

**EXTRA
DEDICADO
AL TURISMO
EN
MALLORCA (III)**

Baleares

El diario de más circulación en el archipiélago

PALMA DE MALLORCA, 11 DE MAYO DE 1975



GABRIEL ESCARRER

«O se incrementan los precios entre 100 y 250 pesetas o nos vamos al garete».

JOSE NAVARRO

«A finales de año, servicio diario Palma-Barcelona, con los «canguros»
«Cabo San Sebastián» y «San Jorge».

JUAN ACKERMAN

«La aviación civil en Mallorca».



GABRIEL ESCARRER

(PRESIDENTE DE «HOTELES MALLORQUINES»)

“O SE INCREMENTAN LOS PRECIOS ENTRE 100 Y 250 PESETAS, O NOS VAMOS AL GARETE”

NO es difícil llegar hasta su despacho —sobre, elegante—, una vez que has podido concertar la entrevista. Don Gabriel Escarrer es, sin discusión, uno de los «grandes» del turismo nacional, siempre está dispuesto al diálogo, aunque tenga que aplazar una de sus frecuentísimas reuniones o consejos. Pero, eso sí, con un ruego por delante: «Mira, te agradecería que no personalizaras, que no hables de mí».

Y, de común acuerdo con el presidente de la cadena de «Hoteles Mallorquines» (10.000 camas repartidas en la isla), se opta por llevar la entrevista hacia el tema tan manido y siempre actual, aunque parezca una redundancia, del turismo.

—Desde mi personal punto de vista —dice el señor Escarrer, que creó su «imperio» hotelero en la zona de El Terreno, con aquel, ahora desaparecido, pequeño hotel que se llamó «Altair»—, yo extraería toda la actual problemática en cinco apartados: exceso de oferta; precios bajos; incremento continuo de los costos, y tener que efectuar la contratación con más de un año de antelación; infraestructura y, por último, incremento de la promoción. Si te parece, podemos ahora desarrollar, ampliar esos puntos.

Exceso de oferta

—Eso es lo que pretendemos. Para comenzar, vayamos por el primer asunto, el exceso de oferta.

—Se hace indispensable su equilibrio, ya que su consecuencia es inevitablemente el envilecimiento de los precios, y un deterioro de los servicios a prestar. De aquí esta abundancia de plazas que en la actualidad es tal, que un «Tour» Operador puede contra-

tar a condiciones de precios muy ventajosas, en detrimento de la economía mallorquina. Y no deja de ser alarmante que el año pasado sólo se consiguieron unos índices de ocupación, en la mayoría de los hoteles, posiblemente de un 50 a un 70 por ciento, que si bien cara a la hostelería internacional pueden considerarse como satisfactorios, para Baleares son catastróficos, ya que los precios de venta están basados sobre unos índices mucho más elevados, y ahora no obtenidos. Por esto creemos importante el poder controlar oferta y precios, más que en la solución de la formación de un «Tour» Operador, como en muchas ocasiones se ha dicho, ya que, efectivamente, cuando el sector hotelero funcionaba con unos interesantes márgenes comerciales, era cuando la oferta se situaba por debajo de la demanda (esto sucedía allá en los años 1965 a 1970), ya que se conseguían unos índices de ocupación muy satisfactorios, y desde luego una posición muy fuerte en el mercado. Cosa que ahora no ocurre, sino todo lo contrario. Y es por esto que veo la necesidad de estimular el asociacionismo entre nosotros mismos, que exista una verdadera unión de cara principalmente a la política de precios como a la promoción turística colectiva. Ambos factores primordiales, porque si no incrementamos los precios, cara al año próximo, entre las 100/250 pesetas diarias (depende de la categoría del hotel), nos vamos a ir al garete. Esto es un hecho bien evidente.

—Lo es. Pero sigamos. Ahora, el capítulo de los precios bajos.

—Seamos entonces realistas, y veremos cómo es hoy imposible ofrecer de una manera satisfactoria los servicios de un hotel de 3 estrellas, co-

brando entre 450 y 550 pesetas diarias, en pensión completa. Siguiendo la política de precios a la baja, hemos logrado una industria que hoy carece de márgenes comerciales. Estoy convencido de que si incrementásemos nuestros precios en la proporción indicada, y redujésemos la oferta sobre un 20 por ciento, a final de ejercicio tendríamos más o menos las mismas estancias, tal vez un 10 por ciento menos, pero lo que sí es seguro es que conseguiríamos que nuestra industria fuese rentable, recaudar más o menos igual con menos camas, y poder prestar un mejor servicio. Además, seguiríamos siendo todavía uno de los países turísticos más baratos de Europa, y —por el momento— casi imposible de reemplazar, a corto plazo. Si no, dime ¿qué país puede ofrecer un clima como el nuestro, las instalaciones hoteleras existentes, a un precio tan competitivo? Repito, que debemos comercializar nuestra industria o, de lo contrario, veo un mal final.

—Después de los precios, el incremento de los costos, que es el tercer punto.

—Otro de los graves problemas es el incremento continuo de los costos, cuando nuestra industria está obligada a formalizar la contratación de sus camas con más de un año de antelación, es decir, en estos momentos se está contratando hasta octubre 1976. ¿Cómo puede el industrial hotelero prever los aumentos que van a sufrir tanto el mantenimiento de nuestras industrias, Seguridad Social, salarios, productos alimenticios, etc., para el año 1976? No obstante, nuestros precios permanecerán inalterables hasta octubre 1976, ocurra lo que ocurra. Vemos continuamente que los artículos que consumi-

mos suben sin parar, y llegamos a unos extremos como el de la carne, base fundamental en la preparación de nuestros platos, que de 1973 a 1975 se nos ha duplicado. ¿Cómo puede un industrial hotelero prever, en estos momentos, cómo serán sus costos el año 1976? Y, no obstante, se ve forzado a fijar ahora sus precios que, para el año 1975, no han aumentado más que, yo diría que un máximo de un 10 por ciento, y sólo en algunos casos. El incremento de los costos en general de la hostelería, a los que hay que añadir un porcentaje

teles que adopten por transformarse en el crecimiento de los mencionados servicios. Lamentablemente, el hotelero para salvar su economía, no tendrá más alternativa que amoldarse a la demanda, lo que traerá consigo la desaparición de los servicios que hasta ahora se prestaban deficitariamente, de comedor y cocina.

Promoción realista

—Otro tema, y peliagudo, es el de la infraestructura.

—Es primordial ade-

precios muy competitivos; y la colaboración de los «Tour» Operadores que, ante la necesidad de vender todas sus plazas, han gastado también mucho dinero en promocionar nuestro país, ya que no todo tiene que ser crítica en contra de ellos, puesto que tienen en su haber muchas cosas positivas, y la primordial es el desarrollo turístico de nuestra región, ya que sin ellos hubiese sido muy distinto.

—Nos resta, para finalizar esos cinco puntos expuestos al principio, hablar de promoción.

—Para captar los posibles visitantes, hay que ir a buscarlos donde estén. Esta es nuestra filosofía. Para ello es imprescindible efectuar una promoción realista, estudiada a conciencia, con objetivos bien definidos, señalados por empresas especializadas en estudios de mercado, y orientadas o dirigidas directamente al público, con la colaboración imprescindible de los Fomentos de Turismo, y principalmente a base de promoción a baja y media temporada, que es cuando el hotelero más lo necesita. Una subvención en gran parte por el Ministerio de Información y Turismo se hace imprescindible.

