

Els negocis de les vacances no coneixen la crisi

On van les pessetes a l'estiu

Segons les temperatures que marquen els termòmetres, els sectors econòmics pugen o baixen el volum de negoci. Quan fa calor, una gran part de les despeses es destinen a viatges, hotels i pràctica d'esports. Tot això amb un fort increment del consum de begudes.

Les persones són animals de costums i això sol costar-les car. Sobretot, a l'estiu, quan s'imposen regles de vida diferents: fer viatges de vacances, adquirir vestimenta adequada a les elevades temperatures i practicar esports, majoritàriament aquàtics, que mantenen els cossos en forma i frescos.

Totes aquestes apetències (a més de les necessitats biològiques d'ingerir més begudes refrescants durant tota la temporada calorosa) generen uns beneficis econòmics considerables per als sectors que estan lligats als negocis d'estiu. Quan fa calor les pessetes es mouen més ràpidament.

D'entrada, el preu del viatge de vacances sols ser una de les despeses principals de l'estiu. Segons l'Associació Catalana d'Agències de Viatges (ACAV), aquesta

temporada el volum de negoci disminuirà entre un 5% i un 10% respecte al de l'any passat, tot i que el nombre de persones que viatjarà a altres punts de l'estat espanyol i a l'estranger és mantindrà. "El pressupost reservat al viatge ja està consolidat i ningú se l'estalvia, encara que sigui més petit, perquè viatjar serveix per a evadir-se dels problemes", declarava fa poc Jaume Boltà, vice-president i responsable de l'àrea de minoristes d'ACAV. El comentari d'aquest especialista turístic té tots els arguments a favor quan els efectes de la crisi no afecten amb tanta virulència com ara mateix les butxaques dels clients potencials. Les tarifes dels avions, com a conseqüència directa de les tres últimes devaluacions de la pesseta, han pujat entre un 6% i un 8% per als viatges a l'estranger i el 2% per als vols interiors. Atès aquest panorama, els *tour operators* ("els

reis de l'estiu") s'estan preparant per afrontar una de les temporades més dures de la seua història comercial. Els especialistes han qualificat aquest any d'exercici "neutre", encara que, potser l'entrada de més estrangers, atrets per la baixa cotització de la divisa espanyola, equilibrarà els resultats. Per contra, per un ciutadà dels Països Catalans eixir fora uns dies de vacances representa un enorme esforç econòmic. L'any passat, per exemple, feien falta unes 100.000 pessetes per comprar 1.000 dòlars (quantitat mínima per passar 15 dies a Nova York). Ara cal traure del compte bancari 140.000 pessetes.

El flux de turistes en el sentit d'entrada i no de sortida beneficiarà, almenys, les costes dels Països Catalans i especialment les de les Illes Balears, on s'espera que arriben més visitants que en 1992. Air Europa preveu augmentar la seua quota



Les companyies de *tour operators* pensen incrementar el volum de trànsit aeri durant aquest estiu.

en Mallorca en un 3,5%, un percentatge molt semblant al de la resta de companyies de vols organitzats. Des de principis del passat mes de maig Air Europa opera amb una flota integrada per 14 avions, 10 d'ells Boieng 737 de 148 places i 4 Boeing 737 de 228 places. Durant els tres mesos d'estiu, l'empresa ha programat un total de 32.300 hores de vol.

Spanair preveu facturar al final de la temporada uns 29.000 milions de pessetes i 30.000 milions l'altre potent majorista europeu, Futura.

Segons els càlculs de Spanair, el total de passatgers que pensa desplaçar la companyia cap a les Illes Balears és de 472.200, la majoria alemanys, britànics i procedents de la península Ibèrica. Spanair operava inicialment amb el mercat d'estrangers, però des de fa uns anys el mercat xàrter intern s'ha incrementat fins representar el 40% del total. L'empresa té un 49% del capital en mans de SAS Leisure AB, companyia del grup SAS que té com a principal objectiu oferir enllaços entre els països escandinaus i les Illes Balears i Canàries.

Futura, per la seua banda, després d'afrentar uns mesos difícils al maig i al juny, té previst incrementar l'activitat a conseqüència de la recuperació del mercat britànic i de la demanda del mercat alemany. La flota d'aquesta companyia està formada per cinc avions Boeing 734 (180 places) i 2 Boeing 733 (250 places).

PROBLEMES AL CEL

No tots els resultats dels negocis del cel són positius. Des que es va produir fa dos anys l'enfonsament de les principals companyies aèries del món, la situació del sector continua sent molt delicada. Durant el 1992, el sector va suportar pèrdues per un valor 5.700 milions de pessetes. Només algunes companyies, com ara British Airways o Swissair han aconseguit allunyar-se miraculosament del gran forat deficitari, però l'espanyola Iberia i l'alemanya Lufthansa han presentat unes pèrdues que s'han de comptar per milers de milions. Iberia va perdre 35.000 milions de pessetes "malgrat la reducció dels costos d'explotació i de la plantilla", segons matisen portaveus de l'empresa.

