



DIARI DE SESSIONS DE LA COMISSIÓ D'ECONOMIA DEL PARLAMENT DE LES ILLES BALEARS

DLPM 350-1992

Fq.Con.núm. 33/28

V legislatura

Any 2000

Núm. 14

**Presidència
de l'Honorable Sr. Joan B. Gomila i Barber.**

Sessió celebrada dia 25 de maig del 2000

Lloc de celebració: Seu del Parlament

SUMARI

I.- COMPAREIXENCES:

1) RGE núm. 754/00, sol·licitada per quatre diputats membres de la Comissió d'Economia, adscrits al Grup Parlamentari Popular, de l'Hble. Sr. Vicepresident del Govern i Conseller d'Economia, Comerç i Indústria, per tal de celebrar sessió informativa sobre el programa de suport permanent a fires de les empreses que vulguin exportar arreu del món, pel que fa referència als subsectors del calçat, bijuteria i agroalimentari.

202

EL SR. PRESIDENT:

Senyores diputades, senyors diputats, començam la sessió d'avui, i en primer lloc demanaria si hi ha substitucions.

LA SRA. CAPÓ I ABRINES:

Sí, Margarita Capó en substitució de Jaume Font.

LA SRA. BENNÀSSAR I TOUS:

Francisca Bennàssar substitueix Joan Flaquer.

I.- Compareixença RGE núm. 754/00, sol·licitada per quatre diputats membres de la Comissió d'Economia, adscrits al Grup Parlamentari Popular, de l'Hble. Sr. Vicepresident del Govern i Conseller d'Economia, Comerç i Indústria, per tal de celebrar sessió informativa sobre el programa de suport permanent a fires de les empreses que vulguin exportar arreu del món, pel que fa referència als subsectors del calçat, bijuteria i agroalimentari.

EL SR. PRESIDENT:

Passam, idò, al debat de l'únic punt de l'ordre del dia, que consisteix en la compareixença 754/00, presentada per quatre diputats membres de la Comissió d'Economia, adscrits al Grup Parlamentari Popular, mitjançant el qual sol·liciten la compareixença del conseller d'Economia, Comerç i Indústria, per tal d'informar sobre el programa de suport permanent a fires de les empreses que vulguin exportar arreu del món, pel que fa referència als subsectors del calçat, bijuteria i agroalimentari.

Té la paraula el Sr. Vicepresident del Govern.

EL SR. VICEPRESIDENT DEL GOVERN I CONSELLER D'ECONOMIA, COMERÇ I INDÚSTRIA (Pere Sampol i Mas):

Gràcies, Sr. President, senyores diputades, senyors diputats. Vull començar per agrair l'oportunitat que em dona el Grup Parlamentari Popular d'explicar la política en matèria de promoció exterior de les empreses i productes de les Illes Balears. Supòs que no tendran inconvenient que en aquesta primera intervenció faci un repàs a totes les línies polítiques que hi ha en matèria d'internacionalització de la nostra economia, i no em circumscrigui únicament a l'àmbit firal, perquè l'aspecte de promoció exterior és més important.

Bé, un dels objectius estratègics que ens hem marcat a la Conselleria d'Economia, Comerç i Indústria és precisament la internacionalització de les empreses de Balears. Ens trobam en una economia cada vegada més global, allà on de forma accelerada desapareixen les barreres que limiten la circulació de capitals i productes. La nostra insularitat ja no és una barrera natural que impedeixi l'entrada de productes, i en conseqüència no hem de deixar que sigui una barrera natural a l'hora d'exportar els nostres productes. Per això des d'un primer moment des de la Conselleria hem difós el missatge als nostres empresaris que hem d'abandonar actituds acomplexades i ens

hem de llençar d'una manera decidida a guanyar mercats internacionals.

Al mateix temps, però, no basten plantejaments filosòfics, sinó que des del Govern hem de facilitar a les empreses els mecanismes que els permetin sortir a l'exterior per explorar nous mercats i guanyar consumidors per als productes fabricats a les Illes Balears. És a dir, que fins ara alguns sectors econòmics amb el suport dels meus antecessors a la Conselleria de Comerç i Indústria antigament, i amb el suport de les cambres de comerç de Balears, ja han realitzat una tasca important. És a dir, hi ha una part del camí feta; i els he de dir, per tant, que més que realitzar grans canvis en la política de promoció exterior, hem decidit potenciar línies que ja existien, o que ja existeixen, naturalment corregint algunes accions que no han resultat excessivament eficaces, i potenciant aquelles que fins ara havien donat millor resultat, a judici dels tècnics de la Conselleria, i dels propis empresaris, que ja han tengut temps d'avaluar cadascuna de les accions.

A la vegada, intentarem des de la Conselleria explorar nous instruments que serveixin a l'exportació i que ens permetin incorporar nous sectors que fins ara no havien tengut accés a l'exportació, o bé d'una manera encara només incipient. Volem que els sectors exportadors tradicionals serveixin de locomotora d'altres sectors a l'hora de promoure els nostres productes. Així, sectors exportadors clàssics com el turisme -el turisme, en definitiva, és una espècie d'exportació-, o els sectors clàssics com són el calçat i la bijuteria, ens han d'obrir camí a altres sectors com el sector agroalimentari, el del disseny i moda, el de la informàtica, el de la joieria, moble i fusta, etcètera.

Amb aquesta filosofia els descriuré tan ràpidament com sigui possible els objectius que ens hem marcat: Primer, intentam, hem intentat fins ara, al llarg d'aquests mesos, establir una major coordinació entre les institucions públiques que participaven en la promoció exterior. Per una banda, els propis instruments que ja teníem. Així, el departament de promoció exterior del CDER, és a dir del Consorci de Desenvolupament del Raiguer, que gestionava l'Objectiu 2, s'ha coordinat des d'un primer moment amb el departament de promoció exterior de l'Institut de Desenvolupament Industrial, unificant les accions. Hem intensificat la col·laboració amb la Cambra de Comerç, i al mateix temps que la Cambra de Comerç també s'ha implicat en iniciatives del departament de promoció exterior de la Conselleria. A un altre nivell, dins aquest apartat de coordinació, amb la Conselleria de Turisme, i més concretament amb Ibatur ens coordinam per tal que fires diguem-les clàssiques o especialitzades de promoció turística serveixin de promoció integral de les Illes Balears. És a dir, volem que a les fires turístiques pròpiament dit no es promogui Balears únicament com a destí turístic sinó les Illes Balears integralment, donant a conèixer els nostres productes manufacturats agroalimentaris, la nostra cultura gastronòmica, l'oferta cultural, etcètera.

Un segon objectiu és potenciar les accions, reforçar les accions amb entitats i institucions, a la vegada que estimulam l'agrupació d'empreses per emprendre accions conjuntes de promoció exterior. D'aquí destacaria el conveni amb la Cambra

de Comerç de Mallorca, Eivissa i Formentera. El pla d'enguany constarà de 10 accions: set del calçat i auxiliar del calçat, dues del sector agroalimentari, i una del sector informàtic. El programa de la Cambra d'enguany suposa una inversió total de 89 milions de pessetes, dels quals el Govern n'aporta poc més de 50 milions. Si al final s'executa tot el programa, suposaria un 30% més que l'any 1999.

Hem obert un nou programa amb l'Associació de fabricants de calçat de Menorca, que una part important de les accions de promoció exterior del calçat menorquí ara es farà a través de l'Associació. Això repercuteix en una major subvenció directa a les empreses. Suposa aquest programa presència a vuit fires internacionals, amb una inversió total de 112 milions de pessetes, dels quals el Govern n'aporta 65 milions. El conveni amb Sebime, per a la realització del programa de promoció comercial de les empreses de bijuteria per a l'any 2000, que suposa una inversió total de 186 milions de pessetes, dels quals el Govern n'aporta 86; calcul que augmenta aproximadament un 20% respecte del programa de l'any anterior. I aquí tenc els convenis on hi ha el programa. Naturalment l'acció més important és la promoció de la passada fira Eurobijoux, a Menorca, però després hi ha distintes accions que ens ha proposat Sebime, i que els hem donat el vistiplau.

