



Monges i banyistes a la platja guixolenca de Sant Pol, els anys seixanta.

La situació econòmica i turística de la Costa Brava

Lluís Mundet

«És un cercle viciós de degradació de la qualitat en la prestació de serveis turístics. Si es degraden els serveis, es produeix una pressió perquè els preus vagin a la baixa i això provoca una nova caiguda de la qualitat dels serveis; i, en conseqüència, els segments de demanda que creixen són els de menys poder adquisitiu. És una dinàmica infernal i el conjunt del territori és el que acaba perdent-hi».

«Jo em pregunto si bona part de la indústria hotelera catalana no ha començat ja un procés en espiral on la degradació de la qualitat porta cada any a una clientela més petita i pobre, i que per tant cada any deixa menys beneficis a la indústria, i que per tant no li permet renovar-se, la qual cosa fa que l'any vinent els clients siguin encara menys i més pobres, i així pitjor cada any que passa...»

Voldria començar aquest article, que intenta ser una visió de la realitat econòmica de la Costa Brava 20 anys després del Debat, realitzat per una persona que per la seva edat no hi va assistir, amb un petit exercici per al lector.

De les dues cites de l'esquerra, una té el seu origen en el mateix Debat i l'altra només té algunes setmanes. M'agradaria que el lector fes l'esforç de posar-li una data.

Sense ànim de menystenir-lo, estic convençut que li resultarà molt difícil esbrinar l'origen d'una i de l'altra, no?

La primera correspon a l'economista Ferran Navinés i va ser realitzada en el context del II Simposi Internacional Costa Brava, celebrat a Tossa de Mar a principis d'abril d'aquest mateix any.

La segona pertany a la ponència presentada per Antoni Casahuga sobre les "Perspectives a llarg termini del turisme exterior a Espanya", dins l'àmbit econòmic del Debat Costa Brava, el novembre de 1976.

Quin és l'objectiu d'aquest exercici? La seva finalitat és reflectir un estat d'ànim, millor dit de desànim, entre l'opinió pública, que ha portat a diaris com *El Punt* a dedicar editorials preguntant-se "Què es farà pel turisme, a part d'estudis?" o al seu col·laborador Miquel Pairoli a escriure, amb motiu de les "Jornades sobre el turisme en els espais litorals" organitzades per la Universitat de Girona l'abril de 1995, articles que reflecteixen una sensació de cansament perquè tot el que s'havia d'estudiar sobre la realitat turística de les nostres comarques ja ha estat estudiat, tot el que s'havia de dir ja s'ha dit, però molt poc del que s'havia de fer s'ha fet.

De tant en tant a Catalunya hi ha unes quantes persones que es reuneixen per parlar de turisme. Són economistes, geògrafs, periodistes i sempre solen ser més o menys els mateixos des de fa vint anys, des de llavors del Debat Costa Brava. Les conclusions a què arriben apunten cap a la preocupació i el pessimisme. Són reflexions sàvies, assenyades, un punt tristes, que inclouen habitualment una lamentació pel que ja no té remei. Aquestes persones han envellit predicant en el desert perquè aquells que haurien d'escoltar-se'ls ho han fet amb un flabiol sonant...

MIQUEL PAIROLÍ,
«Grandeses Turístiques»,
El Punt, 16/04/95

Penso que caldria fer algunes matisacions, defugir determinismes que ens podrien conduir a pensar que el turisme té unes dinàmiques internes difícilment modificables, o fins i tot que el fenomen turístic, porta en ell mateix la llavor de la seva pròpia autodestrucció. Mai s'haurà estudiat prou el fenomen turístic perquè, com a realitat canviant que és, caldrà estudiar-lo sempre (si és que volem continuar essent competitius), per tant continuarà essent una font inesgotable d'articles, jornades i debats. Tampoc és cert que durant aquests darrers vint anys les coses que s'han fet no ens permetin passar de fer un comentari sobre una fotografia en blanc i negre a una altra amb colors. Alguns problemes es mantenen vius o s'han agreujat, però altres han trobat solució. Fer un balanç d'aquesta nova situació és l'objectiu d'aquest article.

