetes. O també el cas del programa Mintour, mitjançant el qual es volen introduir les Illes a totes les xarxes de telecomunicació en forma d'un gran paraigües d'informació turística i que, sens dubte, té un gran interès de cara al futur de la demanda turística.

-Si ens referim a la coordinació d'inversions, com seran les relacions immediates amb l'Administració central?

-Han de ser excel·lents, tant amb l'Administració central com amb l'europea. A la primera entrevista que vàrem mantenir, el nou secretari d'Estat de Comerç i Turisme va assumir el

compromís contret anteriorment amb el Pla Futures perquè totes les inversions que es facin a les Illes tinguin com a eix fonamental el Pla de qualitat: tot el que siguin millores en els sistemes de formació, d'implantació de noves tecnologies, de nous productes. De fet ja hem donat entrada a la Conselleria a la sol·licitud de dues zones pilot a Mallorca per a l'aplicació del Pla de qualitat que són Palmanova-Magaluf i Alcúdia, que juntament amb una tercera, que possiblement sigui Cala Millor, serien l'avantguarda d'una actuació amb la qual s'hi ha compromès l'Administració central.

-Vostè em perdonarà, però parlem molt de qualitat i, en realitat, què és la qualitat, aquesta "qualitat" de la qual parlem?

-Fonamentalment qualitat és la satisfacció del client. Quan tu tens un client satisfet això vol dir que tot el teu sistema de producció, de prestació de serveis, ha respost a allò que volia el client. La qualitat és això, no té cap altre sistema de mesura. Si el client se'n duu la sensació que ha rebut el que esperava pel preu que ha pagat, si la satisfacció és alta, llavors podem començar a parlar de qualitat. Això és així de senzill, encara que no podem oblidar que el sistema de qualitat té un doble vessant. Per una part hi ha les exigències que poden tenir les empreses en funció de la seva pròpia rendibilitat i, per l'altre costat, hi ha la qualitat de l'entorn. Tan important és que l'hotel tenguí els estàndards de qualitat que facin falta, la qual cosa no només vol dir façana o luxe aparent, sinó també que el servei i l'entorn siguin prou atractius per al turista. L'objectiu del pla és coordinar tots aquests elements i per aconseguir-ho farem tot allò que faci falta: tots els estudis, totes les enquestes i totes les anàlisis de mercat que calguin.

INFORMACIÓ I FORMACIÓ

-Pot ser que els ciutadans ja se n'hagin cansat de tants d'estudis i d'esperar les solucions...

-Sincerament pens que ja s'han pres moltes mesures. L'objectiu és arribar al màxim grau de perfecció..., evidentment, però...miri...a l'administració sempre li passa que quan crea una norma ho sol fer amb molt de retard, perquè es basa en una demanda molt contrastada però que acostuma a anar per darrera de les exigències. I del que es tracta és de tenir prou informació per preveure l'evolució futura. No podem anar per darrera, sinó que hem de prendre la davantera. Aquest és el nostre repte d'ara. Aquests són moments molts difícils, de gran competència i de gran dinamisme, la qual cosa fa que ens haguem d'acostar tant com puguem al mercat real. Hem de canviar, per tant, el model d'administració turística i per això serà necessària tota la informació. Ara, dissortadament, perdem molt de temps a comprovar si el passadís d'un hotel té tants o quants centímetres, quan possiblement els clients no se'n temen d'això perquè la seva percepció de la qualitat és molt diferent. La confortabilitat d'una cambra no sempre es pot mesurar per l'espai, però no ens queda més remei que fixar-nos en aquestes coses. Les normes han d'oïre a les necessitats reals.

-Tal volta aquesta sigui una de les fites a tenir en compte: la informació. Per anar per davant en el mercat, com vostè diu, és necessari gaudir de molta informació. Com s'ha plantejat l'administració aquesta nova situació?

-Com li deia el Pla de qualitat es fonamenta, sobretot, en la

disponibilitat d'aquesta informació, però no entesa sobre coneixement de quina és l'oferta actual i les seves característiques, que d'això ja en tenim molt de coneixement i més que en tendrem ben aviat. No, no només és això. Hem d'anar més lluny. Per exemple, com a administració: quins són els serveis que hem de donar als nostres administrats perquè apostin per la qualitat? Per exemple, en formació: quin tipus de formació hem d'impartir? Ara sembla que tot passa per fer cursos d'informàtica i tampoc no és això. Hi ha moltes d'altres coses a fer. No n'hi ha prou formant els nostres joves per a les necessitats d'avui o de demà, sinó que hem de pensar per d'aquí a deu anys, pensar quina serà la demanda del futur, quins els nous productes turístics que hem d'oferir, com evolucionen els gusts dels turistes i de quina manera es podran sentir satisfets més enllà de passat demà. Això és el que nosaltres hem de fer com a administració: informar-nos, formar, analitzar, crear el marc adequat perquè el turisme del futur es pugui desenvolupar amb normalitat i vetllar pel compliment de les normes i per la seguretat dels turistes, és a dir, fabricar un entorn en el qual la iniciativa privada ha de fer la resta que, en definitiva, és la passa més important. Nosaltres podem crear marques, classificar segons estrelles o el que sigui, distingir els hotels amb etiquetes... però en definitiva són els mateixos hotelers els que s'han d'autoregular.

-Per obtenir aquesta informació quins seran els mitjans de la Conselleria?

-Aquest mes de juny començarà a funcionar el Centre de Documentació i Anàlisi del Mercat, que volem que sigui l'eina interna de la Conselleria per obtenir aquesta informació. Entre les seves tasques hi haurà el seguiment de l'ocupació per poder actuar, per exemple, en casos de sobreocupació i també encarregar anàlisis de conjuntura. En volem fer tres cada any, el juny, un altre el novembre i el tercer el març, que incloguin totes les dades que puguin servir als empresaris a l'hora de negociar amb els majoristes de viatges. Per facilitar aquesta tasca varem reclamar al secretari d'Estat que posàs a la nostra disposició les Oficines de Turisme de l'exterior. Les Oficines sembla que només funcionen per a la promoció, quan la seva infraestructura serviria perfectament per obtenir la informació que necessitam sobre l'evolució del mercat. De fet moltes d'aquestes oficines fan informes de conjuntura molt ben fets, que són molt interessants però que la major part de vegades no tenen altra destinació que un calaix de Madrid. Les Oficines han de ser ambaixades o, senzillament, oficines comercials al servei dels nostres empresaris... Bé, el que li deia: del que es tracta és que el Centre de Documentació sigui molt operatiu per facilitar actuacions immediates, mentre que una segona iniciativa, el Centre d'Estudis Turístics, que serà conjuntament amb la Universitat i l'Escola de Turisme, tindrà com a filosofia fer estudis a mig i llarg termini: quins tipus de nous productes sorgeixen i quines seran les seves exigències, quins són els mercats potencials, quines són les estratègies a seguir tant a nivell local com europeu... perquè hi ha moltes possibilitats que aquest centre tenguí un abast europeu i que sigui el Centre d'Estudis Turístics d'Europa emparat per la Comissió.

UN MERCAT MÉS SEGMENTAT

-En qualsevol cas, la informació de la qual disposam ja és prou abundant com per saber cap on van els tirs. En aquest sentit, s'atreveix a fer una aposta sobre el futur, sobre d'aquí a deu, vint anys..?

-Crec que som davant uns canvis substancials. Te n'adones, per exemple, de com van canviant els sistemes de comercialització i, per això, l'esforç del Govern per promoure el Mintour com a excusa per ser present, en primera línia, a una de les xarxes d'informació turística que serà de les més importants del món. Les noves tecnologies capgiraran els sistemes a més curt termini del que pensam. La comercialització serà cada vegada més directa, més personalitzada. Els turistes disposaran cada pic de més oportunitats per poder elegir exactament allò que desitgen. Per tant, hem de pensar en una progressiva segmentació del producte. El turisme que vendrà a Mallorca, per exemple, segurament ho farà a un hotel de platja, com fins ara, però cercant una oferta complementària més àmplia, millors restaurants, més espectacles, més oportunitats d'oci, més instal·lacions esportives, més itineraris culturals... etcètera. Això ens durà a l'especialització, hi haurà no només hotels sinó zones dins Mallorca i a cadascuna de les Illes que s'especialitzaran en determinades ofertes concretes. De fet aquest procés ja ha començat, ho veim amb el cicloturisme o amb determinats establiments especialitzats en turisme de naturalesa.... I d'altra banda, també veim com canvien els períodes de vacances. De cada pic els europeus tendeixen a repartir els seus períodes de vacances, la qual cosa fa que comenci a haver-hi una oferta de tres o quatre dies, i fins i tot de cap de setmana, en lloc dels tradicionals quinze dies de l'estiu. Aquest turisme de caps de setmana és molt selectiu.

-Creu que els nostres hotelers hauran après la lliçó?

-Sens dubte... Miri, és això que li deia fa un moment. Què passa amb el cicloturisme? Passa que enguany haurem registrat més de cinquanta mil cicloturistes, la qual cosa vol dir que hi ha companyies d'aviació preparades per transportar les bicicletes, que hi ha hotels amb instal·lacions adequades no només amb tallers de bicicletes sinó amb una cuina que presenta menús adients per a la pràctica d'aquest esport i que aquesta circumstància ha obligat l'administració a demanar-se per l'estat de les nostres carreteres, per incrementar-ne la seguretat i per disposar d'itineraris atractius per als cicloturistes. Jo mateix vaig ésser fa poc a Dinamarca per veure com s'organitzava aquesta activitat a un país on la bicicleta forma part de la pròpia cultura. No dic que puguem fer el mateix, entre altres coses perquè Dinamarca és un país pla, però sí que podem fer moltes coses per millorar aquest producte turístic concret i garantir-ne la seguretat. Podem fer una bona senyalització de les carreteres i dels pobles, fer vials per a ús exclusiu dels biciclistes allà on sigui possible, aprofitar les antigues vies del tren, utilitzar la xarxa de camins rurals ja existents i que ara són poc transitats... Perquè no només es tracta que els hotels aprenguin la lliçó, també l'ha d'aprendre l'administració.

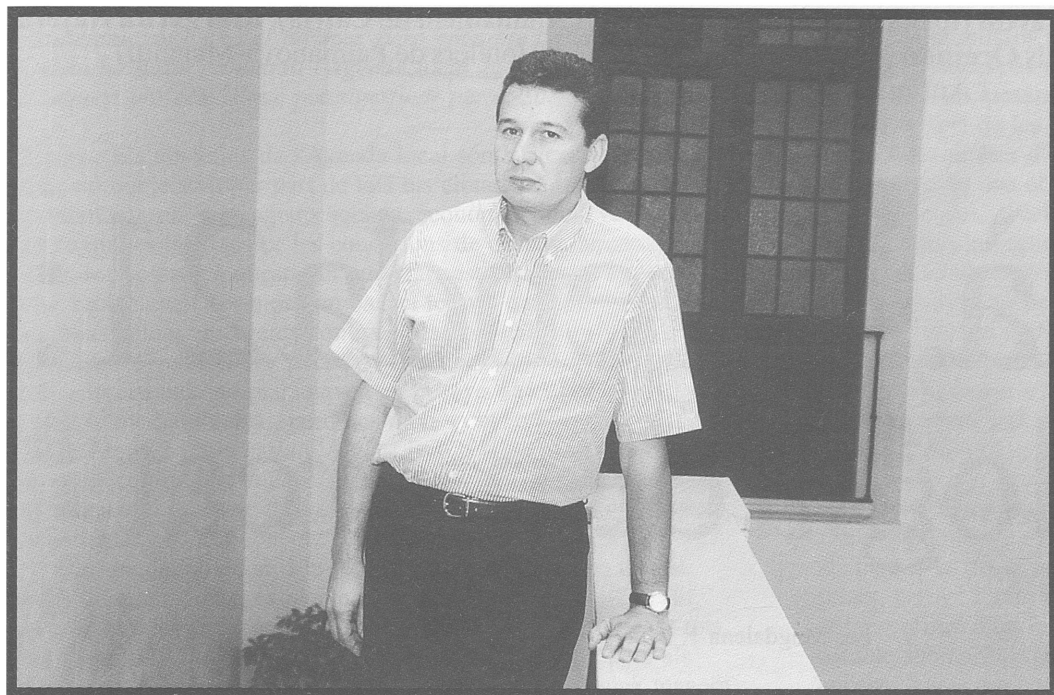
TURISME RESIDENCIAL, UNA OPINIÓ ADVERSA

-És evident que anam cap a la segmentació del turisme. També hi ha un turisme residencial....

-Francament, jo no sé que és això de turisme residencial...

-I ara!

-Jo entenc el que és indústria i el que no és indústria. Allò que nosaltres deim turisme residencial no ho és. Nosaltres el que hem de fer és fomentar la nostra indústria, que és la dels allotjaments. I el turisme residencial serà una activitat, signifi-



carà un guany econòmic, però no l'afavoreix sinó que fins i tot la perjudica, perquè ja em dirà on van aquests milers i milers d'estrangers que passen pels aeroports i que no els veim ni a cap hotel ni a cap apartament.

El turisme residencial és un negoci immobiliari que es transforma en competència deslleial per als hotelers i això és així de clar. Per tant li podem dir qualsevol cosa menys turisme.

-Veig que vostè és en contra d'aquest producte...

-Com a suposada activitat turística, és clar que sí, però poques coses podem fer per evitar-la. Hi ha una enorme pressió que és una conseqüència de la incorporació espanyola a Europa, de la desaparició de les fronteres. No es poden posar traves legals a la compra de cases o de possessions per ciutadans europeus. Dos dels meus veïnats de Sencelles són alemanys. Què hi farem! Els alemanys ho compren tot, per a segona residència i per a primera, perquè fins i tot compren tombes, a Sencelles, la qual cosa vol dir que pensen viure-hi fins a la mort. No passa el mateix a Dinamarca on una de les condicions d'integració a Europa va ser limitar l'adquisició de propietats per part de ciutadans d'altres països. Bé... no vull dir que aquí s'hagués hagut de fer el mateix. Potser la presència dels alemanys, com abans dels britànics, sigui llei de vida i que, al cap i a la fi, no deixa de significar una activitat econòmica, encara que pens que s'hauria de quantificar adequadament perquè no només duen doblers sinó que exigeixen serveis: carreteres, escoles, centres sanitaris... als quals tenen dret com qualsevol altre ciutadà.

-I també provoquen un impacte cultural...

-Sí, també...

-I aquest impacte, com el podem mesurar des de la perspectiva del Pla de qualitat?, perquè la cultura, el respecte a la identitat, als costums i a les tradicions també forma part d'aquesta nova oferta de qualitat de la qual tant se'n parla des de la Conselleria.

-Bé, és evident que ens agradaria que el turisme cercàs a les Balears alguna cosa més que unes vacances de sol i de platja. De fet, ja hi ha un percentatge que vol conèixer altres coses i que surt de les excursions clàssiques per visitar l'interior i que vol entrar en contacte amb la cultura del país, però això ho hem de mirar més en perspectiva de futur que no de present. Sincerament crec que els mallorquins, com els menorquins o els eivissencs, hem de respectar el nostre patrimoni cultural pensant en primer lloc en nosaltres mateixos, per aprendre a respectar-nos i a sentir-nos membres actius d'una societat, la qual cosa ens durà per afegit a disposar d'un atractiu complementari per als nostres visitants. Cada vegada seran més els turistes que voldran alguna cosa més que sol, perquè aquest és un producte que

el podran trobar més barat a moltes bandes: a Tunísia, a Turquia... fins i tot al Carib. De les Balears el que cercaran serà, en primer lloc una destinació europea, amb tot allò que aquest fet comporta: qualitat de servei, medi ambient, equipaments sanitaris, bones carreteres... Aquestes seran les nostres armes del futur, perquè ja no podem aspirar a ser una destinació barata, aquesta és una batalla que ja l'hem perduda i que amb l'euro ja serà totalment irreversible. Hem de ser, per tant, una destinació d'Europa, com més europea millor, però al mateix temps hem de fer que les nostres arrels formin part del mapa europeu, perquè al cap i a la fi Europa és una realitat molt diversa. Els turistes europeus, i fins i tot els nous residents, no volen sortir d'Europa però cerquen un espai amb identitat pròpia. Aquest és el gran repte de futur per al turisme i jo diria que fins i tot per a tota la societat: una imatge de qualitat que s'identifiqui amb la identitat cultural de cadascuna de les nostres illes, perquè el que no podem fer és caure en el pur folklorisme, transformar l'interior de l'illa en un museu de cartró-pedra, en una reserva d'indis. Falsejar la realitat no ens durà enlloc, de manera que l'única fórmula que jo veig és aquesta: viure la nostra identitat i fer que aquesta sigui acceptada i admirada pels nostres conciutadans europeus.

-La realitat actual, però, és molt llunyana d'aquest desig: si anam a les zones turístiques gairebé és impossible veure un rètol o una carta en la nostra llengua. En realitat ja és molt difícil que el trobem en castellà.

-Sí, és cert. Hi ha molta feina a fer, però miri: no crec que es tracti tant de substituir una realitat que és com és, sinó d'anar a corregir-la gradualment. Amb el tema lingüístic, per exemple, d'aquí a poques setmanes disposarem d'uns vocabularis complerts en cinc llengües: anglès, alemany, francès, castellà i català que es repartiran per tots els hotels i, també, per tots els establiments de l'oferta complementària... A aquesta entrevista, fins ara, hem parlat molt poc d'oferta complementària, però n'hauré de parlar molt els pròxims mesos perquè aviat es debatrà el Pla de modernització al Parlament i s'haurà de començar a aplicar. Serà l'hora que la normalització lingüística també hi entri.

Taula Rodona entre **Anselmo Martín** (regidor per Esquerra Unida a l'Ajuntament de Calvià), **Margarita Nájera** (Batlessa de Calvià), **Lluís Orejudo** (president de l'Associació d'Hotelers de Palmanova-Magaluf) i **Antonio Peña** (Consultor econòmic).

Calvià, Agenda21: l'ecologia de mercat

Per Magdalena F. Mulet

S'havia d'arribar al grau de desenvolupament de Calvià per liderar, com a mínim aquesta és la voluntat expressada per la seva batlessa, els temes de reciclatge i de turisme sostingut, de cura del medi i d'estalvi de recursos?

L'ecologia en tot cas és el triomf del mercat, de la demanda que l'ha inclòs com a valor de producció. Ajuntament, hotelers i agents socials així ho reconeixen, per força els pengem... el medi ambient avui és considerat el bé més preuat de la indústria turística mallorquina, sotmès a l'oferta i la demanda com a variable essencial de competitivitat.



ONA: *La temporada és a punt de començar i novament ens plantejam cap on va el turisme, però enguany l'Ajuntament de Calvià ha posat en marxa l'Agenda local 21, per començar, què és aquest projecte, i què pot significar per a Calvià?*

Nàjera: Els objectius de l'Agenda local són bàsicament fer una reflexió col·lectiva per part de tots els ciutadans del terme, de tot el municipi: els seus agents socials, econòmics, dels veïns, etc... sobre quines han d'esser les condicions de desenvolupament del futur, tot posant en qüestió el que a aquests moments és ja previst i tot replantejant decisions en base a termes que són fonamentals: els nous valors emergents com són ara els mediambientals i els ecològics. Fins fa molts pocs anys les decisions urbanístiques, dels serveis, etc.. no plantejaven en la seva funció de producció la variable mediambiental, però des de la gran reflexió que es va fer a Río l'any 92 i a la carta d'Alborg l'any 94, es va plantejar a totes els comunitats el debat sobre aquest procés. A Río es posà en circulació el terme d'Agenda local 21, en el sentit que recull les orientacions que tots els països exposaren en la línia de reflexió mediambiental; i la recomanació va esser que aquest treball, aquest debat, es plantejàs des de l'àmbit local, és a dir, des dels municipis, per anar de baix cap a dalt tot implicant tots els ciutadans. Des dels nivells administratius més propers als ciutadans: ONGs, entitats ciutadanes, etc.. que és l'única manera que tothom s'hi senti implicat i hi participi. La participació és un element consubstancial de l'Agenda. A la decisió política s'han d'unir els factors mediambientals impulsats des de la ciutadania.

ONA: *Aquest és un plantejament teòric, però per concretar, a Calvià en què s'ha traduït tot això?, quines són les actuacions que es duen a terme? com es va posar en marxa tota aquesta "reflexió" que és la primera paraula que ha sortit a aquesta taula?*

Nàjera: Això és el més important, saber com es fa, sobretot a Calvià que és un municipi amb un passat, diguem-ne "negatiu". I la de sortida, la posada en marxa del debat ha d'esser real, no basta parlar-ne. Aquest mes passat hem pres la decisió dura de desqualificació de 1.200 hectàrees de sòl susceptible d'esser ocupat i això ja no és "reflexió". Aquesta mesura s'ha pres en termes positius en el sentit que ens permet guanyar el temps per a aquest debat, necessari per poder plantejar una revisió de Pla general.

El document de l'Agenda local 21 inclou cinc grans àrees temàtiques entre les quals hi ha un element fonamental que és el dels recursos escassos. Calvià l'any 93/94 serví aigua salada als hotels, amb tots els problemes que això implicà. I aquesta per exemple és una nova variable que anys enrera no existí. Per tant a l'hora de plantejar les qüestions s'han de tenir en compte nous elements. Els fems, un altra qüestió... ara la cadena Sol ha posat en marxa un procés molt ambiciós de replantejar-se tot això, i l'Agenda local vol això: en primer lloc debatre una filosofia i en segon terme dur endavant accions concretes amb la participació de tots els sectors socials. El canvi de mentalitat és important perquè ara veim com la població està oberta a aquests debats, aquest canvi s'ha vist clar per posar un exemple en les actituds adoptades per l'Associació de Promotors i Constructors, ells mateixos creuen en la necessitat que es treballi en aquesta línia i això que en principi podria considerar-se un sector perjudicat.