I finalment dins aquest grup hi ha el conveni amb Selec Balear, per accions de consolidació de la imatge de les marques integrades dins Selec; al final serà d'uns 19 milions de pessetes, que calcul que l'aportació del Govern serà d'un 80% aproximadament.

Entraria en un tercer capítol, que serien els instruments propis del Govern. Per una part tenim les oficines de promoció exterior de Catalunya, que ja existia un conveni de col·laboració amb la xarxa d'oficines de promoció exterior dependents de la Generalitat de Catalunya. Fins ara hem de reconèixer que poques empreses han utilitzat aquest instrument. Ara l'estam renegociant, supòs que les properes setmanes es renegociarà, es tornarà a signar aquest conveni, i la nostra intenció és ampliar-lo, amb la possibilitat que el Govern de Balears pugui becar algunes persones, que s'ubicarien a les oficines de promoció exterior d'aquells països que ens ofereixin més oportunitats. Naturalment, comptant, o demanant, o consultant, millor dit, amb els sectors perquè ens manifestin quines són les seves prioritats.

Existeix la possibilitat també d'aquest programa de becaris, signar-lo també amb l'Icex, amb l'Institut de Comerç Exterior, a una entrevista que vàrem tenir també vàrem trobar una gran disponibilitat, i bé, estam estudiant com ho posam en marxa. L'objectiu és doble, em referesc al tema dels becaris, per una part disposar d'una informació tan exhaustiva com sigui possible dels mercats, per oferir-la a totes les empreses interessades; i un segon aspecte, que crec que també és important, que és el de fomentar personal expert en exportació, que tenim un gran dèficit a les Illes Balears, que ens serviria ja a la pròpia administració o que podria ser contractat per les empreses que després utilitzarien aquest personal per a la seva política comercial.

Un altre aspecte dins aquest tercer capítol és la consultoria per a la promoció de les Illes Balears als Estats Units. Fins ara aquesta consultoria havia operat exclusivament per al sector del calçat, i enguany hem ampliat el contracte, oferint-lo a totes les empreses que vulguin realitzar accions de promoció als Estats Units. Aquests dies precisament estan sortint les circulars allà on oferim aquest servei a totes les empreses que tenen possibilitat d'exportar. Els oferim l'assistència tècnica, l'assessorament legal, i les tasques de prospecció que pugui fer aquest consultor, a la vegada que posa a la disposició de l'Institut de Desenvolupament Industrial i de totes les empreses una oficina situada a l'avinguda Madison de Nova York. El preu d'aquest contracte és de 72.000 dòlars anuals.

Després hi havia el famós *show room* a Miami, un local situat a l'edifici Radison de Miami, un centre de fires i convencions, fins ara destinat únicament a la promoció del calçat.

Jo la veritat és que els he de confessar que m'havia plantejat la rescissió, bé, la rescissió no, havia finalitzat el contracte, i per tant la no renovació d'aquest contracte. I de fet amb les consultes que hem fet amb el sector del calçat, tampoc no hem trobat massa entusiasme en mantenir-lo. Ara, hem pensat que aquest edifici ofereix possibilitats, i que seria una llàstima no explorar al màxim totes les possibilitats que ens ofereix aquest centre, allà on es realitzen moltíssimes fires, com vostès saben.

Bé, al final feim una prova, hem renovat per un any, renovable per dos anys més, amb un contracte per 14 milions de pessetes, però obrint a altres sectors la possibilitat d'exposar a aquest local. Segurament a més del calçat hi haurà un expositor de bijuteria, una exposició de disseny i moda de Balears, i possiblement una mostra de joieria també. Existeix a més, que al final també ens ha animat a mantenir aquest programa, la possibilitat que en el mateix edifici s'instal·li un local de promoció turística, que naturalment això aniria a càrrec de l'Ibatur.

Bé, si al final es consoliden tots aquests projectes, hauríem aconseguit muntar un centre de promoció integral de les Illes Balears a Miami, que ens serviria de penetració quasi quasi més que als Estats Units cap a Centreamèrica. Haurem de veure com evoluciona aquest programa al llarg de l'any, i en tot cas donaré comptes a principi de l'any que ve dels resultats que haurem obtingut.

Un quart capítol serien els consorcis d'exportació. Són una figura creada amb la intenció de facilitar l'accés a l'exportació d'empreses de reduïda dimensió que per elles mateixes mai no s'haurien plantejat la possibilitat d'exportar. Són necessàries un mínim de tres empreses per formar un consorci, no cal que siguin del mateix sector, i fins ara aquesta mesura havia tengut poc èxit; l'hem retirada de les ordres d'ajuts directes a les empreses, i l'hem canalitzada a través de l'oficina de promoció exterior de l'Institut de Desenvolupament Industrial.

Enguany hem contractat una consultoria per dinamitzar això, per sortir a camí a les empreses, ja que les empreses no venien, i en aquest moment estam treballant en l'organització de deu

consorcis d'exportació. Jo em conformaria..., bé, em conformaria no, quasi segur que tres o quatre es constituïran al final. En aquest moment estam treballant amb un centenar d'empreses, o més, a les quals oferim aquest producte. Majoritàriament agrupen sectors del calçat, agroalimentari i joieria.

Un altre programa són els europartenariats. Són trobades d'empreses organitzades per la Unió Europea, aquí col·laboram amb el Centre Balears Europa, en les quals es facilita l'intercanvi entre empreses del mateix sector o de distints sectors. Fins ara s'han organitzat les següents: a Anglaterra, amb nou empreses de Balears del sector agroalimentari; Itàlia, 14 empreses del sector agroalimentari; Sicília, amb 5 empreses del sector nàutic; Egipte, un partenariat intersectorial, que em pareix que encara no està tancat el nombre total d'empreses; i a Dinamarca s'ha de celebrar a principis del mes que ve, amb 20 empreses, també és intersectorial. Aquest és un programa que si es divulga entre les empreses ha de tenir èxit, perquè és molt econòmic, i la veritat és que la tutoria de la Unió Europea crec que funciona. El primer que anàrem, el d'Anglaterra, la veritat és que va tenir un resultat satisfactori.

Després tenim els ajuts individuals a empreses i associacions. A part de totes les accions que ja hem apuntat, existeixen les ordres d'ajut a la indústria, comerç i artesanía, que contempen subvencions per a assistència a fires, missions comercials, edicions de catàlegs, etcètera, és a dir tot el que sigui promoció i promoció exterior. Existeixen distints programes, que serien programes de viatges d'empreses, dirigits a mercats concrets, és a dir una empresa que vulgui explorar un mercat; missions inverses, per atreure compradors estrangers -si volen, després ho comentam una miqueta més, fins ara el resultat que hem obtingut-, participacions a exposicions i seminaris a l'estranger, plans individual de promoció, per fomentar la presència a mercats exteriors durant un any complet, és a dir que una empresa ens presenta un programa per explorar el mercat d'un país determinat, i durant un any se subvenciona aquell programa; ajuts a la implantació a mercats exteriors, per afavorir la ubicació exterior d'empreses de Balears, que facin el pont per facilitar l'exportació; plans d'iniciació a l'exportació, per a empreses que no han exportat mai; plans de solidaritat empresarial, per fomentar la col·laboració entre empreses exportadores i empreses que s'han d'iniciar en l'exportació; i el Pla Balear 2000, que ofereix ajut financer també a empreses principiants en l'exportació per a la contractació d'un consultor extern que els pugui ajudar en tota l'àrea de promoció exterior.