La importància econòmica del turisme. Algunes xifres per situar-nos

Les darreres xifres recollides per l'Organització Mundial del Turisme (OMT) per a l'any 1994 ens indiquen que les arribades de turistes es calculaven en 531 milions de moviments a tot el món (es preveu que en els propers vint anys aquesta xifra s'haurà doblat), i els ingressos que aquestes suposaven eren de 336 mil milions de dòlars.

Entre 1983 i 1993, els ingressos per turisme, a escala planetària, van créixer anualment una mitjana del 13%, davant del 10% d'increment experimentat pels serveis o el 7% d'augment de l'exportació de mercaderies.

Tot això permet afirmar a organismes internacionals com l'OMT que el turisme, si prenem com a referència la seva aportació al valor de les exportacions mundials, s'ha convertit actualment en la primera indústria del món, seguida per la indústria del petroli i l'automobilística.

- Catalunya, amb més de 2 milions de places turístiques, representa el 3% del turisme mundial. Turísticament parlant, Catalunya és més important que Portugal, Turquia i Grècia. Localitats com Lloret o l'Escala tenen més places que països com Cuba. Catalunya és el destí preferent dels turistes estrangers que visiten l'Estat espanyol, tal com demostren els més de 12 milions de visitants que van escollir Catalunya durant el 1995 (16,5 milions en total, si considerem el turisme nacional i estranger). Aquestes xifres configuren una participació d'un 20% dins del negoci global del sector turístic espanyol. Podríem dir que Catalunya s'ha convertit en la Florida d'Europa.

- La Costa Brava va tornar a ser, durant el 1995, la marca turística més visitada entre els catalans i també entre els turistes de la resta de l'Estat espanyol i l'estranger.

- 13 de cada 100 persones ocupades a Catalunya treballen en el negoci turístic responsable de la creació de 840.000 llocs de treball directes i 560.000 d'indirectes.

- 13 de cada 100 pessetes de la riquesa que es genera a Catalunya en un any provenen del sector turístic. Aquest 13% del PIB català va representar l'any 1995 un volum de negoci d'1,63 bilions de pessetes, cosa que va fer que el mateix conseller de Turisme Lluís Alegre bategés la temporada com la *rècord dels rècords per a la indústria turística catalana*.

El turisme, tal com podem veure en el gràfic, no apareix en les estadístiques com un sector clarament diferenciat, sinó que reparteix la seva influència sobre la resta d'activitats econòmiques, sobretot en el sector dels serveis i la construcció, i s'ha convertit en l'eix vertebrador de l'economia de la Costa Brava, suplantant altres sectors tradicionals com l'agricultura, la pesca o la indústria (del suro, drassanes...), que havien tingut aquest paper central en les estructures econòmiques de les

comarques que integren aquesta zona. De fet, segons la geògrafa francesa, Yvette Barbaza, (una de les primeres estudioses del fenomen i autora de la primera tesi doctoral sobre el turisme a la Costa Brava, *El paisatge humà de la Costa Brava*, 1966) ja va establir clarament que la Costa Brava no era una unitat territorial, però sí funcional, caracteritzada per l'existència d'una funció, la turística, progressivament comuna i essencial al llarg de tot el litoral, i que esdevenia la seva raó de ser.

Un cop conscienciats de la magnitud i de la importància del fenomen turístic a diferents escales, cal tornar a l'àmbit del Debat, que es va caracteritzar per la gran diversitat de temes tractats dins l'Àmbit Econòmic; agricultura, promoció, hisendes municipals, gestió urbanística, indústria, treball... Resultaria impossible, per tant, rebatre punt per punt totes les ponències, així que el més interessant serà centrar-nos en la Declaració Final del Debat sobre els aspectes econòmics, on quedaven resumits els més importants, i analitzar quina és la seva situació actual.

Quins problemes encara es mantenen vius?