EL "BOULEVARD" DE PEGUERA

En aquest moment ja treballem per passar de la situació de filosofia general, a saber com es plantejarà cada una de les àrees temàtiques que inclou l'Agenda local 21 i, sobretot, com

s'articularà. Hi haurà un quadre de decisions i en cada cas hi haurà compromisos públics... però també col·lectius. Per exemple, i aquest és un procés a llarg termini que alimenta el curt termini, posarem en marxa a partir de l'u de novembre una de les obres més importants del municipi, i n'hem fetes moltes d'importantes! Es tracta del "boulevard" de Peguera, és una obra que es farà amb certes característiques, precisament com a fruit d'aquest debat, durà incloses la segona xarxa d'aigües grises, és a dir, aigües brutes reciclades, perquè no es podrà utilitzar aigua potable per regar, serà un pecat ben imminentment, i haurem de plantejar que els edificis hotelers quan facin remodelacions incloguin en els seus projectes aquest extrem: utilització d'aigües grises per a la seva xarxa de cisternes dels banys, això a la llarga serà més barat perquè hi ha poca aigua i de cada vegada serà més cara.

Tot això no són exemples a gran nivell d'urbanisme, sinó petites decisions que conformaran la manera de fer de la vida més domèstica a un futur ben vinent. Ara també els fanals que es posin nous, a la via pública, hauran d'esser solars, perquè tenim una energia que no podem desaprofitar, a un moment que el debat se situa en Estalella o cable submarí el que hem de fer és utilitzar l'energia solar, aquests fanals ara costaran el doble però a la llarga seran rendibles.

Tot això s'ha d'exposar perquè són variables que compten fa molt poc temps, fins ara no comptaven a l'hora de planificar. Són valors emergents que apareixen amb força i que endemés són considerats pels nostres clients europeus, que exigeixen cada vegada més que tot això es tenguí en compte. Hi ha majoristes de viatges que per decidir les destinacions turístiques prenen com a referent qui compleix els requisits mediambientals, i l'estratègia de futur a Calvià haurà de treballar en aquesta línia.

ONA: *I la resposta dels hotelers a tots aquests plantejaments? Perquè sovint s'ha dit que el sector privat no segueix amb la força necessària la iniciativa pública.*

PARÀMETRES DEL LUXE

Orejudo: Nosaltres hi estam ben d'acord amb aquests plantejaments que ha exposat la batlessa i estam satisfets de poder participar en aquest projecte. És important plantejar on som ara, per saber on volem anar. Del creixement que hem tengut fins ara els hotelers en som també responsables, però és un fet i hem de partir d'aquesta realitat i controlar el futur, hem de continuar amb l'esponjament i hem de reciclar, i sobretot hem de canviar els objectius.

Fins ara els clients demanaven sol i platja, a partir d'ara demanen un pla ecologista que tenguí cura del medi. I els hotelers ja hem de donar resposta: hem començat amb el reciclatge dels fems, que ja triam. I feim accions petites però que van totes encaminades a aquest estalvi i reciclatge. Ara per exemple, els clients ja no volen mantegues i confitures individuals, perquè això suposa una gran tudadissa d'embolcalls, etc... és en aquestes petites coses que es nota el canvi d'objectius, perquè la demanda dels clients és una altra.

Igual passa amb l'aigua, perquè en dos o tres anys haurem de tenir doble canalització. Als hotels avui ja tenim uns llistats d'objectius, i en cinc anys hem d'arribar a aquest punt. Els clients també hauran de col·laborar, se'ls demana col·laboració, per exemple, perquè emprin les tovalloles més d'una vegada, i si ho volen fer ho comuniquen, perquè això suposa un estalvi de detergents etc... Ja s'han acabat aquells

paràmetres del luxe, quan com més es canviava i embolicava millor era.

Igualment passa amb el llum, amb les targes que apaguen el llum en sortir de l'habitació i això no es fa només amb criteris d'estalvi, sinó també i sobretot d'economitzar els mitjans.

ONA: *I què suposa en aquests nous plantejaments la presència d'Esquerra Unida a l'Ajuntament?*

URBANITZACIONS ECOLÒGIQUES

Martín: M'han deixat el discurs polític... bé, l'Agenda local 21 fins ara ha suposat ja un desenvolupament de debat ampli. És un document i un mecanisme necessari de cara a la defensa del territori i del medi natural, amb tot el que això implica d'estalvi de recursos naturals... però a Calvià tenim una hipoteca de trenta anys, això no ho podem obviar. També hem d'entrar en una concepció: l'any 91 es va fer un Pla general que preveia fins a 200.000 habitants a Calvià, molt desenvolupista, i ja el denunciarem al seu moment, i ara el que ha fet Esquerra Unida ha estat obrir la capsa de Pandora. Esquerra Unida no és que sigui una força testimonial, perquè no ho som, però tampoc no tenim la capacitat política per generar tot el moviment que fa falta per posar en marxa tota aquesta nova sensibilitat, per això hem d'aconseguir aficar-nos com sigui, i treballar amb els empresaris i no s'hauria de mal interpretar que sigui jo qui parla de treballar amb els empresaris. Ara, el que passa, i Orejudo ho ha ben reflectit, és que tot el tema de l'estalvi i de l'ecologia els empresaris el plantegen des del punt de vista de l'oferta i la demanda. Ara són ecològics perquè els turistes demanen ecologia..., per raons de "competitivitat". Per això han entrat en la dinàmica del creixement sostenible... i què és això?, fins on podem arribar en aquest tema en un municipi com el nostre, tan dinàmic econòmicament i social?, i què pot plantejar una política de defensa primordial del territori? I, sobretot, el que hem de veure és com tot això pot incidir en la població de Calvià. Per poder fer tots aquests plantejaments, ja ho ha dit Nájera, però hi vull insistir, és necessària la participació de tothom, també la dels empresaris. L'Agenda local 21 serà paper banyat si al darrera no hi ha la participació dels ciutadans... i de les forces del municipi. I en aquest punt entrem Esquerra Unida, en el discurs polític fonamentalment.

No són 1.200 hectàrees, són 1.500, i això és molt de territori. I, d'altra banda, quan parlem de nivell sostenible no parlem de nivell zero, perquè això seria negatiu.

Del que es tracta és de fer les coses d'una altra manera, i en tenim un exemple en la UPT-4, que hem de citar perquè és un exemple molt clar del nou plantejament, aquest projecte que es preveu a Bendinat és tant o més important que el "boulevard" de Peguera, perquè no és una actuació pública sinó privada i aquest és el tipus d'implicació que hem de cercar a partir d'ara: es tracta de 52 hectàrees per a una urbanització realment negociada, perquè del projecte inicial se n'ha rebaixat el 30% de la superfície i d'altra banda s'han aconseguit compensacions

territorials importants, de 124 hectàrees a na Burguesa, i d'altra banda hi entra el concepte d'urbanització ecològica, amb habitatges bioclimàtics etc.. són nous conceptes que ja s'introdueixen. Hi haurà doble canalització, energia solar, etc.. I per contestar a la pregunta que em feien, aquesta és la missió d'Esquerra Unida a l'Ajuntament: obligar la consciència majoritària de Calvià, en aquest cas el Partit socialista, a girar

cap a aquests valors més emergents, tot deixant de banda criteris com els que plantejava el Pla del 91, que només té sis anys.

La vida econòmica d'aquest municipi és molt dinàmica però s'ha d'anar adaptant a aquests nous valors.

El resultat final de l'Agenda local 21, no el sabem ara, no és clar. Sí que ho és quant a la voluntat política, però ens trobarem amb dificultats i problemes i endemés el municipi ha de continuar creixent, evidentment. El que hem de fer és establir nous paràmetres de creixement... i de tot això no hi ha antecedents i tots els ulls estan posats a Calvià, no podem aprendre de les errades d'altres bandes.

Hem d'esser el punt de referència per a altres indrets que es troben en la mateixa situació que nosaltres, i hi haurà enfrontaments, amb constructors i urbanistes, encara que ara la batlessa utilitzi un altre discurs perquè cadascú ha de fer el seu paper. Perquè tocarem formes econòmiques i interessos molt concrets, perquè el territori és

interessos i un actiu econòmic molt potent, i això tendrà fins i tot uns costos polítics que hem d'assumir, per poder fer front a una situació que és ara que hem d'aturar amb l'aplicació de l'Agenda local 21, que té uns terminis de set o vuit anys perquè la seva aplicació és a mitjà termini.

ONA: *I tots aquests plantejaments quina repercussió tenen sobre llocs de feina, i sobre qualitat de vida dels calvianers?*

Martí: Ja he dit que el territori és un actiu econòmic de futur i això vol dir major qualitat i estabilitat en els llocs de feina. A Calvià s'ha lluitat per vèncer l'atur però tot i això la precarització és real i severa.

Esquerra Unida lluitarà per mantenir els llocs de feina, i si ha de donar suport a la construcció d'hotels de cinc estrelles ho farà perquè no són contradictòries una cosa i l'altra. Es tracta que el municipi continuï essent capdavanter en la indústria turística i això voldrà dir major qualitat i estabilitat laboral.

ONA: *La formació professional, és el quart pilar d'aquests plantejaments...*

Peña: Abans de parlar del treball vull dir una cosa, fins aquí a aquest debat tot sembla natural i lògic. És com quan veiem jugar a tennis per la televisió, sembla tan fàcil... Però hi ha un concepte que no s'ha exposat i és el que mou tot aquest tema de l'Agenda local 21: és la funció del planificador, la planificació que hauria d'esser inherent a un consistori i que ara plantejam com a novetat, i el concepte de planificació és crític. L'Agenda local 21 és un projecte ambiciós i imaginatiu. En el mercat estam en un entreforc, i Calvià està immers en el mercat



Anselmo Martín

competitiu, i el repte és aconseguir avantatges competitius que durin de forma sostinguda, que proporcionin treball estable, etc... i aquest és un terme ben recollit a l'Agenda local 21, i sobretot no se li pot posar limitacions, perquè no es tracta únicament d'un posicionament respecte de l'ecologia, sinó que el que significa l'Agenda sobretot és el fet de planificar el futur.

Quant a la formació ocupacional en el sector serveis, el reciclatge ha d'esser continu i aquesta és la seva característica bàsica, el valor fonamental als serveis és el recurs humà i s'ha de canviar el plantejament, perquè el sector serveis és molt complex. És reconegut a tots els fòrums que el turisme és el sector més complex que hi ha, perquè no se sap on acaba i implica tothom: els recursos humans del turisme són els treballadors d'hostaleria, però també el comerç i els propis ciutadans. Quan parlem de formació hem de referir-nos a un pla de dinamització socio-econòmica que arribi bé al ciutadà.

A Calvià l'IFOC duu endavant aquesta tasca de formació permanent dels treballadors d'hoteleria.

I quan parlem de formació professional sovint oblidam els empresaris, que també han d'estar ben capacitats, no només els treballadors, l'avenç econòmic d'un sector no és el fruit de grans plantejaments sinó que es tracta de fer esforços des de tots els caires: des del quiosquer fins a la formació dels propis funcionaris de l'Ajuntament. En la formació el més important de tot és vèncer la inèrcia, els cursos de vegades s'organitzen d'una manera mecànica i repetitiva, el que s'ha de fer és atendre una demanda real perquè el mercat canvia d'any en any...

L'altre gran tema és el sector comerç, fins ara s'ha parlat dels hotels, dels establiments, etc... però l'oferta complementària necessita d'una remodelació urgent: es digui Pla de qualitat o el que sigui. El comerç no s'ha adaptat a la demanda del turisme, i el repte és posar en marxa a l'hora tots els subsectors i tots els agents socials, i aquesta ha d'esser la funció dinamitzadora d'un ajuntament, i la seva principal dificultat, perquè no tots els sectors es mouen al mateix ritme, n'hi ha uns més dinàmics que els altres i sobretot més professionalitzats que els altres.

TOT L'ANY

Nájera: És un procés integral, efectivament, és un instrument de planificació. Una eina que ens ha de permetre treballar, en una determinada direcció, per no quedar a les portes de la competència, per saber on anam.

Quins són els nostres problemes i quina és la nostra amenaça?, ara és no esser capaços de complir el repte de la qualitat, i per poder complir aquest repte hem de vèncer l'estacionalitat que perverteix la nostra activitat econòmica, per tant hem d'anar a lluitar contra l'estacionalitat, l'Ajuntament ha apostat per això: per l'enfortiment de les estructures econòmiques que ens permetin vèncer la temporada baixa. El somni que mantenim és que els hotels puguin romandre oberts tot l'any, i de fet en aquest sentit hi ha hagut grans avanços. Fomentar el golf, i l'esport en general...

El debat dels comerços, encara no s'ha resolt perquè no es planteja com una activitat turística, quan en realitat a Mallorca ho és en un cent per cent.

S'han d'anar transformant ja no les coses sinó les condicions perquè les coses puguin passar.

Orejudo: Es tracta d'establir uns camins fins ara inexistents, fins ara si un hoteleler volia reciclar l'oli, no ho podia fer, perquè fa falta una col·laboració estreta entre particulars i administració i una consciència que ara ja s'està creant.

CANVI DE CULTURA

Nájera: En realitat el que es planteja és un problema de canvi de cultura i també s'ha d'educar en aquest sentit des de les escoles.

Martín: Quan jo defens la creació d'indústria de valor afegit, en aquestes indústries el favor afegit significa crear infraestructures positives, i a Calvià necessitam avançar en aquesta línia i per això si s'ha de construir ha d'esser de qualitat. Fins ara l'administració ha creat noves estructures de qualitat, ara es demana a la iniciativa privada que també ho faci, és necessari que tota la iniciativa privada també col·labori en la remodelació dels establiments etc... sense menysprear els que ja ho fan, s'ha d'incidir per desestacionalitzar,

perquè l'estacionalitat és gravosa sobretot per als treballadors.

Nájera: Tota aquesta planificació té una incidència bàsica en els treballadors, des d'influir en la precarietat dels treballs fins a les noves especialitats, ara per exemple si apostam pel reciclatge dels edificis, la remodelació, que fins i tot els constructors ja ho veuen clar, hi haurà tota una sèrie d'ocupacions tipus guixaines, llanterners, etc... si volem un parc natural com na Burguersa, necessitem personal perquè en tenguim cura, i tot aquest potencial també ha de tenir una resposta professional, hem de preparar els al·lots perquè puguin desenvolupar aquestes tasques.

Es tracta d'ocupar els nítxols de mercat que permetran des de molts punts de vista, des de moltes petites iniciatives privades i públiques, dur endavant aquest projecte.

I també hem d'esser capaços d'esser presents en els projectes europeus, al punt de sortida dels municipis europeus, per aprofitar els programes i les ajudes, aquest és un tema que ara interessa Europa, i que dit sigui de passada, copen els grecs, la Direcció General 11, nosaltres hem d'esser un municipi de referència a tots els fòrums internacionals.

ONA: L'Agenda local 21 es planteja de baix cap a dalt, des de la ciutadania cap a l'administració local que la impulsa, però, i les instàncies superiors?, dit d'una altra manera, com és possible tot aquest canvi de plantejaments sense tenir en compte les administracions autònòmiques?

Calvià pot esser una illa dins una illa? Calvià com a municipi turístic necessita del Pla, per posar un exemple?, pot existir un municipi de qualitat sense una illa de qualitat?

Nájera: El projecte no va néixer només de la mà de



Margarita Nájera

l'Ajuntament de Calvià, sinó també de la del Ministeri, amb un conveni amb la Comunitat Autònoma, i Calvià es planteja com a municipi pilot perquè en seguissin l'exemple altres municipis de totes les comunitats. Calvià és el laboratori. Punt de referència, i en aquest aspecte es planteja el finançament del projecte.

Calvià té vocació de liderar aquest tema i d'esser un referent, però no l'únic. D'altra banda quan hem plantejat el tema fora del municipi, ens hem trobat que tots els organismes: Foment de Turisme, Associació Hotelera, CAEB, ens financers, UIB, i organitzacions sindicals de tota l'illa, ens han donat una bona acollida. L'esforç del Govern el veurem, les hipotesis territorials han de donar suport als nostres plantejaments. El futur de competitivitat de Mallorca s'haurà d'assumir de forma conjunta, però algú havia de començar.

Martín: La pregunta és important perquè ens hem de demanar com podem "obligar" des de Calvià que es modifiquin les estructures socio-econòmiques de l'illa. És una situació en la qual el Govern balear també hi tindrà una responsabilitat implícita. Jo crec, no obstant això, que el futur de l'illa passa per aquesta filosofia. I Mallorca té com a única indústria el turisme i sortosament aquesta és una activitat emergent, perquè la societat de l'oci implica tot aquest procés. Des de Calvià, que és el municipi més "tocat" on s'han fet més barbaritats, podem assumir aquest repte.

REFERÈNDUM

D'altra banda el grau d'implicació es veurà al referèndum, aquest és un aspecte que encara no ha sortit, i és important de tenir en compte, perquè si no hi ha suport social no servirà per a res, hi ha d'haver consens, perquè la posada en marxa de tot això que comentam durà implícit un canvi substancial en la vida econòmica del muncipi i a això hi hem d'estar tots disposats.

ONA: I el referèndum quan serà?

Martín: Serà el resultat de tot aquest treball, d'aquí sis mesos..., per saber si els ciutadans assumeixen aquests nous valors. En principi l'Agenda local 21 va ésser un protocol que es va signar amb el Ministeri i el Govern balear, d'entrada era un document, i no serà una realització fins que no es faci el referèndum.

Esquerra Unida creu que hi ha dos eixos bàsics a l'Agenda, d'una banda la paralització de les construccions i d'altra la culminació en un referèndum, perquè els ciutadans han d'aportar el seu aval democràtic, que farà que comparteixin els plantejaments que modificaran la seva realitat socio-econòmica.

El resultat d'un referèndum, suposant que sigui positiu, farà que si en un futur canvia la correlació de forces polítiques, les coses no es puguin canviar així com així, i haurà d'esser pel mateix procediment.

Orejudo: Jo vull matisar això de les "barbaritats" que comentava Martín, perquè s'ha d'enmarcar degudament: al moment de fer totes aquelles construccions es tenien per bones... i n'estàvem orgullosos, el que passa és que s'havia d'haver rectificat a temps.

Fa trenta anys Mallorca era una destinació turística barata i el seu atractiu era el tipicisme, el folklore, etc.. i si no sortia

aigua dels grifons encara era una aventura. Això ha canviat, Mallorca ara és Europa, i els serveis que donam han d'esser europeus, perquè així ens ho exigeixen els clients. I els nostres preus també han d'esser europeus.

En els darrers anys hi ha un canvi de tendències i l'oferta complementària passa a ésser essencial, ja no tan "complementària", i el complement és el llit on dormen i aquest llit ha d'esser europeu i de qualitat, tenint en compte que, en la meua opinió, qualitat no són només cinc estrelles, sinó que és la correlació adequada qualitat/preu, el paràmetre de la qualitat és el grau de satisfacció del client, i la relació qualitat/preu a Calvià és excel·lent. Hem de partir de l'orgull del que tenim, i saber que els visitants se'n van contents en un 90%, encara que això tampoc no vol dir que ens haguem de dormir.

Peña: S'ha de fer el doble exercici de satisfer les demandes dels nostres clients, es tracta de la qualitat

percebuda, però el que percep el client com a qualitat i la Qualitat no és exactament el mateix, i la qualitat no només l'oferiran els hotelers, perquè el turisme és una cadena, des de l'arribada a l'aeroport, i per suposat tot tenint en compte la globalitat de l'illa perquè els interessos de tots els municipis de Mallorca són comuns i així s'hauria d'entendre. Els projectes han d'esser molt ambiciosos per mor d'això.

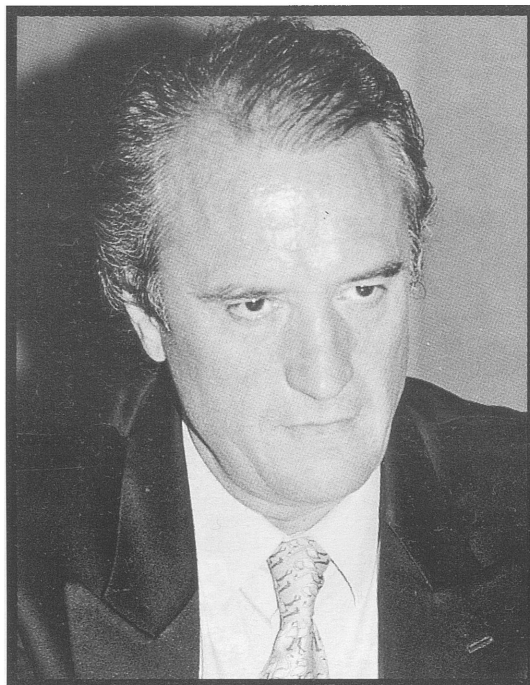
Un altre tema que s'ha d'introduir, i ara a les empreses sempre es parla de guanyadors i perdedors, en conceptes molt americans però que s'han d'aplicar, és la concepció d'empresa. Les empreses guanyadores, i un municipi no deixa d'esser un projecte de futur, i per tant una empresa en el sentit etimològic de la paraula, les guanyadores, deia, són les que saben preveure el futur, aquelles que compten amb un "comitè de savis" que determinen com serà la demanda d'aquí vint anys i com, per tant, adaptar-hi els seus productes.

