

L'imperi del sol

Trenta-tres anys després de la creació, el grup Sol ha dedicat els darrers anys a consolidar la seua expansió internacional. Dos milions i mig de clients i 90.000 milions de facturació són les xifres més espectaculars del 1989.

Primera grup hotelier espanyol. Tercer d'Europa. Setzè del món. Cent quaranta establiments. Setanta-quatre mil llits de capacitat d'oferta hotelera. Setze mil treballadors. Quasi 90.000 milions de facturació per enguany. Aquests són alguns dels poders del Grup Sol, la macroempresa hotelera mallorquina.

L'OBRA D'UN EMPRESARI

Potser no sigui molt freqüent que quan es parla de magnituds com les descrites, aquestes corresponguin a l'empresa d'un sol home, O almenys a l'empresa que creà un sol home. Però aquest és, precisament, el cas del Grup Sol.

Gabriel Escarrer i Julià, actual President del Grup i accionista majoritari, fou el creador d'aquesta empresa ara fa trenta-tres anys. Era l'any 1956 quan Escarrer començà a explotar un petit hotel a la Badia de Palma de només 60 places. En vint anys aconseguí crear, a l'empar del desenvolupament turístic-econòmic dels anys seixanta i setanta, una ja sòlida cadena hotelera —encara només a Mallorca— que responia al nom d'Hotels Mallorquins.

Entre 1976 i 1984 l'empresa segueix creixent, però limitant les seves activitats als dos arxipièlags, Balears primer i Canàries més tard. El gran salt cap a l'expansió fou a l'any 1984, quan Sol es fa amb el grup Hotasa que li representarà tenir presència a totes les principals ciutats espanyoles.

A mitjans dels anys 80 el sector turístic balear vivia el segon gran «boom». Després dels anys de la crisi, tornava a les Illes la febre del turisme: nous hotels, més beneficis i, la cara amarga, també molta més degradació paisatgística i ambiental. La degradació es va fer tan evident que, alhora que es generalitzaven les crítiques a un creixement massa desbotat, un grup hotelier, el Sol, es plantejava la necessitat de diversificar les inversions, cercant precisament oferir allò que Balears començava a tenir amenaçat: espais naturals atractius i descongestionats. Va ésser el 1985 quan Sol inaugura la Divisió Internacional del grup i creava el primer hotel a l'estranger, a Bali.

LA DEFINITIVA CONFIGURACIÓ DEL GRUP SOL

Ben sòlid, el grup Sol aconseguia el 1987 fer-se amb la totalitat de la cadena Melià. Era la, fins ara, darrera passa per a acabar un cada vegada més el complex entramat empresarial. Amb el grup Melià s'aconseguia, a més, poder oferir un nombre important d'hotels de classe alta, per gent d'alt poder adquisitiu i, per tant, entrar dins uns nivells d'oferta de luxe que fins a aquell moment, de forma majoritària, no oferia Sol. A partir d'aquell any, 1987, el Grup Sol funciona a partir de tres grans divisions, a més de la de Internacional.

La primera és «Sol-Hotels», la primera que es creà, que funciona amb un total de 106 establiments (66 a zones turístiques, 24 complexos d'apartaments i 16 hotels de ciutats) i que són el gruix del Grup. És també la part més «popular». És a dir, la majoria dels establiments són per acollida del turisme típic europeu que ve a les zones mediterrànies o a Canàries amb pocs diners i a passar una o dues setmanes.

L'altre subgrup d'hotels és «Melià-Hotels», representa l'oferta d'alta qualitat. Es dirigeix cap al client d'alta capacitat adquisitiva, especialment directius i executius d'empresa i visitants econòmicament forts. Tots ells són de localització urbana, a les principals ciutats (i no a zones turístiques com els «Sol-Hotels»), ofereixen atenció especial al client, alta gastronomia, etc. Són, en definitiva, la imatge «de luxe» del grup. En total formen Melià-Hotels 33 establiments, tots ells de 5 i 4 estrelles.

