



Los hoteles eran cada vez mayores y de menor categoría hasta que llegó un momento en que la oferta superó con creces a la demanda. La situación se presentó del siguiente modo: más plazas hoteleras que turistas, mercados turísticos controlados y en poder de los «tour-operators» extranjeros, ningún «tour-operator» español con un mercado captado, falta total de formación empresarial y profesional, servicios y precios deteriorados.

MALLORCA

LOS HOMBRES DE PAJA DEL TURISMO

CUANDO el Plan Marshall llegó a la destrozada Europa de la posguerra, pasando de largo por España, nadie podía intuir siquiera que comenzaba a incubarse la que habría de ser la más potente industria española de toda la Historia: el turismo de masas.

La reconstrucción y rehabilitación industrial de la mitad occidental del Viejo Continente iban a crear varios estratos de una burguesía que los tecnólogos del consumismo americano habían ya calificado como el mercado más apetitoso, vasto y de fácil captación: la clase media. A muy pocos años de haberse iniciado el crecimiento económico de la nueva Europa, el público consumista medio había satisfecho ya la mayor parte de sus aspiraciones consumistas: casa, coche, televisor, electrodomésticos y pequeños lujos, según fueran sus países, costumbres y posibilidades.

Fue entonces cuando el turismo, un lujo reservado a millonarios y clases superiores, comenzó a ponerse al alcance del primer producto social del neocapitalismo de la posguerra: la burguesía trabajadora. El alto nivel técnico y perfeccionamiento de los dos modernos medios de transporte colectivo —autocares y aviones— obró el milagro, y nació este nuevo ente-pieza de mercado que es el turista, desprovisto de su propia personalidad y transformado en factor numérico de producción y cliente al que se presiona, capta, dirige y explota comercialmente. La Costa Azul, la Riviera, Biarritz, los grandes centros de veraneo europeos, con playas famosas, casinos, hoteles de lujo o puertos con yates y grandes embarcaciones de recreo, no eran puntos adecuados para la nueva

clase turística, que, tras la incubación, iba a nacer.

Se precisaban zonas con cierta tradición y experiencia, pero asequibles en el plano económico, y sobre todo, con grandes posibilidades de expansión, tanto física como económica.

¿Qué mejor país que España, luchando por desatascar el pesado carro de su desequilibrio económico?

Los hoteleros mallorquines, pocos, y la mayoría siguiendo una tradición familiar, vieron con asombro y satisfacción como de pronto sus viejos establecimientos, algunos obsoletos ya hace veinte años, se llenaban de turistas como por arte de magia.

El hotelero mallorquín había gozado una vida tan plácida y feliz como la de sus lustrosos gatos, tan frecuentes en la isla, y de re-

¿Quién pensaba en captar clientes para Mallorca, si los turistas no cabían en los hoteles?

Había nacido ya el «overbooking», o exceso de contratación. Los hoteles reservaban más plazas de las que tenían. La solución era fácil. Se alquilaban chalets o apartamentos cercanos y se alojaba en ellos a los clientes sobranes. Felices ellos, que habían pagado por alojarse en un hotel y se les brindaba por el mismo precio y pidiendo perdón un apartamento o chalet.

Sin imaginárselo siquiera, aquí empezaba la primera devaluación de los precios. Esto es: mejorando el servicio sin aumentarlos. Luego, el proceso sería inverso, pero el resultado igual, es decir, deterioro de los precios sin menguar los servicios. Hasta llegar al estado actual, en que se han devaluado los precios y se han deteriorado los servicios. Pero en aquellos años de esplendor nadie veía más allá de su propia nariz.

Un delegado del Ministerio de Información y Turismo, Soriano Frade, fue el hombre más temido, sin ningún género de dudas, por todos los hoteleros mallorquines. Su rigor en la interpretación de lo legislado en materia turística y en la aplicación de la normativa vigente le dieron fama de hombre duro, y su marcha de la isla casi se vio con alivio por quienes querían campar a sus anchas. Se le tenía por un delegado incapaz de comprender la conveniencia de una flexibilidad. Un hombre con poca visión de la realidad y del futuro.