ONA: Aquesta previsió és el que li ha fallat a la indústria turística de Mallorca.

Peña: Avui el repte de la indústria turística és adaptar-se a la demanda del futur per poder donar una resposta en termes de competitivitat, per a d'aquí trenta anys, i a la vegada ha de saber satisfer els clients d'avui.

Calvià pot plantejar-se això perquè ha arribat a uns graus determinats de desenvolupament, perquè el que va passar aquí, ara passa a Sudamèrica i posa els pèls de punta, i per això Mallorca parteix d'una posició privilegiada.

Martín: El que ha passat era necessari per poder tenir ara aquesta visió. Aquí també el que hi ha hagut és falta de professionalitat per part de l'empresariat.



Lluís Orejudo

Orejudo: Això és cert perquè el procés va esser tot improvisat.

PROFESSIONALITZACIÓ DE L'EMPRESARIAT

Martín: L'esclat del turisme ens va trobar sense una base empresarial consistent, sense visió de futur, ni tan sols a mitjan termini, només s'anava al calaix de cada dia i clar això no pot esser i el mal és que aquesta mentalitat encara existeix. Jo defens, ho he de dir, l'empresariat professional, no només hi ha d'haver formació professional entre els treballadors.

L'empresariat de l'oferta complementària, a aquest municipi n'és un cas, i això fa molt de mal i contraresta els grans esforços que es fan des de l'administració pública i des d'un cert sector empresarial que també ha fet grans inversions, encara que en alguns casos, ja ho hem denunciat, no totes les necessàries. Com a institució hem de regular les qüestions de l'oferta complementària, perquè el mercat és incapaç de fer-ho per mor de la competència salvatge. Els mecanismes per aconseguir la captació de clients fan que s'esfondrin certes zones.

Orejudo: Per exemple?, per concretar...

Martín: Jo em refereix a zones com Punta Balena o Peguera, perquè parl de Calvià... els tiqueters, etc... És una espiral de degradació que arrossega tota la vida econòmica de certes zones. I l'Ajuntament com a tal ha de posar ordre i dins el marc legal evitar la creació de certes empreses.

ÀREES D'OCI

Nájera: Hem de donar un poc la volta al tema, perquè Calvià també endemés de municipi turístic és una zona residencial. I també hem de tenir resposta, per a aquesta població: l'Agenda local 21 també en parla, hem d'esser imaginatius i no només pensar en els hotelers i en els turistes, sinó en els ciutadans, els que hi viuen, que tenen uns fills amb unes expectatives de futur sovint ben preocupants. Si el 50% dels habitants de Calvià tenen menys de 30 anys, hem de pensar en el seu futur.

Orejudo: La distribució urbanística de Calvià no és encertada, s'hauria de distribuir per àrees perquè ara hi ha hotels que han fet un gran esforç de remodelació i que al front tenen, per dir qualche cosa, un edifici de pisos d'ínfima categoria, on hi ha roba estesa i molta brutor, i clar, així no es pot oferir un entorn adequat, s'haurien de separar els usos.

ONA: *Però aquesta separació no pot dur a un municipi artificial i artificios, massa car per als residents i totalment desnaturalitzat per als que el visiten?*

Orejudo: Tenim una fàbrica, que és el turisme i el que hem de fer és afavorir els turistes.

Nájera: La sort que tenim és que la indústria turística és la menys contaminant, possiblement.

ONA: *Depèn dels paràmetres que utilitzem per mesurar.*

Nájera: No, perquè el seu propi producte és l'atractiu turístic, i aquest atractiu passa per salvaguarda de l'entorn i el paisatge.

ONA: *A la força els pengen...*

Nájera: Exactament, sí.

Martín: Hi ha una part de la població que hi viu i hi fa feina, hi ha una altra part que només hi viu, però que també paga els seus impostos, i els hotelers que paguen els seus impostos, i els turistes, que no en paguen, però nosaltres hem de donar serveis a tothom.

Orejudo: Els turistes clar que també paguen impostos! per cada pesseta que pagam nosaltres els turistes en paguen vuit, i ara!

Martín: No és que ara vulgui parlar de l'impost turístic, que és competència del Govern balear i cada vegada que s'ha plantejat han tornat enrera per la pressió dels majoristes de viatges i dels hotelers, com és lògic d'altra banda, perquè l'experiència que es va dur endavant a Grècia va suposar un

retraïment del turisme... S'ha d'estudiar molt bé.

Orejudo: L'impost turístic ja existeix, el turista paga impostos des que entra per l'aeroport.

Martín: Sí, però els paga a l'Estat, no a la nostra comunitat ni al nostre municipi.

Peña: Aquí entra tot el tema del règim fiscal especial per a Balears. El concepte que inclou és que Balears és una regió, un nucli de negoci que genera i serà bo per a l'Estat mentre generi. Aquesta és una qüestió molt importat per al Govern, i una altra és tot el tema de la innovació telemàtica per a Balears. I tot això també afecta el turisme, indústria en la qual convergeixen molts d'interessos.

Martín: Jo vull acabar incidint en la qüestió del referèndum, perquè és molt important perquè els ciutadans puguin assumir el seu futur. No comparteix l'opinió que no tenen prou criteri per saber què volen en qüestions urbanístiques, perquè precisament la nostra tasca ha d'esser explicar-ho bé i fer-ho entenedor, perquè aquesta decisió ha d'esser de tots els ciutadans.

Nájera: I és millor fer-ho així perquè implica haver pres consciència primer del que és i significa una decisió d'aquest tipus.



Antonio Peña

Diversificar i desestacionalitzar

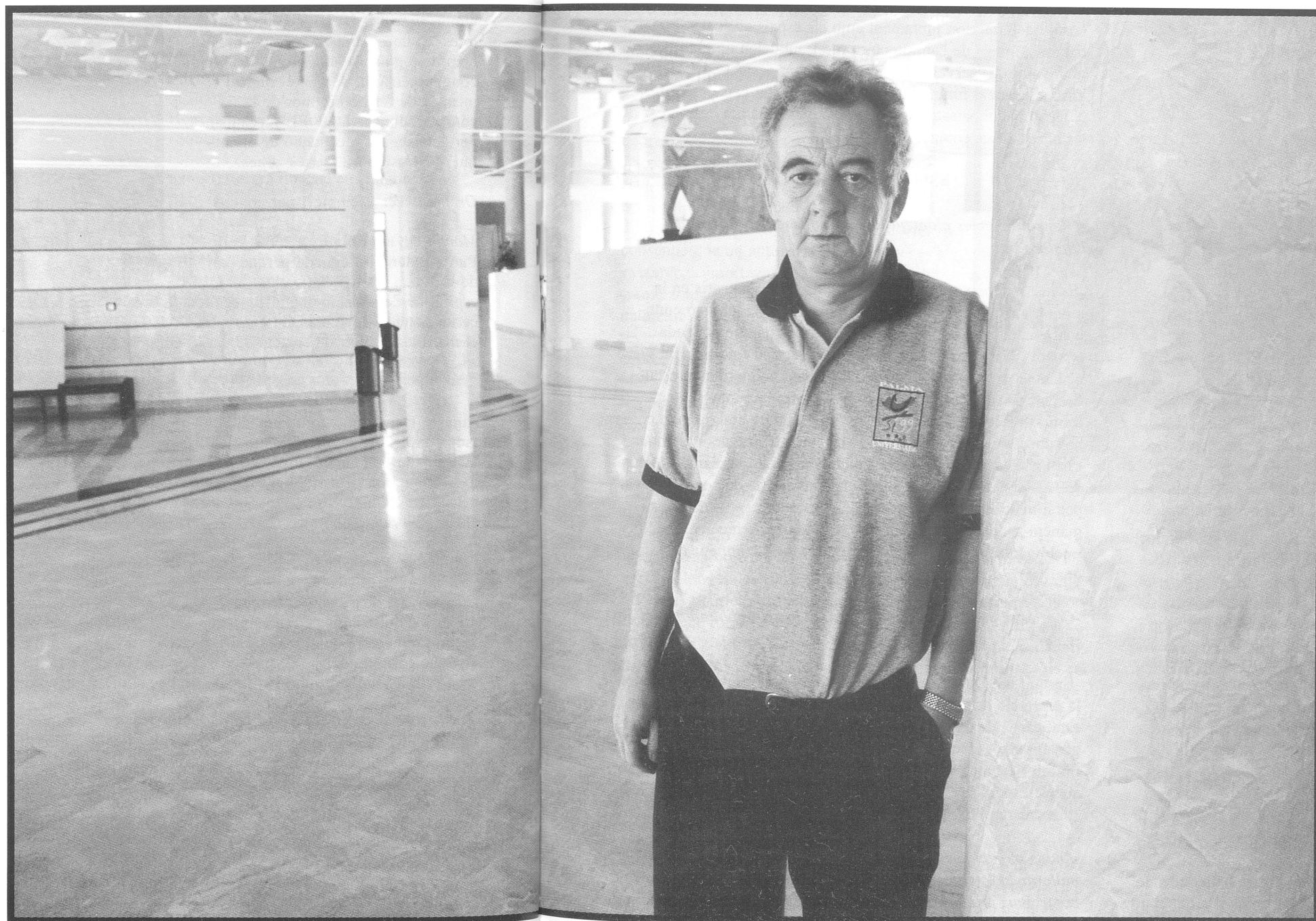
Entrevista a Antoni Aguiló

per Antoni Rosselló

Fa un parell d'anys, quan la totalitat de l'Europa comunitària es veia sacsejada per la crisi econòmica, Mallorca es veié beneficiada pel desviament de turistes que rebutjaven viatjar a l'antiga Iugoslàvia - immersa en una guerra civil- i a bona part dels països àrabs de la Mediterrània, sotmesos a una espiral de violència fonamentalista. Però la captació d'aquest turisme es va fer contra tota lògica, perquè en el moment que l'illa s'erigia en l'única destinació possible per als visitants europeus els empresaris hotelers posaven en pràctica, innecessàriament, una política de reducció de preus. Mallorca, segons l'economista Antoni Aguiló, perdé en aquells anys la possibilitat d'arrasar, és a dir, de substituir un turisme marginal per un altre de més poder adquisitiu.

Antoni Aguiló considera que la pràctica del golf, el senderisme, el turisme rural, l'agroturisme, els esports i el cicloturisme són activitats que convé potenciar de forma ordenada per tal d'aconseguir visitants de poder adquisitiu elevat, que aportin un major nivell de riquesa. Per això, Aguiló demanda imaginació a les administracions públiques i al sector per adaptar-se a les noves demandes, a la vegada que reclama el manteniment d'un entorn atractiu. Per a ell, la formació dels treballadors és requisit indispensable per superar les cotes de qualitat actuals.

Nascut l'any 1946 a Palma, Antoni Aguiló Lluna es llicencià en Economia a Barcelona en l'especialitat d'Economia d'Empresa. En tornar a l'illa, l'any 1970 prestà els seus serveis professionals en un banc per espai de quinze anys. El 1974 començà a treballar com a professor col·laborador a la Universitat de les Illes i el 1986 n'obtingué la plaça per oposició. El 1990 llegí la tesi doctoral que versava sobre el "factoring" i l'any 1992 tragué la càtedra d'Economia Financera. Durant dos anys exercí el càrrec de subdirector del departament universitari d'Economia i Empresa. Des del 1994 és director de l'Escola d'Hostaleria.



-En quin tipus d'oferta turística s'hauria d'especialitzar Mallorca?

-Seria interessant captar un tipus de turisme de segment socio-econòmic mitjà-alt, ja que el mitjà-baix ens ha donat mals resultats, perquè tot d'una que li puges els preus deixa de venir. Per tant, hem d'atreure un segment de categoria superior al que tenim i oferir-li tots els serveis que demandi.

-I quines ofertes caldria desenvolupar?

-La pràctica del golf, el senderime, l'agroturisme, el turisme rural, el cicloturisme... Totes aquestes activitats ben organitzades són positives. Per a mi, si un camp de golf es rega amb aigua depurada i no s'hi agreguen promocions immobiliàries és beneficiós per al propi sector perquè el foment d'aquesta activitat intensifica la imatge d'una Mallorca verda.

Un camp de golf visualment és bell i no consumeix territori, si el terreny que ocupava abans era marginal o no conreat. Però malament aniríem si per fer camps de golf se substituís una activitat agrícola productiva, però el que realment succeeix és que es barata herba bruta per herba neta.

-En quines condicions s'hauria de trobar el territori de l'illa per satisfer les demandes d'aquest segment social?

-Les demandes del flux turístic europeu van canviant i està ben clar que els visitants reclamen un territori més ben cuidat. Puc contar l'anècdota d'un empresari hotelier que em deia que abans els clients es queixaven dels serveis oferts per l'establiment, però que ara li recriminaven la brutor que trobaven pels carrers. Millorar l'entorn és un assumpte important i si nosaltres captam un tipus de turisme de segment socio-econòmic més elevat del que tenim, que pagarà més, exigirà que l'entorn natural estigui molt més ben atès.

-Hem d'anar pensant en la substitució del turisme de sol i platja?

-No el podem abandonar, perquè aquest segment serà sempre el tipus predominant a l'illa, però ara tenim l'oportunitat d'oferir, a més de sol i platja, un entorn atractiu a un màxim de quinze quilòmetres de la costa que cap altra destinació competidora europea pot donar. Un client que pren el sol a les dotze del migdia a la platja, poc temps després pot dinar a Sineu, per exemple, perquè les grans distàncies a Mallorca no existeixen. Per tant, tenim la possibilitat de resoldre les demandes que els europeus ens facin a cada moment, i a mesura que aquestes vagin canviant nosaltres ens hi hem d'adaptar.

-Quines noves ofertes turístiques serien fàcilment concretables?

-Ho explicaré posant uns exemples. Els equips de futbol del nord i centre d'Europa es veuen obligats a paralitzar les seves competicions durant tres mesos per les deficients condicions meteorològiques. Per tant, si nosaltres tenguéssim instal·lacions adequades podrien venir aquí a entrenar-se i preparar la represa dels seus campionats. Els milers de jugadors que podrien preparar-se a Mallorca vendrien acompanyats d'altres membres dels

seus clubs, familiars, periodistes, etc, amb la qual cosa la xifra de visitants en temporada baixa podria augmentar considerablement. El mateix passaria amb els ciclistes, ja que l'illa disposa de les condicions ideals per preparar la temporada. Darrerament, els ciclistes que vénen a l'illa lamenten la inexistència a les carreteres de carrils per a bicicletes. Quants de ciclistes més podrien venir si disposàssim de rutes exclusives per a les màquines de dues rodes?

-Potser la característica bàsica d'aquestes ofertes alternatives és que contribueixen a reduir l'estacionalitat del sector...

-Sens dubte. Ara diuen que els alemanys no vendran durant l'agost perquè aquest mes comença el curs escolar. L'agost fins ara ha estat un mes clau dins la temporada turística de Mallorca, però potser a partir d'ara no ho serà tant. El fet és que tenir en aquest mes una ocupació del 80 per cent no ens ha de preocupar en excés -entre d'altres motius perquè els hotels podrien omplir-se amb turisme espanyol- però perdre quota d'ocupació al mes d'agost i guanyar-la en altres mesos pot resultar fins i tot un al·licient per a la rendibilitat de l'establiment. Si aconseguim desestacionalitzar l'oferta obtindrem, a la vegada, una rendibilitat major.

-Uns dels principals reptes del sector turístic és el d'augmentar la qualitat de l'oferta. Com justifica aquesta necessitat?

MILLORAR LA QUALITAT

-Primerament he de recordar que el nostre nivell de qualitat en la prestació de serveis és bo. S'ha parlat molt sobre la conveniència de prestar bons serveis, com si actualment no oferíssim qualitat, i jo pens que el plantejament correcte no és aquest, perquè a part de donar bons serveis, les nostres platges estan netes -així ho indiquen les banderes blaves que ens concedeixen any rera any- els empresaris de la planta hotelera han fet un important esforç de modernització..., la qual cosa no vol dir que no sigui necessari continuar la tasca d'increment qualitatiu, és a dir, no pensar que hem de millorar perquè oferim serveis d'escassa qualitat, sinó que cal fer-ho perquè aquesta és una exigència consubstancial al negoci turístic.

-Quina creu que és la característica que diferencia Mallorca d'altres destinacions turístiques?

-No hi ha dubte que el futur de les Illes com a destinació turística rau precisament en l'oferta de la màxima qualitat possible. El que ens diferencia d'una altra destinació és que ja tenim infraestructura, planta hotelera i oferta complementària que molts d'altres països no tenen i que difícilment tendran. Però, sobretot, tenim un territori encantador, que si el sabem cuidar i millorar serà un complement inabastable per a qualsevol altra destinació.

-Seria factible augmentar el nivell qualitatiu de la prestació de serveis a la major part del turisme que tenim?

-En un mercat de turisme de massa com el nostre hem de procurar que la gent que ens visita sigui de la més alta qualitat i

per aconseguir això fins i tot seria desitjable obtenir una minva del nombre de turistes -tot abandonant la tendència cap a l'increment quantitatiu- perquè crec que l'increment incontrolat és una pràctica equivocada. Pens que hauríem de rebaixar el nombre de visitants, però substituir aquesta pèrdua per la captació de segments de major qualitat.

-Amb quins punts podríem mesurar la qualitat de l'oferta que tenim?

-Crec que la qualitat podria ser exemplificada en una taula de quatre potes. Una en seria l'embelliment de les zones turístiques; la segona estaria representada pel paisatge; la tercera, per l'esforç empresarial en la modernització de la planta hotelera; i la quarta pota representaria la formació professional dels treballadors. L'embelliment de les zones turístiques ha de ser una labor continuada que superi el problema de l'obsolescència i de la degradació, per tal que aquestes àrees conservin tot el seu potencial d'atracció. El paisatge de la costa i de l'interior, juntament amb els espais agrícoles i naturals, a més de l'arquitectura rural, modelen un entorn de gran valor que serveix com a complement perfecte del sector turístic. Cara al futur, el complement que són capaçes d'oferir el territori i el paisatge és el que realment ens pot destacar de les altres zones competidores.

ESFORÇ EMPRESARIAL

-Quins problemes planteja la modernització de la planta hotelera?

-És just reconèixer l'esforç que han fet els empresaris en la modernització, però no ens hauríem d'aturar aquí sinó continuar en aquesta línia, perquè cal ressaltar que una vegada construït l'hotel se l'ha de dotar de la quota d'amortització que necessita per anar-se renovant. La planta hotelera ha crescut deixant d'amortitzar l'hotel original i amb la quota d'amortització de l'hotel vell se n'ha fet un de nou, la qual cosa ha suposat que els hotels vells s'han anat degradant i els nous s'han aixecat amb la generació de recursos de la planta hotelera vella. Hem d'aprendre la lliçó: cada hotel s'ha de poder renovar per si mateix segons els recursos que generi, i sols d'aquesta manera aconseguirem tenir hotels moderns, renovats, atractius, intel·ligents..., aspectes imprescindibles per competir en qualitat.

-Com és el nivell de formació que tenen els treballadors del sector?

-Bastant bo. De fet, la nostra mà d'obra ha fet miracles quant a la prestació de serveis, perquè sense una preparació prèvia ha estat capaç de complir una funció social molt important. No obstant això, crec que és hora de fer una passa endavant i millorar encara més aquest nivell de qualitat. Precisament amb aquest esperit la Conselleria de Turisme i la Universitat de les Illes creen l'Escola d'Hostaleria.

-Quins plantejaments de futur s'haurien de tenir en compte per millorar la qualitat de l'oferta? Potser no n'hi hauria prou de crear nous productes, sinó que aquests no haurien de consumir

territori, ni tудар aigua, ni malbaratar el paisatge...

-És evident que hauríem d'evitar la destrucció del territori perquè aquest és limitat, perquè és el que tenim, per la qual cosa la seva preservació és fonamental. Des del punt de vista econòmic hem de reflexionar sobre les actuacions futures, ja que l'esforç de millora que s'ha fet no s'ha de traduir que d'aquí a cinc anys quedi malbaratat.

EMPRESSES DE SERVEIS

-Quines solucions proposa?