Hi ha un altre capítol també molt col·lateral, però que de cada vegada tindrà més importància, que és el comerç electrònic. Adquireix més importància dia a dia, i el Govern, a part de donar suport a distintes accions promogudes per associacions, cambres..., subvencionam directament les pàgines web creades per les pròpies empreses. A més, fa quinze dies presentàrem un conveni entre la Conselleria d'Energia i Innovació Tecnològica i l'Institut de Desenvolupament Industrial, mitjançant el qual s'ha creat una pàgina de producte balear, és a dir que totes les empreses que tenen la marca "producte balear" se'ls ofereix aquest servei. Aproximadament unes 20 empreses anuals s'hi podran acollir, encara que el

programa és per un any. La intenció és introduir-les en el comerç electrònic, aprendre a navegar, i al cap d'un any ja hauran de cercar el navegador, perquè tampoc el que no volem, no podem fer la competència a les empreses privades, als servidors que estan operant. La intenció d'aquest programa és ensenyar a navegar dins Internet i que després, si les empreses veuen que els ha de ser rendible, ja contractaran un servidor. Hi ha altres iniciatives en marxa, però de què ja informarem més envant, perquè no passen de la fase de projecte.

Voldria parlar també -poc temps- dels nous sectors que es poden incorporar a l'exportació. El sector agroalimentari jo personalment és un dels que pens que ofereix més possibilitats, especialment a dins aquells països, països europeus, que ja tenen les Balears com a primer destí turístic. A part de les accions que ja puc haver comentat a dins el Pla cameral, etcètera, podem comentar el que hi ha dins el Pla cameral d'enguany: hem participat a la fira agroalimentària de Barcelona, i ara amb el Pla cameral participarem a la fira Sial de París, que hi van 15 empreses. Tenim previst realitzar missions comercials, una concretada ja a Estocolm, però n'hi ha d'altres que s'estan estudiant, i una visita guiada a la fira Alimentação de Porto, a Portugal.

Jo crec que les possibilitats d'exportació dins el sector agroalimentari són molt grans, i especialment en vins. En aquest moment estam ralentint les accions de promoció, mentre s'organitza la producció. Si ara volguéssim, amb uns esforços econòmics moderats podríem augmentar moltíssim l'exportació de vins. Però no hem de passar l'arada davant el bou, perquè sobretot es tracta de créixer d'una manera harmònica, així com creix la nostra producció, perquè en el que no hem de caure és en incompliments de contractes, que ens farien perdre imatge.

Un altre sector que s'internacionalitza és l'informàtic. Tenim prevista la participació a la fira Comdex a Miami, hi van sis empreses, i també s'està treballant en un consorci per a l'exportació d'empreses informàtiques. Incorporam al programa de promoció exterior dos nous sectors: el sector de la joieria, hem donat suport a un grup, una associació, Joiers de la Mediterrània, que de moment participaran a una fira a Alemanya; i el sector de la moda i el disseny, naturalment havia estat més organitzat, i fins i tot amb èpoques d'esplendor a Eivissa, la famosa moda Adlib; com saben, el Govern és membre del Patronat de la Moda d'Eivissa, i ara ho intentam tornar a relançar. Es va participar a la fira de la moda de Madrid, i ara estam preparant amb el Patronat de la Moda d'Eivissa la participació a distintes fires internacionals.

I a Mallorca hem donat suport a la constitució d'una associació de moda i disseny, que per primera vegada ja ha assistit a una fira internacional, la setmana passada, ni més ni manco que a Austràlia, a Melbourne; i en aquest moment estam organitzant altres accions a Madrid, París i Nova York. Personalment també pens que el sector de disseny i moda és un sector que ofereix moltes possibilitats.

Bé, en definitiva, això és tot. La internacionalització de les nostres empreses, com els deia, és un objectiu estratègic del Govern. No he de negar que ho tenim més difícil que les regions

continentals. Hi ha sobre costos al transport que resulten significatius al preu final, i per tant dificulten l'exportació, però les nostres empreses estan responenent positivament als estímuls del Govern. Estam en l'era de la globalització, i les Illes Balears no ens podem mantenir aïllades, únicament patint els defectes d'aquesta globalització, sinó que hem d'intentar participar dels beneficis que també ofereix aquesta mundialització de l'economia. Si una de les nostres prioritats econòmiques és la diversificació econòmica, és a dir promoure un major equilibri entre els distints sectors econòmics, i també major equilibri territorial, necessitam potenciar tots aquests sectors que he citat, perquè guanyin progressivament més pes relatiu a dins la nostra economia. Amb aquest objectiu estratègic, que estic segur que tots comparteixen, aquest és el resum de la política de promoció exterior, i naturalment completaré, si en sé, totes les sol·licituds d'informació que em facin. Gràcies.

EL SR. PRESIDENT:

Gràcies, Sr. Vicepresident. Procedeix ara la suspensió de la sessió per un temps màxim de 45 minuts, per tal que els grups parlamentaris puguin preparar la formulació de preguntes i observacions. Molt bé, se suspèn la sessió per cinc minuts.

Per formular les preguntes, tot seguit procedeix la intervenció dels grups parlamentaris per un temps màxim de deu minuts. Intervindrà en primer lloc el Grup Parlamentari Popular, que és l'autor de la iniciativa. Té la paraula el Sr. Camps.

EL SR. CAMPS I COLL:

Gràcies, Sr. President. Sr. Vicepresident i Conseller responsable d'Economia, Comerç i Indústria, abans de tot dos agraïments, primer de tot per la seva presència aquí per exposar la política que pensa dur el Govern per promoure la internacionalització i exportació dels productes autòctons, i per altra banda agrair-li també la línia que du, perquè de fet és un seguiment de la que havia fet el Partit Popular a anys anteriors. Jo crec que açò denota que realment hi ha hagut una assumpció dels objectius i de les estratègies, perquè consideram que l'exportació i la consolidació dels productes nostres arreu del món és un dels objectius imprescindibles i prioritaris de la nostra comunitat autònoma, perquè la nostra comunitat autònoma, atès que la seva estructura econòmica i social és composta en un 80% de serveis, turisme, que ja som a Europa des de fa 50 anys, també és cert que en el vessant industrial hi ha per a mi tres sectors imprescindibles i importantíssims, que molt tenen a veure amb l'estabilitat social i econòmica de la nostra comunitat, i m'estic referint al calçat i bijuteria, i també, com no, a l'agroalimentari.

Calçat i bijuteria, primer calçat perquè té una influència molt important, sobretot a dues zones, una zona que és el Raiguer i també a Lluçmajor, i també a Menorca, i que durant més de cent anys ha sabut evolucionar el seu fet cultural, que és una sabata, i saber-la adaptar en qualitat i moda, i que els mercats exteriors ho acceptassin, i açò ha suposat un gran esforç d'inversió, d'imaginació, i que els empresaris i treballadors fossin dels més qualificats d'Europa. I tant és així, que avui podem dir que de 13 milions de pessetes d'exportació moltes

van a Europa, als Estats Units i al Sudest asiàtic. Jo crec que és un repte que el calçat està guanyant, i que les dades ens demostren que any rere any estam guanyant posicions, però que açò no significa que haguem de baixar la guàrdia.

Malgrat hi ha hagut una reducció d'empreses de transformació, el que sí és cert és que s'ha modificat, i avui podem dir que hi ha una gran estructura de disseny i de comercialització, i que aquesta iniciativa privada és la que el Govern, pens, ha d'estar molt íntimament lligat perquè siguin presents permanentment arreu del món.