Su providencial firmeza, sin embargo, ha sido reconocida como altamente positiva cuando, en un hecho sin precedentes en el Ministerio, ha vuelto a su antiguo puesto de delegado, cuando

Planas Sanmartí

Nuestro país tenía en aquel entonces dos zonas ideales para un desarrollo turístico a gran escala: la Costa Brava y Mallorca. Ibiza y Menorca no contaban aún, y la Costa del Sol —y todo lo demás— tenía que inventarse.

Las dos zonas —la catalana y la mallorquina— eran mediterráneas, con buen clima, muchos días de sol, de gran belleza natural, buenas playas, alguna tradición hotelera, buenos precios, grandes posibilidades y muchos hombres dispuestos a emprender la aventura.

Eso era precisamente lo que buscaban los agentes de viajes franceses, ingleses y alemanes, primeros en ver claramente el negocio. La Costa Brava creció también al compás de la motorización individual y las caravanas de veraneantes que, bien con la casa a cuestas en los «campings», bien con el presupuesto fijo para alojamiento, cruzaban la frontera franco-española, principalmente en agosto. Mallorca sólo tuvo un medio masivo de transporte: el avión.

pena, sin ni siquiera cambiar de postura a la hora de la siesta, el hotel se llenaba gracias a agentes de viajes extranjeros que además de pagar, agradecían el favor.

Encontrar una plaza en la isla durante el verano era prácticamente imposible, y los aviones, cada vez mayores, acudían con mayor frecuencia al viejo aeropuerto de Son Bonet, que se declaraba incapaz.

Hubo que trasladarse a la base aérea de Son San Juan, habilitar las pistas, adecuar las instalaciones y, sobre la marcha, vencidos por la avalancha turística, intentar seguir el paso.

Faltaban instalaciones, faltaban hoteles, faltaban carreteras, coches, puerto, aeropuerto, restaurantes, «souvenirs», apartamentos, bares, cafés, salas de fiestas.

La construcción subió un mill por cien, los hoteles se construían a centenares, los turistas aumentaban millones cada año, Fraga inauguraba el hotel número mil, un cinco estrellas lujoso, que acogía a Thsombé, Ibn Saud, príncipes y reyes.

LOS HOMBRES DE PAJA DEL TURISMO

las lustrosas vacas turísticas de entonces han devenido reses casi moribundas.

Pero entonces nadie creía posible ni imaginable una crisis.

Alguien dijo que aquello era el «boom» turístico, y los agentes de viajes extranjeros tenían ya sus agentes españoles representándoles en Mallorca, con el fin de conseguir cupos de plazas en los hoteles, cualesquiera que fueran su categoría, situación, servicios y precio. Los grandes empresas de viajes, con el advenimiento de las compañías «charter», esto es, las líneas aéreas que alquilan vuelos completos a cualquier parte del mundo, a cualquier día y a cualquier hora, comenzaron a operar como mayoristas del turismo, o «tour-operators», que vendían «forfaits» de viajes a sus clientes, ahora ya de toda Europa. Escandinavia, Bélgica, Holanda, Italia y el resto de Gran Bretaña proporcionaban ya grandes masas de clientes.

Los hoteles eran cada vez mayores y de menor categoría. De una a dos, o a lo sumo, tres estrellas, y de quinientas a mil plazas.

La bola de nieve iba creciendo. Los «tour-operators» se asociaban con las compañías «charter», o las montaban ellos, y llegó el momento en que pensaron que bien podían construir y explotar también los hoteles. En este punto, por una evidente falta de planificación, control de la Administración, profesionalidad y sentido del equilibrio y de la justa medida, sobraron plazas hoteleras.

Lo que parecía imposible había sucedido. La oferta había crecido tan desmesuradamente, que había superado ya a la demanda.

La situación era ésta: Más plazas hoteleras que turistas, mercados turísticos controlados y en poder de los «tour-operators» extranjeros, ningún «tour-operator» español con un mercado captado, falta total de formación empresarial y profesional, servicios y precios deteriorados, empresas mal financiadas y descapitalizadas, hoteles sin amortización y gran número de construcciones emprendidas a base de un desembolso inicial y único del 10 por ciento, y el resto, en pagos aplazados de hasta diez años, en base a las facturaciones calculadas para tan largo y penoso futuro.