L'economia del litoral gironí continua practicant el monocultiu turístic, centrada quasi de forma exclusiva en el turisme i la construcció. Si s'observa el gràfic de l'estructura productiva de la Costa Brava, podríem considerar que l'any 1970 un 65% de la població activa treballa directament i indirectament en el sector turístic (serveis i construcció) xifra que l'any 1991 arriba ja a un 75%. Si mirem el gràfic sobre l'evolució de l'oferta de places hoteleres a la Costa Brava, es veurà que aquesta no ha parat de créixer (exceptuant crisis puntuals) des de l'any 1963. Tot i que el que resulta característic de l'oferta d'allotjament de la Costa Brava no són els hotels sinó els habitatges temporals (apartaments i segones residències) que aglutinen tres quartes parts del total de l'oferta, aquest fet ens explicaria la importància del sector de la construcció. L'any 1991 localitats com Lloret de Mar tenien una renda per càpita superior en un 70% a la mitjana de l'Estat espanyol i d'un 45% respecte a la catalana, proporció que en poblacions com



20 anys de COSTA BRAVA

L'Escala «baixava» a un 60% i 35% respectivament. Però si això va ser cert a principis dels noranta, actualment la situació ha canviat força, tal com ho demostraria la baixa en la rendibilitat de les explotacions hoteleres –cosa que va portar algun dels nostres empresaris hotelers (Grup Guitart de Lloret) a obrir establiments en altres zones del món, com Santo Domingo o Cuba, per tal de compensar la disminució de la seva facturació a l'Estat espanyol– o, el més simptomàtic, donada la importància del sector, l'enfonsament en el nombre d'habitatges construïts, fenomen que es pot observar en localitats tan significatives de la Costa Brava com l'Escala, Torroella-l'Estartit, Sant Feliu o Lloret, fet que s'agreuja, tal com es desprèn del gràfic, a partir del final dels anys vuitanta. Les solucions proposades al Debat, com l'ampliació de la base econòmica de la franja litoral, intentant fer compatible el turisme amb la indústria, continuen vigents vint anys després. Les noves tecnologies (fax, correu electrònic, Internet...) permeten cada cop més treballar des de casa, i de cases, a la Costa Brava n'hi han moltes, potser fins i tot massa. Per

què no transformar moltes segones residències en primeres? La Costa Brava pot oferir qualitat de vida, paisatgística, un entorn agradable... Es podria seguir l'exemple de la Costa Brava francesa i atreure indústries toves, no contaminants, d'alt valor afegit, com podrien ser els grans departaments d'Investigació i Desenvolupament d'empreses multinacionals. Sitges ha seguit aquesta estratègia per trencar el monocultiu econòmic que fins fa poc suposava la seva indústria turística, i promocionant el fet de trobar-se en el Mediterrani i prop de Barcelona ha aconseguit que la multinacional alemanya Audi, del grup Volkswagen, hi traslladi el seu departament de disseny de nous productes. Aquest és, sens dubte, un camí a seguir.

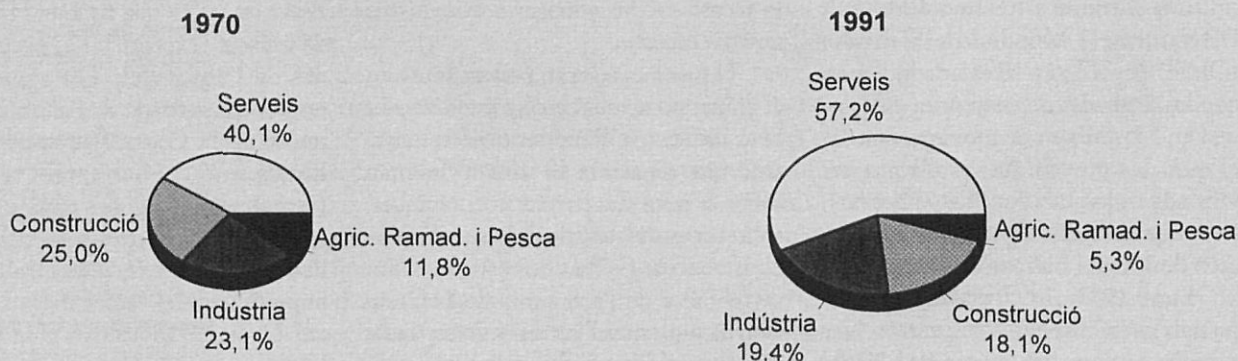
Un altre tema pendent i candent el constitueixen les finances municipals, que continuen essent la ventafocs del finançament públic. L'any 1976, els ajuntaments i les diputacions no disposaven més que del 12,7% del pressupost de tot el sector públic espanyol. Segons xifres proporcionades per la Federació de Municipis de Catalunya i l'Associació Catalana de Municipis, l'any 1993 les despeses públiques per nivell de govern es repartien de la següent manera: un 66% pel nivell central, un 21% pel nivell intermedi (comunitats autònomes) i un 13% a nivell local, és a dir, els ajuntaments. Xifres que queden encara lluny de la mitjana de països federals com Alemanya, Àustria o el Canadà, on el