—¿Adoptará «Hoteles Mallorquines» esa modalidad antes comentada de ofrecer alojamiento a base de habitación y desayuno, en lugar de pensión completa?

—Sí. Cara a la temporada próxima, vamos a experimentarlo en varios hoteles.

Y la entrevista toca a su fin. Usted, lector, se habrá dado cuenta de que el señor Escarrer conoce a fondo el problema —amplísimo, por otra parte— del turismo, y que apunta soluciones muy realistas.

JAIME JIMENEZ

(Fotos: MATIAS PASCUAL)

“El futuro de nuestra industria está en poder ofrecer al cliente mejor alojamiento a base de habitación y desayuno, y no en pensión completa”

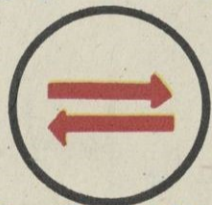
muy elevado que absorbe el medio de transporte, obliga a los «Tour» Operadores —cuyo único objetivo es el llenar sus plazas de avión, ya que es en este concepto donde obtienen su beneficio— a la programación en sus folletos de venta de la nueva modalidad: habitación y desayuno, y por tanto el uso de apartamentos en lugar de hoteles, o de los ho-

centar lo mejor y lo más urgente posible nuestras zonas turísticas, creando una imagen agradable y hospitalaria. Esto es esencial, ya que, por regla general, todo turista que nos visita suele juzgar nuestro país por lo que ve. Hasta ahora, nuestros mejores propagandistas han sido los mismos clientes que nos han visitado, que encontraban sol, ambiente y

La autopista sobre el mar



BARCELONA



PALMA DE MALLORCA

En el "Canguro" Cabo San Sebastian

HORARIO

SALIDAS DESDE BARCELONA:

Los Miércoles, Sabados y Domingos, a las 13.00 horas

SALIDAS DESDE PALMA:

Los Miércoles, Sabados y Domingos a medianoche

El viaje dura 7 horas

Precios desde 690 Ptas.



OTRO SERVICIO con la garantía de YBARRA

Servicio combinado con Canguro Iberia S.p.A
Barcelona ↔ Genova
5 servicios semanales

INFORMACION: YBARRA Y CIA, SA.
Avda. de Argentina, 117
Tels. 239 240-1-2-3 (4 lines)

PALMA DE MALLORCA

y en todas las Agencias de Viajes

EL TORO



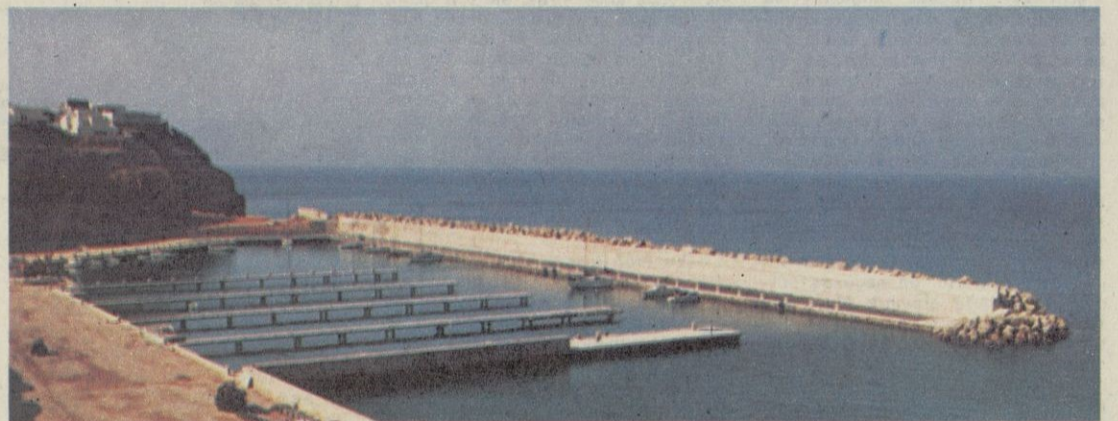
APARTAMENTOS

DESDE 375.000 Ptas.
"LLAVE EN MANO"



PUERTO DEPORTIVO

EL TORO



AMARRES

DESDE 216.000 Ptas.

GRANDES FACILIDADES DE PAGO



NASA
PROMOCIONES

Paseo Mallorca, 23 - 1.º - 1.ª
Edificio «Palacio de la Prensa»
Palma de Mallorca - España
Tels. 23 11 49 - 23 71 11 - 23 71 12

Don JUAN MIGUEL CALDENTY, director comercial de "Hoteles Mallorquines"



Don Juan Miguel Caldentey, director comercial de «Hoteles Mallorquines»
Foto: MATIAS PASCUAL

Don Juan Miguel Caldentey es actualmente director comercial de la cadena «Hoteles Mallorquines». Antes ya había dirigido varios establecimientos hoteleros, y pese a su juventud, tiene una enorme experiencia en la materia, además de una muy sólida formación.

—Bueno —dice el señor Caldentey—, yo considero que esta primera pregunta es muy amplia, que tiene un alcance máximo y, por lo tanto, resulta prácticamente imposible decirlo todo. En primer lugar, por ignorarlo, en segundo porque me dejaría siempre algo. Por ello, si te parece, me limitaré al terreno hotelero, que es el que yo conozco. Y también, si me lo permites, cambiaría el «que le sobra» por el que «dificulta» la actual coyuntura. Y entonces te diré que, en primer lugar, el exceso de individualismo empresarial; el exceso de capitalización foránea; un exceso de camas en oferta, consecuencia de tantos proyectos realizados sin la debida programación; estudio de mercado; capitalización, etcétera. Concentraciones exageradas en algunas zonas turísticas. Los precios de venta bajos, consecuencia, entre otras, de la capitalización extranjera precisamente, y de la competencia existente al haber exceso de oferta. Y otra cosa que se me ocurre, para no extenderme demasiado, es la contaminación. ¿Qué le falta? Yo diría unión empresarial, que entre las empresas hubiera colaboración, contacto con fines promocionales, comerciales, administrativos, etcétera. Muchísima mayor profesionalidad, individual y empresarial. Después, solucionar, rotunda y definitivamente, la infraestructura: alcantarillado, calles, zonas verdes, alumbrado, basuras, etcétera. También nos falta recobrar el respeto al cliente. Necesitamos una promoción correcta en el exterior, campos de golf, casinos, un palacio de congresos adecuado a las exigencias de hoy en día... Nos falta menos legislación teórica y más diálogo real y práctico entre Administración y administrados. Servir al cliente más, mejor, y cobrarlo. Y, finalmente, que todos seamos mantenedores del tipo.