Por si fuera poco, los problemas anexos aumentan en intensidad y gravedad en toda la isla. La infraestructura insuficiente y deficiente agobia —no hay teléfonos,

ni alcantarillado, ni suministro de agua potable, ni buenas carreteras, ni correcta eliminación de aguas residuales o basuras—, y los tecnócratas, siguiendo la moda triunfalista de la época, llaman «crisis de crecimiento» a este caos, causado por la imprevisión de todos. El cemento destruye el paisaje, los comercios barateros inundan las zonas turísticas, las industrias turísticas de medio pelo son mayoría, los licores baratos aparecen, les siguen los «burrro-taxis», los perros calientes, los «cellers» infimos y mixtificados, las «barbacoas» multitudinarias —casas de campo convertidas donde se asan miles de pollos de granja, grasientas lechonas y se sirve vino gaseado de tres duros como champán—, los «snacks» sacian el hambre del turista, y la picaresca es ya tema digno de antología.

Es entonces cuando el empresario mallorquín se da cuenta de repente que está en manos de los «tour-operators», quienes, por si fuera poco, han alquilado hoteles para explotarlos directamente, y han iniciado la construcción de otros.

Naturalmente, éstos van a ser los que, ante todo, van a llenar los «tour-operators»; luego serán ellos los que, con la sarten por el mango, concedan cupos de estancias a los hoteleros que mejores servicios ofrezcan y menores precios soliciten. Hay subasta a la baja. El representante del «tour-operator» llega a Palma, y en su oficina recibe a los hoteleros, que le pasan oferta. Naturalmente, acepta sólo las que mejores condiciones le ofrecen.

El hotelero advenedizo que pagando una parte del solar ha comenzado la construcción de un hotel que estará equipado y listo para su apertura cuando comience la de la temporada próxima —Semana Santa— y tiene unos compromisos que atender, indudablemente acepta la entrega a cuenta. Esto es tan grave como aceptar que un «padrino» de la mafia le haga un favor. Nunca más podrá librarse de la obligación contraída.

La entrega a cuenta significa que el «tour-operator» le da un dinero anticipado para que el hotelero pueda pagar durante el invierno la terminación del hotel, o la ampliación de una o varias plantas, realizada durante la baja temporada invernal. El hotelero, a cambio, concede al «tour-operator» un determinado número de plazas durante uno o varios años,

generalmente en temporada alta, que le venderá a un precio incluso muy por bajo de los mínimos oficiales fijados.

Así, el hotelero salva la nave, ¡pero a qué precio!

Mientras, el «tour-operator» ha montado ya toda su cadena. Oficinas centrales en el país sede de la empresa, conexiones económicas con otros grupos en el propio país y en el extranjero, empresario español al que se le pagan sus servicios a peso de oro, y que, en realidad, es el «hombre de paja» de una empresa que no es más que una entidad fantasma que encubre la auténtica realidad.

Al «hombre de paja» se le da mucho dinero y se le concede mucha categoría. Así obra con una gran seguridad en sí mismo, y tiene un buen chalet, un buen coche y una buena embarcación de recreo: la imagen pública buscada, es decir, la imagen que tendría si en realidad él fuese el que representa ser.

Mientras, la red se extiende. «Tour-operators» que tienen como pantallas a empresas españolas, complicadísimos tejidos de compañías y perfecto dominio de la situación.

La isla se halla económicamente colonizada, pero, a la vez, con rara habilidad y sutileza.

Los «tour-operators» buscan el sistema de que las responsabilidades en España no les alcancen. Para ello, nada mejor que no tener nada a su nombre en el país.

La fórmula del «delegado personal» es ideal, perfecta para sus planes. El delegado personal es en realidad un representante de la empresa que trabaja a sueldo fijo y comisión. Movimientos dinerarios, es decir, pagos y cobros, se hacen bien en origen, bien mediante documentos bancarios de muy difícil manipulación. «No hemos recibido su cheque de Londres», acostumbraba a oír el hotelero que aguardaba un saldo a su favor o una entrega a cuenta.

El delegado personal es quizá, juntamente con el «hombre de paja», quien más y mejor fruto ha obtenido del negocio.

Muchos de ellos, avisados por su experiencia o por el devenir de los acontecimientos, que ellos conocían mejor que nadie, han saltado a tiempo de algunos de los barcos que se han hundido.

Han causado alta en otras empresas o se han retirado a sus negocios, y cuando la quiebra ha salpicado a todo el mundo, ellos no han recibido ni una gota de lodo.