nivell central té el 56% de les despeses, el nivell intermedi el 24% i el local el 20%. L'objectiu perseguit pels nostres ajuntaments seria assolir un 25%, que l'altre 25% fos per a l'administració autonòmica i el 50% restant pel govern central. Des del punt de vista de l'evolució del grau de descentralització financera del sector públic a l'Estat espanyol, veiem que quasi estem al mateix lloc que 20 anys enrere. Cosa que, tal com han manifestat diversos alcaldes de la Costa Brava (Roses, l'Escala), tindria solució amb el desenvolupament d'un règim jurídic especial per a les poblacions turístiques (tractament que la Llei de Règim Local, vigent des de fa dotze anys, ja preveu), que se senten maltractades per les administracions superiors, ja que aquestes no tenen en compte la capacitat productiva dels municipis turístics, que reben el mateix tracte que la resta de poblacions, cosa que constitueix sense cap mena de dubte un greuge comparatiu. Si analitzem la taula amb la taxa de funció turística (TFT) es veurà que a localitats com l'Escala, per cada 100 habitants permanents l'Ajuntament ha de fer front a les despeses originades per més de nou-centes places turístiques, proporció que a l'Estartit augmenta fins a més de 1.800, amb el que tot això implica de sobredimensionament d'unes infraestructures urbanes, de sanejament, seguretat... que s'utilitzen a tot rendiment durant uns tres mesos escassos, però que s'han de mantenir la resta de l'any.

L'estructura productiva de la Costa Brava.

1970-1991

Població Activa ocupada per sectors.