Però és que a més a més, efectivament, hi ha el sector també de bijuteria, que tenim en compte també que el 50% d'exportacions es fa a l'illa de Menorca, i que Sebime i Eurobijoux són les mostres cimeres d'aquesta indústria importantíssima, amb 40 empreses de Menorca, aquí Sebime compona un total de cent, 40 de Menorca i, si mal no record, unes 10 o 12 de Menorca. Jo pens que també aquí hem guanyat la batalla en anys anteriors, i que molt encertadament es manté ara, i crec que s'ha d'enfortir, perquè mantenir tant fira de Menorca, com la fira de Madrid, és un punt de referència obligat per a tot Europa, i jo crec que amb açò no perdre el ritme de la comercialització, de la qualitat productiva i del disseny també és imprescindible que es faci i es mantengui.

Però hi ha una altra vessant que és, per suposat, l'agroalimentari, i jo pens que aquí sí que estam d'acord que és un dels grans reptes de futur, i em referesc a la crisi que avui està patint el formatge tradicional de Menorca i que podria ser una gran sortida als Estats Units, a Alemanya i a Europa perquè la demostració d'un augment del 56% d'exportacions d'aquest producte artesanal a aquesta països ens fa realment ser optimistes, i jo crec que dins la denominació d'origen es podria fer una actuació molt puntual amb la inversió d'uns 100 milions de pessetes plurianuals en cinc anys. Jo crec que seria una de les sortides que el camp de Menorca avui agrairia i podria tenir perquè augmentaria en qualitat, augmentaria en marge i després diversificaríem la destinació final dels productes agraris.

El vi, efectivament, com es fa d'una manera molt encertada, que ja van posar les bases el 94-95, de la comarca de Binissalem i altres zones de Mallorca, i que tan encertament han fet estudis de qualitat i de promoció i d'internacionalització a països diversos com Suïssa o diversos llocs de la Unió Europea.

És a dir, jo crec que l'enfocament és correcte, emperò si feim una anàlisi després de totes les xifres globals d'importacions i exportacions, perdem la batalla del desequilibri de balança comercial. Si efectivament nosaltres podem dir que les exportacions jo pens que es mantenen estables des del 95, perquè si bé el 99 hi ha hagut 141.000 milions de pessetes i el 96, 96.000 milions, hi ha 50.000 milions que són vendes d'aeronaus, igual que el 96 es van produir 43 milions de pessetes. Per tant, jo crec que és un seguiment molt estricte estadístic el que hauríem de fer per conceptes i per famílies per veure quins són els sectors que més atenció haurien de tenir.

Jo pens, nosaltres pensam que tot el que fa referència a millora de l'aparell productiu és importantíssim perquè millora

la competitivitat. Tot el que fa referència a la comercialització i al suport, ja siguin emissions inverses, que jo pens que són molt interessants perquè permet que els grans compradors vinguin *in situ* i coneguin la realitat de la nostra illa, de les nostres illes, de la nostra comunitat, de la nostra gent i de com es fan els productes, i açò pens que dóna molta confiança, s'ha de tenir en compte que la presència permanent en fires exteriors és imprescindible. Nosaltres consideram que el que no es pot fer són experiments momentanis anuals sinó que la permanència ha de ser, si es vol, un resultat favorable encara que costi cinc anys seguits, i em referesc, per exemple, a Àsia. En el sud-est asiàtic, les experiències del Japó o de Hong-Kong o de la Xina han estat aquestes experiències; ara es troben (...) però va costar moltíssim, grans inversions que es van fer, perquè any rere any nosaltres donéssim confiança del fet que els nostres productes eren seriosos, eren competitiu, eren de qualitat, eren de disseny i a un preu que realment es podien assumir, i ara jo crec que gràcies a aquestes actuacions és imprescindible.

A Estats Units nosaltres pensam que un dels centres de distribució és la costa est, però més que Miami, de cara a Amèrica, que jo posaria més dubte donada la configuració dels nostres productes, on crec que s'hauria de reforçar moltíssim és a Nova York, crec que allà és el centre importantíssim. Igual que a Alemanya, igual que a Àsia, Japó i Hong-Kong, crec que podrien ser tal vegada tres centres objectius d'aquesta política exportadora que pensa dur el Govern.

Hi ha un gran repte, que a mi m'agradaria que se'n parlés més, que és la nova economia, el gran món de la informació i de la comunicació; jo crec que estam en una societat de la informació que actualment provoca uns canvis profunds i que realment açò farà que..., noves maneres de la producció tradicional, de la introducció comercial i que, a més a més, és un canvi total i una gran oportunitat per a les Pimes, perquè es posen en igualtat d'oportunitats que la gran empresa, i jo crec que aprofundint en un debat i en un programa específic cap aquí jo crec que és d'una gran importància. Hi ha unes dificultats tecnològiques evidents, encara l'accés és lent, encara l'accés és car, encara els continguts i les xarxes no estan prou definides, són caòtiques i immenses, emperò redefinint un poc tota aquesta..., i estant a l'aguait dels canvis radicals que tenim, donat que Espanya és avui per avui un dels capdavaners d'Europa, jo crec que Balears no ha de perdre mai el ritme d'aquesta nova era quaternària que neix, i jo crec que tenim productes de qualitat per aprofitar aquesta internacionalització mitjançant les comunicacions i la informatització.

Nosaltres creim també que vostè, que no n'ha parlat i ens agradaria que ens en fes dos cèntims, té una gran oportunitat que és l'Agenda 2000-2006. Jo pens que tant per al Feder com concretament amb la política de l'Objectiu 1, el marc d'actuació dins l'Objectiu 2 tenim (...), la millora de competitivitat i ocupació i desenvolupament del teixit productiu, i dins l'Objectiu 1 concretament l'apartat 1.1 que són empreses d'ajut a internacionalització, a l'apartat 1.5 internacionalització i l'1.6, inversió en equipaments d'incorporacions dins la societat de la informació, i sobretot l'eix 3, que és el foment de la investigació en tecnologia i innovació, l'I+D, i crec que també és un

d'aquests capítols en qualitat que mai del món el Govern ha de perdre si realment volem ser competitiu i assumir els reptes que el segle XXI ens depara.

I per acabar a mi m'agradaria, vostè ha parlat de la Cambra de Comerç de Mallorca i d'Eivissa; jo li demanaria si la de Menorca queda exclosa dins aquest programa i si l'anterior institut o consell de política exportadora, on hi havia l'Icex, cambres de comerç i organismes diversos nostres, s'ha anul·lat o s'ha modificat, el consell de promoció de política d'exportació. I després si la figura de becaris, que em sembla encertada, es potenciarà o si és una cosa experimental.

Gràcies, president.

EL SR. PRESIDENT:

Gràcies, Sr. Camps. Per part del Grup Parlamentari PSM-Entesa Nacionalista té la paraula la Sra. Vadell.

LA SRA. VADELL I FERRER:

Gràcies, Sr. President. Gràcies, Sr. Conseller per la seva compareixença. Crec que en lloc d'explicar un programa de suport a les empreses ha presentat tot un pla estratègic de cara a l'exportació. A la seva intervenció ens ha donat una explicació molt exhaustiva de totes les mesures que pensa fer el Govern de cara a la promoció exterior dels nostres productes. És importantíssima la col·laboració del Govern amb les empreses perquè evidentment les dificultats amb què es troben pel simple fet de la insularitat són extraordinàriament grans.

No obstant això, hem de dir que Mallorca i les Balears en general no tenen una tradició exportadora recent, sinó que des de fa molts d'anys hi ha hagut alguns productes que han estat susceptibles d'exportació i fins i tot alguns pobles es varen poder enriquir en una època determinada degut a aquesta exportació d'uns productes que tenien unes característiques de qualitat que els feien molt acceptats per part d'altres països i altra gent que vivia a l'exterior.