Porque lo que parecía imposible ha llegado ya. Se dice que la crisis económica mundial y el disparo de los precios del combustible han precipitado los acontecimientos. Aun estando dispuesto a crear este razonamiento, lo cierto es que las quiebras son un hecho que habrá que estudiar a conciencia e investigar con profundidad.

Este año han quebrado Horizon Holidays y Four S. Travel, por dos veces cada una; Clarksons, Apal, Falke Rejser y alguna otra. Todas ellas han dejado una larga estela de millones como deudas en España.

De Falkne digamos, por ejemplo, que su deuda con la compañía «charter» española era de unos catorce millones de pesetas, siete de los cuales, en caso de no pagarse la propia compañía, debería haberlo hecho uno de sus socios, Jan Tunow, que, abandonando a



Buena parte del éxito de la industria turística en los primeros años del «boom» se debió a la existencia de una mano de obra indígena muy barata, casi proletarizada. Llegó además un momento en que el empresario español se da cuenta de que está en manos de los «tour-operators», quienes, por sí fuera poco, han alquilado hoteles que «explotan» directamente. Entonces comienza la subasta a la baja.

Falke Lauritzen, el otro socio, ha montado otra agencia —la Sunway—, cuyo folleto, hoteles en oferta y organización son poco menos que idénticos a los de la desaparecida Falke, de la que Tunow marchó.

Tunow, sin embargo, no ha pagado los siete millones que en documento-acta de una reunión se comprometió a pagar. Tunow dice que no lo hace porque no quiere perder su casa, sus caballos y su parte en una compañía de autobuses, todo ello en Mallorca. El mismo declara a la revista «Ude og Hjemme», del 22 de agosto: «Por mi casa me acaban de ofrecer veinte millones de pesetas. Mi coche vale dos millones y medio. Los caballos me han costado seis millones. He invertido quinientas mil pesetas en Sunway, y mi parte en los autobuses es de unos cinco millones de pesetas. El señor Wilhelmsen y yo hemos

invertido cada uno dos millones de pesetas en el hotel El Mansour, de El Arenal». Pero Air Spain no ha cobrado, y a causa de ello dejó en Hamburgo a 185 pasajeros de Falke Rejse que esperaban ser trasladados a Mallorca, y que tuvieron que regresar a sus casas porque Air Spain volvió de vacío. Falke dijo que por esto tenía que cerrar su negocio, y el señor Lauritzen, dueño de una inmensa fortuna en Jutlandia, dice que volverá a comenzar de nuevo, «y si gana dinero, pagará».

Mientras, Jan Tunow, propietario de una cuadra de caballos que es la que cuenta con mayor número de victorias en el hipódromo de Palma, dice que él no tiene nada que ver con todo esto y que él es ahora director de Sunway.

Otros hombres dicen lo mismo de otras compañías.

Antonio Araujo, delegado per-

sonal que fuera de Clarksons, abandonó la compañía y se halla ahora en la oficina de Turavia —compañía española de turismo— en Londres.

Pedro Botas y su esposa, la británica Sheila Botas, que representaban a Horizon Holidays, también se retiraron de la compañía, y se dedican en la actualidad a inversiones y negocios propios. Nada tienen que ver con el negocio de agencias de viajes.

Manuel Pillo, director de Viajes Cristal, abandonó el cargo, y ha pasado también a Turavia.

Luis Rubio, director de Servicios del Sol, cesó, y pasó a Viajes Ecuador, en Madrid.

Pero, ¿cuál es la conexión entre Viajes Cristal, Cristaltour, Servicios del Sol, Horizon Holidays, Four S. Travel, Clarksons y Court?

Pues se está tirando del hilo. Los afectados no están dispues-

tos a perder el dinero así, sin mayores acciones que un cruzar de brazos como lamento.

Hasta hace poco, los hoteles afectados por las consecuencias de la quiebra se habían limitado a esperar que el liquidador oficial en Gran Bretaña reconozca sus derechos y disponga el pago de los saldos, cosa, por otra parte, en la que se tienen nulas esperanzas.

Cuando el grupo Horizon Holidays y Four S. Travel quebraron, hace unos meses, el grupo Court Leisure, propietario ya de Clarksons, adquirió el activo de estos dos «tour-operators», y los hoteles españoles, en el primer escándalo turístico del año, pese a las gestiones realizadas desde todos los ángulos posibles, no cobraron ni un solo céntimo de las cantidades que acreditaban.