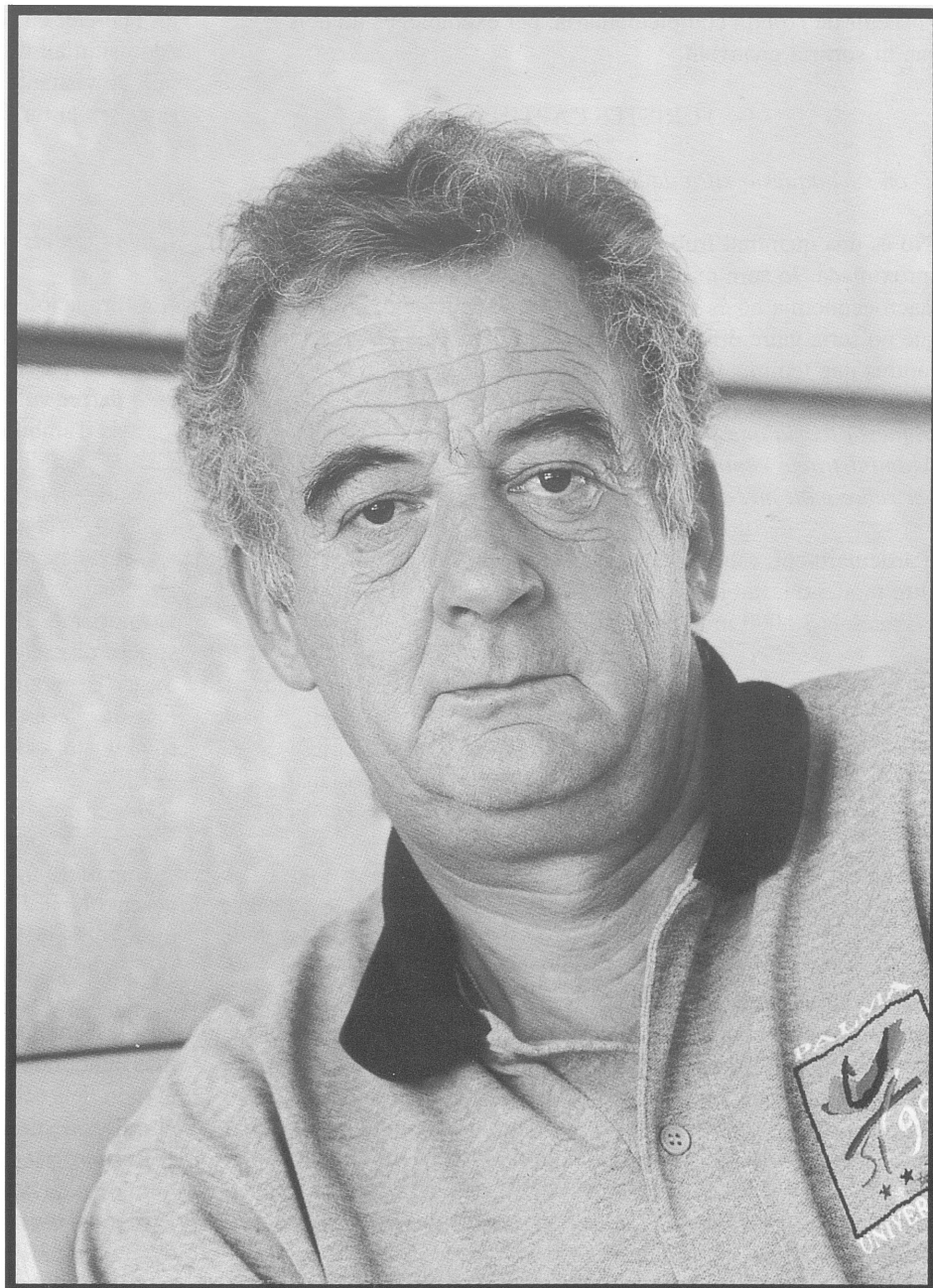
-N'hi ha una que podria ser molt efectiva: el Govern central hauria de catalogar la indústria hotelera com a empresa de serveis, amb possibilitats d'amortització diferents a les de les firmes industrials. Posaré un exemple: per a la legislació vigent, una nau de producció de pollastres o de persianes es deprecia de la mateixa manera que un hotel. I això no és just, perquè un hotel necessita estar en bones condicions de manteniment i decoració. Per tant, ha de tenir una quota diferent. Si l'Estat fos sensible a aquest fet i consentís que un autocar o un hotel, per exemple, s'amortitzassin més aviat que un camió o una nau industrial aconseguiríem mantenir fons de quantia important que revertirien al sector per compensar-ne la depreciació.

-Quins aspectes cal tenir en compte perquè aquesta proposta pugui tenir èxit?

-Hi ha dues coses a tenir en compte. Una, la mentalitat de l'empresari, que ha d'estar disposat a renovar. L'altra, la necessitat que l'Administració central consideri que la renovació dels establiments hotelers ha d'esser més accelerada que la de les instal·lacions industrials. Si no s'actua en aquesta línia d'aquí a cinc anys podríem tornar a tenir hotels vells i els empresaris s'haurien de tornar a endeutar per fer renovacions a fons. En realitat, un hotel necessita renovar-se cada any perquè cada any acull clients. Quan no s'actua d'aquesta forma els empresaris es veuen abocats a reduir preus, mentre que si mantenen un bon nivell de qualitat no hauria d'existir preocupació en el cas que en lloc de sis o set milions de turistes només en venguessin quatre milions i mig.

-Seria possible una reducció d'aquestes característiques sense fer trontollar les estructures del sector?

-Jo estic disposat a demostrar numèricament que amb quatre milions i mig de turistes, cobrant-los una mica més, l'hoteler tendria el mateix marge comercial que amb sis o set milions



cobrant-los els preus actuals. Hem de conscienciar-nos que estam en una situació de privilegi i que no necessitam tants de turistes perquè el nostre model persisteixi. Es tracta, senzillament, d'analitzar el nombre de clients captius que tenim i quantificar quants de visitants continuarien venint encara que els encaríssim els preus un 10% o un 20%. El que passa és que sempre hem estat pressionats pels majoristes de viatges, que ens han amenaçat que si no reduïem preus desviarien turisme a altres destinacions.

-Una reducció del nombre de turistes com la que proposa no suposaria la pèrdua de mà d'obra?

-No hi ha perill de perdre ocupació perquè la plantilla de treballadors de qualsevol establiment ha d'esser la mateixa tant per a un nivell d'ocupació del 80% com del 100%. En tot cas, i de forma mínima i molt concreta, hi podria haver una destrucció de llocs de treball, que seria fàcilment compensada.

El sector de l'oferta complementària, per exemple, és un dels que hi sortiria guanyant.

TURISTES CAPTIUS

-D'on surt aquesta xifra de quatre milions i mig de turistes?

-No és una quantitat fruit de càlculs precisos, sinó una xifra aproximada. Jo som microeconomista, vul dir que la macroeconomia no és el meu camp d'especialització, però crec que no seria gaire difícil determinar el nombre de turistes captius que tenim.

-Aquesta teoria que sosté no concorda amb la decisió de l'Administració central d'ampliar l'aeroport de Son Sant Joan per rebre molt més turistes en el futur.

-Particularment, estic en contra de tal ampliació perquè amb un altre model d'instal·lació n'hauríem pogut sortir bé. Amb la meitat dels 30.000 milions de pessetes que costarà l'ampliació hauria estat suficient per a modernitzar Son Sant Joan i els altres 15.000 milions haurien pogut dedicar-se a la construcció d'infraestructures, com carreteres, per exemple. L'ampliació en les proporcions previstes ha estat una imposició de Madrid, encara que confii que el redactor del projecte, Pere Nicolau, que és un arquitecte de vàlua i prestigi reconeguts, farà de l'aeroport una fantasia.

-Quines són les principals alternatives als mercats britànic i alemany?

-El turisme japonès és un mercat que creix espectacularment, encara que partim de xifres molt baixes, però té un futur immens. Els països de l'Est també poden arribar a constituir un bon mercat, ja que ara comencen a sortir de la depressió i hi neix una burgesia potent. Hi ha, per tant, mercats alternatius que convendria captar.

-Com valora l'arribada de turisme que abans anava a l'ex Iugoslàvia o a països islàmics?

-No hem sabut aprofitar aquest fet. Fa tres o quatre anys, quan els problemes que apunta es trobaven en plena virulència, aquí visquérem un cas insòlit, definit per la reducció de preus en un moment en què el turisme europeu no tenia alternatives dins la Mediterrània. És cert que en aquells anys hi havia una profunda crisi econòmica, però no sabérem aprofitar el moment, no valoràrem que la gent ja fa anys que ha decidit no renunciar a les vacances, i si econòmicament es troba feble redueix els dies d'estada, però viatja. La gent necessita vacances més que canviar de cotxe, per això la política de preus d'anys enrere ens impedí captar turisme de més qualitat.

-Com s'ha desenvolupat la política de preus durant els darrers anys?

-Aquests darrers dos anys els preus han augmentat prop d'un 15% anual, al contrari que en temporades anteriors. El que caldria demanar-nos és què passaria si pujàssim els preus un 15% més. I jo crec que el sector no trontollaria per això. Per tant, podem reduir la xifra de visitants i no passaria res. Fins i

tot l'hoteler en sortiria beneficiat. Una persona que té un poder adquisitiu alt no vol incomoditats i nosaltres tenim un milió i mig de visitants que, a més de no consumir ni deixar riquesa, espanten el turisme de categoria.

L'ESCOLA D'HOSTALERIA

-Quins són els principals objectius de l'Escola d'Hostaleria?

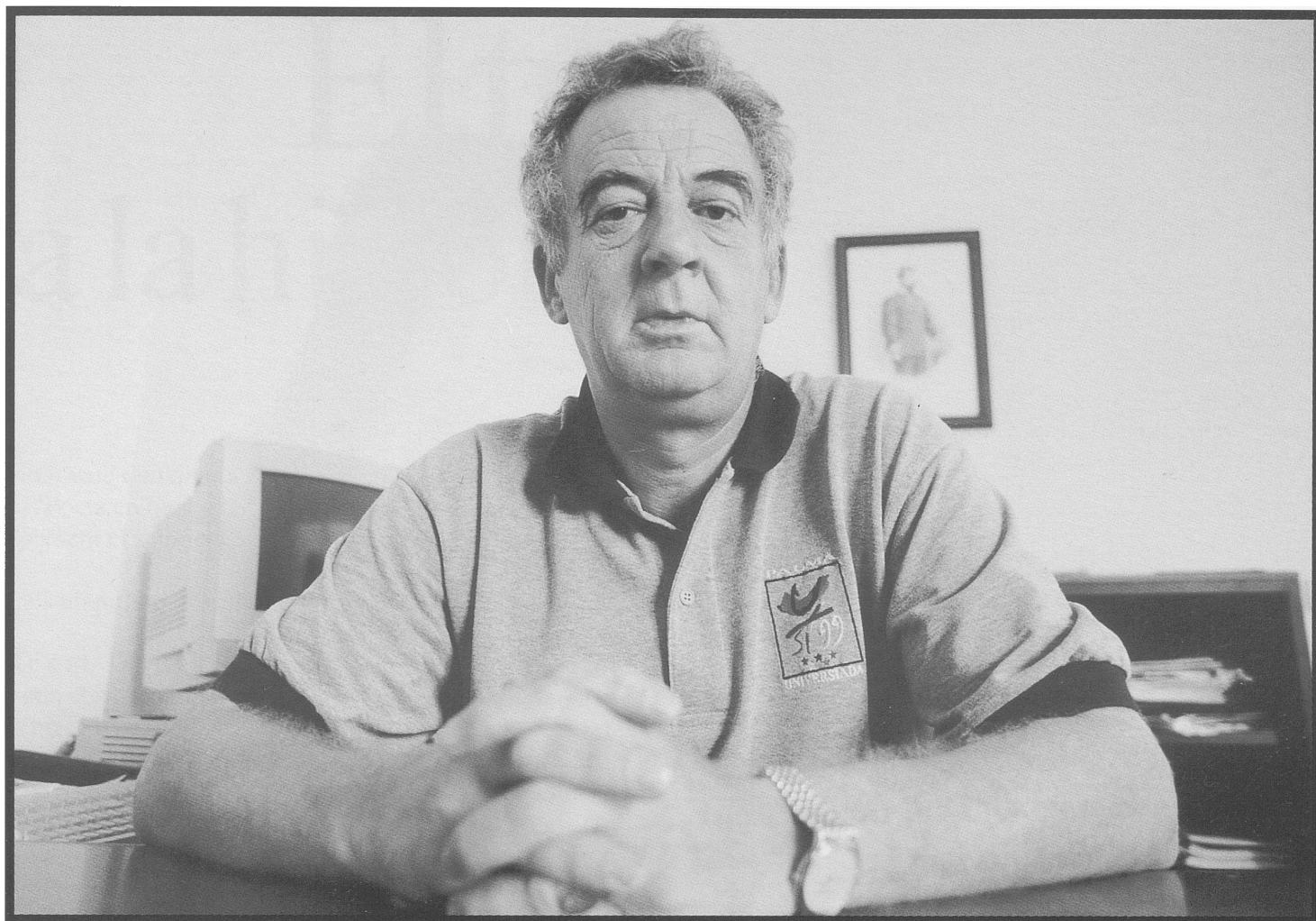
-La formació i reciclatge dels treballadors de l'hostaleria i del sector turístic en general, des del punt de vista d'abraçar la realitat departamental de tot establiment d'allotjament. Amb això darrer vull dir que els centres d'hostaleria tradicionals, tant els d'àmbit estatal com els de nivell internacional, sempre s'han especialitzat en les branques de recepció, cuina i restauració, però nosaltres ens hem encaminat cap a un model diferent de centre, ja que, a més de les especialitats ressenyades, hi sumam les de serveis tècnics, animació i governació, i al curs vinent començarem les de jardineria i agroturisme. També hi ha l'especialitat de mestre hotelier, que suposa quatre anys d'estudis, en el quals l'alumne passa un curs a cada departament. L'escola pretén formar les persones en totes les necessitats que té un hotel, sobretot quan es tracta, com és el nostre cas, d'hotels vacacionals.

-Com és aquesta formació?

-S'imparteix mitjançant tres objectius cabdals. Primer, desenvolupar la capacitat de l'alumne perquè sigui un bon professional. En segon lloc, intentam que canviï el seu criteri sobre què és la prestació de serveis i la importància que suposa prestar-los, perquè fins fa poc servir un cafè semblava un acte servil. Hem de canviar aquesta mentalitat perquè no hi ha res més ennobridor per a la persona que servir els altres i si estam al món dels serveis hem de conèixer que servir significa oferir el millor de nosaltres. El tercer punt és capacitar l'alumnat per prendre responsabilitats. L'Escola prepara la gent amb un alt grau de coneixements i de responsabilitat perquè en integrar-se al món laboral pugui ésser un cap de departament capaç d'organitzar eficaçment l'equip humà que haurà de dirigir.

-I com ho aconsegueixen?

-El curs de mestre especialista és d'un total de 980 hores lectives anuals en dos cursos d'octubre a maig. L'alumne consolida després el seu aprenentatge amb pràctiques a empreses del sector, ja que hem subscrit un conveni de col·laboració amb la Federació Hotelera de Mallorca perquè l'estudiant conegui el funcionament real d'un hotel durant els mesos de juny i juliol. Cada alumne que fa pràctiques està assessorat per un tutor nomenat per l'empresa i per un altre designat per l'Escola per tal de seguir-ne l'evolució laboral. Així pensam que aconseguim una vinculació entre la formació al centre docent i el món empresarial, de tal manera que una de les primeres decisions que vaig prendre com a director va ser nomenar un consell tècnic amb representació del sector hotelier i de l'oferta complementària que m'assessoràs en la formació dels plans d'estudis i en el funcionament de l'Escola. Així hem aconseguit una col·laboració molt estreta entre empresa i centre docent.



-Quin ha de ser el paper de l'Escola en els futurs plantejaments sobre les noves ofertes turístiques?

-Al món del turisme, com al de qualsevol altre sector productiu, crec que hi manca molta imaginació, i avançar-nos a les tendències canviants de la demanda. Aleshores, tant els estudis de turisme com els d'hostaleria han de servir per imaginar com serà el futur i preparar-ne la resposta. Quan una persona està ben preparada professionalment és capaç de crear una oferta complementària que representi un atractiu addicional. Un exemple: per què va néixer l'animació? Perquè hi havia uns clients que fugien de l'hotel per anar-se'n a distreure a la bolera del costat. Així, amb l'engrescament propi, l'hotel aconseguia retenir els clients. La capacitat de crear nous productes per donar resposta a les demandes novelles és molt important.

-Què falla quan no sorgeixen iniciatives com les que planteja?

-Manca imaginació entre els responsables polítics i la voluntat d'insistència dels hotelers per sol·licitar aquests serveis. Igual que al món financer o empresarial, tot producte té uns anys de vigència i llavors perd demanda. Quan passa això ja se n'han d'haver tret de substitutius, perquè en cas contrari hom queda marginat. Al món turístic ocorre el mateix: s'han de dissenyar productes sabent que amb el pas del temps quedaran obsolets i que hauran de ser reemplaçats per noves iniciatives.

-Es tracta, doncs, de no frustrar el període vacacional del visitant...

-Aquest és un concepte molt vàlid perquè parlem de les vacances dels turistes. Per a nosaltres no són tan importants perquè tenim sol tot l'any, però per a una persona que viu en un ambient de neu, boira i fred i sospira durant onze mesos per les vacances, els deu o quinze dies que passa a l'illa no el podem decebre. Li hem d'oferir el millor perquè es trobi bé, perquè no té oportunitat de rectificar. Si hom va a sopar a un restaurant i no li agrada el menjar el dissabte vinent podrà anar a un altre. Però si un turista veu malmesa la seva temporada de vacances no pot refer-se i es veu obligat a esperar onze mesos més. No podem decebre'ls, sinó que els hem de proporcionar una estada agradable.

-L'Escola d'Hostaleria que vostè dirigeix, és la més completa?

-Quant a qualitat -això ho haurà de dir el mercat- però sí que és ben clar que és la més completa en instal·lacions i especialitats. Seria absurd comentar que som millors que els centres de Lausana, Barcelona o Lió, però el que sí sostenc és que és la més completa perquè no hi ha cap altra escola d'hostaleria que tenguí una oferta d'estudis de serveis tan àmplia com la de les Illes.



El turisme a la història i la política

Entrevista a Sebastià Serra

per Joana Maria Roque

No li vaig demanar a Sebastià Serra, quina fou l'última estrella que mirares?, com ho fa Guillem d'Efak en el seu llibre "Poeta en bicicleta". Si ho hagués fet, segurament s'hauria posat a riure i m'hauria contestat: "també hem de tenir present el segment turístic que pot venir a Mallorca a mirar les estrelles. Hi ha importants observatoris astronòmics dels quals no se'n treu profit".

És un polític prosaic i viu amb vint o trenta idees ben organitzades. I és un professor d'Universitat amb quaranta o cinquanta temes ben ordenats i encarregats. Algú diu que "els galls li ponen".

Té sort. Té vivor. Escolta els alumnes i té totes les virtuts i defectes d'una esponja marina. Cada vegada que repeteix una cosa sembla com si fos un nou invent. Imagina més que maquina. Alguns diuen que sempre procura treure'n el màxim profit de les situacions. Ell troba que molts dels altres, adversaris? per inèrcia o manca d'imaginació no ho saben fer. Ara per ara, no conec ningú que es declari clarament víctima seva i tampoc no crec que hagi creat escola. Alguns caps de setmana fa excursions en bicicleta i es considera un dels capdavaners del "cicloturisme". No sé si ha escrit cap guia sobre les rutes dels ciclistes a Mallorca, però si no ho ha fet, ho farà.

-Creu que a l'hora d'interpretar la història es pot separar la tendència ideològica de les dades objectives? En concret, vostè ho fa?

-Pens que la història té dues parts. Una és la part científica en el sentit que no es poden consultar unes fonts i unes altres no, sinó que s'han de consultar totes per tal de tenir unes dades. I l'altra part és que tota persona que es dedica a les ciències socials té una subjectivitat, la qual cosa no vol dir que no es puguin separar. A mi, per exemple, m'agrada molt escoltar els alumnes i li puc assegurar que cada vegada aprenc més i rep més matisos de la gent de vint i pocs d'anys que és la que actualment hi ha a les aules. I això serveix per observar l'evolució de la societat mallorquina.

Ara, si bé és cert que don les meves opinions -i crec que les he de donar- no es tracta d'influir ningú i som contrari als

dogmatismes doctrinaris. Pens que donar les pròpies opinions no és incompatible amb donar-ne d'altres. S'ha de ser receptiu i mai no ignorar cap font documental.

-Bé. Quina valoració objectiva o documentada en faria del fenomen turístic a les Illes?

-Crec que ja tenim prou elements, encara que han entrat poc en el món de reflexió de país. En el món acadèmic, exceptuant comptades excepcions, fins fa poc s'han tengut escassos elements d'anàlisi, exceptuant els quantitius: nombre de turistes que arriben, places, llocs de treball... Després, a partir d'un cert moment n'hi ha hagut més, s'han obert més portes.

-I vostè què fa, anàlisis quantitativa o qualitativa?

Sebastià Serra i Busquets va néixer a Son Ferriol (Palma) el 1950. Historiador i polític ha desenvolupat una intensa tasca pública des que, llicenciat en Història per la Universitat de Navarra, tornà a Mallorca. Des del 1972 se'l pot trobar a tots els moviments clandestins antifranquistes i, més tard, immediatament després de la mort del dictador fou un dels fundadors del PSI. (Partit Socialista de les Illes), l'actual PSM. Ha estat diputat del Parlament balear a dues legislatures i actualment, des de fa quatre anys, és regidor a l'Ajuntament de Palma.

És professor d'Història Contemporània a la Universitat de les Illes Balears. Va fer la seva tesi de llicenciatura sobre "les

institucions polítiques i administratives del Regne de Mallorca" (1972) i la seva tesi doctoral sobre "les Illes Balears, de la Dictadura a la Segona República" (1981). Darrerament ha treballat sobretot en el camp de la recerca en el món de l'emigració mallorquina cap a Amèrica, en la història dels mitjans de comunicació de les Illes i en el turisme. Ha codirigit l'informe sobre "Turisme, societat i economia a les Illes Balears" editat per la Fundació Emili Darder i, entre d'altres, ha publicat un estudi sobre "la incidència del turisme a l'opinió pública de les Illes Balears en el segle XX" que presentà a les XIII Jornades d'Estudis Històrics Locals.