Evidentment, les empreses que començaren amb l'aventura de l'exportació es varen haver d'arriscar molt i pel seu propi compte varen començar aquesta aventura, la qual cosa ha marcat una línia i ha marcat una tradició en la qual estam immersos ara. Evidentment no vull dir que les dificultats que tenguessin aleshores fossin inferiors a les que hi ha ara, però sí diferents; són diferents perquè el mercat exterior és tan complex i és tan competitiu que les dificultats que hi ha per exportar productes s'agreuken cada any més perquè hi ha una activitat productiva i exportadora extraordinàriament gran per part de moltíssims països, i sobretot ara, d'ençà d'un parell d'anys, que s'han incorporat al mercat molts de productes que fan la competència directa a productes que tradicionalment havien estat exportats per les Illes Balears, com per exemple pugui ser la bijuteria, ja que s'han incorporat al mercat altres competidors directes com puguin ser països de l'est o del sud-est asiàtic, que fan molt difícil que els productes fets aquí a les Balears, sense una ajuda per part del Govern i sense un gran esforç per part dels productors quant a qualitat i quant a

imaginació, originalitat i aposta pel disseny, puguin continuar dins la mateixa línia i puguin donar suport o puguin ser suportats per les empreses que ho fabriquen.

Crec que totes aquestes mesures que ens ha presentat són positives perquè engloben bàsicament una col·laboració amb les empreses privades i donen un aire de modernitat i d'adequació al mercat internacional i a les exigències que avui en dia tenen els diferents mercats. L'assistència a fires és imprescindible per poder mostrar els nostres productes, però crec que hi ha una cosa que hem de tenir en compte, que és que el primer que hem de fer des de les Balears és, a part de tenir productes de qualitat, creure'ns que són de qualitat, que tinguin una acceptació majoritària i una acceptació preferent entre els mateixos consumidors de les Illes, perquè si no ens creim que tenim aquest producte difícilment el podrem vendre amb energia i amb entusiasme de cara a l'exterior. És evident que aquests productes de qualitat hi són, però ho hem de fer creure també als altres i primer ens ho hem de creure nosaltres. Per tant, a part de la promoció exterior també hi ha d'haver unes accions decidides de cara al mercat interior perquè puguem efectivament vendre allò de què nosaltres estam orgullosos.

Evidentment les dificultats són extraordinàriament grans, com ja hem dit, la insularitat, els costos de transport, i potser vostè, Sr. Conseller, ha fet una exposició optimista i agosarada de tot el sistema d'exportació, però no oblidem que hi ha dificultats per fer aquestes exportacions. M'agradaria fes esment de totes les dificultats amb què es troben totes aquestes empreses que volen exportar, perquè potser sí, ha presentat un panorama optimista, però hem de ser realistes i hem de saber amb què ens enfrontam i aquelles dificultats que tenen els mateixos fabricants de productes. Sabem que hi ha alguns productes, com puguin ser el calçat o la bijuteria, que ja tenen un mercat més obert i un mercat més acceptat, però per exemple el mercat del disseny, sobretot en moda, i el mercat agroalimentari tenen més dificultats i sobretot també tenen, com que hi ha tradicions, hi ha competitivitat amb altres països que tenen més tradició en aquest tipus de productes, segurament es trobaran amb més dificultats a l'hora d'exportar aquests productes. La moda eivissenca va tenir una època esplendorosa; ara malauradament va tenir una baixada, no sabem si per manca d'imaginació, manca de promoció externa o no sabem exactament per què, però creim que el potencial de la moda eivissenca i, en general, de la moda de les Balears en roba pot ser impressionant, sobretot per aquella marca de qualitat i per aquella singularitat que li ofereix el nostre propi paisatge i la nostra pròpia ubicació dins la geografia mundial, diríem. Crec que això es pot explotar perfectament.

I també una altra pregunta que li voldria fer, ja que el portaveu del Partit Popular ho ha mig esmentat: ha volgut dir que hi havia un estancament quant a l'exportació, a veure si hi ha expectatives de creixement reals, sobretot en nous productes, ja que en els productes tradicionals pareix que hi ha unes accions decidides per part del Govern per continuar potenciant aquestes exportacions, però a veure si realment hi ha aquestes expectatives de creixement.

I bé, jo crec que...; acabaria la meua intervenció agraïnt la presència del Sr. Conseller i animant-lo a continuar donant suport a les empreses de les Balears. Moltes gràcies.

EL SR. PRESIDENT:

Gràcies, Sra. Vadell. Per part del Grup Parlamentari Socialista té la paraula la Sra. Amer.

LA SRA. AMER I RIERA:

Gràcies, Sr. President. Jo sí que començaré agraïnt la presència aquí i les explicacions del Sr. Vicepresident del Govern, així com la compareixença d'alts càrrecs que són aquí.

Des del Grup Parlamentari Socialista entenem que estam avui parlant d'unes actuacions importants d'aquest govern i en allò que fa especial incidència a la diversificació de la nostra economia, una economia sens dubte terciaritzada pel turisme i parlem d'uns objectius clars d'internacionalització de les empreses de les Illes Balears que, per tant, hem d'afavorir.

És evident que hem de superar, com deia el Sr. Sampol, aquesta barrera natural, aquesta barrera també econòmica que ens suposa la insularitat. Per això entenem que són importants aquestes actuacions que ens ha anat explicant, clares, a favor d'aquesta promoció, a favor, sobretot, d'aquestes petites i mitjanes empreses que és important fomentar de darrere aquests mecanismes de consultoria, aquests mecanismes, aquest consorci que pot afavorir treure del mercat interior aquests productes i, per tant, una expansió d'aquests sectors industrials. És important allò a què a fet esment, entenc, i per tant pel tipus d'empreses que conformen la nostra activitat bàsicament industrial, quant a assistència tècnica, quant a aquesta assistència legal, quant a aquesta prospecció i tot, entenc, de coneixement, d'explicació d'aquests mercats exteriors. A posta entenc que és especialment important aquesta coordinació que ens ha explicat en relació a totes les institucions amb totes les associacions que tenen relació amb aquesta exportació o amb aquesta internacionalització.

Vull fer especial esment a la potencialitat que ens dóna i aprofitar, evidentment, aquestes ajudes europees quant a l'Europartenariat; jo entenc que és una experiència afavoridora i, sobretot, un camí per a aquesta petita i mitjana empresa d'obrir horitzons que no estaven..., als quals difícilment podien accedir pel seu tamany.

Jo entenc que és important veure i analitzar, per també així veure quins són els problemes amb què es troben aquestes empreses tradicionals, però també veure quines són les expectatives de creixement quant a aquestes tradicionals -em referesc a exportació com calçat i bijuteria- però pot ser que sigui d'allò també més interessant fer especial esment, sobretot perquè a vegades ho trobam molt localitzat territorialment. La Sra. Vadell ja ha fet menció al sector moda; jo entenc que està molt localitzat, moda i disseny a l'illa d'Eivissa, que sabem que potser que sigui l'illa més terciaritzada pel turisme i per tant amb més insistència potser ens falti incidir més en aquesta diversificació de la seva economia. Sabem que des del consell

també està dins la seva política, des del Consell Insular d'Eivissa i Formentera està dins la seva política incidir en superar aquestes dificultats amb què es troben per afrontar sobretot aquestes expectatives de creixement que ens pot donar un sector com és aquesta moda i disseny a què ja s'ha fet menció, que va ser clau el relançament d'aquesta moda Adlib fa una sèrie de dècades.