Tras varias entrevistas realizadas por los representantes del grupo Court, desplazados «ex profeso» a España, con autoridades turísticas españolas a nivel ministerial, sindical o, simplemente, privado, Court insistió en que sus responsabilidades se iniciaban a partir de la fecha de compra, y advirtió a los hoteleros españoles que entre no cobrar y dejar de trabajar y no cobrar y seguir trabajando, la segunda opción era, naturalmente, la mejor para ellos, para los hoteleros, quienes, impotentes e indefensos, sin nadie que pudiera apoyarles, tuvieron que aceptar este estado de cosas.

El señor Colin Collins, de Court Leisure, vino a España para garantizar que Court Line sí pagaría sus compromisos.

El resultado de la aventura, pese al apoyo del Gobierno británico, es el de sobra conocido.

Ahora, la Asociación Británica de Agentes de Viajes —la famosa ABTA— ha salido, aparentemente, en defensa de los intereses españoles, cuando la más patente evidencia enseña que, una vez más, los británicos se desentienden de sus responsabilidades y únicamente cubren sus propios intereses.

Cuando se anunció la quiebra de Court Leisure y, con ella, la de todos los «tour-operators», que tenían unos 20.000 clientes en Mallorca, los hoteleros isleños pensaron seriamente en tomar medidas drásticas, tales como sacar a los turistas de sus establecimientos, retenerles documentación, equipajes y depósitos, y otras medidas similares. Nadie hizo nada de todo esto; entre

LOS HOMBRES DE PAJA DEL TURISMO

otras cosas, porque el Ministerio de Información y Turismo aconsejó calma, solicitó que se atendiera al turista que había pagado previamente su viaje en el punto de origen y nada tenía que ver en la cuestión de responsabilidades.

Pero, por encima de todo, surgió ABTA, que garantizó la operación de repatriación de todos los turistas que en el momento de la quiebra se hallaran en España. Todos los gastos ocasionados desde entonces hasta su llegada a Gran Bretaña corrían por cuenta de ABTA.

Ahora, representantes de la asociación se encuentran en Mallorca liquidando todas estas facturas. Sidney Pérez es el hombre de ABTA que extiende los talones y efectúa los pagos. Curiosamente, hay que recordar que mister Pérez era el director general de Horizon Holidays cuando este «tour-operator» quebró y dejó muchos millones de deudas en nuestro país.

Pero, de pronto, los «guías-transferistas», esto es, los guías intérpretes que acompañan a los turistas en los autocares en los que se efectúan traslados desde los hoteles hasta aeropuertos, puertos, salas de fiestas, corridas de toros, «barbacoas», patios flamencos y demás, se ven despedidos por empresas españolas para las que oficialmente trabajaban, cuando en realidad lo hacían por cuenta de Clarksons o cualquier «tour-operator». Cartas de trabajo de extranjeros, hojas de salarios, carnets de identificación, cartas y muchísimos documentos, entre los que no faltan contratos de trabajo, indican que agencias de viajes, empresas de autocares y otras compañías de signo turístico contrataban, solidariamente con los «tour-operators», a estos trabajadores que ahora han sido indebidamente despedidos y exigen sus derechos.

Puestos sobre aviso, hemos comenzado a buscar información documental de todo ello. Inmediatamente, nuestra mesa de despacho se ha llenado de kilos de documentos a nuestra disposición. Registros públicos han sido consultados, abogados estudian la cuestión, y tras dictaminar que existen en España procedimientos legales que amparen los derechos de las empresas españolas afectadas por la quiebra reciente y acreedoras de Court Line o de sus filiales, y que dichos procedimientos permiten la ejecución sobre bienes o derechos de las com-

pañías ingelsas sitas en España, con independencia del procedimiento de quiebra que se sigue en Inglaterra, va a ser presentado, ante Juzgados de Palma de Mallorca, un buen número de demandas de embargo preventivo.

Los bienes de Court Line en España pueden consistir en metálico, bienes inmuebles o derechos o negocios sobre los mismos.

Los bienes metálicos están representados por depósitos existentes en hoteles en la parte no consumida y sujeta a devolución, por los saldos a favor de Court Line o sus filiales de parte de agencias de viajes españolas que hubieran recibido anticipos por razón de servicios no prestados y toda clase de créditos contra empresas españolas que tuvieran los hoteles de Court Line por facturación aún no satisfecha.