Atesa la creixent complexitat del Grup, a poc a poc s'ha anat creant una tercera divisió que és la de les empreses afins que reuneix la oferta complementària de la cadena hotelera, i que cada empresa d'aquestes per ella sola és una de les punteres, dins del propi sector, a les Illes. Són bugaderies, pastisseries-panaderies (amb més de quinze milions de productes anuals produïts), gelateries (amb una producció de més de 600.000 litres de ge-

lat/any), una impremta-editorial («Sol-Print» que edita tot el material publicitari-informatiu del Grup), tres empreses de moda i decoració («Moda-Sol», «Boutiques Sol» i «Decor-Sol», que atenen totes les necessitats de producció de material de vestir i decoratiu per al personal i edificis, respectivament), un estudi de gravació i vídeo (que segons fonts de l'empresa «és el més complet de la majoria dels existents a les Illes»), una secció d'alimentació («Frutosol» que es dedica exclusivament a la compra de fruita i verdura per als hotels del Grup), un escorxadador («Carma», per a cobrir les necessitats de carn) i, finalment, el Grup participa d'accions d'Aquapark, el parc aquàtic de Magalluf.

LA DIVISIÓ D'INTERNACIONAL

Des del 1985, que es creà el primer hotel a l'estranger (el de Bali), les inversions de Sol en aquest camp no han fet sinó augmentar. En només els darrers tres anys ja s'han inaugurat hotels a Turquia (3), a la República Dominicana (1), a Mèxic (1), a Irak (1), a Venezuela (2), a Colòmbia (1) i a Singapur (1). Per als pròxims dos anys està prevista la inauguració d'hotels de Santo Domingo, a Tailàndia, a Brasil, a Costa Rica i a Moscou.

Aquesta política d'inversió a l'estranger ha provocat, dins de l'ambient turístic mallorquí, certs recels



Meliá Puerto de la Cruz i Fulya, hotels pertanyents al grup Sol.



Gabriel Escarrer, president d'Hoteles Mallorquines.

GRUP SOL

SOL-HOTELS		MELIÀ HOTELS
-------------------	--	---------------------

SOL-HOTELS						MELIÀ HOTELS				
No. hotels	2*	3*	4*	Places (llits)	No. hotels	3*	4*	5*	Places (llits)	
Illes					Illes					
Mallorca	39	3	21	13	18.559	Mallorca	2		2	565
Menorca	5		5		3.007					
Eivissa	5		5		2.304					
P. València					P. València					
Alacant	5		3	2	2.938	València	1	1		550
València	1			1	247	Alacant	1	1		1.036
Catalunya					Catalunya					
Girona	1				230	Barcelona	2		2	1.009
						Andorra	1	1		480
Tot. PP.CC.	56				27.283	Tot. PP.CC.	7			3.641
Resta Estat	41	15	10	16	25.632	Resta Estat	22	3	9	11.662
Internacional					Internacional					
Turquia	3		1	2	1.702	Irak	1		1	516
						Indonèsia	1		1	980
						Venezuela	2		2	1.014
						Mèxic	1		1	380
						Colòmbia	1		1	540

Total Sol Hotels any 1988

100 3 45 35 54.617

No. clients: 1.852.936

Ocupació: 83,02%

Total Melià Hotels any 1988

37 3 11 19 18.733

No. clients: 557.289

Ocupació: 61,89%

FACTURACIÓ (en milions de pessetes)

ANY	TOTAL (milions)
1986	45.000
1987	65.000
1988	80.000
1989	87.000

perquè es tem que els diners invertits —que provenen en bona part dels beneficis generats a les Illes— i els beneficis que aquests generin

no representin una reinversió a Balears. Josep Forteza Rei, president de la Federació Hotelera de Mallorca, comentà (EL TEMPS núm.

268), al respecte de les inversions hoteleres a l'estranger que «no ho veia malament», però «esper que hi hagi una reinversió a Ba-

lears per a finançar entre tots la necessària reconversió hotelera».

Miquel Payeras