-Les dues coses. Pens que no es poden separar radicalment l'una de l'altra i som partidari d'una certa unitat a les ciències socials que van des d'un economista a un periodista, un historiador o un lingüista. I avui en dia crec que ens trobam a una situació de normalitat per analitzar el resultat d'aquesta societat.

transformació d'espectre molt ampli, la qual cosa no vol dir de cap manera que la tradició no tengui el seu pes específic, que també el té.

-Però aquest trencament que va suposar el turisme no va ser igual per tot. Convendria explicar les diferències més importants entre l'interior i la costa. Estan molt marcades?



UN TRENCAMENT IMPORTANT

-Què en ressaltaria? Quins són els canvis més importants que ha produït el turisme a la societat mallorquina o, en general de les Illes Balears?

-És el trencament de l'Edat Contemporània. Jo crec que nosaltres tenim uns quants trencaments: un que podríem situar en el Decret de Nova Planta, un altre que és el forjament de l'estat liberal durant el segle XIX, després a finals de segle en ve un altre amb la guerra de Cuba que té unes conseqüències molt grosses, més endavant n'hi ha un altre amb la Guerra Civil i el darrer ha estat el del turisme, que dona lloc a una nova societat. D'esser país d'emigrants es passa a esser un país d'immigrants i del sector primari es passa al sector terciari amb un pes cada vegada major i més específic.

Avui en dia no sols depèn del turisme el Producte Interior Brut, sinó també la mà d'obra, la política territorial que s'hi vulgui aplicar i a la vegada té unes grans influències polítiques i culturals. No és el mateix una societat maurista o verguista que entrar a una etapa a la qual es conjuga la transició entre la dictadura i la democràcia amb uns canvis de societat amb canvis importants de mentalitat. Crec que hi ha una

-Jo crec que sí en certs aspectes. Per exemple en l'aspecte de població. Hi ha pobles de l'interior en els quals el vuitanta o el noranta per cent de la població sempre ha estat del poble. Parlem de Sant Joan, de Petra... bàsicament del Pla i d'alguns de peu de muntanya. Ara, també hem de tenir en compte que molta gent d'aquests pobles moltes vegades va a treballar a la costa o a Palma i tinguem també en compte que a molts de pobles hi comença a haver un sector terciari important. No sols compra de possessions, sinó també petits agroturismes, fires que en un quaranta o un cinquanta per cent són turístiques o organitzades entorn al sector turístic. I la gent dels pobles practica bona part de l'oci a la costa, a la vegada que hi ha pobles de la costa que lluiten per conservar aspectes de la societat tradicional com Pollença, Felanitx, Santanyí... Però també s'ha de distingir entre els pobles als quals el turisme va arribar de cop i aquells als quals va arribar de forma escalonada. No és el mateix. Tant el port de Pollença com Portopetro o el port de Felanitx ja tenien una activitat turística molt anterior i en conseqüència va ser més bo de fer l'ensamblatge.

ORDENACIÓ DEL TERRITORI

-També hi ha un altre aspecte que és el territorial.

-És justament el que a mi més em preocupa, pel que té d'especulació, destrucció del territori i manca de planificació. Mallorca és dels territoris en què s'ha donat una major acumulació de capital en menys temps, però a la vegada no hi ha hagut la clarividència necessària per veure que calia planificar i ésser molt més rigorós en l'ordenació del territori. Ara mateix hi ha ajuntaments que ho són més, ajuntaments que ho són menys... el Govern balear no ho ha estat gaire, o millor dit gens, en tota aquesta etapa ja que ha estat en mans precisament del capital fàcil i de la carrera desmesurada, però darrerament detect un canvi qualitatiu. Em referesc que veig gent amb projectes molt depredadors i molt especulatius, però, a la vegada observ certes empreses, cert món del capital que també vol una certa planificació... I potser no païrem la modernitat de conjugar els aspectes territorials, ecològics i culturals amb el turisme fins a finals de segle encara que ara per ara cap governant no es perdonaria fer coses que s'han fet fins fa quatre o cinc anys. En general el turisme ha tengut aspectes positius i negatius.

-Podria concretar quins considera positius i quins negatius?

-Un dels més positius és que la nostra emigració cap a l'exterior es va aturar, un altre és l'enriquiment general de la població i l'arribada de certs valors i de certes coses que ens han fet una societat més permeable. Entre els efectes negatius hi ha la destrossa territorial indubtablement i també un poc, que encara que ara ens trobam a unes circumstàncies favorables, del coneixement de la llengua i de la cultura del país, no hem avançat el que podríem haver avançat.

-I això és una conseqüència del turisme?

-Indirectament ho és. M'explicaré. Molts dels que dirigeixen aquesta societat emparant-se en el fenomen immigratori fan unes polítiques molt poc nacionalitzadores o de defensa de la llengua i cultura pròpies. Des del punt de vista de país és obvi l'endarreriment d'una televisió o d'una ràdio pròpies. I una altra qüestió negativa és l'endarreriment dels projectes de turisme cultural i ecològic. Curiosament en els anys seixanta n'hi havia, en els setanta i vuitanta varen anar davallant i fa molt poc hi ha hagut una certa represa. Hi ha pocs incentius, poca renovació i poca política agosarada. Es fan coses puntuals com el Festival de Pollença, algunes rehabilitacions... però en concret a la platja de Palma, encara que s'hagi rehabilitat la primera línia, queda la segona. La majoria del Govern balear i de l'Ajuntament de Palma, la veritat és que van a remolc dels esdeveniments.

UNA POLÍTICA DE SEGMENTS

-S'empra molt el terme "turisme de qualitat", sense que, a vegades se sàpiga bé què es vol dir, cults?, rics?, excursionistes?, golfistes?, ciclistes?, majors? Preferesc preguntar-li que entén vostè per turisme convenient.

-Jo crec que nosaltres som una terra d'un turisme de masses estàndard, d'un sector europeu determinat. Això és obvi i aquest turisme s'ha de continuar cuidant i promocionant, però no és menys cert que a vegades manca promoció directa de producte. Segurament no s'hauria de deixar tota la promoció en mans dels majoristes i, encara que s'ha fet qualche cosa no és suficient. Però després hi ha els "segments" d'un turisme que pot ser d'hivern o de primavera i que té un poder adquisitiu a vegades relatiu -jo en aquest sentit crec molt en el turisme social i pens que l'acord de l'INSERSO és molt important com ho podrien ésser altres acords a nivell europeu-. I el "turisme d'alta qualitat" és un segment, però el segment base és el turisme de masses. No s'ha d'oblidar de cap manera. S'ha de fer una política de "segments" i en el turisme de masses crec que és fàcil introduir nous elements : excursions, visites, concerts... és increïble que puguem tenir un Auditorium tancat molts de dies en plena temporada turística i també és un error no activar més el turisme de trobades o encontres. Hi ha moltes alternatives. Per exemple, junt amb el retratista, periodista i ciclista Tomàs Monserrat vaig ésser un dels primers que vàrem parlar de cicloturisme i ara les carreteres de Mallorca n'estan plenes. En síntesi crec més en segments.

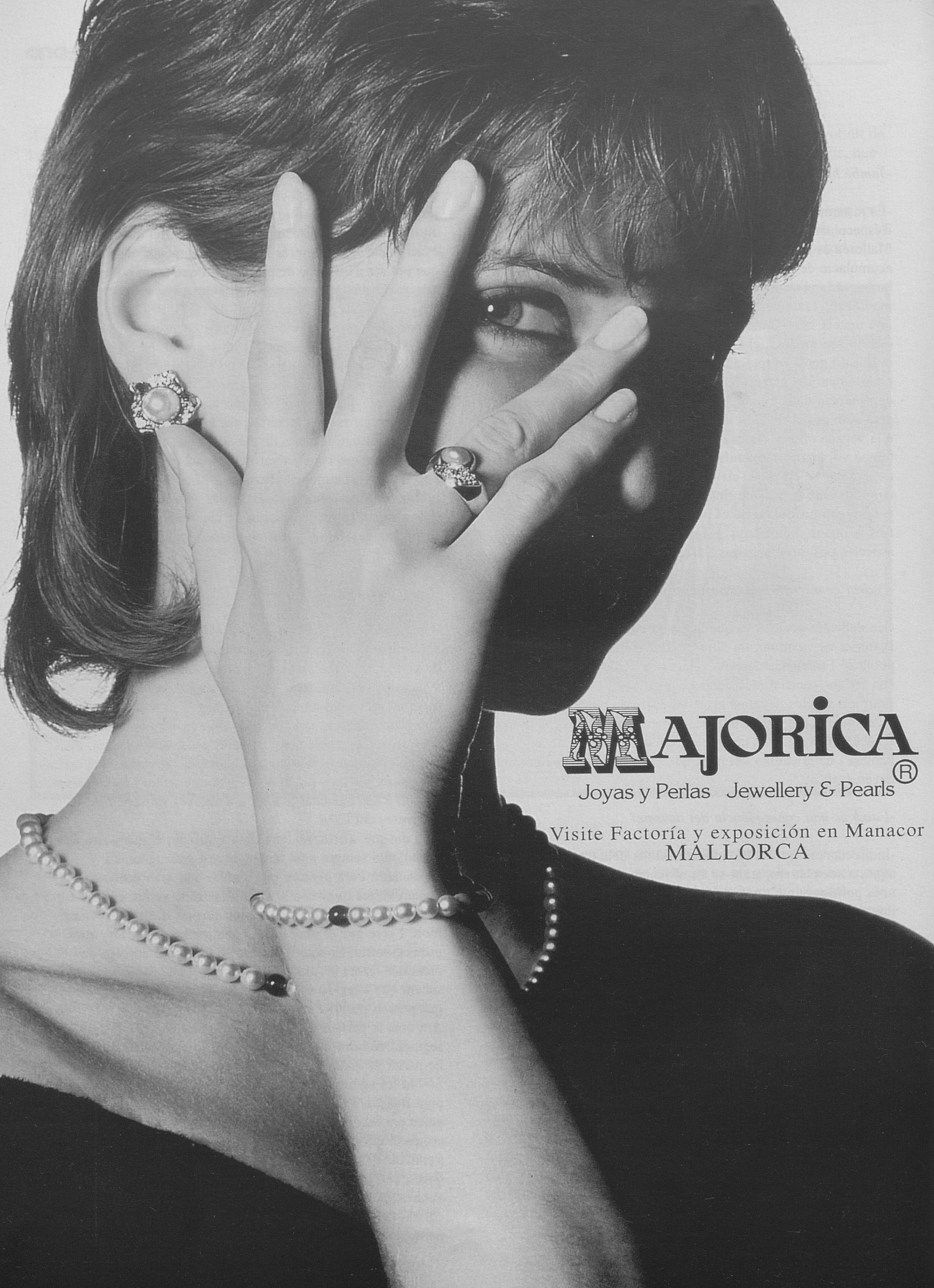
-I el segment del golf?

-Crec que amb això del golf, el problema de l'aigua és el determinant, encara que, la veritat sigui dita, si es fessin tants de golfs com estan prevists, segurament no hi hauria golfistes suficients. Per tant, amb una visió proteccionista no sols del medi natural, sino també del "segment", jo no aniria a expandir el sector. No es pot competir amb terres que tenen molta d'aigua, sense problemes per regar-les. A Santa Ponça, per exemple, a alguns moments hi ha hagut problemes importants a la gespa per mor del tipus d'aigua que tenim i altres camps de golf s'han aguantat gràcies a a algunes subvencions indirectes del CIM.

Vull dir que, alerta, no hem de magnificar, el que passa és que a Mallorca sempre hem tengut aquest gran fenomen especulatiu i ara pensam que això té una gran demanda i donam voltes i voltes a la qüestió, però la veritat és que, entre el problema de l'aigua i el del territori en si, s'ha de pensar molt. I crec que el planificador sempre ha de ser una mica proteccionista. Si aquí tenim un Auditorium, no hem de menester fer-ne un altre. Què lliure mercat? Molt bé, però tots sabem que a les democràcies hi ha d'haver unes regles de joc, que passen per una certa planificació indicativa.

Ara que, si parlam de segments, jo preferiria parlar del segment cultural que és infravalorat i també infrautilitzat. Li he parlat de l'Auditorium, però hi ha molts més exemples. Sovint les agències de viatges planifiquen les excursions amb pura inèrcia. I s'ha d'agrair a alguns ajuntaments que facin guies per recórrer el poble o que incloguin els monuments arquitectònics del terme, encara que si anassin més coordinats s'obtenrien resultats més positius.

Crec que s'ha d'anar cada vegada més que els turistes puguin venir aquí a uns preus convenients i després puguin llogar un cotxe i comprar una guia ben feta o anar a excursions que els permetin conèixer monuments, gastronomia ...



MAJORICA[®]
Joyas y Perlas Jewellery & Pearls

Visite Factoría y exposición en Manacor
MALLORCA



MASSA INÈRCIA

-Però, si és tan fàcil, per quins motius no es fa?, interessos econòmics?, manca d'imaginació?

-Crec que un poc per la inèrcia de certs polítics que han estat immobilitistes. Per exemple, a l'Ajuntament tenen problemes com són ara que han de fer fotocòpies de fulls per manca de pressuposts o que no poden obrir una oficina de turisme per mor que hi ha una persona de baixa per maternitat. Vénen els emperadors del Japó i feim l'ullastre esbrancat i potser ens facin promoció turística, però hi ha moltes més coses a fer. De totes maneres, de moltes coses que he dit, ja n'hi ha que es fan per mor que s'hi han llançat els ajuntaments o perquè hi ha guies turístics que ho organitzen... com, per exemple, el cicloturisme. Però també em deman com és que el Govern balear no ha arreglat les carreteres amb tants de turistes que hi circulen en bicicleta, sobretot a l'estiu?: inèrcia, pura inèrcia.

PROPIETATS COMUNITÀRIES

-Vostè comparteix l'opinió de qualque editor de premsa que lamenta que alguns ciutadans comunitaris i en concret alemanys comprin cases, moltes cases i possessions a Mallorca?

-Pens que hem de ser clars i que a una societat dependent del turisme com és la mallorquina, aquest és un fenomen més. És una qüestió que s'ha de tenir en compte, s'ha de valorar... però frenar-ho seria anar en contra de les lleis de la Unió Europea i és una cosa que per a mi no té lloc. El que sí és cert és que les

institucions de Balears haurien de fer un esforç per tal de poder parlar, dialogar... i fer possible que aquest sector s'integrés el més possible i fos respectuós amb l'entorn i no es creés un gheto agressiu. I aquesta és una feina llarga i complexa. Jo som el primer que quan vaig d'excursió i trob una finca tancada em preocup, però, a la vegada pens que els ajuntaments haurien de fer un cert esforç de comunicació i d'integració de sectors. Però no hem de perdre de vista que som membres de la U.E. i aquest és un fenomen clar dins una perspectiva mundial. I jo mai no vaig arribar a entendre per què era aquesta campanya. Crec que mostrava una certa ignorància respecte de la situació internacional. I aquí també hi ha una feina imaginativa.

Pens que si el nostre Parlament fos capaç de crear el "Síndic de Greuges" d'una vegada per totes i de dur-hi també els problemes dels turistes, tendríem una institució clarament d'interrelació, diàleg i comunicació.

AQUELL POOT

-El POOT. Com el veu?

-El Pla d'Ordenació de l'Oferta Turística, crec que han torbat massa a fer-lo. Hi ha hagut massa interessos estranys que l'han condicionat i per altra banda crec que el POOT té un problema de finançament i d'obligatorietat.

No sé si és exactament com ho diré, però a vegades m'ha donat la impressió que si els solars "X" eren de segons qui tenien certes excepcions. I no es pot actuar d'aquesta manera. A més a més, hi ha el mecanisme dels doblers, de si aquest solar és del senyor tal i no el podem tocar o hem de fer passar la ratlla per aquí o per allà.

Un altre tema que m'ha decebut bastant ha estat que no se sapigués relacionar el sector primari amb el món del turisme.

-Li faré la pregunta: com es pot relacionar el sector primari o agrícola amb el món del turisme?

-Crec que, ara per ara, tenim una oportunitat magnífica que el sector primari es dirigeixi al consum dels que vivim a aquesta terra i també al sector terciari. No crec que l'agricultura sols hagi de ser per tenir neta la terra, unes subvencions, i perquè els turistes ho trobin molt bé quan passen. Aquesta és una idea de país absolutament negativa i s'ha d'evitar. Tampoc no podem dir que "totes les lletugues que es produeixin han d'esser consumides pels turistes", però s'hauria de cercar un equilibri.

L'aventura mallorquina

Entrevista a Gabriela Cañellas

per Gina Garcías

Aproximadament quaranta persones, distribuïdes en quatre agències, s'afanyen a procurar que alguns visitants tornin al seu país amb l'emprenta d'emocions desconegudes gravada a la pell i al record. Són els promotors i els monitors que proporcionen als turistes el descobriment que aquesta també pot ser una terra d'aventures. Practicar el senderisme, remuntar un torrent, penetrar a algunes grutes, sentir la calor i el fred més intensos, la pell tibant, l'esbraonament dels músculs, la inquietat incertesa del risc, i arribar a l'instant de plenitud que proporciona la meta, el domini de l'horitzó, l'acaronada de la brisa, són els reclams d'aquesta nova oferta, desconeguda o desaprofitada encara per la majoria dels intermediaris turístics, no suficientment valorada per algunes institucions. Però Gabriela Cañellas i Joan Seguí, promotors de Mallorca Activa i de l'Associació de Professionals i Empreses d'Aventura de les Balears, no es desanimen. Com a bons esportistes, saben que amb temps es pot guanyar el pols a la inèrcia del turisme massiu i passiu, al monopoli de l'oferta convencional i sedentària, i fer-se un espai on el desig d'aventura a la naturalesa sigui tan rendible com respectuós amb l'entorn. Tots dos contesten aquest qüestionari.

"Mallorca Activa" és una empresa formada per cinc socis, cinc amics que un dia, a la tornada d'un viatge a les serres del Pirineu, varen decidir que estaria bé muntar a Mallorca una empresa de serveis que donàs als turistes precisament el que a ells els agrada: aventures en contacte amb la naturalesa. Gabriela Cañellas i Joan Seguí, nascuts tots dos l'any 59, ella a Alemanya d'avantpassats mallorquins, ell a Mallorca, són els portaveus de l'empresa on Gabriela fa també de gerent. Una empresa constituïda fa poc més d'un any amb deu monitors especialitzats, on la capacitat d'iniciativa, la professionalitat i la perseverància són les claus d'un èxit que s'aventura segur.

-Què és "Mallorca Activa"?

Una empresa de serveis. Minoritària i nova. Nosaltres oferim aventures programades en grup, aventures diferents segons l'època de l'any. Feim activitats molt variades: cursos de jeep 4x4, rutes a cavall, senderisme, bicicleta de muntanya, submarinisme, viatges en globus, navegació, muntanyisme... excursions...

-És una idea poc convencional.

-Vàrem veure que el turisme convencional no ofereix aquestes alternatives d'oci, que en canvi es practiquen a altres zones turístiques europees. Són una alternativa més per al temps d'oci que a Catalunya i a Aragó, per exemple, ja es fan. La nostra activitat és una oferta de futur. La gent encara ve a Mallorca cercant sol i platja. I és veritat que Mallorca té una situació diferent a la de Catalunya, per exemple, on s'ha hagut de crear una oferta d'activitats per atreure el turisme. Aquí en principi no hi feia falta. Nosaltres ja tenim aquí els turistes, ara els hem d'omplir el seu temps d'oci. Per a nosaltres la idea va ser oferir als turistes el que a nosaltres ens agrada fer. Vàrem pensar, a ells també els pot agradar. Som uns enamorats de la nostra illa, i ens sap greu que els turistes se'n vagin amb una idea equivocada de Mallorca, que només coneguin Palmanova o Magaluf, i no la cara més guapa de l'illa. Ens feia ganes mostrar-los-ho. Per això muntàrem aquesta petita

empresa, planificàrem les opcions, cercàrem monitors i persones que poguessin dur endavant les activitats, i aquí estam.

-Com heu articulat aquesta oferta?

-Hem fet fulletons i els hem enviat a les agències de viatges, als majoristes, als hotels, hi oferim les activitats: senderisme, excursions pels barrancs, piragüisme... i quan hi ha un grup interessat ens criden i ho programam. Ja comença a haver-hi qualque agència que ens vol incloure als seus fulletons, però encara no hi ha hagut un interès generalitzat per aquesta oferta, a la majoria els ve massa de nou. Ara comença, hem de tenir paciència, però la cosa comença a funcionar.

COMPLEMENT PER A LA TEMPORADA BAIXA

-Sembla que moltes d'aquestes activitats estan pensades per a la temporada baixa.

-Sí, la majoria de les activitats són més atractives quan no fa massa calor. També era la nostra idea, contribuir a allargar la temporada turística. Si ara ja va des de març fins a final d'octubre, nosaltres volem donar més atractiu als mesos que encara són fluixos. A l'estiu no es pot fer ni senderisme, ni barrancs, ni bicicleta de muntanya, i a l'hivern sí. Per a l'estiu deixam les excursions a cavall i totes les activitats relacionats amb l'aigua.





d'aquestes excursions ja estan senyalitzats amb fites molt discretes que han posat els alemanys o els anglesos, i que figuren a les guies que els excursionistes compren als seus països d'origen.

L'INTRUSISME

-Com és això?