Per un altre cantó, Iberia ha incrementat la seua oferta de places, el 1992, un 7,7%, amb un coeficient d'ocupació del 66,5%, quatre punts per damunt dels resultats de 1991. El total de persones transportades durant el mateix any va ser de 15 milions, 800.000 més que l'exercici anterior. Bar-

celona i Sevilla, a causa dels Jocs Olímpics i de l'Expo, van ser els punts de destinació més demanats, seguits de Canàries.

L'EUROFERTA

El tren, com a mitjà de transport, té encara avui molts problemes per a imposar-se en l'oferta d'estiu. Relativament més assequible, l'opció del tren va guanyant adeptes encara que ha de patir forts desequilibris de gestió. Com a principal novetat, Renfe ha afegit un servei nocturn entre els principals punts turístics de l'estat espanyol. Barcelona-València-Alacant té en aquests moments 25 trens diaris; Madrid-Alacant en té 15 i València-Madrid compten amb 14 eixides diàries.

L'Euroferta de Renfe és sens dubte el producte estrella d'estiu. El servei internacional és vàlid en els talgo *Joan Miró* i *Francisco de Goya*, des de Barcelona i Madrid respectivament, per a realitzar desplaçaments a preus reduïts a Europa i en especial a Eurodisney, en territori francès. Aquest parc d'atraccions, a pocs de quilòmetres de París, té ara greus problemes de gestió, tan grans com els que pateix Renfe. Les dues empreses travessen una situació financera molt delicada. El "regne dels somnis" de Disney no ha pogut escapar als efectes negatius de la crisi, tot just dos anys després de la instal·lació a França. La societat que gestiona el parc i el complex hotelier veí ha anunciat unes pèrdues de 500 milions de francs (al voltant d'uns 11.300 milions de pessetes) entre els mesos d'abril i juny. La comptabilitat de l'empresa espera continuar en números rojos durant els mesos d'estiu.

Renfe, quant a pèrdues, tampoc es pot queixar. Segons van informar la passada setmana fonts de l'empresa estatal, el dèficit ha estat de 31.814 milions de pessetes durant els sis primers mesos d'enguany. L'evolució global dels resultats, però, sembla positiva si es compara amb el passat recent. Les pèrdues s'han reduït un 16,6% respecte a l'últim semestre de l'any passat. La reducció de la plantilla en quasi 6.000 treballadors (que ha deixat



Darrere del sector cerveser s'amaguen forts interessos de capital internacional.

RAFA GIL

ara mateix la nòmina de l'empresa amb 42.439 empleats), i les subvencions de 128.000 milions han contribuït notablement als canvis de signe financers, segons reconeixen els mateixos directius de l'empresa.

HABITACIONS AMB VISTES

Amb el viatge assegurat, l'altra part important dels pressupostos estiuenques se sol reservar per l'estada en els hotels i altres residències. Les costes dels Països Catalans tenen bones previsions en aquest sentit. A partir dels primers dies del mes de juliol, pràcticament la totalitat de l'oferta hotelera al País Valencià estava reservada amb un 60% aproximadament de turistes provinents de l'estat espanyol i la resta estrangers. Benidorm ha concentrat la major oferta, i s'ha situat a la capçalera de les preferències molt per davant de la Costa Brava. Segons les primeres estimacions, se superarà l'índex del 80% d'ocupació tant al País Valencià com a les Illes Balears. Gandia, un cas excepcional per les condicions particulars de què ha gaudit enguany, ha arribat al cent per cent de l'ocupació hotelera. L'ajuda que ha rebut del programa estatal Excel·lència Turística li ha valgut 500 milions de pessetes complementaris. Prou suport financer perquè l'alcalde, Josepa Frau, haja declarat eufòricament fa pocs dies que la seua intenció és convertir Gandia "en imatge i

emblema de la Mediterrània". No tots són tan optimistes. Segons l'Associació d'Empresaris Hotelers al País Valencià, al final de la temporada es pot produir un descens del 40% de la demanda, xifra "catastròfica" per alguns que podria fins i tot provocar el tancament temporal d'alguns establiments, segons ha avançat el secretari general dels empresaris hotelers valencians, Gustavo Prades.