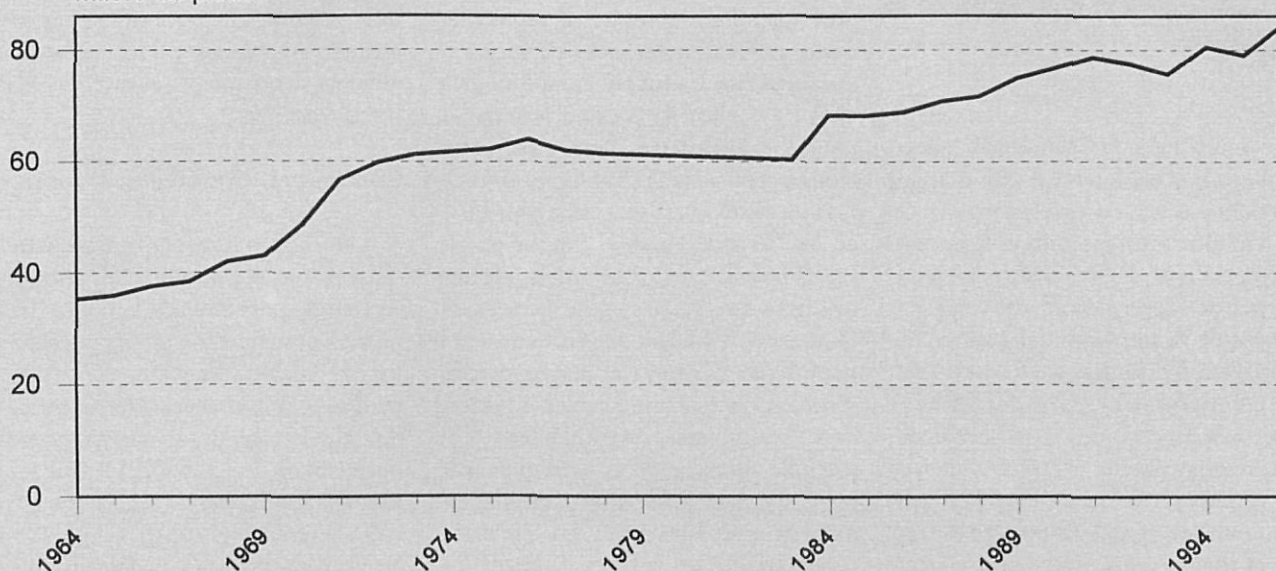


Nota: El tamany diferenciat dels gràfics és proporcional al número de persones ocupades (35.798, l'any 1970 i 52.995 l'any 1991) Font: Elaboració pròpia a partir de dades extretes del Cens de Població de 1970 (INE) i de l'Institut d'Estadística de Catalunya, 1992.

Evolució de l'oferta de places hoteleres a la Costa Brava

1963-1996

Milers de places



Font: Elaboració pròpia a partir de dades extretes de: CALS, J (1988) "Vint anys després d'El Paisatge Humà de la Costa Brava" en el llibre d'Yvette BARBAZA (1988) *El Paisatge Humà de la Costa Brava*. Edicions 62, Barcelona.
Generalitat de Catalunya. Departament de Comerç, consum i turisme. *La temporada turística a Catalunya, anys 1981 a 1994*. i Cens places hoteleres. Agència Catalana de Tecnologia Turística.

Taxa de funció turística, 1995 (%)

	Població permanent (P)	Llits turístics (LI)	Taxa de Funció Turística TFT = LI x 100/P
L'Escala	6.043	56.682	938
L'Estartit	1.723	31.851	1.848
Sant Feliu de Guíxols	17.430	25.861	148
Lloret de Mar	17.277	69.570	402

Font: Elaboració pròpia

Un altre problema que encara no ha trobat solució és la creació d'un òrgan representatiu de tota la Costa Brava que pugui actuar en el seu nom, sumant els interessos del sector públic i del privat i de tots els ajuntaments que integren la Costa Brava. Els diversos intents que hi ha hagut al llarg de la història han anat fracassant. La Comunitat Turística, transformada en Mancomunitat, només espera el seu certificat de defunció. Sembla, però, que el Patronat de Turisme Costa Brava Girona ha pres una forta embranzida i que té la voluntat d'assumir aquest paper catalitzador. Cal però reorientar el Patronat, centrat fins ara exclusivament en temes de promoció, perquè incorpori nous elements de comercialització i de defensa dels interessos dels municipis costaners, fent, si és necessari, de porta-

veu de les seves queixes sobre el finançament, planejament urbanístic... També és necessari que superi la contradicció que suposa el fet que la direcció del Patronat estigui formada al 50% pel sector privat, però que aquest no hi aportari ni un duro al seu pressupost, que és finançat al 100% per la Diputació de Girona, és a dir, amb diner públic.

Quins problemes han trobat solució?

Una de les reivindicacions més fortes plantejades durant el Debat va ser la manca d'infraestructures de tota mena (proveïment d'aigua potable, depuració d'aigües brutes, xarxa viària...). En aquest camp les millores han estat força significatives. Atenent-nos a les xifres del Consorci de la Costa Brava (òrgan que s'encarrega «només»

del sanejament de les seves aigües), dels 27 municipis que l'integren, tots tenen depuradora, exceptuant Sant Pere Pescador, l'Armentera i Torroella-l'Estartit (en construcció), i es preveu que d'aquí a 3 anys totes les aigües dels municipis que integren la Costa Brava ja estaran tractades. Una altra dada significativa la constitueix el fet que de 65 platges de la Costa Brava, 25 van obtenir, l'any 1995, la Bandera blava que atorga la Unió Europea per premiar la seva qualitat mediambiental i els serveis que ofereixen.