-Sí. La manca d'una reglamentació a les Balears sobre l'excursionisme ha produït uns buits que les agències turístiques estrangeres han omplit a la seva conveniència. Les fites vermelles estan fetes pels anglesos, les grogues, pels alemanys. Molts dels tirans de la Serra mallorquina estan senyalitzats pels estrangers. Ningú no els pot impedir marcar les vies de les excursions més antigues... són vies de poca definició, d'ús públic, i els estrangers les utilitzen amb total llibertat. Les institucions de les Balears haurien de controlar aquest tema, perquè hi ha gent estrangera que està fent el "seu agost" gràcies al patrimoni natural de les Balears. Hi ha agències que des de l'estranger organitzen les excursions, vénen amb grups seus de compatriotes, fan les activitats i se'n van sense que aquí ni ens n'haguem temut. Aprofiten els nostres béns més preuats que són la nostra illa i la nostra terra sense donar-nos res a canvi. Les autoritats haurien d'acabar amb aquest intrusisme.

-No hi ha cap control.

-No. Aquesta és una de les qüestions que vol resoldre l'Associació de Professionals i Empreses d'Aventura de les Balears, que ara acabam de constituir.

-Hi ha suficients monitors especialitzats a cada una de les activitats?

-Sí, són persones molt preparades, enamorades d'aquesta activitat i a les quals també demanam molta prudència i un sentit pedagògic elevat. S'han d'evitar tots els riscos.

-Es parla que en l'actualitat vénen a Mallorca 50.000 turistes interessats a fer ciclisme de carretera. Les altres activitats deuen ser encara minoritàries.

-Sí, tant de bo tenguéssim aquesta demanda! Només el cicloturisme està implantat a Mallorca com una forma de vacances. De fet ja hi ha hotels especialitzats en aquest turisme, que han reconvertit algunes dependències en garatges i tallers per a les bicicletes. Formen una oferta especialitzada amb tota la infraestructura necessària i ja tenen els seus grups de clients propis i fidels. Grups molt nombrosos. Les altres alternatives són encara molt desconegudes. I els que les cerquen moltes vegades vénen pel seu compte, proveïts de guies editades a l'estranger, i organitzen les seves excursions sense recórrer a guies ni a cap servei dels que aquí els oferim. Això és un problema a tenir en compte. De fet, els itineraris de moltes

-Qui forma l'Associació?

-Les quatre empreses de turisme alternatiu que ara hi ha a les Balears: Gorg Blau, Mallorca Activa, Nautic Aventura i Salabert. M'encarregaren a mi el paper de presidenta. Ja hem tengut alguna reunió amb la Conselleria de Turisme i li hem demanat que intervingui en aquest tema. El problema de la seguretat dels excursionistes també és una qüestió a resoldre.

-Quins són ara els problemes que amb més urgència vol resoldre l'Associació?

-El primer de tots que hi hagi una normativa clara que reguli l'oferta d'aventures, que defineixi les activitats i les condicions, tal com es fa a Catalunya i a Aragó. Reglamentar l'oferta per evitar que hi hagi gent pirata que es posi a fer feina sense cap control ni garanties de seguretat. Rescatar gent que emprèn excursions sense saber on va ni quines dificultats trobarà ens costa a la comunitat molt de doblers. S'han d'establir els riscos dels itineraris, regular la presència de guies en els que siguin necessaris. Continuament queda gent atrapada als barrancs, a algunes excursions de muntanya. Algunes guies són enganyoses. Les Balears no es poden permetre el luxe de tants

d'accidents de muntanya i tant de serveis públics de recerca que amb una bona prevenció no serien necessaris.

EL RESPECTE ECOLÒGIC

-També s'hauria de controlar l'impacte ecològic que causa alguna oferta de turisme d'aventures, per exemple les excursions en motocicletes o en jeep per alguns espais naturals molt fràgils.

-Nosaltres feim una activitat de tot terreny, en jeep 4x4. Són activitats de conducció dirigides sobretot a gent mallorquina. Feim els cursos a una finca privada i pretenem sobretot aconseguir que els propietaris de cotxes tot terreny siguin especialment respectuosos amb la naturalesa.

El que primer els ensenyaem és quines coses no poden fer. Tot i que pugui semblar que aquesta activitat sigui antiecològica, la nostra motivació és justament la contrària. Volem canviar aquesta imatge. La part teòrica del curs està bàsicament dedicada a la protecció de la naturalesa.

-Les excursions motoritzades per les dunes no són impactants?

-Nosaltres no n'hem fet mai. Utilitzam una finca privada situada darrera les antenes de la Serra de Tramuntana on no molestem ningú. Vostè parla d'altres empreses, com Jeep Safari i una altra. Són empreses estrangeres que tenen vint jeeps i duen els clients per zones públiques. Tal vegada perjudiquin greument el medi natural. És clar, són col·legues i jo no els puc criticar molt públicament, però sí diré que nosaltres no farem mai això i que aquesta és una de les altres qüestions que l'Administració pública ha de regular.

-Hi ha qualche regulació de les activitats d'oci i d'aventura als espais públics?

-Ara s'elabora. Així ho varem demanar a la Conselleria de Turisme. Regularà les activitats, el personal, les assegurances. Això ja està fet a Catalunya. Aquí es tractaria d'adaptar la normativa a les nostres peculiaritats.

-Quin és el perfil dels seus clients?

-Persones d'entre 25 i 40 anys, que vénen en grups d'incentius d'empreses, i també grups de joves d'escoles o d'universitat.

-Els clients saben bé el que faran, quan contracten una excursió?

-Sí. Quan ve un grup el primer que feim és informar-nos de les seves característiques, la seva edat, la seva resistència, i adaptar l'excursió a les possibilitats d'esforç que tenen. Els descensos per barrancs es fan amb un monitor, i en grups reduïts, a vegades tres persones, a vegades una parella. En general són grups de deu persones. Aquesta oferta encaixa molt bé en els grups que vénen com a resultat dels incentius d'empreses i cases comercials, són gent molt normal que vol fer qualche cosa diferent, viure intensament alguna experiència. Les nostres són activitats de risc controlat. I les hem d'adaptar continuament a les característiques físiques del grup. L'altre dia

Un pont entre Balears i Brussel·les

Des de 1985, el Centre Balear Europa treballa per defensar a Brussel·les els interessos de la nostra comunitat i, a la vegada, facilitar a tots els interessats qualsevol informació relativa a la Unió Europea. Més de 1.300 consultes ateses durant el primer semestre de 1996 són el resultat d'una intensa labor de documentació i divulgació. Un camí obert a tothom i que ha contribuït perquè avui, en el vell continent, el paper de Balears tingui un nou contingut.

DEPARTAMENTS I SERVEIS DEL CBE:

Centre de Documentació Europea

Centre Europeu d'Informació Empresarial

EDI Awareness Centre

Departament de Relacions i Estratègia Regional

Departament de Coordinació IMEDOC

INFORMAU-VOS AL CENTRE BALEARS EUROPA

Carrer Ramon Llull, 2, edifici "Sa Nostra"
07001-Palma de Mallorca, Balears - Tel. 71 73 74 - Fax 71 46 81.
Internet: cbd@bitel.es - X 400: S=CBE; O=Centre Balears Europa;
P=CAIB; A=Mensatex; C=ES

DELEGACIÓ A BRUSSEL·LES

Avenue des Arts, 4 et 5, 7ème étage - 1210-Bruselas
Tel. 32 2 223 14 10 - Fax 32 2 223 25 24.
Internet: centre.balears.europa@skynet.be





vàrem dur un grup a fer un torrent, i afortunadament hi havia una via alternativa de senderisme, perquè tot d'una vérem que del grup havia quatre o cinc persones incapaces de baixar el torrent. No podien, ja els va costar baixar a peu pel torrent. Clar, a vegades és gent sedentària, sense cap entrenament.

-Quina és l'oferta més sol·licitada?

-Feim una activitat combinada que inclou tir a l'arc, tirolina, ràpel... i una petita ruta, empram una finca privada a la Serra de Tramuntana on hi ha una caseta apta per hostejar devers vint persones i hi feim una estada que dura un dia i mig. És una petita introducció a diferents activitats, i el grup se'n va content, satisfet per haver conegut emocions diferents. Si és un grup més nombrós anam, amb permís, a alguna finca pública. Tenim una assegurança d'accidents i els nostres monitors són exageradament prudents.

UNA OFERTA MINORITÀRIA

-Confien que el turisme d'aventures deixi de ser minoritari, o aquesta és una condició consubstancial a l'aventura?

-Volem canviar el perfil del turista que ens visita. Pensam que aquestes activitats, encara poc conegudes, poden interessar molta més gent.

Indubtablement ha de ser un turisme amb una capacitat adquisitiva més elevada, amb inquietuds, que entenguin l'oci d'una altra forma. El turisme d'aventures no pot ser de masses.

-Però diuen que els hotelers i les agències de viatge no han mostrat massa interès, de moment, per la seva oferta.

-No, perquè tenen molt poc a guanyar amb nosaltres. Precisament perquè sempre serà una activitat minoritària. Si les agències es conformen a guanyar 25 pessetes per cada turista que fa una excursió, és perquè se n'hi apunten molts. Amb nosaltres els grups són d'un màxim de 10 o 20 persones, segons l'activitat, i a les agències no els acaba de ser interessant econòmicament gestionar aquesta demanda. D'altra banda, la nostra encara és una oferta desconeguda. Existim des de fa molt poc, i els majoristes de viatges no ens han esperat. Quan necessitaven una oferta com la que ara nosaltres proporcionam, la creaven ells mateixos, fins i tot des dels seus països d'origen, hi organitzaven les excursions i les cobraven, sense que aquí ni ens assabentàssim. Igual va passar amb els "manters". Els primers "manters" varen ser els alemanys. Organitzaven des

d'allà les excursions, duïen les mantes d'Alemanya i fins i tot les cobraven allà. Després alguns espanyols varen copiar aquest negoci. No és el nostre cas. Amb els majoristes al principi va ser molt dur. Jo els anava a veure amb la maleteta plena de fulletons, els explicava el tema i em deïen, sí, sí, però no ens cridaven mai. Hi havia desconeixement i desconfiança. L'alemany es pensa que els mallorquins som uns potiners. Ara ja els comença a interessar.

-I les institucions? Als ajuntaments de la Serra de Tramuntana i de l'interior de Mallorca ben segur que els ha d'interessar, com a forma d'introduir-se a l'oferta turística complementària que pot suposar el senderisme, el turisme rural... El Consell de Mallorca ara recupera els camins de muntanya a través de FODESMA.

-La Conselleria de Turisme ens ha començat a ajudar. Ens va facilitar un mostrador a Fitur i ara se'n duen els nostres fulletons a totes les fires on són presents. Quant als ajuntaments, el seu és un interès encara molt dèbil. Els hem de donar temps.

La Clau d'ONA

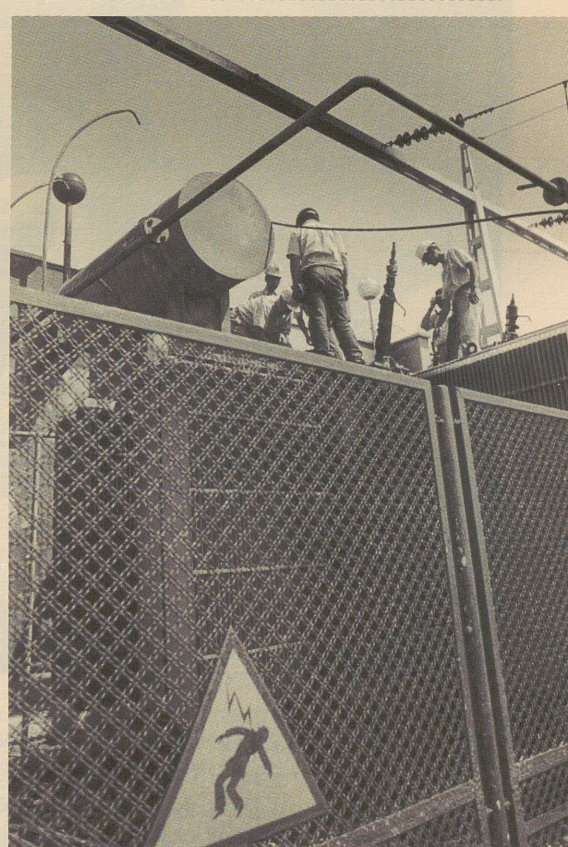
PER ENTENDRE EL PRESENT, PER OBRIR EL FUTUR

**El Partit Popular
substitueix
Soler per Matas
i provoca la
pitjor crisi de
l'Autonomia**

(pàgs. II i III)



Una Diada que ha fet història



**El cable submarí:
tres formes diferents
de mirar
el futur energètic**

El Partit Popular substitueix Soler per Matas i provoca la pitjor crisi de l'Autonomia

Tal volta es veia venir, però ningú no hi volia posar esment. Finalment Cristòfol Soler es va veure obligat a dimitir a causa de l'oposició interna del Partit Popular a la forma de plantejar les directrius territorials, la política lingüística i la llei d'incompatibilitats. La tercera investidura en un any ha donat la presidència a Jaume Matas, qui ha promès continuar el programa del seu antecessor encara que amb un altre tarannà. L'oposició veu al darrera la mà de Gabriel Cañellas i per això va demanar una nova consulta electoral per clarificar i legitimar el govern que pogués sortir de les urnes.

S.V

El president Matas va dir en el seu discurs d'investidura que cap de les línies mestres de la política del seu antecessor no seria objecte de revisió, però que intentaria cercar el màxim consens tant dins del seu propi partit com al conjunt de la societat per no provocar divisions. En declaracions als mitjans de comunicació havia dit que, en qualsevol cas, es limitaria a aplicar un tarannà diferent, un ritme i unes formes distintes cap

EL PP MÉS DIVIDIT QUE MAI

Serà difícil que ho aconsegueixi, encara que ho intentarà. El Partit Popular es troba més dividit que mai i sense cap lideratge definit, la qual cosa no és sinó un afegit inoportú a la greu crisi d'identitat que travessa la dreta econòmica de les Balears. Després que la direcció estatal del PP obligàs a Cañellas a dimitir a causa de la seva implicació en el cas del túnel de Sóller s'inicià una forta disputa per l'herència. Cañellas donà suport a la candidatura de Cristòfol Soler que havia rebut el vist-i-plau de José Maria Aznar en un intent per desterrar de les Balears el fantasma de la "cantabrització", però Soler confià massa en les seves pròpies forces i a poc a poc s'anà distanciant del seu antecessor. Primer, des del mateix dia de la investidura, va ser la política lingüística -rebuda com una alenada d'aire fresc pels sectors més progressistes de la societat-, després les incompatibilitats i, més endavant, les hipòtesis de directrius territorials. Finalment intentà remodelar el Govern -situant a una persona independent i deslligada de la ideologia conservadora, Ina Martínez, al front de la Conselleria de Turisme- en una operació que tots els mitjans de comunicació han coincidit a afirmar que perjudicava els interessos de Cañellas i de la vella guàrdia del partit.

UNA CONJURA CONTRA SOLER

La remodelació va disparar les ires tant del canyellisme com del sector liderat per l'ex-president del Consell de Mallorca, Joan Verger, que maniobraren conjuntament per empènyer Cristòfol Soler cap a la dimissió. El grup parlamentari va sotmetre a votació l'actuació del president amb un resultat que no oferí cap dubte: vint vots en contra, quatre abstencions i només quatre vots a favor. Era el matí en el qual el BOCAIB havia publicat el cessament dels antics consellers i el nomenament del nou govern, un nomenament que no va arribar a ser efectiu perquè Soler, en un darrer gest democràtic que l'honora, es va sentir deslegitimant per poder continuar al capdavant de l'executiu i presentà la dimissió. Llavors, el grup parlamentari, amb el vist-i-plau de Madrid, va decidir la candidatura de Jaume Matas en nom d'una unitat que, segons s'ha vist, és molt enfora de ser real. La investidura, la tercera en menys d'un any, va mostrar la feblesa d'un partit que només un any abans aconseguia la majoria absoluta per poder governar. Dos diputats -Joana Aina Vidal i Joan Marí Tur- que havien de ser consellers en el frustrat gabinet de Soler negaren el seu suport a Matas, i Marí Tur, fins i tot, mantengué aquesta actitud fins al final.

GOVERNAR AMB EL GRUP PARLAMENTARI

Jaume Matas ha promès governar amb connexió directa amb el grup parlamentari que li dona suport, però aquest és ara dividit en tres subgrups com a mínim: els anomenats canyellistes, els vergeristes i, ara, els soleristes (a més de menorquins i eivissencs que arribat el cas poden actuar com a grups propis i independents) la qual cosa situa el nou president davant una



Jaume Matas,
Joan Marí Tur i
Cristòfol Soler.

al mateix projecte de reforma del model de desenvolupament de les Illes, tal i com recull el programa electoral del Partit Popular. Jaume Matas és president de la Comunitat Autònoma des del passat catorze de juny. No amaga que era la seva màxima ambició, però no se sent especialment orgullós del procés que l'ha dut fins al Consolat de la Mar. Té motius per no estar-ne i per això la seva primera intenció és cicatrizar les ferides, girar pàgina i impedir que les nafres impossibilitin el projecte de transformació que ell mateix ha impulsat des de la Conselleria d'Economia.

dificilíssima papereta, sobretot quan som a les portes d'un congrés del PP balear que pot donar moltes sorpreses. Cada vegada són més les veus que demanen que Gabriel Cañellas deixi el seu escó però, com s'ha vist, l'ex-president no està gens disposat a abandonar el seu poder dins del partit per molt que ho exigeixin des de Madrid, tant si és des del carrer Génova com des de la Moncloa. La crisi del PP pot encendre nous focs i provocar noves víctimes, entre les quals -segons l'oposició- també Jaume Matas.

UNA INVESTIDURA ATÍPICA

No és gens estrany que davant tota aquesta situació, i després que la fiscalia hagi implicat judicialment Gabriel Cañellas en el cas Sóller i en l'intent de suborn a Calvià, que tots els partits de l'oposició demanassin una nova consulta electoral. Al cap i a la fi -diuen- va ser Cañellas qui encapçalà les llistes del PP a les darreres eleccions autonòmiques. Però unes noves eleccions només haguessin estat possible si el Partit Popular no hagués pogut fer valer la seva majoria parlamentària per donar suport a un candidat. El Partit Popular, això no obstant, va cercar un candidat considerat de consens i amb molta dificultat -li va venir d'un pèl- la disciplina de partit imposà el seu triomf a la Cambra. El debat d'investidura va ser un trist espectacle polític. Jaume Matas intentà explicar el seu programa de govern, intentà demanar suport als seus i consens als altres per als grans temes, sobretot per al règim especial o per a un "pacte per a l'ocupació", però ningú no l'escoltava. Se li exigia una explicació coherent sobre tot el que havia passat, una explicació que el nou president no podia donar des de la tribuna del Parlament, perquè era presoner del seu propi partit.

Uns dies després el ja president Matas destacava a la seva presa de possessió una ferma voluntat per "fer compatible el desenvolupament sostenible amb el màxim respecte al medi ambient", així com fomentar l'estabilitat en els llocs de treball, la identitat cultural i l'objectiu d'ampliar les competències autonòmiques. Igualment, en presència del ministre per a les Administracions, Mariano Rajoy, defensà el règim especial com a eina perquè les Illes desenvolupin tot el seu potencial productiu sense haver de recórrer al consum massiu del territori. En aquesta tasca li acompanyarà un govern prefabricat des del Partit en un clar intent de satisfer totes les part i evitar noves revoltes. Segons l'Estatut d'Autonomia la formació del Govern és una competència exclusiva del president, quelcom que li varen negar a Cristòfol Soler quan intentà formar un executiu a la mesura de les seves pròpies propostes. El Govern de Jaume Matas és, en aquest sentit, representatiu de tots els corrents interns del partit i per tant pot ser més estable, però indiscutiblement també és menys homogeni, una dificultat afegida que el nou president haurà de considerar per poder dur endavant els seus propòsits.

EL "PACTE DE PROGRÉS"

I a tot això la crisi que travessa el Partit Popular i el Govern no és exclusiva ni de la força política ni d'aquesta institució. També s'han produït greus canvis al si de l'anomenat "pacte de progrés" que des de fa un any governava el Consell Insular de Mallorca i que va ser trencat unilateralment per la presidenta, Maria Antònia Munar, quan el PSM votà contra la posada en marxa definitiva de la incineradora de Son Reus. Els fets han

DARRER GOVERN DE CRISTÓFOL SOLER (no arribà a prendre possessió)

President: Cristòfol Soler
Vice-presidenta: Rosa Estaràs
Hisenda i Funció Pública: Francesc Fiol
Educació, Cultura i Esports: Joan Marí Tur
Turisme: Ina Martínez
Sanitat i Consum: Bartomeu Seguí
Agricultura, Comerç i Indústria: Jaume Matas
Treball i Foment de l'ocupació: José Antonio Berastain
Obres Públiques, Transports i Comunicació: Bartomeu Reus
Medi Ambient i Ordenació del Territori: Guillem Camps
Benestar Social: Joana Aina Vidal.

PRIMER GOVERN DE JAUME MATAS

President: Jaume Matas
Consellera de Presidència: Rosa Estaràs
Foment: Joan Verger
Sanitat: Francesc Fiol
Educació i Cultura: Joan Flaquer
Treball: Guillem Camps
Medi Ambient i Ordenació del Territori: Bartomeu Reus
Agricultura, Comerç i Indústria: Josep Joan Cardona
Turisme: José María González Ortea
Economia: Antoni Rami
Funció Pública: José Antonio Berastain.

evidenciat que la falta d'entesa interna entre els diferents grups que donen suport al pacte no només mostren les dificultats per governar el CIM, sinó que també informen sobre la feblesa d'una hipotètica alternativa conjunta a l'actual majoria del Parlament. El "pacte de progrés" va ser possible per impedir que el Partit Popular governàs al Consell Insular de Mallorca, on els conservadors disposen de majoria simple però no absoluta. D'aquesta manera el CIM apareixia com un excel·lent contrapès de la política del Govern en temes tan transcendents com l'urbanisme, però les divergències internes en aquesta qüestió i, sobretot, en el tema de la incineració han qüestionat un projecte que ara, malgrat tot, s'intenta recompondre.