Los bienes inmuebles, derechos o negocios son el punto neurálgico y el capítulo del que pueden obtenerse mayores ventajas de completarse el rompecabezas.

Por ejemplo, los hoteles de Court Line son los hoteles de Servicios del Sol, S. A., cuya marca comercial es Cristalotel. Los hoteles en explotación son Tamó y Laguna, propiedad del Banco del Noroeste a través de personas individuales relacionadas con el mismo. Los hoteles en propiedad son Bolero, Carousel, Saronga, Jazmín y Europa, totalmente propiedad de Cristalotel, S. A., a excepción del Europa, del que sólo posee el 70 por 100. Los hoteles



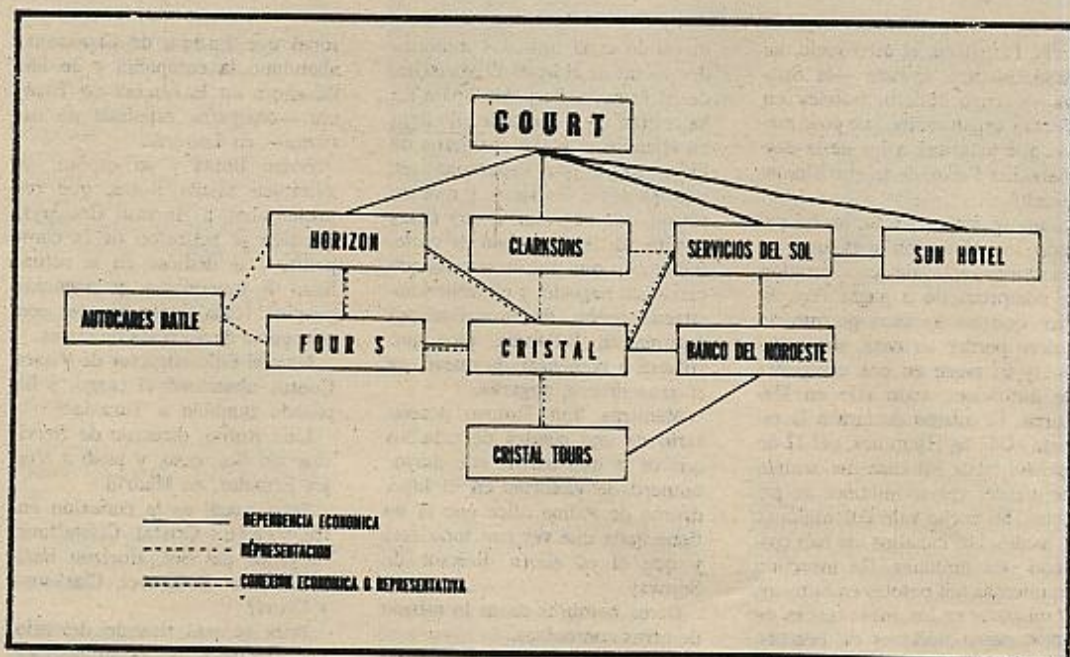
Lo que está ocurriendo en Mallorca no es de ningún modo privativo de esa zona. La grave crisis que amenaza a la industria hotelera y al turismo en general ha adquirido ya proporciones nacionales.

en alquiler son Playa Real y Playa Arenal.

La conexión directa con Court Line es la siguiente: Cristalotel, Sociedad Anónima, es propiedad del Banco del Noroeste y Sunotel, al 50 por 100. Sunotel, sociedad domiciliada en Vaduz (Liechtenstein), es propiedad de Clarksons,

que a su vez es del grupo Court.

Por tanto, Court Line es propietaria de Servicios del Sol, S. A., puesto que no es más que la forma jurídica de Cristalotel. Court Line, según datos que disponemos del Registro Mercantil y del Registro de la Propiedad, es propietaria del 50 por 100 de los hoteles



propios de Cristaltour, S. A. Veamos algunos datos de dichas sociedades:

Servicios del Sol, S. A., con un capital social de diez millones de pesetas, tiene su domicilio en la calle Ibiza número 17, de Palma de Mallorca, y son consejeros o apoderados actuales o pasados: mister J. Blomfield, mister R. C. T. Hughes, mister Michael East, mister Colin Madison, don Carlos Ruano, don Luis Rubio Riley y don Ramón Lladó.