És important el tema agroalimentari. Vostè ha fet esment als vins. Ho comentava el Sr. Mayol fa poc temps: tant de bo poguéssim venir aquí a parlar de vins perquè és un sector que evidentment ja s'ha entès que es tracta de fer un producte de qualitat amb imatge i, per tant, és una llàstima que no puguem parlar de les potencialitats que aquest ofereix, en altres sectors, amb aquesta eufòria un poc que ara veim, aquesta eufòria que ara veim amb les vins i que és una forma d'entendre un poc que és així com s'ha de fer, no fer tant grans produccions com anar a aquest producte de qualitat amb imatge. Per això m'agradaria un poc entrar dins aquest sector agroalimentaris quines potencialitats tenim amb altres. És una llàstima que hem vist, parlant del formatge, no just a l'illa de Menorca, sinó sobretot encara jo entenc que ho pateix més greument l'illa de Mallorca i, per tant, quines potencialitats o quines dificultats també es troben dins aquests subsectors agroalimentaris.

Just per acabar, un altres sector que entenc que també per la seva localització a la zona de Llevant, a la zona de Manacor, va tenir una engegada important coincidint amb tot el subministrament a l'activitat de construcció i, per tant, d'equipaments a l'hoteleria en els anys 60 i que després vàrem veure que entrava dins una crisi -em referesc al moble- jo tenc record i estadístiques que ofería la revista d'informació comercial espanyola en els anys 80 que teníem empreses dins el sector del moble exportadores en aquells moments i que ara, precisament per aquesta mateixa globalització de l'economia ens trobam que s'ha convertit més en un sector comercial que de producció; a veure quines possibilitats ens dona també i quines expectatives de creixement ens dona aquest sector.

I ja finalment, en temes de formació, tant en ensenyament reglat com en cicles formatius, que n'hi havia algun dedicat a comerç exterior, a veure quin foment es pot fer i quina relació concreta amb el tema de què parlem avui d'internacionalització i per tant d'exteriorització dels nostres productes, i per tant d'obrir les nostres fronteres a l'exterior dels nostres productes industrials, que entenem que val la pena fomentar, a veure el tema formatiu quins incentius i, per tant, quines expectatives també ofereix.

I just voldria acabar, Sr. Sampol, un poc quant a aquests nous mercats, que a vegades sempre pensam en aquests mercats tradicionals d'Europa o de Nord-Amèrica, però també potser podem parlar, amb altres mercats més amplis quant a demanda, sobre quines actuacions ha fet el Govern per obrir a nous mercats els nostres productes de cara a l'exterior.

Moltes gràcies.

EL SR. PRESIDENT:

Gràcies, Sra. Amer. Per contestar té la paraula l'Hble. Sr. Vicepresident del Govern.

EL SR. VICEPRESIDENT I CONSELLER D'ECONOMIA, COMERÇ I INDÚSTRIA (Pere Sampol i Mas):

Gràcies, Sr. President. Jo crec que, efectivament, quan parlem d'interessos d'estat, encara que no siguem un estat, encara, hi ha coincidències, naturalment. Jo crec que quan parlem d'internacionalitzar la nostra economia hi estam d'acord. Per ventura no ens posarem d'acord en unes accions puntuals o, fins i tot, estant d'acord amb unes accions que s'haurien de emprendre, surten bé o no surten bé. Aquí hi ha el factor humà que també hi intervé, la sort, la pròpia dinàmica de les empreses...

Clar, en definitiva el Govern el que fa és llançar uns impulsos i si després l'empresa privada respon a aquests impulsos quasi sempre escapa a la capacitat de presa de decisions del Govern, sobretot quan nosaltres ens movem amb una precarietat de recursos tan important, comparats amb regions Objectiu 1 que en aquest moment ens fan la competència pràcticament en tots els productes de què hem estat parlant, especialment en el sector del calçat tenim una pròpia competència dins l'Estat espanyol, dins altres estats com és Itàlia, d'una manera més recent Portugal, i allà on l'assistència a fires o la promoció exterior està subvencionada que jo crec que fins i tot les empreses hi fan negoci, anant a fires internacionals. No és el nostre cas que, per desgràcia, hem d'intentar optimitzar al màxim els pocs recursos disponibles que tenim, i per això, ajuntant esforços amb cambres i amb el món associatiu aconseguim jo crec que uns resultats que són positius, però, efectivament, tenim una competència que jo, en alguns casos, crec que és competència deslleial, perquè ens trobam amb unes economies molt incentivades gràcies a uns recursos econòmics que vénen en molts d'aspecte de la Unió Europea. Per tant, posarem el lliure mercat entre cometes, i crec que aquesta és una dificultat afegida per a les nostres empreses, sumada a la insularitat, als sobre costos que té les característiques de la nostra economia, etc.

Efectivament jo crec que hi ha una coincidència, i més que definir entre els sectors com ha fet el Sr. Camps, calçat, bijuteria i agroalimentari, jo començaria a parlar d'un gran sector que seria moda i disseny, perquè és un sector on es poden complementar molt els esforços. Naturalment hi ha calçat i bijuteria que ens han obert camí i que ens estan obrint camí, però tot el tema de la confecció ofereix unes possibilitats importants que en aquesta legislatura començarem a explorar; he parlat abans del fet que s'ha constituït una associació que no record com es diu, però vaja, de moda i disseny, més relacionada a la confecció entorn als dissenyadors, que hi ha uns dissenyadors joves que comencen a sortir internacionalment i que ho fan molt bé; s'ha constituït una altra associació de joieria...; bé, a partir que els sectors es comencen a organitzar és molt més fàcil des del Govern llançar aquests impulsos. Per tant, dins aquest gran sector de moda i disseny hi ha moltes possibilitats.

I naturalment el sector agroalimentari, que estratègicament l'hem de potenciar i que aquí sí que hi ha competència deslleial, aquí sí que hi ha competència deslleial. La política agrària comuna ens posa unes dificultats importants, però que regions Objectiu 1 tenen una capacitat de disposició de recursos per incentivar el sector primari que fa que la producció sigui molt més econòmica.

Sobre el sector agroalimentari m'ha fet un comentari, que és ajudar a la promoció del sector del formatge de Menorca. Bé, hem estat parlant amb el consell regulador de la denominació d'origen i estan preparant un programa de promoció exterior que anirà dins l'Estat espanyol, prioritàriament a Catalunya, que és allà on hi ha bastant de consum, i després especialment dirigit al mercat europeu i centre-europeu, i veurem en què es concreta. A mi encara no m'han presentat la proposta però estam negociant, bé, més que negociar els hem demanat que ens facin una proposta que després estudiarem.

Bé, quant a les estadístiques d'exportació, jo crec que les hem de qüestionar un poc i crec que un dels objectius, al marge d'aquesta compareixença, una de les mancances que tenim és una base estadística sòlida a les Illes Balears en tots els aspectes, però fins i tot quant al comportament dels nostres sectors econòmics; de totes maneres la darrera estadística de l'any 99 que ens ha passat la Direcció territorial de Comerç del Ministeri d'Economia i Hisenda, els posaré un exemple, en llet i productes lactis, diu que s'han doblat les exportacions respecte del període anterior, el 98, ho atribueix al formatge fus de la factoria Kraft, i diu, "hem de destacar la pràctica desaparició d'exportacions de formatges de la denominació d'origen Maó"; això no és ver, tots ho sabem, al contrari, segurament han augmentat més d'un 40% les exportacions, què passa aquí?, que segurament aquí s'han comptabilitzat a través del port de Barcelona, quasi amb total seguretat.