Crisi al Govern, crisi al Partit Popular i crisi al Consell Insular de Mallorca, per no citar altres greus problemes municipals - casos de Ciutadella, Manacor... etc.- descriuen un panorama polític desolador davant un estiu que torna a posar a prova la solidesa del motor econòmic de les Illes, un model que funciona a ple rendiment però que ha tocat sotre i que exigeix un canvi de rumb amb la màxima urgència. Tots els agents socials coincideixen a lamentar la situació viscuda en el Govern balear per les conseqüències que pot tenir a l'economia. La major part havia elogiat públicament les mesures adoptades durant el breu període de Cristòfol Soler, de la mateixa manera que també s'han aplegat a donar suport al seu successor. Ara, per tant, qui té la paraula és Jaume Matas, un president que diu voler "anar per feina" i deixar-se de baralles de polítics.

Una Diada que ha fet història

L'èxit popular del Correllengua i la massiva concentració a la plaça Major per reivindicar el fet de ser "una comunitat històrica" és, des del passat 18 de maig, una fita que haurà de ser recordada i de la qual se'n pot destacar la presència entre els manifestants del president Soler i el discurs del president de la CAEB.

ONA

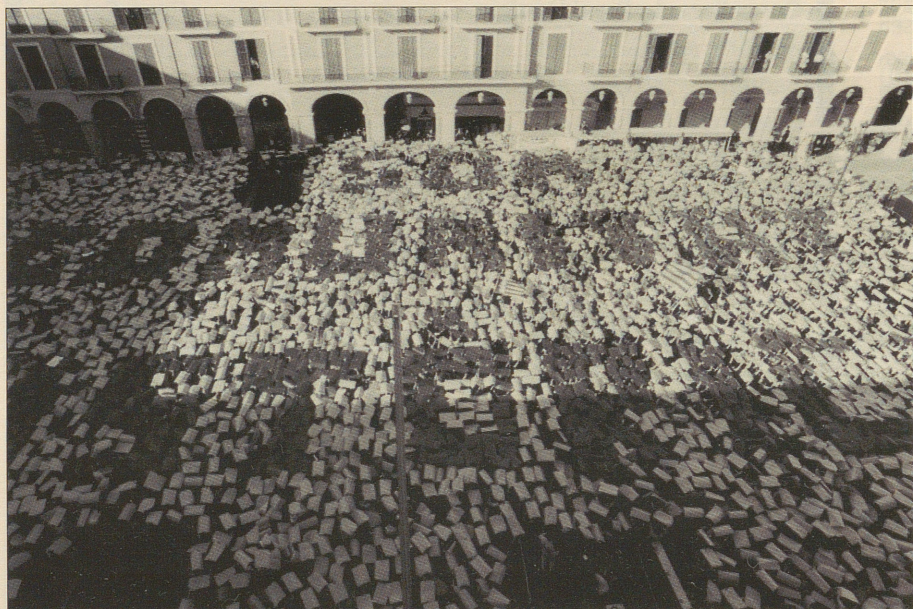
El dia 18 de maig va ser una data històrica. No és cap tòpic. Dies abans milers de participants en el Correllengua d'enguany posaren el pròleg a una de les manifestacions més nombroses que mai no s'han fet a Mallorca. L'Obra Cultural Balear, que n'era l'organitzadora, calcula que tot plegat es varen mobilitzar més de cinquanta mil persones, un èxit sense precedents que va dur al president Soler, quan encara no sospitava que una setmana més tard es veuria obligat a dimitir, a comprometre's no només amb la seva presència al mig del

Llompert, però, per contra, hi destacà la presència, a primeríssima fila, del president de la CAEB, Josep Oliver, que va dirigir la paraula als assistents en nom d'unes patronals que fins ara s'havien compromès molt poc a favor de la normalitat lingüística de Mallorca.

Abans, des de feia dos dies, la flama de la llengua havia recorregut totes les ciutats i viles de l'illa des de Lluc fins a Palma on, a les cinc de l'horabaixa d'aquell dissabte arribava a la plaça Major de la mà d'Aina Ginart, Carles Magrinyà, Climent Garau i Biel Mesquida. L'any anterior, l'Obra Cultural i la Plataforma de Joves per la Llengua ja havien celebrat amb gran èxit el primer Correllengua i feren una cadena humana que travessà tota Palma, però en aquella ocasió la consigna era l'oposició a una ordre de la Conselleria d'Educació sobre l'ensenyament del català a les escoles. Enguany, per contra, el crit era d'unitat: el propi Govern semblava confabulat amb l'organització, un fet que actuà decididament com a caixa de ressonància.

No només hi eren presents els empresaris, com hem dit, sinó que els mitjans de comunicació havien fet costat a la convocatòria, juntament amb algunes entitats bancàries que publicaren anuncis de suport. Els vents anaven a favor. Mai no havien bufat tan favorablement. Cristòfol Soler va ser interrogat davant les càmeres de TVE, que varen transmetre la Diada en directe, i assegurà que actes com aquell eren els que donaven coratge al Govern. El president Soler va demanar en aquell moment el suport de la resta de forces polítiques per dur endavant la política lingüística del Govern i per negociar un major sostre competencial que fes possible un autèntic projecte de país.

Era evident que l'ex-president s'adonava que aquest suport exterior li era ben necessari per fer front a les pròpies files conservadores on la postura lingüística de Soler no agradava gens ni mica, tal com després s'ha pogut comprovar. Això no obstant, els fets ocorreguts aquest mes de maig seran difícils d'oblidar. "Almanco -tal com s'assegura des de l'entorn de l'ex-president- ens queda aquest consol per intentar provar-ho de bell nou més endavant".



Som una comunitat històrica.

públic sinó, sobretot, amb la ferma intenció de dur endavant la seva política lingüística.

Milers de persones acudiren a la cita de l'OCB, i de més d'un centenar d'entitats ciutadanes, per formar un gran mosaic amb una llegenda: "Som una comunitat històrica". Va ser una gran festa animada per Maria del Mar Bonet, que va voler ser present a l'acte, i per una gran colla de xeremiers. Potser hi faltà una soflama política, com aquelles a què ens tenia acostumats Josep Maria



Soler a la plaça Major.

En el passat número d'ONA, dedicat al Pla de Mallorca a la taula rodona intervingué Antoni Pascual, batle d'Ariany i president de la Mancomunitat del Pla, el nom del qual va aparèixer erròniament com a Miquel Pascual.

La Fundació Bocchoris vol promoure el turisme a Pollença

L'associació de veïns, els hotelers i l'Ajuntament de Pollença s'han unit per crear una fundació, l'objectiu de la qual és allargar la temporada, evitar que els hotels tanquin i, per tant, reactivar l'economia d'aquest municipi.

ONA

Una experiència inèdita a Mallorca s'ha iniciat al terme municipal de Pollença, on dues associacions ciutadanes -la de veïns del Moll i la dels hotelers- s'han unit a l'Ajuntament per crear una nova entitat, una fundació, per a la promoció turística. "Fins ara ens ha dit el batle, Miquel Oliver- cadascú feia la guerra pel seu compte i, per tant, s'havien de sumar molts més esforços per aconseguir el que en aquests moments pot fer un tot sol. La idea va sorgir a la passada legislatura però no es concretà fins fa tres mesos i, en realitat, no esperam que pugui donar els fruits fins a la pròxima tardor i a l'hivern, perquè del que es tracta és justament d'això: d'allargar la temporada tot fent que els hotels puguin obrir deu mesos i, d'aquesta manera, mantenir activa l'economia durant tot l'any i no només a l'estiu".

Es diu Fundació Bocchoris, commemorant els orígens de Pollença. La seva junta directiva està formada per nou membres, quatre en representació de l'Ajuntament, tres de l'associació de veïns i els altres dos dels hotelers, de manera que per prendre qualsevol acord és necessari aconseguir el suport de dos dels tres socis com a mínim. El primer president és Vicenç Cabrer qui, com a veí, se sent molt encoratjat per la idea: "tenim ben clar -diu- que el futur ens l'hem de fer nosaltres, ningú no ens regalarà res i aquesta és una manera excel·lent per tirar

endavant uns projectes que beneficiaran tothom".

Al terme municipal de Pollença hi ha dues mil places hoteleres -els hotels són quasi tots petits- la qual cosa fa pensar que no sigui difícil poder atreure la clientela necessària per obrir a l'hivern si tant al Moll com a Pollença s'ofereix un programa prou atractiu. Ja hi ha un festival de música que té un gran prestigi i, també, una oferta complementària -sobretot de restauració- de qualitat i "amb encant". El que fa falta és un programa d'animació més extens i que les infraestructures bàsiques es mantinguin durant tot l'any.

La Fundació Bocchoris pretén autofinçar-se tot el que sigui possible per no haver de dependre dels pressuposts municipals- cosa que evidentment aniria en detriment de la despesa que ja es fa per al manteniment de les infraestructures turístiques- i, per això, ha optat i aconseguit la concessió dels serveis de platja del terme municipal. Calcula poder-ne obtenir devers vint-i-cinc milions de pessetes que serviran per al manteniment de l'Oficina de Turisme, per programar activitats tant en els hotels com en el carrer i per editar tot el material propagandístic que faci falta.



Vicenç Cabrer,
president de la
Fundació
Bocchoris.

Antoni Pallicer, defensor del ciutadà i del turista a Calvià

J.M.R.

A les darreries del passat mes de maig, Antoni Pallicer va prendre possessió del càrrec de Defensor del Ciutadà i del Turista del municipi de Calvià. Va assistir a l'acte Joaquín Ruíz Jiménez, primer Defensor del Ciutadà de l'Estat espanyol, qui va felicitar la institució municipal per haver estat la primera de les Illes que ha fet aquest nomenament. I també va reclamar la necessària independència de la figura del defensor davant les instàncies polítiques per tal de poder desenvolupar el seu treball sense pressions alienes.

Per la seva part la batlessa, Margarita Nájera es va comprometre a escoltar el Defensor del Ciutadà i col·laborar amb ell. També va semblar estar d'acord quan Joaquín Ruíz Jiménez va exposar que creu convenient que la institució tenguí una seu o local propi, ja que segons va manifestar, ell en castellà, "el casado casa quiere" i aquest tipus de defensor sols es casa amb el poble.

Segons s'hi diu en els estatuts: "L'oficina del Defensor del Ciutadà, és una oficina pública d'enllaç entre l'administració municipal i els ciutadans". Li correspon, entre altres coses donar un servei d'assessorament, informació, atenció i ajuda als ciutadans en les seves relacions amb l'administració municipal i els seus organismes en les actuacions de caràcter administratiu així com portar "l'auditoria externa" de la qualitat de vida en el terme municipal de Calvià.



Antoni Pallicer
amb Joaquín
Ruíz Jiménez.

Antoni Pallicer és llicenciat en Dret, diplomat en Ciències Empresarials i tècnic de Turisme. Va ésser director d'un hotel durant dotze anys i tinent de batle de l'Ajuntament de Calvià durant dues legislatures, així com diputat al Parlament balear en el període comprès entre 1991 i 1995. Abans d'ésser proposat com a Defensor del Ciutadà es va donar de baixa al PSOE, ja que el càrrec "és incompatible amb qualsevol manament representatiu d'elecció popular, amb qualsevol càrrec polític, sindicat o organització patronal" i també amb el servei actiu a l'Ajuntament.

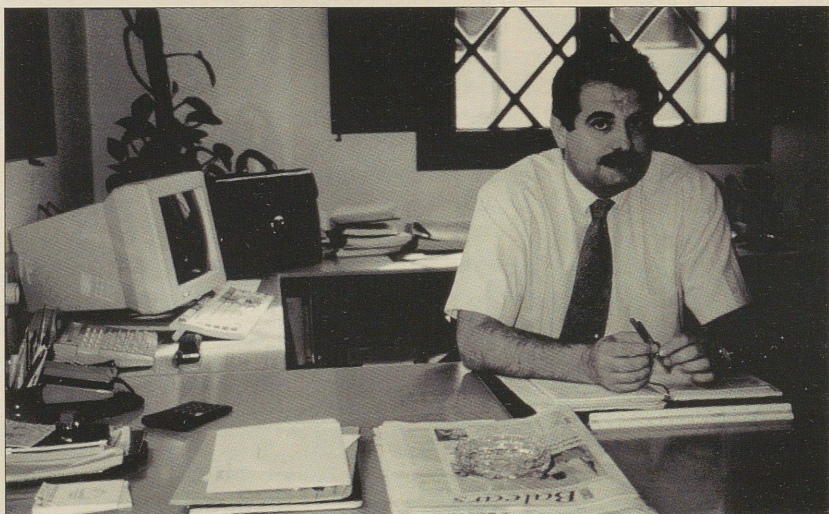
A l'acte de presa de possessió Pallicer es va referir a la tradició històrica de la figura del Síndic de Greuges i també va remarcar que les portes de la seva oficina sempre estaran obertes als ciutadans, residents i turistes de Calvià.

Alcúdia és un dels pocs municipis que ha avançat en l'adaptació al POOT

Un any després de l'aprovació del Pla d'Ordenació de l'Oferta Turística són molt pocs els ajuntaments que han complert el mandat d'adaptar-n'hi el planejament municipal. Alcúdia n'és un. Segons el seu batle, Miquel Ramis, el futur turístic del municipi passa per no incrementar massa més les places i per continuar endavant amb el segell d'ecoturisme.

Sebastià Verd

Fa un any que el famós POOT va ser aprovat definitivament, però el seu llarg itinerari cap al reordenament de l'oferta turística no acabà en aquell moment. Els municipis hi venien obligats a adaptar-ne els seus planejaments urbanístics, la qual cosa ha esdevingut un greu problema, perquè són molt pocs els ajuntaments que s'han decidit a complir allò que el seny i la norma els imposava. Des de la Conselleria de Turisme s'insisteix en la necessitat de l'adaptació i des de la patronal dels constructors, també, perquè tenen por d'una paralització gene-



Miquel Ramis,
batle d'Alcúdia.

ralitzada d'obres mentre duri una tramitació que, per no haver-se fet a temps, pot passar de les mans municipals a les del Consell Insular de Mallorca.

Un dels ajuntaments que sí ha fet cas al POOT és el d'Alcúdia. Els treballs d'adaptació del planejament es troben molt avançats, com ens diu el batle. Miquel Ramis, del Partit Popular, va ser elegit a les passades eleccions i amb el suport d'un regidor d'Unió Mallorquina substituï el socialista Antoni Alemany, ara cap de l'oposició, a qui ONA entrevistà l'any passat.

-Des de la Conselleria de Turisme s'adverteix dels greus inconvenients que significarà no adaptar les normes municipals al POOT. Amb quina situació es troba Alcúdia?

-Nosaltres hem fet bonadat. Pot ser no puguem complir el termini d'un any que fixava el POOT, però estic segur que hi farem a prop. Els treballs ja estan prou avançats. Ens hem adaptat al decret de població i al propi Pla, de manera que pens que d'aquí a un mes podríem aprovar inicialment les normes i sotmetre-les de bell nou, per segona vegada, a informació pública. Esperam que hi haurà noves al·legacions que hauran de ser informades i després, finalment, ja tot dependrà del Consell Insular per a la seva aprovació definitiva.

-Quins són els principals canvis per causa el POOT?

-Bé, hi ha el decret de població que suposarà una lleugera disminució de l'actual sostre possible. S'introdueixen els seixanta metres per plaça i es regulen les activitats industrials perquè tots els usos que tinguin lloc a les zones turístiques siguin compatibles tant des del punt de vista residencial com turístic.

UN DESENVOLUPAMENT NO MASSIFICAT

-I la franja de protecció que el POOT estableix entorn dels nuclis turístics?

-En el nostre cas no implicava cap problema. Tengui en compte que el desenvolupament turístic d'Alcúdia i en general de tota la badia va arribar més tard que els d'altres zones que, lògicament, varen sofrir més els efectes de la massificació, de manera que la franja de protecció s'ha establert quasi de manera natural. És el mateix que passa amb la reconversió hotelera. Tant al nucli urbà del Port com a la platja hi ha alguns establiments que podrien ser objecte d'esponjament, però en general l'oferta turística d'Alcúdia és encara prou jove. Segurament s'hauran de fer alguns esponjaments, però seran puntuals.

-Sofreix Alcúdia qualche tipus de "boom" turístic en aquests moments?

-Sincerament, no. Hi ha una operació en marxa que significarà un augment de 125 apartaments i dins del planejament urbanístic tenim qualificats cinc solars com a hotelers, que s'haurà de veure com quedaran després de l'adaptació al POOT. Al final, però, si restam entre la nova oferta i la que desapareixerà, la diferència serà molt petita. A Alcúdia disposam de 32.000 places i crec que són suficients.

MUNICIPI ECOTURÍSTIC

-Fa un any que vostè és batle. L'anterior ajuntament va impulsar Alcúdia com a "municipi ecoturístic"...

-Sí i em sembla molt bé. Aquesta va ser una decisió encertada de l'anterior equip i no em sap gens de greu reconèixer-ho. La protecció de l'entorn és primordial, és l'únic capital de què disposam per al futur i no el podem tudar. Per això insistirem en l'etiqueta d'hotel ecoturístic i en totes les mesures necessàries per fomentar un medi ambient saludable. Tal volta l'única cosa que hem de fer és incrementar més la qualitat dels serveis municipals. Nosaltres el que hem fet durant aquest any és intentar que tot funcioni com toca, que tots els llums s'encenguin, que els carrers i les platges estiguin ben nets i que hi hagi seguretat.

-Però en el cas de Maristany, la zona humida afectada per la via de circumval·lació. Els ecologistes s'hi oposen perquè creuen que la carretera la destruirà...

-La naturalesa s'ha de protegir, és evident, però de vegades sorgeixen problemes perquè no sempre és factible fer obres com aquesta, que són absolutament necessàries, sense provocar cap impacte. Jo pens, sincerament, que en aquest cas es pot trobar una solució que faci compatibles els accessos viaris amb la protecció de la zona humida que pens que pot ser un atractiu més per al nostre terme municipal.

-I la protecció del patrimoni arquitectònic?

-Ens sentim molt orgullosos del nostre patrimoni cultural. Continuarem endavant amb els plans de rehabilitació de les mura- des, de façanes i de zones per a vianants als principals carrers, de la mateixa manera que hem reordenat el recinte de Pollentia, que ara es troba protegit per barreres, la qual cosa facilita fins i tot la visita i la comprensió per part dels turistes que cada vegada són més exigents en aquests aspectes.

GESA s'adapta a la Llei d'ordenació del sistema elèctric nacional

La companyia subministradora d'energia elèctrica de les Balears ha diversificat la societat per adaptar-se a la LOSEN, una llei que implica un canvi de competències en el sector que, en opinió del president de l'entitat, pot provocar problemes d'adaptació. GESA va obtenir l'any passat uns beneficis nets superiors als vuit mil milions de pessetes.

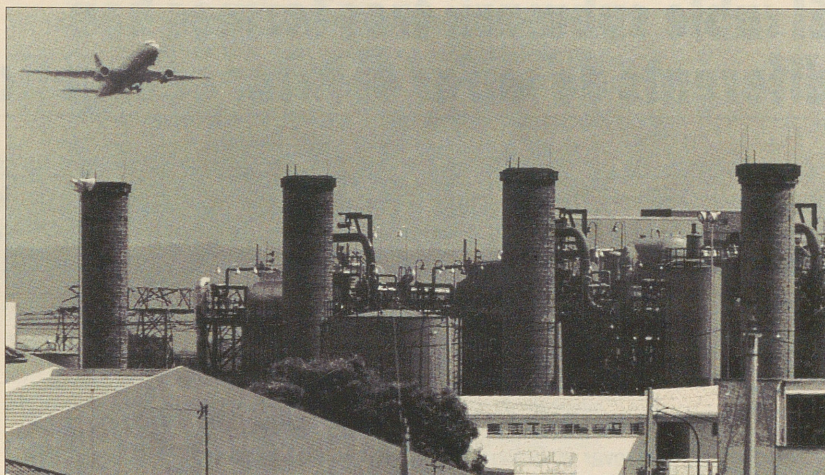
ONA

La Junta General de GESA va servir perquè els seus principals responsables, el director general Miquel Pocoví i el president, Felicià Fuster, fessin balanç de l'exercici de 1995, que des del punt de vista econòmic va ser molt favorable, amb uns beneficis nets de 8.226 milions, dels quals 2.066 es destinen a dividendes mentre que la resta s'utilitzaran com a reserva voluntària per enfortir encara més l'estructura financera de l'empresa. Va ser un any en què la demanda elèctrica s'incrementà en un 4'7 per cent, un punt per damunt de la mitjana estatal.

GESA du a terme importants inversions com és l'ampliació de la central d'Es Murterar (vint mil milions de pessetes) que entrarà en funcionament l'any que ve, un projecte en el qual destaca la introducció per primera vegada a Espanya d'un sistema de desulfuració que ha costat tres mil milions de pessetes i que permetrà reduir considerablement l'actual nivell d'emissions atmosfèriques. Igualment estava prevista la connexió submarina amb Eivissa, mitjançant un enllaç de corrent alterna, que ha estat paralitzat per ordre de la Conselleria d'Indústria motivada per les protestes dels veïns eivissencs afectats per les obres terrestres.