Cristaltour, S. A., con un capital social de 50 millones de pesetas, está domiciliado en la calle Ibiza, 17, de Palma de Mallorca, y tiene o ha tenido como consejeros o apoderados a: mister T. Gallick, mister C. Madison, mister K. Holmes, mister M. East, don J. Menéndez Ponte, don M. Pillo, don R. Orfales, don Luis Rubio Riley, don M. Condemines, don C. Capa, don R. López Loz, don J. Morell y don J. Ortúzar.

El Consejo está presidido por el conde de San Román, y son consejeros, John Straw, M. Condemines y Michael East. Viajes Cristal, S. A., con un capital social de 60 millones de pesetas, tiene su domicilio en la calle Ibiza número 17, de Palma de Mallorca, y son consejeros actuales o pasados: don M. Pillo, don Luis Rubio Riley, don Carlos Capa, don J. Ortúzar, don J. Morell, mister K. Holmes, don J. Menéndez Ponte y mister T. Gallick.

Veamos, pues, cómo muchos nombres de consejeros ingleses coinciden con los de empleados y directivos de Court Line, existiendo numerosas coincidencias. Es de destacar que don Luis Rubio Riley, además de administrador de Cristaltour y Servicios del Sol, era delegado de Clarksons.

Mister Blomfield, presidente de Servicios del Sol, S. A., es también director general de Court Leisure y quien firma las órdenes de pago.

El número 17 de la calle Ibiza, en Palma de Mallorca, ha sido la sede social de Viajes Cristal, Cristalotel, Cristaltour, Servicios del Sol, y de Clarksons, Horizon Holidays y Four S. Travel, en Palma.

Viajes Cristal, S. A., si bien fue fundada en La Coruña por la familia Menéndez, trasladó su domicilio a Palma, y las ampliaciones de capital las ha suscrito Cristaltour, entidad que en su mitad al menos es propiedad de extranjeros —Sunotel, con domicilio en Vaduz (Liechtenstein)—, lo que implica una progresiva cesión a Clarksons.

El grupo Cristal es, además, propietario de una urbanizadora

de este mismo nombre, formada al igual que Cristaltour, y que preside también el conde de San Román, y como apoderados: Gallick, Ortúzar, Colin Madison, Manning, Condemines, Valés, Cáceres, Azaeta y Carreras.

Es muy probable que los perjudicados españoles, con abundante documentación y testimonios, puedan ejercer acciones legales en España, al margen de las que se realicen en Gran Bretaña.

Después de la reforma sufrida por el Código Civil en el capítulo de Derecho Internacional Privado, no cabe duda que es aplicable la ley del lugar de celebración de los contratos, que es Palma en su mayoría. Según el nuevo Código, las leyes procesales españolas serán las únicas aplicables a las actuaciones que se sustancien en el territorio español. Se establece que el que invoque el Derecho extranjero deberá probarlo, y que la ley extranjera no será aplicable si es contraria al orden público o se intenta con ello eludir la ley española. Es decir, el Código reformado avala la tesis que sostenemos de que en ningún aspecto vendría a inmiscuirse en un proceso legal seguido en España contra la empresa extranjera, pretendiendo la ejecución sobre bienes y derechos sitos en España, el hecho de una quiebra cuyo proceso es seguido en Inglaterra.

Concluyendo, estamos frente a una nueva visión del problema. Comparando con el caso anterior de Horizon, supone perseguir una actuación judicial y no negociadora, una actuación en España y no en Gran Bretaña, una auténtica presión legal basada en nuestro sistema, y no una conformidad en espera de lo que buenamente puedan dar los británicos. Bien pudiera ser que a partir de ahí cambiara el signo de las futuras relaciones comerciales entre los agentes extranjeros y la industria turística española.

Y que junto a ello se desmontará toda la red de «hombres de paja», empresas y sociedades encubridoras de intereses extranjeros, amparados por las cortinas de humo de fantasmagóricas sociedades españolas, y que han llevado a la industria turística a un auténtico estado de depauperación económica, infima calidad de servicios, total depravación de los precios y, en la actualidad, el momento más difícil de su corta pero ya desgraciada historia.

Si implacablemente se intenta desmontar toda la red, bien pudiera hablarse, en un futuro próximo y más próspero, de una nueva edad del turismo. ■ P. S. Fotos: TORRELLO.