—¿Qué tal resultó la temporada de invierno y cómo se presenta, según las previsiones, la de verano? —Bueno, la temporada invernal fue mala. Definitivamente, los meses de noviembre, diciembre, enero y febrero mostraron índices de ocupación muy bajos. Marzo se arregló algo por razón de la Semana Santa, y eso únicamente en Palma ciudad. En las playas, hoteles nuestros tradicionales de ocupación altísima, no llenaron. Abril y mayo no son buenos; la primavera no es buena. Yo creo que hasta entrada junio no se producirá una reacción efectiva. Por lo tanto, todo este exceso de optimismo del que se han hecho eco los medios de información han sido muy precipitados. Lo más probable que ocurra, de seguir así las cosas, es que los meses de julio, agosto y septiembre arrojen un alto índice de ocupación. Por lo que se refiere al otoño, personalmente creo que octubre será bueno. Pero también opinó que nos aguarda un invierno bastante flojo. O sea, que hemos vuel-

to a unos años atrás, siete u ocho, en los que se trabajaba desde Pasqua hasta octubre, y nada más. Esto se rompió al iniciarse las vacaciones cortas, de cuatro o cinco noches, y entonces hubo un «boom» falso de ocupación durante los meses de invierno. Ahora, pues, muchos hoteles tendrán que dedicarse únicamente a la temporada alta.

—¿Se superará, según tu punto de vista, la actual crisis, Juan Miguel?

—Yo creo que a corto plazo, no. Y entiendo por «corto plazo» un período de dos o tres años. La crisis nuestra es consecuencia de la de otros países extranjeros. Si ellos tienen inflación o crisis económica, como es el caso de Inglaterra, si no se soluciona allí, nosotros vamos a ir a remolque. Aunque no quiera decir que no existan otros mercados interesantes, como es el caso de España, Alemania, Holanda, Bélgica, etcétera.

—¿Es todavía el británico el mejor cliente de vuestra cadena?

—Sí, el cliente llamémosle básico, era y es el inglés. Y este año no vendrán más ingleses a Mallorca, no. Lo que ocurre es que ellos tienen ahora menos folletos en donde comprar sus vacaciones.

—¿Quieres añadir algo?

—Tal vez volviendo al tema de las vacaciones invernales de las tres o cuatro noches, al que antes me refería, y del que decía que había desaparecido, es por una sencilla razón: hoy ya resulta muy caro debido a varias razones: subida del combustible, que lo encarece enormemente; después, el que las economías no permiten dos vacaciones al año. Además yo estoy convencido de que muchos clientes que vienen en invierno, sobre todo los que están en larga estancia y por los que pagan las agencias unas 250 pesetas por día y persona, incluyendo desayuno, almuerzo, cena, calefacción, servicios del hotel, etcétera, estos clientes no son rentables. Por ello va siendo hora de ir pensando más que en ocupación, en producción. Es decir, trabajar para ganar. Ampliando lo que decíamos antes de si este año vendrán más clientes a la Isla, te puedo contar el caso de un importante «tour» operador. El pasado año puso a la venta 800.000 plazas, asientos de avión, que son las que cuentan. Pensaba venderlas todas, pero resultó luego que sus clientes adquirieron 400.000 plazas. Entonces, este año en curso, lo que hace es vender lo seguro, las 400.000 plazas del 74. Es decir, que para ese «tour» operador sí será un gran año, pero no vendrán más turistas. Y para terminar, que veo que me estoy extendiendo demasiado, está el caso, más bien anecdótico, de la televisión en color. La gente, en Europa, está comprando muchos receptores en color, que son muy caros, y lógicamente no se pueden permitir el lujo de irse dos veces de vacaciones.

Y así están las cosas, según el punto de vista —que uno, modestamente, cree muy acertado— de don Juan Miguel Caldentey, director comercial de «Hoteles Mallorquines».

J. J.

EL TURISMO MALLORQUIN, A DEBATE

Don JOAQUIN CAMPUZANO, delegado de "Spantax"



Don Joaquín Campuzano, delegado en Baleares de «Spantax»
Foto: MATIAS PASCUAL

NO habíamos pulsado, todavía, la opinión de los representantes de las distintas compañías aéreas. Por ello hemos elegido ahora a don Joaquín Campuzano, delegado general para Baleares de «Spantax».

—¿Qué le falta y qué le sobra, turísticamente hablando, a Mallorca?

—Buscar otros alicientes independientemente del sol y paisaje, para captar un turismo con mayor poder adquisitivo. Entre otros uno de ellos podría ser el juego, del que ya la prensa se ha ocupado en diferentes ocasiones. Extremar la vigilancia en cuanto a limpieza de playas y aguas, y no descuidar sino más bien fomentar y mimar al turismo nacional, el cual cada año va teniendo mayor incremento como hemos podido constatar tanto en Canarias como en Baleares. Le sobran edificios sin ninguna armonía con el paisaje que han proliferado en nuestras costas, al igual que los anuncios que invaden nuestras carreteras y lugares turísticos.

—¿Qué tal fue la temporada invernal y cómo se presenta el verano para «Spantax»?

—La temporada invernal del 74 en lo que respecta a «Spantax», fue superior a la del año 73, y la previsión para este verano según nuestros programas, nos hace pensar que quizás este verano del 75 sea un año «récord» de volumen de tráfico. Tanto que, como ya sabe, hemos adquirido cuatro cuatrirreactores CV-990 «Coronados» más.

—¿Se superará según usted la crisis?

—Le puedo contestar con respecto a la parte turística, la cual por lo que anteriormente le dije considero que se superará, ya que, repito, nuestras previsiones son óptimas. Ahora bien, la cuestión económica no depende solamente del turismo, sino de otra serie de factores, en los cuales no estoy documentado, y por lo tanto no puedo contestarle.

J. J.

Don ANTONIO CEVA, director general de "Turavia"

Don Antonio Ceva, quien por otra parte no precisa de presentación, se asoma también a esta página en la que se pulsa la opinión de la industria privada. El ha respondido así a nuestras preguntas:

—¿Qué le sobra y qué le falta, turísticamente hablando, a la Isla?

—Nos sobran hoteles y nos falta una mayor y adecuada promoción, con la consistencia y sobre todo con la tranquilidad de conciencia de que lo que se dice y lo que se ofrece sea todo una realidad. A mi modo de ver, para esta «VERDAD» faltan profesionales a medios y bajos niveles y para obtener esto último, faltan muchas más escuelas de formación acelerada, que permitiesen paulatinamente, ir introduciendo dentro de los establecimientos turísticos, gente más preparada, más educada y con un sentido de respeto y diferencia (no servil) para aquellos que nos visitan.

—¿Qué tal ha sido la temporada invernal y cómo se presenta la de verano?

—Si no nos ceñimos a nuestras queridas Islas Baleares y lo vemos como un conjunto dentro de las programaciones de Turavia diré que muy buena, con unos incrementos en verdad muy sustanciosos. Ahora con respecto a Mallorca y hablando de turismo español no se han notado sensibles incrementos.

«El verano se presenta muy halagüeño para todos los destinos.

—¿Según tus previsiones, se superará esta crisis actual?

—A mi modo de ver, la crisis se irá superando, pero muy lentamente, todo estará en razón del acto de conciencia, digámoslo así, que todos hagamos, en el sentido de pensar seriamente en que los espectaculares negocios, se acabaron hace muchos años. Que hoy en día las Empresas Turísticas a nivel europeo, inclusive mundial, son



Don Antonio Ceva, director general de «Turavia»

Foto: DEL SOL

comedidas en los estudios de sus márgenes comerciales y a tenor de ello sus inversiones deben tener más visos de realidad. Que los estamentos, a quien corresponda, sólo autoricen planificaciones e infraestructuras inteligentes, evitando saturaciones y destrozo de paisaje que, a muy corto plazo, perjudican al inversionista y, en definitiva, a nuestras áreas turísticas que, al final y a la postre, es, hoy por hoy, el patrimonio que nos permite salvaguardar un tanto la economía de nuestro país.