PREOCUPACIÓ PEL FUTUR

En aquest sentit el president de GESA, Felicià Fuster, va advertir davant l'accionariat de la companyia que la nova llei d'ordenació del sistema elèctric nacional (la LOSEN) implicava



Sant Joan de Déu.

canvis substancials, entre el quals hi ha el major paper decisor de les comunitats autònomes que alliberava GESA de la responsabilitat sobre la planificació futura però que implicava la possibilitat d'introduir nous plantejaments i retardar l'execució d'algunes obres urgents. Fuster va assegurar que GESA respectaria estrictament les decisions polítiques, però manifestà els seus temors davant els possibles retards. "Les responsabilitats del servei elèctric -va dir- que fins fa poc estaven concentrades en GESA, tendeixen a repartir-se entre diferents actors i aquest repartiment podria comportar una certa dilució de responsabilitats, que poden arribar a tenir conseqüències negatives per al servei elèctric, no a curt però sí a mitjà i llarg termini".

LA LOSEN ENTRA EN VIGOR

Precisament i en aplicació de la LOSEN, que obliga a separar societàriament les activitats no elèctriques que realitzen les empreses del sector, GESA va constituir dues noves societats filials: GESA Gas S.A i GESA Diversificación. A la primera s'ha transferit tota la producció gasística i a la segona les activitats de potabilització d'aigua, comercialització d'energies alternatives i la piscicultura, endemés de la participació accionarial en altres empreses, com Lignitos, Tirme i la Corporació Mallorca del Cable, societat aquesta que a més de GESA compta amb Cableuropa, Antena 3 Editorial, el grup Serra, Sa Nostra i Premsa Ibèrica i que té com a objectiu l'explotació de xarxes de comunicació per cable).

Philoxenia (1997-2000)

Primer programa plurianual en favor del turisme europeu

Centro Balears Europa

Malgrat el poc efecte que va tenir el Pla d'acions comunitàries en favor del turisme i la resposta gens entusiasta dels Estats membres al Llibre Verd sobre el Turisme, la Comissió Europea s'ha proposat aprova el Primer programa plurianual en favor del turisme europeu, la base jurídica del qual haurà de ser una vegada més el calaix de sastre de l'article 235 del Tractat de Roma.

El motiu de l'interès comunitari pel turisme el trobam a l'exposició de motius de la proposta de Decisió del Programa: el turisme crea ocupació

estable i que afavoreix tots els grups de persones, ajuda a millorar la cohesió econòmica i social d'Europa, contribueix a la valorització dels recursos naturals i patrimonials i apropa els ciutadans europeus.

L'objectiu d'aquest programa és estimular la qualitat i la competitivitat del turisme europeu per afavorir la creació d'ocupació i el creixement econòmic.

Les mesures a les quals es vol donar suport són:

- Recollida i difusió d'informació relacionada amb el turisme: estadístiques de tot tipus, estudis de mercat, recerca sobre temes específics, difusió de bones pràctiques i projectes demostratius, informació sobre els requeriments dels turistes, etc. Aquesta informació ha de servir per ser difosa i per a millorar l'enfocament de les futures polítiques turístiques de la Unió Europea.

- L'adopció de mesures legislatives que afavoreixin el desenvolupament del turisme i el seu marc financer i fiscal en cooperació amb els Estats membres. Aquesta política es posarà en marxa a través de trobades de representants tècnics dels Estats mem-

bres i comitès d'assessorament de la Comissió Europea. S'estimularà l'intercanvi d'informació entre els Estats membres i la complementaritat de les mesures estatals i europees.

- La millora de la qualitat del turisme europeu via la promoció de bones pràctiques i accions innovadores en relació a la promoció del turisme sostenible i a la desaparició dels obstacles que impedeixen el lliure desenvolupament del turisme. Millorar les possibilitats de certs grups de potencials turistes (joves, tercera edat, etc.). Això permetrà difondre aquestes pràctiques i projectes a totes les regions d'Europa. Inclou l'organització del premi turisme i mediambient.

- Realització de campanyes per incrementar les visites de turistes provinents de tercers països. Aquesta promoció es farà mitjançant campanyes plurianuals concertades amb els Estats membres i amb el suport de patrocinadors privats.

El programa suposarà una inversió comunitària durant els quatre anys de durada del mateix de 25 milions d'ECU.

El cable submarí: tres formes ben diferents de mirar el futur energètic

L'avantprojecte de pla energètic de les Illes Balears aprovat pel Govern balear, encara presidit per Cristòfol Soler, ha situat el debat sobre el futur en els nivells de màxima expectació: el Govern, GESA i els ecologistes mostren postures radicalment diferents entre si, al darrera de les quals hi ha tres formes de plantejar-se el model de desenvolupament de les Illes.

S.V.

L'avantprojecte de pla enegètic de les Illes Balears que va aprovar el Govern balear quinze dies abans de la dimissió del president Soler preveu un increment del vint-i-cinc per cent de la demanda de consum elèctric per a l'any 2000, la qual cosa obliga a prendre mesures urgents per solucionar els problemes de subministrament. GESA, per la seva part, coincideix amb la urgència -només en el darrer any l'increment del consum ha estat del 4'7 per cent, un punt més que la mitjana estatal- però la companyia i el Govern difereixen, almanco aquesta era la situació abans de la crisi, en el mètode per fer front a l'ampliació de la potència. L'executiu es decanta per un cable submarí que enllaci el sistema elèctric balear amb el continental, mentre que GESA reivindica des de fa anys la construcció d'una nova central.

Enfrontat a ambdós plantejament hi ha el front ecologista (de manera molt especial el GOB, Greenpeace i "els Verds"). A un full informatiu del partit verd es rebutja tant una nova central com el cable: "la solució del cable -s'hi diu- constituïria un greu error des del punt de vista ecològic. Els habitants de les Illes tendrien la sensació de poder consumir més energia mentre que es difuminaria la nostra consciència de contribuir al canvi climàtic o a la pluja àcida o a l'acumulació dels perillosíssims residus radioactius, perquè ningú no ens garanteix que el cable no ens dugui electricitat d'origen nuclear. Potser el principal problema del cable és que ens faria perdre la noció dels límits i, de retruc, ens allunyaria l'oportunitat d'iniciar la transició energètica, el canvi cap a un model de societat capaç de satisfer les seves necessitats amb una despesa molt menor d'energia convencional".

GESA S'OPOSA AL CABLE

Tant el Govern com GESA coincideixen amb els ecologistes en la necessitat d'estalviar energia i de fomentar l'ús d'alternatives, però contraposen la necessitat de satisfer la demanda de la societat a una més que evident desconfiança sobre les possibilitats de poder controlar-ne l'augment. Per al president de GESA i d'ENDESA, Felicià Fuster, el cable és un disbarat perquè crea una dependència energètica per a les Illes que, en la seva opinió, és indesitjable, encara que -va manifestar- "a nosaltres només ens correspon expressar el nostre parer, però la decisió és en darrer extrem de la societat a través del Parlament i del Govern". En contra de l'opinió de Fuster s'alinea no només el Govern sinó Abel Matutes, qui ha esdevingut ministre espanyol d'Exteriors en el primer govern d'Aznar. La gran influència de Matutes sobre el PP balear fa suposar que les tesis defensades pel conseller d'Indústria, Guillem Camps i pel president Soler seran mantingudes en el nou govern de la Comunitat Autònoma, de manera que el cable és a hores d'ara l'alternativa política que compta amb major suport.

LES ALTERNATIVES DEL GOVERN PASSEN PER L'ENLLAÇ

El pla energètic vist pel Govern balear preveu, com hem dit, increments de consum molt important, tant pel que fa als combustibles utilitzats en el transport com, en concret, de l'energia elèctrica. Per a aquesta, el pla presenta una sèrie de quatre alternatives seguides de mesures per estalviar, entre les quals s'hi compta la possibilitat d'arribar als 500.000 w. de potència instal·lada en col·lectors o plaques solars,

especialment en el sector hotelier i, també, l'obtenció d'una major eficiència mitjançant la cogeneració i altres sistemes tecnològicament avançats, per a la qual cosa serà necessària una política d'incentius prou atractiva, així com la creació d'una Agència Regional de l'Energia que s'encarregui directament de la planificació, coordinació, control i seguiment de les actuacions en l'àmbit energètic.

Tot això, però, no serà suficient, segons els estudis derivats del pla energètic, per satisfer la demanda elèctrica, la qual cosa implica la necessitat de noves fonts de subministrament. El pla proposa quatre alternatives fonamentades totes elles en centrals de gas natural, que s'instal·larien bé a la costa sud de Mallorca, a Portopí o a Sant Joan de Déu i en el cable submarí. Aquesta darrera, el cost de la qual s'avalua en prop de setanta mil milions de pessetes, suposa un enllaç submarí Mallorca-Península en corrent continua de 300-400 MW i un altre de corrent alterna de 60 Mw entre Mallorca i Eivissa. Segons es diu presenta avantatges tant des del punt de vista de subministrament, en estar connectat amb les xarxes internacionals, com del medi ambient perquè a pesar que requereix d'una central transformadora a cadascun dels extrems, l'únic impacte negatiu seria paisagístic però no contaminant.

LA DECISIÓ EN MANS DEL PARLAMENT

Aquesta alternativa, però, no agrada gens ni mica ni a GESA ni als ecologistes. El director general de la companyia elèctrica de les Balears, Miquel Pocoví, va exposar davant la Junta General celebrada el mes passat que "GESA ja duu molts d'anys intentant que es consideri la necessitat d'una nova central alimentada per gas natural i, en aquest sentit, ha defensat s'Estalella com a lloc més adequat, però el govern autònom ha exclòs aquesta ubicació (...) el pla energètic analitza altres possibles ubicacions, així com la possibilitat de promoure la interconnexió amb la Península com a mitjà per garantir l'abastiment del futur i eliminar la necessitat de noves centrals a les Balears (...) GESA, la posició de la qual és ben coneguda (el cable és molt més car, no garanteix el subministrament a causa de la dificultat de reparar les panes i, endemés, no elimina l'impacte paisatgístic de noves centrals a la costa) està oberta al diàleg i a continuar aprofundint l'estudi de totes les alternatives perquè els organismes competents prenguin la decisió més adequada (...) L'empresa, per suposat, acatarà les accions que es prenguin".

ELS ECOLOGISTES CREUEN QUE L'ESTALVI ÉS SUFICIENT

Per la seva part, completant el triangle del debat, Greenpeace no només s'oposa al cable "perquè simplement trasllada el problema a una altra banda", sinó també a una nova central. En aquest sentit proposa que GESA creï un "servei de gestió de

l'energia" per fer-se'n càrrec dels programes d'estalvi. Els ecologistes tenen clar que l'única opció possible hauria de ser una gestió de la demanda que fes innecessari incrementar la potència amb noves fonts de subministrament. Segons el responsable de la campanya "Energia Límpia" de Greenpeace, José Luís García Ortega, "el quilovat-hora estalviat és més barat que el quilovat-hora produït".

García Ortega diu que l'estalvi no és cap novetat per a GESA, perquè "l'any passat va participar a la primera experiència a nivell estatal en programes de gestió de la demanda, tot promovent la substitució de bombetes incandescentes per d'altres electròniques de baix consum, i la compra de frigorífics eficients (...) aquesta experiència era destinada a aconseguir evitar la necessitat de 110 Mw. a tota Espanya, que és l'equivalent a tota la potència instal·lada a Eivissa". Greenpeace considera que

aquests programes, si són realitzats de manera sistemàtica i a gran escala, són els que poden evitar la necessitat de més centrals tèrmiques i d'obres faraòniques com el cable.

La solució a aquest debat és urgent. Ben aviat el pla energètic serà votat al Parlament balear. Serà, potser, un dels moments més interessants de la vida legislativa de la nostra comunitat autònoma, equiparable al debat sobre la Llei d'espais naturals o al Pla de residus sòlids, debats tots ells que tenen molt a veure amb el tipus de societat que es desitja a unes illes que volen fer de la "qualitat de vida" la seva principal senyera d'identitat. La llàstima és que aquest debat arribi amb quasi deu anys de retard, quan les presses poden dur a improvisar solucions per atendre urgències en lloc de promoure la planificació que en circumstàncies normals seria exigible.

- CONJUNTURA -

La despesa turística de 1995 frega els 650.000 milions

Enguany, en els tres primers mesos, ja s'havia experimentat un increment de deu mil milions de pessetes. Això fa que les previsions per a tot l'any siguin especialment bones, encara que el creixement global -a causa de l'estancament de juliol i agost- no sigui tan espectacular. Aquesta favorable perspectiva xoca, no obstant això, amb altres sectors econòmics que no acaben d'aixecar el vol, sobretot amb el sector agrari.

ONA

La despesa turística, és a dir, allò que paguen els turistes per passar les seves vacances a les Balears, es va incrementar el 1995 en un deu per cent i arribà als 642.000 milions de pessetes. Aquest increment va ser possible gràcies als augments de preus obtinguts per l'hoteleria i a un canvi monetari favorable. La despesa individual per turista és ja de quasi deu mil pessetes diàries, exactament 9.742, de les quals poc més de sis mil corresponen al paquet turístic, que es paga al lloc d'origen, i la resta són els doblers de butxaca. El conseller de Turisme, Joan Flaquer, va valorar molt positivament aquests resultats, i destacà la importància de no cedir enguany a la pressió dels majoristes de viatges britànics per rebaixar els preus.

L'anàlisi de la despesa turística, que anualment fa la Universitat de les Illes Balears per encàrrec del Govern balear, corrobora no només que 1995 va ser un bon any sinó que marcà una tendència a la consolidació tant per a enguany com per a successius exercicis. El nombre de turistes només va créixer un 2'7 per cent, però els resultats es beneficiaren de l'increment de preus a l'hoteleria. Aquest fet i la progressiva desestacionalització -els majors increments es registren durant els mesos de temporada mitjana i baixa- són els millors indicadors de la pauta a seguir.

De fet, aquesta tendència cap a la temporada baixa també s'ha constatat en el darrer informe conjuntural de Sa Nostra, corresponent al primer trimestre de 1996, del qual se'n desprèn un increment de la despesa turística de deu mil milions de pesse-

tes, un 27 per cent més que l'any passat i amb una xifra absoluta de 45.000 milions de pessetes per a un total de 674.500 turistes.

ENGUANY S'ESPERA UN LLEUGER INCREMENT

De cara als nou mesos que resten les informacions del servei d'estudis de la Sa Nostra i la Conselleria de Turisme coincideixen a afirmar que es pot esperar un lleuger increment del nombre de turistes -tal volta un 1 o un 2 per cent- i un 6 per cent més de la despesa, la qual cosa elevaria la xifra final a 685.000 milions. D'aquesta manera tant Miquel Alenyar com Joan Flaquer varen voler sortir al pas de les desconfiances generades per un probable descens del mercat britànic que ha dut els majoristes de viatges a voler renegociar a la baixa molts de contractes.

A una recent taula rodona celebrada al club DM per la prestigiosa revista turística Editur, els ponents -en nom de la CAEB, AVIBA, Riu i Soltour- coincidiren a afirmar que el futur passa per incrementar la qualitat i per oferir una bona relació entre el preu i aquesta qualitat, la qual cosa obliga a no reduir els costos en perjudici d'un bon servei. Al capdavant si una cosa sembla clara és que són els hotels que ofereixen qualitat els que finalment obtenen benefici mentre que la resta no fa més que posar traves al mercat.

DESPESA TURÍSTICA 1995

Mallorca	471.600 milions
Eivissa i Formentera	104.500 milions
Menorca	65.800 milions
Total Illes Balears:	642.065 milions .. (+9'8%)
Turistes:	8.189.000 .. (+2'7%)

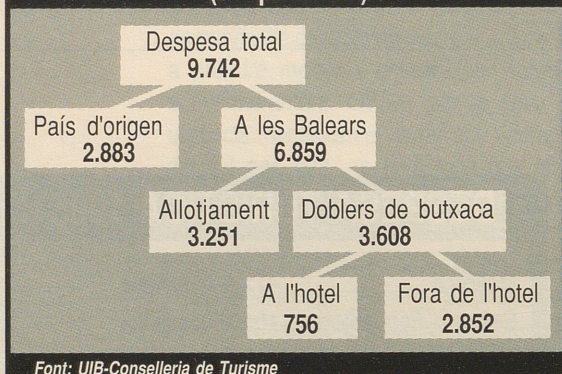
Font: UIB-Conselleria de Turisme

ELS APARTAMENTS I EL TURISME RESIDENCIAL S'INCREMENTA

Un altre aspecte a destacar de l'informe presentat per la Conselleria és el grau de satisfacció dels turistes que es fa evident amb el desig d'un 81 per cent dels enquestats de tornar a les Illes. Igualment cal destacar que el percentatge dels turistes que van a hotel és en aquest moment de només el 54 per cent del total, amb una tendència a la baixa, mentre que els apartaments ja registren el 40 per cent. De la resta, un 6 per cent, és a dir, prop de mig milió de visitants, la Conselleria no

en té cap constància, però lògicament formen part dels anomenats turistes residencials que tenen la seva segona residència a les Illes o que, senzillament, s'hostegen a cases particulars.

DESPESA PER TURISTA I DIA (en pessetes)



Font: UIB-Conselleria de Turisme

Però si al turisme, a pesar de les preocupacions de darrera hora per les reserves d'enguany, tot sembla anar-li a favor, no passa el mateix a la resta de sectors. La indústria, per exemple, ha sortit del declivi però no acaba d'aixecar el cap com pertoca. L'any passat el sector del calçat de les Balears va produir quatre milions de parells de sabates, la qual cosa significà un volum de negoci de 25.000 milions de pessetes, però la seva capacitat de producció permet incrementar la fabricació en un 40 per cent. És a dir, que les fàbriques es troben infrautilitzades.

DESPESA TURÍSTICA (PRIMER TRIMESTRE)

	1995	1996	
Ingressos	35.835 milions	45.627 milions	+27'2%
Turistes	553.100 passatgers	674.500 passatgers	+21%
Preus hotelers			+6'2%
Preus oferta complementària			+3'3%

Font: Sa Nostra

Aquestes xifres varen ser explicades pel conseller de Comerç i Indústria, Guillem Camps, a l'acte de signatura d'un conveni amb Selec-Balear per incrementar la presència de la sabata de les Illes al Japó. Segons el gerent d'aquesta associació empresarial, Antoni Villalonga, "no hi ha més remei que incrementar l'exportació si volem sobreviure i el Japó és el millor mercat possible a aquests moments". Els fabricants illencs venen el 80 per cent del seu producte al mercat nacional, un percentatge que difícilment es pot incrementar atès el fet que a Espanya s'ha registrat un descens de la mitjana de compra de parells de sabates per persona i any de 4 a 2'8 parells.

BARÒMETRE DEL COMERÇ DE PIMECO

Pregunta: Quin futur creu que espera al comerç?
Resposta: 600 enquestats

Molt bo	1%
Bo	19'1%
Mitjà	43'8%
Dolent	8'8%
Molt dolent	4%
No ho sap	13'1%

Font: Pimeco

A més del Japó hi ha altres mercats on s'han fet campanyes de promoció. La Cambra de Comerç de Mallorca i Eivissa ha assistit enguany a les fires de Taiwan, Singapur, Hong Kong, Xile i Austràlia amb resultats positius. Les vendes al sud-est asiàtic ja superen els 400 milions de pessetes, una quantitat que pot semblar modesta però, com diu Miquel Beltran, el director de comerç exterior de la Cambra, "petites quantitats poden arribar a fer que el volum d'exportació s'incrementi i, a més a més, es pot aconseguir una major seguretat si no es depèn d'un sol mercat".

EL COMERÇ ES MANTÉ ESTANCAT

El comerç tampoc no segueix l'estela del turisme, tal volta, com denunciava el president d'AFEDECO a ONA el passat març, perquè la inestabilitat laboral és el principal enemic del consum i, per tant, del comerç. Sigui com sigui un recent estudi d'aquesta patronal sobre els consumidors de Palma mostra una lleugera reactivació de les compres excepció feta de les referides als electrodomèstics, el descens de vendes dels quals es pot situar en prop d'un cinc per cent.

Aquesta mateixa dada queda reflectida al "baròmetre del comerç" que elabora la PIMEM. El sector del comerç confessa sentir-se molt poc esperançat cap al futur, ja sigui per l'aparent manca de recuperació del consum com per l'increment constant de la competència de les grans superfícies. Una enquesta feta entre els botiguers mallorquins diu que només el 20 per cent pensen que tenen un bon futur, mentre que un 23% creu que és dolent i la resta, o no contesta o es limita a donar clars símptomes de conformisme davant la realitat actual.

EL SECTOR AGRARI, A LA BAIXA

El sector que no aixeca el cap és l'agrari. El darrer informe de Mercapalma mostrava un descens de la comercialització de productes agrícoles mallorquins, mentre que -per altra banda- la producció lletera arriba a les fites més baixes de la seva història. La Direcció General de Producció i Indústries Agràries creu que s'està produint una reestructuració del sector que fa que només continuïn actives aquelles produccions ramaderes que poden ser rendibles. El fet és, però, que enguany ja només hi ha 210 ramaderies a Mallorca que produeixen 50 milions de litres anuals, mentre que fa deu anys n'hi havia més de 800 amb una producció que superava els cent milions de litres anuals.