En l'àmbit polític, els avenços també han estat prou significatius. Fa vint anys es va utilitzar el Debat com a plataforma per llençar una sèrie de reivindicacions polítiques dirigides a democratitzar i descentralitzar els òrgans de govern de les nostres institucions, cosa que s'ha traduït en uns ajuntaments democràtics i el trasllat de competències en matèria turística des del Ministerio de Información y Turismo a la Conselleria de Comerç, Consum i Turisme de la Generalitat de Catalunya, que lluny de ser potenciada d'acord amb la importància del sector, ha estat absorbida per la Conselleria d'Indústria. Aquest fet, fruit de la retallada pressupostària, pot tenir importants repercussions negatives en un sec-



20 anys de COSTA BRAVA

tor i en una zona, la Costa Brava, encara mancats d'un lideratge que marqui una política clara i definida a seguir.

Un altre fet important és la consagració, per part de la Constitució, d'un sistema de lliure mercat, cosa que ha comportat l'eliminació del control de preus, l'existència del qual va ser un fet molt contestat al llarg del Debat. Curiosament ara, des d'un sector de l'empresariat hoteler, es torna a demanar la seva introducció, establint uns preus mínims, perquè no sempre és cert que el funcionament del lliure mercat tregui de circulació els pitjors empresaris. Moltes vegades això significa que l'empresari que ha fet inversions i ha millorat la seva oferta, fent, per tant, un important esforç financer, no pot fer front a d'altres ofertes més barates ni als crèdits demanats per renovar-se, i ha de cessar en la seva activitat.

Simplificant una mica, podríem considerar que el turisme de masses i els primers paquets turístics van néixer a principis dels 50 amb un avió DC-3 (excedent de la II Guerra Mundial) i un càmping a Còrsega. Tot i així, seria la Costa Brava que, d'una forma quasi simultània, esdevindria el laboratori on

s'assajaria la nova modalitat de turisme, però ara ja a gran escala. D'aquest fet se'n pot desprendre una primera conclusió, la inexistència de models anteriors, de qualsevol altre referent o exemple del qual aprendre o observar els problemes que generava aquest tipus de turisme. Aquesta nova situació també podria ajudar a explicar la poca eficàcia de les polítiques turístiques. Joan Cals, autor d'una ponència al "Debat Costa Brava", i d'una altra, quasi vint anys més tard, en les "Jornades sobre el turisme en els espais litorals", on parlava dels mercats turístics i de les seves conseqüències en el territori, considera que les fallides del mercat són inherents al mateix procés, són contínues i considerables. Els mercats s'equivoquen contínuament. Un exemple clar es produeix quan el mercat en un moment determinat porta el creixement molt més enllà del que seria recomanable en interès de totes les empreses i de tots els consumidors. Si el mercat està fallant, es desvia de l'eficiència i per tant, des de la teoria econòmica més convencional, és necessària la intervenció pública per portar el mercat cap a situacions socialment millors. La idea subjacent és la d'un model turístic sostenible, és a dir, aquell que no hipotequi l'esdevenidor de les generacions futures. La paraula sostenible no va aparèixer en cap moment durant el Debat, però sí el concepte quan es parlava de la *construcció d'un futur que assegurí la salvació, conservació i potenciació del seu espai físic, econòmic, cultural i social, al servei dels*

homes que l'habiten. Vint anys després tothom (autoritats incloses) s'omple la boca amb aquesta paraula i tothom manifesta el seu interès per canviar una política maximalista centrada en la qualitat per una altra orientada cap a la qualitat. Així doncs, cal reconèixer que, almenys formalment, el discurs oficial ha canviat.