Por nuestra parte, sin comentarios.

J. J.

Doctor don ANDRES VIDAL, urbanista



El doctor don Andrés Vidal, promotor de la Zona Norte de Alcudia. Al fondo de la imagen, el puerto deportivo «El Cocardrillo». — Foto: MATIAS PASCUAL

SERIA absurdo por nuestra parte tratar de presentar ahora al doctor don Andrés Vidal Liabrés, uno de los más destacados urbanistas de nuestro país, y enamorado como pocos de Mallorca.

—Más que a la isla, en general, me vas a permitir que me refiera, que conteste a tus preguntas centrándolas en la Zona Norte, que vivo a diario. Caso de que le sobre algo, es belleza, placidez, luminosidad. Y algún que otro pecadillo en el estilo y construcción de un par de edificios que han pre-

ferido lo ajeno a lo nuestro. Y estimo que Mallorca posee recursos naturales y estilísticos más honrosos y dignos que casan a la perfección con nuestro paisaje. Y faltar. ¿Qué te diré yo? Quizás un poco más de amor a quienes la miman, a fin de que salvaguarden cualquier intrusismo que atente contra sus valores intrínsecos: paisaje, marina, arbolado, quietud. Cualidades que, sin duda alguna, son las que busca el turismo selecto para solaz, huyendo del bullicio de las grandes ciudades.

—¿Qué tal ha sido la temporada de invierno y cómo se presenta la próxima del verano?

—La temporada invernal que hemos acabado, sin ser buena, ha superado a la del pasado año. Naturalmente que hemos tenido que capear temporales. Pero éstos, por circunstancias ambientales, fueron esperados y previsibles; por lo que se han acusado menos, por el hecho de habernos hallado acostumbrados, sensibilizados y habituados al mareo.

»Y ahí está la evidencia.

(Continúa en la pág. 5)

Don JOSE NAVARRO, delegado de Compañía Ybarra en Baleares

«A FINALES DE AÑO ENTRARA EN FUNCIONAMIENTO EL NUEVO «CANGURO» «SAN JORGE»» (con capacidad para más de mil pasajeros)

Y LA LINEA PALMA-BARCELONA SERA DIARIA



El «canguro» «Cabo San Sebastián», de la Compañía Ybarra. A finales del presente año, con la entrada en servicio de su gemelo, el «San Jorge», el servicio Barcelona-Palma será diario. — Foto cedida por YBARRA

CON la inauguración del servicio regular Barcelona-Palma-Barcelona servido por el modernísimo y confortable «canguro» «Cabo San Sebastián», de la Compañía Ybarra, se abre, el mes de septiembre de 1975, una nueva época en las comunicaciones con la Península. Al principio, como recordará el lector, el servicio fue diario. Más tarde, por aquello de la conexión Barcelona-Génova, quedó en dos viajes semanales. Salvo en la temporada alta, en el verano, que se aumenta a tres.

—Sí, afortunadamente, cada día vamos en aumento, tanto en el capítulo de pasaje como en el de carga —me decía don José Navarro, delegado en Baleares de la Compañía Ybarra.

—¿Afectó mucho la subida del precio del combustible?

—Sí. A nosotros, y a todas las compañías navieras. Pero, pese a ello, también aquel primer año se experimentó un sensible aumento en el número de pasajeros.

—De un tiempo a esta parte es bastante frecuente fletar, alquilar el «canguro» para convenciones, competiciones deportivas, etcétera.

—Bueno, tú te refieres, supongo,

a la convención de «Chrysler», la revista «Viva 75» y la Vuelta Ciclista a España. Pero eso han sido casos esporádicos. A Ybarra no le interesa, lógicamente, desatender la línea regular de Palma.

El «San Jorge»

—¿Cuándo entrará en servicio el segundo «canguro» de Ybarra, el «San Jorge»?

—Si no surgen novedades de última hora, a finales de año.

—Tenemos entendido que es gemelo del «Cabo San Sebastián».

—Son exactamente iguales. Variará tan sólo la decoración.

—¿Aumentarán los servicios Barcelona-Palma-Barcelona con la entrada en funcionamiento del «San Jorge»?

—Además de mantener la conexión con Génova, que por cierto es una travesía muy rentable, el servicio Palma-Barcelona será diario.

—En esa línea que estamos comentando, y a finales de año, operarán tres compañías (Ybarra,

Transmediterránea y Aznar), ¿no será demasiada competencia?

—Yo no me atrevería a calificarlo de competencia. Creo que de un mejor y más amplio servicio se va a beneficiar únicamente el pasajero, que es lo que pretendemos todos. Y, naturalmente, aumentar el número de visitantes a la isla. Es más, yo me atrevería a decirte que, incluso, se podría mejorar la calidad del turismo que nos visita.

—¿Qué capacidad tienen los «canguros»?

—Para 1.007 pasajeros. En el «San Jorge», por cierto, se está estudiando introducir un sistema de butacas reclinables, con lo que aumentaría la capacidad.

—Para terminar, ¿cuál ha sido el secreto del éxito del «Cabo San Sebastián»?

—No existe, que yo sepa, ningún secreto. Ybarra tan sólo se preocupa de atender, tanto en las oficinas como en sus buques, lo mejor posible al pasaje. Y en ello no regateamos esfuerzos.

De ello podemos dar fe todos los que hemos viajado en el «canguro»...

JAIME JIMENEZ



EL TURISMO MALLORQUIN, A DEBATE

Doctor don ANDRES VIDAL, urbanista

(Viene de la pág. 4)

Con serenidad, con temple y con cierta prudencia y movidos por la esperanza, hemos podido atravesar esa crisis. Hemos podido continuar las obras previstas, manteniendo la integridad total de la plantilla de obreros —que realmente son ejemplares—, sin recurrir a ningún despido. Motivo este que me llena de honda satisfacción.

»En cuanto a la perspectiva para el próximo verano, referida a esta Zona, puedo anticiparte que se ha iniciado el despegue, en consideración a las ventas que tenemos realizadas, en estas fechas, en índice ascendente en comparación con las del pasado año en la misma época.

—¿A qué clientes y de qué países?

—La mayoría de nuestros clientes son ingleses y alemanes; y una gran parte de mallorquines.

—Desde su punto de vista, ¿se va a superar la actual crisis turística?

—Como tú sabes, soy médico y no adivino ni futurólogo. Sin embargo, según mi modesto entender, así como todas las crisis que se han producido al correr de los tiempos, han tenido su principio y su fin, creo

que también tendrá su término la crisis que soportamos; al igual que toda guerra, tiene su final, y como a los días de lluvia les suceden días de sol.

»Si repasamos la historia de la humanidad, podemos observar que está plagada de ciclos evolutivos, de enigmas, de crisis y de épocas de esplendor que se suceden ininterrumpidamente.

»El turismo es un fenómeno irreversible y, como tal, la crisis actual ha de resolverse en unos años. Porque el hombre es un animal de costumbres. Porque el hombre se crece ante las dificultades. Porque el hombre reacciona, agudiza su ingenio, toma nuevas iniciativas, estimula más su inteligencia y su imaginación ante el peligro. Naturalmente, siempre que el hombre tenga fe en su futuro.