També l'estiu és la temporada durant la qual es consumeixen més begudes i més gelats per lluitar contra els estralls de la calor. La producció i comercialització de la cervesa serveix, sovint, com a patró-mesura dels nivells de consum de refrescos durant la temporada d'estiu. El sector cerveser ha vist caure la producció durant els tres últims anys, segons l'Associació Nacional de Fabricants de Cerveses (Anface). Antonio Trujillo i Alfonso Marqués, president i director general respectivament d'Anface, comenten que la crisi econòmica ha afectat de manera general el conjunt de begudes refrescants, però "l'impacte ha estat particularment negatiu per a la cervesa". Segons diuen, les pujades de preus s'han produït en els bars, cafeteries i restaurants on es ven el 68% de la producció total. La cervesa té també altres problemes afegits referits a la dependència del capital estranger. La majoria de les marques comercialitzades a l'estat espanyol suporten una forta participació d'inversió forana. Ara mateix, els sis principals fabricants es troben en aquesta circumstància. El grup britànic Guinness controla el 99% de Cruzcampo i el 70% d'Unión Cervecera. L'holandesa Heineken participa amb un 51% en El Àguila i l'alsaciana-francesa Kronembourg, integrada en el grup alimentari BSN, és propietària del 33% de Mahou i del 24% de San Miguel. L'inversor alemany ha comprat recentment el 18% de Damm. Una situació semblant es dona en el sector del gelat.

La catalana Frigo, que ocupa la primera posició del sector amb el 30% del total facturat, està en mans del grup anglo-holandès Unilever, el mateix que controla les marques alimentàries Tulipán, Grupo Revilla, i els detergents Skip, Luzil, Mimosin i Lux.

Miko-Avidesa, Camy i la Menorquina es reparteixen la resta del mercat estatal del gelat, llevat d'un 15% controlat per petites marques.

LA MAR D'ESPORTS

L'esport és també una de les activitats estiuencques amb més demanda. Entre

l'àmplia oferta actual, el submarinisme, les diferents modalitats d'esports nàutics i el fins ara selectiu golf semblen les pràctiques que més destaquen.

La transformació de la pràctica del submarinisme en un esport més popular ha generat un increment del volum de negoci que ja ha aconseguit una facturació anual de 150 milions de pessetes i 26.000 federats en tot l'estat espanyol. En poc més de cinc anys s'han duplicat les llicències federatives. A Catalunya és on més concentrada està l'afició, amb el 50% dels federats. Fonts del sector asseguren que els guanys obtinguts durant els dos últims exercicis, uns 300 milions de pessetes, s'acosten a poc a poc a la mitjana d'Itàlia, líder europeu en la pràctica d'aquest esport, on anualment es facturen 2.000 milions de pessetes.

El mar, en tot cas, atrau cada vegada més esportistes de tot caire. Les darreres estadístiques han confirmat un considerable augment de sol·licituds de titulacions i de venda d'embarcacions esportives. De 45.000 unitats, la flota espanyola ha passat a 125.000 unitats en els cinc últims anys, però està molt lluny encara dels nivells dels països europeus. A França, un habitant de cada cent és propietari d'una embarcació i en països més freds, com ara Suècia, Noruega i Finlàndia, la proporció encara és major, entre el 10% i el 16%. A l'estat espanyol no s'arriba al 0,2%. L'Associació d'Indústries Nàutiques, amb la seu a Barcelona, ha llançat una sèrie de propostes per tal de popularitzar la pràctica de qualsevol modalitat nàutica. La població jove és el primer objectiu d'aquestes campanyes que inclouen la iniciativa d'implantar assignatures d'aquest esport en l'ensenyament bàsic en zones costaneres.

El golf, per la seu banda, continua sent un dels esports més elitistes i, la majoria de les vegades, més que un esport és una



La pràctica del golf s'està popularitzant amb instal·lacions menys costoses.

RAFA GIL

ocasió per parlar relaxadament de negocis. No obstant això, des de fa un temps l'afició a aquest esport s'ha popularitzat, sobretot després del suport de les administracions central i autonòmiques en concepte de subvencions com a complement de les ofertes turístiques. Malgrat tots aquest esforços, les instal·lacions són sempre costoses i poc assequibles per a les butxaques dels aficionats. Conscient d'aquesta barrera, l'empresa Indústria de Besòs ha posat en marxa la creació d'un camp *pitch and putt*, modalitat importada directament d'Irlanda que es practica en terrenys de dimensions reduïdes. La fórmula atrau el gran públic. Tres instal·lacions d'aquest tipus estan ja en ple funcionament i sis més ho estaran a finals d'aquest any, totes elles en les proximitats de Barcelona. La inversió serà d'uns 400 milions de pessetes. En una segona etapa, segons avancen els responsables d'Indústria de Besòs, està prevista la instal·lació de camps *pitch and putt* en altres grans ciutats de l'estat espanyol, com ara Madrid, València i Sevilla.

Ignasi Pellicer