Conclusions. Nous reptes de futur

No voldria acabar aquest article sense plantejar quins seran els principals reptes que té plantejada la Costa Brava de cara al futur. Una primera oportunitat que la Costa Brava no es pot deixar perdre és la consecució del segon parc temàtic de Catalunya (que no es podrà obrir abans de l'any 2001). Cal tenir clar que aquest parc no serà la solució de tots els problemes turístics de la Costa Brava, però sí que pot ajudar a disminuir l'estacionalitat, un dels problemes més greus de la zona, i també pot descongestionar la primera línia de mar si, tal com seria desitjable, es construeix al rerepaís. No es tracta de construir un Port Aventura II, ha de ser un Parc que el complementi, adreçat a un públic amb un poder adquisitiu més alt, amb una franja d'edat més àmplia i que posi l'accent en qüestions de caire cultural, valoritzant el nostre entorn, el nostre paisatge.

Es fa necessari un canvi de model de creixement turístic, que conservi, però, les estructures consolidades que hi ha al litoral, que si bé ha contribuït a malmetre el paisatge de la Costa

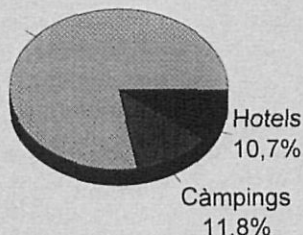
L'oferta d'allotjament de Catalunya i la Costa Brava

1995

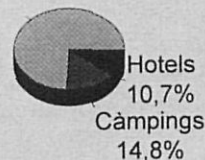
TOTAL PLACES CATALUNYA=2.146.210

TOTAL PLACES COSTA BRAVA=735.833

Habitatges Temporals
77,6%



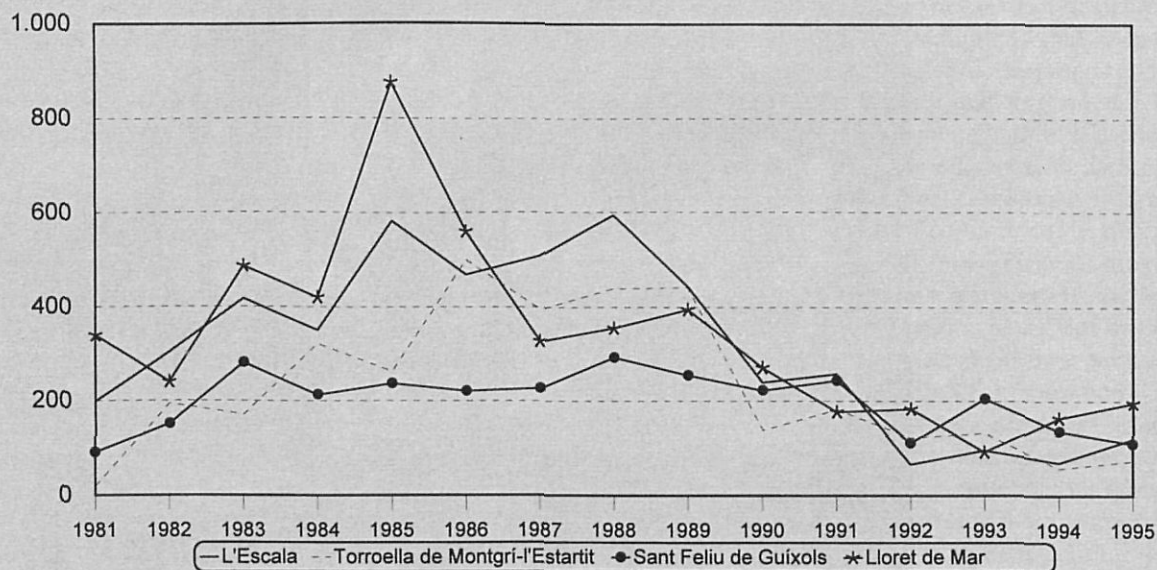
Habitatges Temporals
74,5%



Nota: El tamany diferenciat dels gràfics és proporcional al número de places d'allotjament turístic de Catalunya i la Costa Brava.
Font: ACTT, *Balanç any turístic 1995 a la Costa Brava*, març 1996.

Evolució de la construcció d'habitatges familiars

1981-1995



Font: Rosa M. Fraguell, a partir de dades obtingudes de les següents publicacions:

Habitatges iniciats i acabats als municipis i a les comarques de Catalunya dels anys 1981-1995 de la Direcció General d'Arquitectura i Habitatge. Departament de Política Territorial i Obres Públiques de la Generalitat de Catalunya.