»El hombre, ante las adversidades, lucha, planifica y ordena, cuidadosamente, todos los medios que tiene a su alcance y organiza su propia defensa. En función de todo ello, proyecta y estudia nuevas determinaciones, enfoca diferentes soluciones desde ángulos y posiciones distin-

tas y, después de una profunda meditación, actúa con eficiencia. Y siempre, o casi siempre, logra un invento o un descubrimiento, o cuando menos, encuentra la determinante más idónea y más conveniente en cada momento de su vida. ¿Y cómo no va a encontrar, en este caso, una solución a la actual crisis?

—Y, una vez superada, ¿cree usted, don Andrés, que todo volverá a ser como antes?

—La crisis turística se superará, no hay que dudar. Pero los oportunismos y triunfalismos de antaño ya son y serán historia.

»El urbanista que tenga vocación de tal, que esté preparado con suficiencia, que tenga amplia visión panorámica de conjunto, que sea responsable y consciente, estimo que puede dormir tranquilo, porque superará esta crisis; y mucho más si es optimista, por entender que el optimismo es la fuerza mágica que mueve el mundo.

Y optimista es, qué duda cabe, el doctor don Andrés Vidal.

J. J.

RAPA NUI: LA ISLA DE LOS CUARENTA VOLCANES (y IV)

EXCAVACIONES EN LA CASA DEL REY «TUU KO IHU»

La «hare paenga» o «casa-bote» podría ser el monumento más antiguo de la isla de Pascua

HE de referirme ante todo, con un poco más de detalle, al formidable equipo humano de la «Operación Rapa Nui», gracias al cual todas las dificultades fueron vencidas y los trabajos científicos llevados a término con un espíritu verdaderamente ejemplar.

El jefe de la expedición ha sido Antonio Ribera, un gran veterano del buceo y de la arqueología submarina, un hombre de poderosa personalidad y de unas cualidades humanas fuera de lo corriente. Aglutinados en torno a él, desarrollamos una labor triple:

la exploración submarina, la investigación espeleológica y el estudio de la arqueología terrestre.

Los demás miembros de la expedición fuimos Antonio Pujador, un piloto de aviación comercial, todo ímpetu y pasión, gran escalador y montañero; Noël

Hermitte, buceador, mozafrón callado, sencillo y bondadoso; Helge Willems, buceador, experto fotógrafo submarino, con corazón meridional, siempre bien dispuesto a echar una mano a los compañeros; Fernando Calderón y Marly Kuernerz, una pareja deli-

ciosa, rebotante de inquietud, juvenil, alegre, culta. Y el que esto escribe.

Por lo que respecta a la arqueología terrestre acordamos hacer un estudio morfológico de los diversos tipos de monumentos megalíticos de la isla, para determinar, si era posible,

cuál era el más antiguo.

Además, queríamos averiguar si en éstos existía ajuar que nos permitiera saber con mayor precisión el origen de los primeros pobladores de la isla, pues los diversos autores que han tratado este tema no

(Continúa en la pág. 6)

EXCAVACIONES EN LA CASA DEL REY «TUU KO IHU»

(Viene de la pág. 5)

coinciden en fijarlo. Por un lado parecían ser inmigrantes de las costas occidentales americanas, familiarizados con la técnica ciclópea. Por otro, no se descarta la posibilidad de que fueran un pueblo polinésico o, incluso, un pueblo de origen asiático.

Para ello decidimos, tras los estudios morfológicos de los monumentos megalíticos pascuenses, realizar unas catas en la construcción que nos pareciera más antigua.

El estudio de las estructuras de los monumentos nos reveló un hecho significativo: todos los tipos habían sido construidos utilizando materiales de la «hare paenga», que puede traducirse como «casa-bote» atendiendo a su planta.

Estos materiales de las «hare paenga» son muy característicos e inconfundibles. Se trata de unos bloques de piedra basáltica, bien tallados, de forma rectangular, que en su cara superior tienen varias oquedades circulares, de unos ocho centímetros de diámetro y unos seis de profundidad. En estas oquedades se engastaba el extremo de un bambú que permitía así un techado del edificio a base de esta planta.

Pues bien, estas piezas las encontramos como material de construcción en los dinteles y jambas de las casas de «Orongo»; en los muros de los templos o «Ahus», como los de Anakena y Tepeu; en las viviendas laberinto, como en «Ama Homu»; en tumbas

subterráneas como la del «Ahu Hekii».

Tanto el doctor Campbell como el profesor don Roberto Silva Bijit, de la Universidad Católica de Valparaíso, me aseguran que piezas rectangulares de «hare paengas» las han observado también en otros «ahus» o templos, incluso en la base de los mismos; y en otro tipo de construcciones.

La conclusión que se saca de este hecho, si quiera sea provisionalmente y como hipótesis de trabajo, es que el edificio más antiguo de la isla es precisamente la «hare paenga». De otro modo no se explicaría que las inconfundibles piezas de su aparejo fueran utilizadas como material de construcción para los otros tipos de monumentos, in-

cluso los que a primera vista parecen más antiguos, como son los «ahus».

Una vez que llegamos a esta conclusión, decidimos elegir una «hare paenga» para realizar una excavación. Tras visitar diversos poblados, elegimos una de esas «casas-bote» en el del «Ahu Tepeu».

Era una construcción notable por sus dimensiones. Sus treinta y siete metros y medio de longitud y sus aproximadamente 94 metros cuadrados de superficie la convertían en un ejemplar único. Posteriormente supimos que esta «casa-bote» o «hare paenga» era conocida con el nombre de «Casa del Rey Tuu Ko Ihu», el más importante después del rey Hotu Matua, colonizador de la isla, según las tradiciones de Rapa Nui.

Efectuamos tres catas en su interior, siempre con la

esperanza de hallar algún testimonio de la industria del hombre que no revelara su origen. Pero a excepción de cantidades poco menos que industriales de obsidiana trabajada no apareció nada más.

Ahora bien, si en vez de catas hubiéramos efectuado una excavación de toda la «hare paenga» los resultados pudieran haber sido otros, aunque por la envergadura del trabajo caía fuera de nuestros planes y propósitos, si bien, en el informe que hicimos a las autoridades arqueológicas chilenas, recomendamos su excavación total por propios especialistas de la república hermana, que tantas pruebas han venido dando de su competencia profesional.

Aparte de la gran cantidad de piezas de obsidiana que hallamos, tanto en superficie como en las catas, hay que hacer notar que a los 24 centímetros de profundidad y en todas ellas, hallamos claros vestigios de cenizas y carbones, de las que sacamos muestras y remitimos para su análisis a las autoridades arqueológicas chilenas, para determinar si procedían de un incendio corriente o eran fruto de la erupción del vecino volcán «Rano Aroi», hoy apagado, que según el vulcanólogo Peter Baker («Preliminary account of recent geological investigations on Easter Island», Oxford, 1967) entró en erupción en el siglo IV después de Cristo.

La única pieza debida a la industria del hombre que hallamos, fue en la cata central. Un anclón de piedra: es decir, una pieza rectangular con un agujero al centro y borde de uno de sus lados, para fondear pequeñas embarcaciones.

Esta pieza, junto con otra similar hallada en superficie en las proximidades de la «Casa del Rey Tuu Ko Ihu», y otras encontradas en Orongo las entregamos al gobernador de la isla para que les diera el destino que para estos casos previenen las leyes chilenas. Pasaron seguidamente al Museo Arqueológico de Hanga Roa, donde pude ver otros anclones de piedra de tipología diversa.