Bé, en definitiva, i com que tothom ha parlat de com evolucionava l'exportació, i ja dic, m'he de remetre a les dades del Ministeri, hi ha hagut un augment important en productes lactis, en llegums i hortalisses, també la patata va anar bé, la xifra va doblar la del 97, que degué ser un any dolent; és curiós, la goma de garrofi comença a destacar dins les exportacions, aquesta fàbrica al polígon de Marratxí, amb tecnologia puntera, comença a fer forat en l'exportació; el tema de begudes alcohòliques, especialment els vins, que han augmentat un 40%; el tema del calçat, que també ha augmentat d'una manera important. I al contrari, disminueix l'exportació de joieria i bijuteria, bijuteria pràcticament, perquè de joieria fèiem poca cosa.

He de confessar que el tema ens ha de preocupar un poc, i no perquè no sigui el sector un sector molt dinàmic, jo qualificaria el sector de la bijuteria com el sector empresarial més dinàmic que tenim a les Illes Balears i que, per tant, és conscient de les dificultats, què passa aquí?, ho deia la Sra. Vadell, una invasió de productes a un baix preu del mercat asiàtic, del sud-est asiàtic. Parlam d'elaborar un pla de reconversió del sector que passaria per modernització de totes les estructures productives, ara, això significarà un pla amb pressupost darrera que intentarem a partir de l'any que ve, ja,

començar a posar en pràctica. N'hem començat a parlar amb el sector, ara hi ha aquesta competència, com s'ha de combatre?, com tot, amb tots els productes amb qualitat.

Quant a la presència a fires, estic d'acord que s'ha de potenciar, el que passa és que jo pens que no acabam d'utilitzar correctament, o esborrin aquesta paraula, no acabam d'utilitzar tot el potencial que ens donen les fires. He viscut l'experiència d'acompanyar els empresaris a una fira i em fa la sensació que els hi enviam un poquet deixats de la mà de Déu, crec que no basta ajudar que els empresaris assisteixin a una fira de tres o quatre dies a l'altre cap de món, hi hauria d'haver una feina prèvia que seria un estudi de mercat, un estudi de les demandes d'aquell mercat en relació amb els productes que volem potenciar en aquell mercat, i prèviament a la fira hi hauria d'haver tota una comunicació als possibles clients, naturalment majoristes, que hi haurà aquella presència d'aquelles empreses a fires. És a dir que hauríem de disposar d'un *mailing*, d'uns llistats, per convidar i fer algunes accions de promoció dins el marc de la mateixa fira. Ara, això necessita d'una infraestructura, i és el que els parlava abans, en combinació amb les oficines del Cofca i de l'Icex, intentar muntar aquesta estructura de becaris, de becaris, perquè de moment no ens podem permetre, nosaltres, a muntar les nostres pròpies oficines, ni fins i tot a enviar-hi professionals, ara, podem començar a formar aquests professionals, que deia la Sra. Amer.

Què podem fer en formació? Bé, d'aquest tema n'hem parlat amb la Universitat, amb la Universitat també es parla de veure quins estudis es poden impulsar que ens siguin útils per a l'exportació, a veure algunes especialitzacions concretes, hem parlat també amb la Fundació Universitat, empresa, bé, i amb aquestes accions que ja emprendrem de cara a formar becaris.

Quant als Estats Units, estic d'acord que Miami és més una plataforma de penetració cap al mercat sud-americà, i que Nova York és més la porta d'entrada. Mantenim el consultor, li hem ampliat el contracte, com els he dit, i li hem demanat que es dediqui pràcticament a tots aquests sectors que volem potenciar.

Crec que estam d'acord, també, en el tema de la importància del món de les noves tecnologies i, efectivament, avui hi ha petites empreses que exporten sense necessitat d'anar a fires gràcies al comerç electrònic, ja els he contat les accions que feim, directes a empreses, en combinació amb associacions o entitats, i amb instruments propis que cream per entrar les nostres empreses dins Internet.

Bé, quan m'ha parlat de l'Agenda 2000-2006 i de les possibilitats que ofereix el nou objectiu 2, jo, com que a més avui ja ens allargam molt i tenc una compareixença prevista no sé per a quan, el president de la comissió comanda, però serà prest, jo m'imagín que serà abans de quinze dies, en parlarem un poquet més. Ara sí, el que li he de dir és que, quant a l'eix 3, s'ho ha reservat tot Madrid, que és el tema d'innovació tecnològica, dins aquest eix 3 sembla que Madrid inclou tot el capítol d'innovació tecnològica, la promoció exterior de l'Icex i beques per a investigació. I, per tant, veuran com en aquest eix 3 hi tenim zero pessetes. Aquí es tractarà d'intentar negociar

amb el Ministeri les accions que amb aquests recursos es puguin fer a Balears i fins i tot, jo crec que modestament, el Govern balear amb una aportació econòmica podria amplificar aquestes accions, es tractaria que els recursos europeus es vessin amplificats amb recursos de l'Estat espanyol, i si nosaltres podem jugar un poc, també hi jugarem, però, de moment, no en sabem res, d'això.

Quant a la Cambra de Comerç de Menorca, en certa manera, està molt en coordinació amb la Cambra de Mallorca, no té pla cameral, i enguany, aquesta promoció col·lectiva la feim amb l'associació de fabricants de calçat de Menorca, ara, hi ha molta relació, com vostè sap, entre la Cambra de Menorca i la de Mallorca, i la d'Eivissa i Formentera, tampoc la Cambra de Menorca no té tants de recursos econòmics com per poder dissenyar un pla cameral propi, li ve just per mantenir la infraestructura actual.

Quant al Consell de promoció de l'exportació, no l'hem convocat encara, pensam en la seva redefinició, jo he llegit totes les actes del passat consell, i pens que li hauríem de donar un nou impuls. La veritat és que no ha estat prioritari per a mi, però intentarem, com més prest millor, tornar-lo a convocar, i veure com el redefinim.

Del tema de becaris ja n'hem parlat.

I quant a la Sra. Vadell i a la Sra. Amer, efectivament la qualitat és l'única base per a l'exportació, mai no podrem competir amb preus, sobretot quan, tornant a les dificultats, els preus sempre seran un problema, i nosaltres tenim un sobrecoast del transport que, en alguns productes, és important a l'hora d'encarir la peça.

Ha dit una frase la Sra. Vadell i és que és important creure'ns que feim bons productes. Efectivament, crec que la primera promoció exterior l'han de fer els ciutadans de Balears, i hem d'aconseguir que les Illes Balears siguin una gran fira permanent, hem d'aconseguir tenir 700.000 venedors que venen els productes a deu milions de turistes que incideixen damunt un mercat de 300 milions de possibles consumidors. Aquest és l'objectiu, ara, aquí fa falta orgull per al que és propi, que comença per prendre consciència del que som, que produïm bé i que ho hem de vendre als nostres visitants.

Bé, ja he dit abans que no hi ha un estancament a l'exportació, al contrari, estam en expansió, en excepció del sector bijuter, hi ha expectatives de creixement dins tot el sector de la moda, i naturalment que dins moda hi fic calçat i bijuteria, hi ha importants expectatives en tot el sector agroalimentari, a mesura que l'anem organitzant, ara, precisament, crec que prest hi haurà bones notícies en el tema de l'ametlla, tot d'una que tenguem producció iniciarem les campanyes de promoció, de venda; hi ha perspectives en tot el sector quaternari, sectors informàtics; hi ha perspectives en els equipaments turístics, i aquí aniríem cap al sector de fusta i moble de Manacor que, efectivament, igual que la bijuteria, és un sector que ens preocupa, l'analtzam en aquest moment, el tema també haurà de ser qualitat. Les empreses han de complir les normes ISO, de qualitat de la Unió Europea, per poder exportar perquè, si no,

no exportaran. Aquí, crec que prest entrarà en funcionament l'Institut tecnològic de la fusta a Manacor, varem tenir dificultats per pagar els terminis l'any anterior, ara hi tornarà a haver noves inversions, i aquesta és la base també per exportar, que els fabricants de mobles o derivats, d'equipaments, puguin certificar la qualitat dels productes, perquè és una exigència dels importadors.