Brava, també ha creat un teixit empresarial (tot i que atomitzat i individualista) i ha generat un moviment econòmic que ha convertit el turisme en el primer sector productiu de la zona. El canvi és necessari, però l'oferta de sol i platja encara està vigent i, en aquest sentit, el model seguit fins ara no ha estat un error i no s'ha de rebutjar, sinó que s'ha de resituar i complementar.

Els reptes de futur seran:

- L'especificitat del producte, la creació de fórmules alternatives al turisme tradicional.

- La integració dels espais naturals i culturals dins l'oferta, la participació del rerepaís i de tot el patrimoni en les campanyes de promoció (tenint present, però, si no volem repetir errors del passat, que el rerepaís no és una reserva a punt de ser explotada).

- El sanejament de l'espai públic, la millora de la qualitat urbana, la reducció de la densitat de població, la cura de l'entorn mediambiental. Mesures que no han de suposar una aturada de la indústria de la construcció, sinó una reorientació des de la urbanització de nous espais cap a la rehabilitació i millora dels ja existents. Si no volem que el fenomen turístic s'escampi, com una taca d'oli, cap als espais encara verges (que n'hi ha) de la nostra Costa Brava, es fan necessàries, a més a més

de polítiques de protecció ambiental, mesures de regeneració d'aquelles zones turístiques amb dificultats. Filosofia que es troba darrere del programa europeu Restore (traduït a casa nostra per Rescat) impulsat per la DGXVI de la Comissió Europea i en el qual, a més a més de municipis turístics costaners de França, Irlanda i Gran Bretanya, hi participen quatre localitats de la Costa Brava (l'Escalade Torroella-l'Estartit, Sant Feliu de Guíxols i Lloret de Mar).

- La coordinació entre la patronal –principalment «pimes» d'estructura familiar– i la implicació de tots els nivells de l'administració pública, que ha d'actuar com a eix vertebrador dels interessos del sector.

- La millora de la formació dels professionals i estudiosos del sector. Tenim un instrument per assolir aquest objectiu que fa vint anys no existia, la Universitat de Girona; cal doncs, aprofitar-la: no n'hi ha prou amb l'absorció per part de la Universitat, a partir del curs 97/98, dels estudis de l'Escola Oficial de Turisme de Girona, que adquiririen així la categoria de diplomatura, sinó que es fa del tot necessària la creació d'una llicenciatura en turisme i la constitució d'un institut de recerca dins de la mateixa Universitat, que aculli tots els estudiosos que des de diferents àmbits de coneixement (geografia, economia, dret, medi

ambient, etc.) estudiïn un fenomen tan important i complex com és el turisme.

Cal ser optimistes, si volem afrontar amb èxit els propers anys i continuar essent competitius, i per això vull finalitzar aquest article amb un fragment d'una cançó d'en Joan Manel Serrat, que traspua l'energia que necessitarem tots, si volem que d'aquí a 20 anys es continuï parlant de la Costa Brava:

«Fa 20 anys que tinc 20 anys,
20 anys i encara tinc força,
i no tinc l'ànima morta
i em sento bullir la sang.»

Lluís Mundet és professor i membre del Grup d'Estudis Turístics (GET) de la Unitat de Geografia de la Universitat de Girona.

Bibliografia

- *Debat Costa Brava. Ponències, comunicacions i documents de les jornades celebrades del 20 de novembre al 18 de desembre del 1976*. Cambra Oficial de Comerç i Indústria de Girona, 1978.
- DONAIRE, J. A.; FRAGUPELL, R. M.; MUNDET, Ll. (1996): *Ponències de les Jornades sobre el turisme en els espais litorals*. Universitat de Girona. En premsa.
- *Evolució de les principals macromagnituds de l'economia catalana, 1988-93*. Institut d'Estadística de Catalunya. Generalitat de Catalunya.
- *Estadística bàsica municipal, 1986-94. Vol. 1*. Institut d'Estadística de Catalunya. Generalitat de Catalunya.