Volviendo al tema de las piezas rectangulares de las «hare paengas» quiero advertir, que además de hallarlas como material de

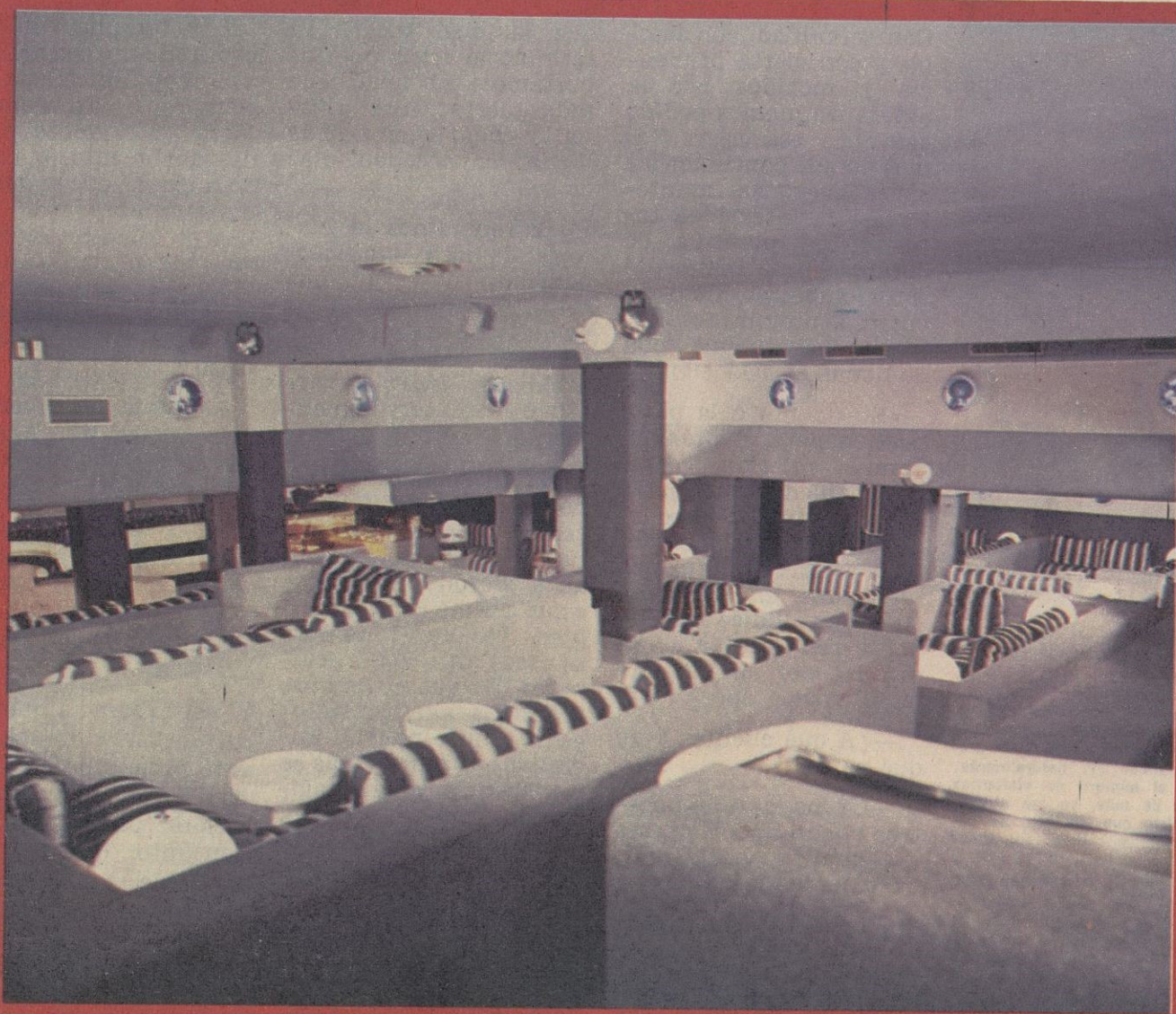
construcción en los monumentos citados, la encontramos en los «curantos», como en uno situado en las inmediatas proximidades del relieve de «Make-Make», el dios creador, esculpido en un acantilado de la península de Poike, al extremo oriental de la isla; pero decidimos no tomarlos en consideración porque los curantos, que son una especie de hornos formados por varias piezas rectangulares de piedra, están todavía en uso y es lógico suponer que cualquiera que en nuestros tiempos desee construir uno de esos hornos, eche mano a las piezas rectangulares de las «casas-bote» con lo que su trabajo queda así simplificado al mínimo.

Y para finalizar diré que tras el levantamiento de los planos de la «Casa del Rey Tuu Ko Ihu» hicimos la planimetría de otras construcciones megalíticas de la isla, entre ellas de la «tupa» de La Pérouse. La «tupa» es una construcción torreada con cámara central y falsa cúpula. No he visto un monumento tan parecido a nuestros talaiots, aunque esto, naturalmente, no supone ninguna relación de tipo cultural, pese a que viendo los planos y fotografías de la tupa, el mejor especialista en cultura megalítica balear, aseguraría que se trata de un talaiot.

En cuanto a la exploración arqueológica submarina y a la investigación espeleológica, me parece más correcto dejar que mis compañeros, que las dirigieron, den las primeras noticias. No obstante, diré que la exploración submarina dio óptimos frutos, al poder localizarse diversos «moais» o estatuas gigantes de piedra, en el fondo del mar, lo que permitirá esclarecer, si quiera en parte, el sistema de transporte desde la cantera en el volcán Rano Raraku hasta su emplazamiento definitivo.

En resumen, considero que el trabajo de los tres equipos ha sido fructífero y que la aventura científica que supone para todos nosotros no ha podido tener un final más esperanzador.

J. MASCARO PASARIUS



AGIL PUBLICIDAD

«NUEVA»
Y EXQUISITA DECORACION

«NUEVO» SONIDO

«NUEVA» ILUMINACION

UN SELLO NUEVO
CON PASAPORTE INTERNACIONAL

SABADOS Y DOMINGOS TARDE
GRANDES GALAS DE JUVENTUD



SCORPIO
discotheque

Sitios de Gerona s/n • Tel. 26 38 97 • EL ARENAL



El «Ahu Akivi» es uno de los pocos situados en el interior de la isla. Sobre el «ahu» pueden verse siete «moais» o estatuas de piedra gigantes. Observe al pie del «moai» central a un grupo de personas, lo que le dará idea de la monumentalidad de estas estatuas

Foto: MASCARO PASARIUS

LA AVIACION CIVIL EN MALLORCA (I)

Por Juan Ackermann.- Delegado de IBERIA en Palma

DESDE los comienzos de la era de la aviación, Mallorca y, en general, las Baleares, se mostraron no sólo interesadas en sus primeros pasos, sino que sentían la necesidad de vincularse a la tierra firme del continente, buscando su enlace con la Península. La navegación era la única vía de comunicación y al aparecer un nuevo sistema, otro medio, nació el interés y la curiosidad.

Por otra parte, en los inicios de esta entonces aventura aérea, y vista desde el continente, desde tierra firme, era una emoción que acrecentaba la aventura, el sobrevolar agua, sin posibilidades de aterrizar y sin ver tierra apoyados sólo en la brújula y en la suerte.