I quant a nous mercats, el mercat europeu, evidentment, sobretot pel que dèiem, perquè aquí tenim un gran mostrador, on alemanys, anglesos, per aquest ordre, però després tots els turistes europeus tenen aquest mostrador i, per tant, això ha de servir perquè nosaltres col·loquem els productes als seus països d'origen; Estats Units és difícil, ara és un bon moment perquè el dòlar està altíssim, ara és un mercat on és molt difícil penetrar; i un mercat incipient en el qual jo hi tenc moltíssima confiança és Xina, a Xina hi ha 1.200 milions de potencials consumidors, hi deu haver no sé quants de mils de milionaris, és a dir, quan parlam d'aquestes xifres, i, per tant, hi ha un potencial consumidor dels nostres productes de qualitat. Hauran vist que hem fet dues accions, és a dir, una acció a nivell polític, que tenim compromès l'organització d'una demostració de productes o d'una mostra de productes a Hong-kong, d'això en varem parlar amb l'assessor econòmic de l'ambaixada de Xina, i després, no fa molt, també varem tenir la visita dels directius d'una gran cadena de botigues i supermercats amb unes expectatives impressionants. Els diré que es va fer una gran comanda només per a mostraris, naturalment no diré ni l'empresa ni el sector, però només els mostrarí encarregat és superior a moltes comandes de productes de vendre, estan, per ventura, excessivament illusionats, però hem de saber que aquest mercat ens ofereix moltíssimes possibilitats.

I crec que això és tot. Gràcies.

EL SR. PRESIDENT:

Gràcies, Sr. Vicepresident. En torn de contrarèplica, té la paraula el Sr. Camps.

EL SR. CAMPS I COLL:

Gràcies, Sr. President. Molt breument perquè ja és tard, i crec que és important, però, malgrat tot fer unes consideracions, abans d'acabar aquesta compareixença. Tenim dubtes respecte de la moda balear, jo pens que els grans centres de moda avui són París, Milà, Nova York o Londres, i sempre que s'ha intentat fer una moda Tramuntana, una moda Adlib o una moda de la part forana, no ha tingut una transcendència d'exportació internacional, perquè, malgrat nosaltres, efectivament, tenim bons dissenyadors, els grans centres que dirigeixen internacionalment, on hi ha molts d'interessos, són aquests. El que sí és que els dissenyadors nostres han d'estar permanentment en contacte i al dia de tot el que es cou en aquests centres de moda internacionals, i si nosaltres després feim açò amb qualitat i preu i som competitius, nosaltres ens garantim una presència activa. Però és que actualment, quan parlam de costos del producte, parlam també d'un fenomen que es produeix, que molta gent

reconverteix la seva fàbrica, la seva estructura productiva amb una estructura de disseny, de comercialització i que, fins i tot, la seva estructura productiva la fa possible a altres països on tenen una mà d'obra competitiva, com poden ser l'Índia, Pakistà o fins i tot Xina. I crec que és un fenomen del qual el Govern ha de fer un seguiment, perquè com que és molt dinàmic, és una cosa que s'ha de tenir en compte.

Estam d'acord que el Consell regulador de denominació d'origen s'hauria de potenciar en els seus programes, sempre ben estudiats i que siguin efectivament factibles, però crec que és una de les vies raonables, serioses, de diversificació del producte final agrari de Menorca, el 65% del qual, com bé sap, és de derivats de llet.

Quant a assistència a fires, si parlem de calçat, pens que a dues importantíssimes, com és la GDS de Düsseldorf, dues, on hi ha 70.000 m2 d'exposició, 1.600 expositors, 50 països, i Espanya és el tercer país amb presència activa, i nosaltres ja de fa anys ho tenim, jo pens que ja hi ha, diguem, una rutina de participació, i a més molt favorable, perquè jo record empreses de Menorca que eren reticent fa cinc anys, ara no se n'anirien. Igual passa amb Moda Calzado, que són les dues grans fires de calçat. I si en bijuteria mantenim Sebime, Eurobijoux, Menorca i després Madrid, crec que ens garantim, també, una presència dins aquest mercat importantíssim de la bijuteria.

Estam d'acord i esperam la seva compareixença, conseller, sobre l'objectiu 2, jo crec que és importantíssim per redissenyar tot el programa amb un marge i uns objectius amples i amb un escenari prou engrescador, perquè després es pugui, aquesta oferta que els directius de Brussel·les, Madrid, Balear, es concretin a la nostra comunitat autònoma, de manera regional, i sigui factible que aquests diners es puguin realment reinvertir per a aquesta potenciació dels sectors estratègics que nosaltres tant dissenyam.

L'Institut balear de disseny, el 95 havia fet unes experiències de reports per a fires, jo crec que tal vegada podria ser una iniciativa a tenir en compte, a efectes de no saber, de manera espontània qui és que van on, i d'una manera un poc despistada. Aquest fet, tal vegada, podria ser un bon ..., per tenir-ho en compte.

I el Consell de promoció industrial, bé, esperam també que ens reti compte de la seva experiència una volta redissenyat, perquè creim que és un punt de trobada important entre el Govern central, el Govern de la comunitat autònoma, altres entitats i també les empreses per a aquest repte importantíssim, vital per a nosaltres, que és l'exportació dels nostres productes per mantenir una economia diversificada, amb llocs de feina estables, on la sinistralitat laboral sigui mínima i on realment cream artesanía, productes de qualitat i cream sobretot un fet cultural com és la sabata, la bijuteria i d'altres productes d'aquí.

Gràcies, president. Per la seva compareixença, gràcies, conseller.

EL SR. PRESIDENT:

Gràcies, Sr. Diputat. Per tancar la qüestió, té la paraula el vicepresident del Govern.

EL SR. VICEPRESIDENT DEL GOVERN I CONSELLER D'ECONOMIA, COMERÇ I INDÚSTRIA (Pere Sampol i Mas):

Gràcies, Sr. President. No, crec que compartim molts dels criteris amb el Sr. Camps, i crec que només els he d'agraciar que m'hagin permès venir aquí a explicar i a debatre les línies de promoció exterior del Govern, jo crec que totes les opinions dels distints portaveus s'han de tenir en compte, algunes crec que també les hem d'incorporar a la nostra política, i únicament, quant a l'escepticisme sobre el meu activisme en el sector de la moda, només li dic que m'ho deixi intentar, ja ho veurem.

Gràcies.

EL SR. PRESIDENT:

Moltes gràcies, Sr. Vicepresident.

Una vegada esgotat l'ordre del dia, només queda agrair la presència de l'Hble. Vicepresident del Govern i conseller d'Economia, Comerç i Indústria, que han vingut acompanyat del Sr. Bartomeu Oliver, director general de Promoció Industrial, i del Sr. Sebastià Rexac, secretari general tècnic de la Conselleria.

I no havent-hi més assumptes a tractar, s'aixeca la sessió.



DIARI DE SESSIONS

DEL

PARLAMENT

DE LES

ILLES BALEARS

PREU DE LA SUBSCRIPCIÓ

Un any	2.000 pessetes.
Sis mesos	1.000 pessetes.
Tres mesos	500 pessetes.
Preu de l'exemplar	100 pessetes.

Redacció i Administració
PARLAMENT DE LES ILLES BALEARS
C/ Palau Reial, 16
PALMA DE MALLORCA

Imp. Parlament de les Illes Balears. Palma