Los primeros balbuceos de la recién nacida aviación se vieron en Mallorca allá por los años 1911 en que un piloto francés, de la Escuela de Aviación de Pau (Francia) hacía exhibiciones en vuelos cortos. Su nombre era Julien Mamet y su avión un BLERIOT-XI que lo traía embarcado, pues aún no se atravesaba la mar.

Un gran hito, después de las primeras exhibiciones aéreas, era el vuelo del piloto santanderino Salvador Hedilla, con título desde 1913 cuando en 1919 y en un aparato «Vendome», diminuto monopla, vuela de Barcelona a Palma, siendo el primer aviador que une en enlace aéreo la Península con nuestra Isla, invirtiendo en el vuelo dos horas. Su misión tenía también como objeto hacer un estudio-proyecto de la Península. Por este vuelo, Su Majestad el Rey le otorgó la Cruz de Isabel la Católica. Lógicamente



El aeropuerto de Son San Juan, un día cualquiera, con varios aviones en su pista

Foto: MATIAS PASCUAL

serias quemaduras que, unidas a la fuerza del aire que le arrojaba el líquido caliente a la cara, le hicieron amerizar ya que se trataba de un hidroplano. El golpe con el agua debió expulsar al piloto del avión y desapareció. El mecánico italiano, señor Tiss, que le acompañaba, quedó en el avión, desfallecido, durante horas e ignorante de la suerte de su compañero.

Se suspendió la línea temporalmente, se organizó de nuevo el servicio dándole mucha más preponderancia a la parte técnica y el 22 de junio del mismo año 1922 se reinau-

aparecer el aparato, los buques de guerra hicieron sonar las sirenas. Una gran emoción, demostrada con frenéticas aclamaciones, fueron las notas que dieron fe de la llegada del aparato.

Por Real Decreto de 5 de julio de 1920 se establecieron las Líneas Aéreas Postales y se disponía que fueran consideradas afectas a las bases de Aviación Militar. Las solicitudes deberían ser cursadas por las Empresas al Ministerio de Fomento.

Los nombres de los aviadores precursores para el establecimiento de las líneas aéreas en España, se han mencionado más arriba y fueron los señores Salvador Hedilla, don Jorge Loring y don José Canudas, piloto desde 1917.

Su primer empeño se cifró en inaugurar una línea entre Barcelona y Palma.

Nace en este mismo ambiente, en 1921, la Compañía Aero-Marítima Mallorquina que adquiere unos cuantos hidroaviones «Savoia S-16» y «Macchi M-18» de pequeño tamaño y pilotados por aviadores italianos y españoles. Este servicio postal llegó a conseguir una regularidad pasmosa en aquellos primeros años y, como ejemplo, se puede citar que realizó 52 travesías completas desde el 21 de junio al 12 de agosto de 1922.

En 1924 se extiende a Palma los intereses de la Línea Aérea Latecoere, francesa, que acude financieramente en ayuda de la Compañía Aero-Marítima Mallorquina, que quedará prácticamente absorbida. Los hidroaviones franceses de la «Latecoere» establecen servicios con Francia, especialmente con Toulouse y Marsella. Por aquellos tiempos comenzó sus vuelos como piloto-radio-telegrafista-mecánico, etcétera, nuestro buen amigo don Juan Munar, hoy represen-

tante de Air France. Mil y una vicisitudes puede contar. Por diferencias de criterios, Latecoere dejó de explotar las líneas aéreas y se dedicó exclusivamente a la construcción de aviones, especialmente de hidroaviones de gran capacidad, con los que enlazó en 1930 Francia con América del Sur. La actividad aérea que dejó Latecoere pasó a llamarse «Aeropostales», cambiando más tarde su nombre por el de AIR FRANCE. La expansión de la aviación francesa era notoria y después de saltar los Pirineos en 1918 con su vuelo Toulouse-Barcelona, en 1919 prolongaron la línea a Alicante. Más tarde otra prolongación los enlazó con Rabat, Casablanca y Dakar. El 1925 enlazaron Marsella con Argel, con escala intermedia en Palma. Se ganó un enlace internacional con Francia, pero se perdieron los enlaces con la Península.

La aviación comercial española tiende hacia la expansión no conformándose sólo con el transporte postal. Nació en 1921 la Compañía C.E.T.A., y a ella se integra la ruta Sevilla-Larache, ejemplo de regularidad y permanencia por su buena organización y administración. Cumplía, además, un fin político al unir España con su Protectorado de Marruecos.

Como resultado del Tratado de Versalles, limitando las posibilidades de la naciente aviación comercial alemana, nacieron en España dos Compañías, una llamada Iberia, que volaba la ruta Barcelona-Madrid; y, la otra, fue la Unión Aérea Española, a la que se le concedió la línea Sevilla-Lisboa y después Madrid-Lisboa. Ambas tenían fuerte influencia alemana, ambas eran ambiciosas, independientes y aún rivales y ambas pretendían sentar las bases

para un enlace Europa-América. A finales de 1928 se crea la CLASSA (Compañía de Líneas Aéreas Subvencionadas, Sociedad Anónima), concesionaria del tráfico aéreo español. Se pasa por vicisitudes diversas, nace una sucesora llamada L.A.P.E. (Líneas Aéreas Postales Españolas) y otra llamada «Unión Aérea Española». L.A.P.E., con un buen material y buenas tripulaciones sigue adquiriendo aviones «Fokker» holandeses, llegando a contar con siete. También adquirió dos «Dragonde Havilland» y pensaba adquirir hidros «Dornier



Un Convair CV 990 A «Coronado», de la Compañía Spantax. Foto cedida por Spantax

Wall» para la línea Barcelona a Palma o Pollensa, pero después de un vuelo de ensayo no se llega a un acuerdo y no se realiza la operación.

El éxito de L.A.P.E. se acrecienta al adquirir un avión americano, el «Douglas DC-2», que marcó un verdadero hito en el transporte de pasajeros.

L.A.P.E. con sus «Fokker F-VII» estableció en 1935 la línea Madrid-Valencia y Valencia-Palma, aprovechando aeródromos ofrecidos por el Ayuntamiento y el terreno que en Palma tenía el piloto don José Canudas, posiblemente don Manuel Colomer, del que antes hablábamos.

Los tensos acontecimientos políticos y sociales de la España de 1936 fueron adquiriendo cada vez mayor relieve y la inestabilidad se aceleró en todos los órdenes. L.A.P.E. no podía ser una excepción

y también le tocó el turno para disgregarse.

En plena guerra y en la zona nacional renació IBERIA que había entrado en su día en la fusión que dio origen a la C.L.A.S.S.A. Los aviones eran del tipo «JU-52», «Junkers» alemanes, las tripulaciones eran de Lufthansa, los aeródromos eran los militares y la ayuda a la navegación aérea del Ejército nacional. El Cuartel General del Generalísimo, en los primeros tiempos, estaba en Salamanca. De allí en 1937 partía el servicio de frecuencia alterna Lisboa-Salamanca, siguiéndole los servicios Salamanca-Cáceres-Sevilla-Tetuán, igualmente alterna, la Salamanca-Burgos-Vitoria y Salamanca - Valladolid - Santiago.

Los acontecimientos militares de nuestra guerra y de acuerdo con las necesidades militares, el nudo central de la Compañía se trasladó de Salamanca a Zaragoza y allí se establecieron las líneas Zaragoza-Palma de Mallorca y la de Sevilla a Las Palmas, vía Larache, Ifni y Cabo Juby. El último año de la guerra, o sea 1939, IBERIA transportó 44.000 pasajeros con un parque de 6 aviones.

Unidos todavía estrechamente a Lufthansa, se les hizo saber la idea del Alto Mando Aeronáutico de nacionalizar el servicio de tráfico aéreo tan pronto fuese posible, tomando como base la propia IBERIA. Se les compró pues, a los alemanes, en 1939, los siete aviones «JU-52» y se reconstituyó el Consejo de Administración de la Compañía.

Finalizado el año, se incorporan a IBERIA tres

aviones «Douglas DC-2», anunciando para próximamente dos más, servidos por tripulaciones españolas, perfectamente aptas por sus servicios en guerra. También se anunció el proyecto de realizar el tráfico aéreo directamente por el Estado, creándose la Organización Estatal llamada T.A.E. (Tráfico Aéreo Español). El tráfico que desarrolló esta Compañía era complementario del que estaba haciendo IBERIA. El prestigio de T.A.E. por sus tripulaciones y aviones era inmenso, pero su vida era limitada, pues había de integrarse en la nueva compañía aérea nacional. Al liquidarse T.A.E., en 1940, tenía sus aviones amortizados y como el combustible lo recibía gratuitamente, el éxito económico en su año escaso de funcionamiento fue espectacular.

(Continuará)



Un modelo «prehistórico», un «Ford» 4-A7, del año 1930. Foto cedida por Iberia

no existía aeródromo y el avión aterrizó en un predio llamado Son Sunyer, muy cercano a lo que hoy es el Aeropuerto de Son San Juan (predestinación!).

Se comenzaban, pues, a vislumbrar enormes posibilidades de enlace con el continente.

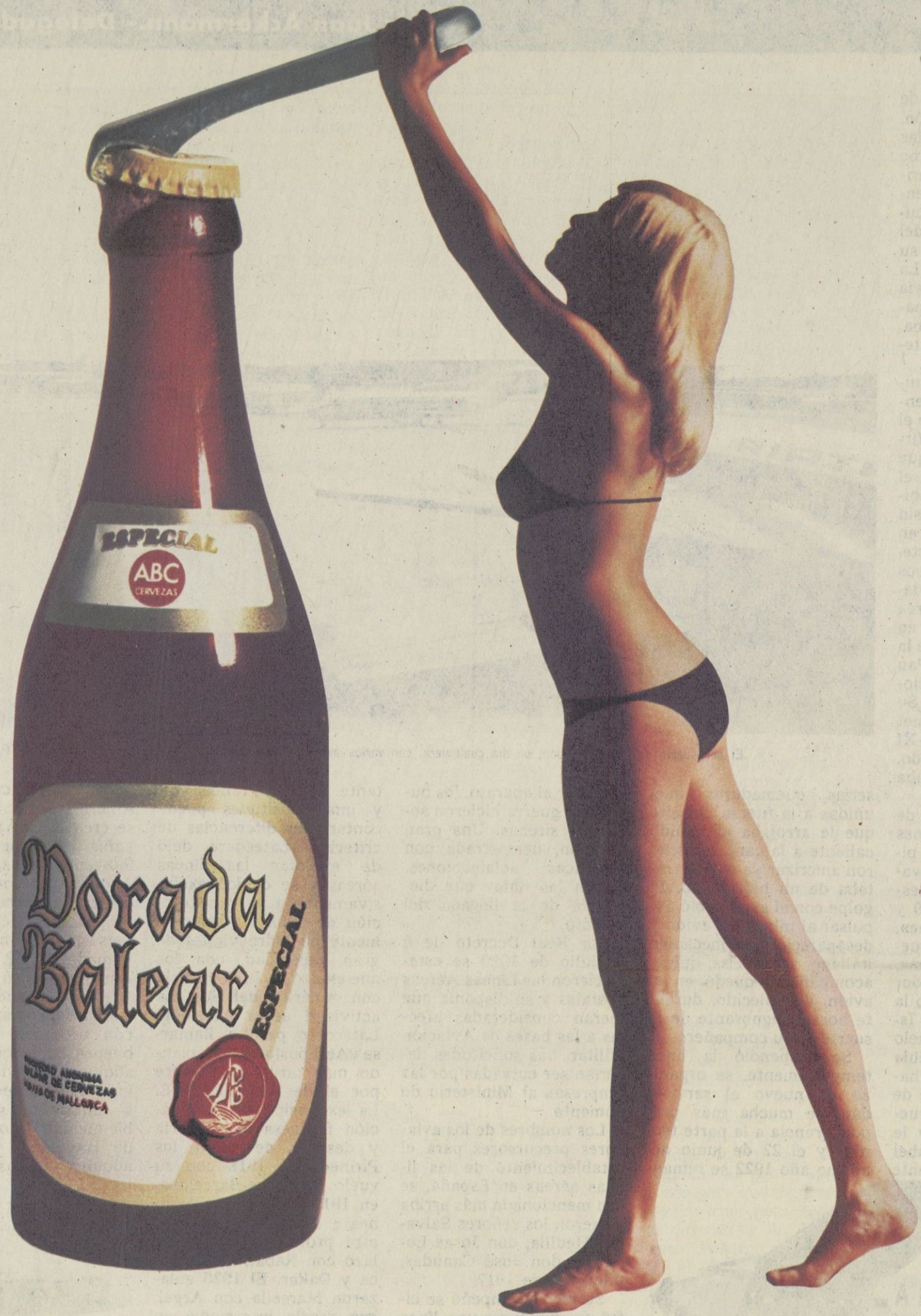
Prosiguen los vuelos experimentales, las exhibiciones y los entonces llamados «bautismos del aire».

Es de destacar un piloto, don Manuel Colomer, que por aquellos años realizó un vuelo experimental Lago Mayor-Génova-Barcelona-Palma, efectuando gran número de vuelos en toda la Isla. Lamentablemente ese piloto se estrelló en el primer viaje de inauguración oficial del servicio postal aéreo entre Barcelona y Palma, el día 8 de abril de 1922, a sólo 50 kilómetros de Barcelona, por rotura de un tubo de aceite del motor, que le produjo

gura el servicio postal con la Península.

Regresando un poco en el tiempo tenemos que mencionar a otro piloto, el piloto don Jorge Loring. Tuvo que vencer no pocas dificultades para comprar un hidroavión «Savoia S-9», provisto de un motor Fiat de 180 Hp. Aquel primer vuelo de ensayo se realizó en abril de 1920, sin tener apoyo oficial, invirtiendo un tiempo de 1 hora 13 minutos de Barcelona a Palma y 1 hora 33 minutos en el regreso. Le acompañaba en aquella aventura el italiano Guido Janello.

La población de Palma recibió al hidroavión con inmensa emoción. En el puerto y lugares próximos se concentró una gran multitud. Allí se encontraban los presidentes de los Aeroclubs de Cataluña y España, así como importantes comisiones de Aviación. Al



CMAS

destape



ELABORADA POR



S.A. Balear de Cervezas
Palma de Mallorca
Teléfono: 27 17 00

Cuando Vd. inicia el destape, no se para ahí, ¡Llega hasta el final!
y disfruta de una buena cerveza que le quita la sed y le ayuda
a seguir adelante,..... Porque la vida merece vivirla.

cerveza

Dorada Balear

se bebe y se vive