

## CLIMA EMPRESARIAL (XXXII)

### MALLORCA, TEMPORADA ALTA 2019: MALES PERSPECTIVES

*Les darreres temporades a Balears, concretament a Mallorca, van ser molt bones. Amb una activitat quasi màxima, uns rendiments empresarials positius i una repercussió salarial d'acord amb el nou conveni col·lectiu. Les circumstàncies, però, han canviat. S'han reactivat els destins alternatius a la Mediterrània, amb preus a la baixa i un desviament de vols per part de companyies aèries rellevants.*

*Això implica, necessàriament un decreixement a l'activitat, una baixada de preus i, també, un augment inevitable de costos, amb un grau d'incertesa inquietant. Però, aquesta realitat, encara que preocupant, no implica una recessió econòmica. Es considera que hi ha recessió quan la taxa de variació anual del PIB és negativa durant dos trimestres consecutius, disminuint el consum i la inversió, i augmentat la desocupació. No és el nostre cas perquè encara mantenim un creixement positiu, tot i que menys rellevant, una rendibilitat, encara que més baixa, i creació de feina. Però no hem caigut en barrina, encara que siguin necessàries reformes estructurals.*

#### EXPECTATIVES TEMPORADA ALTA 2019

TAULA 1

##### RENDIBILITAT EMPRESARIAL NEGATIVA -10,7

Tendències	Allotjament	Oferta complementària
Activitat -15%	-14%	-16%
Preus -11%	-10%	-12%
Costos +6%	+7%	+5%
<b>Índex sintètic -10,7</b>	<b>-10,3</b>	<b>-11</b>

##### VALOR AFEGIT POSITIU: +9,7

	Inversions Establiments	Creació nous llocs de feina
2018-2017	12%	7,8%
2019 (previsió)	1,5%	-2%
<b>Índex sintètic +9,7</b>	<b>13,5</b>	<b>5,8</b>

#### INCERTESES 2019

##### RENDIBILITAT EMPRESARIAL 45,4%

Allotjament	Oferta complementària
<b>42,7%</b>	<b>48%</b>

##### VALOR AFEGIT 47,8%

Inversions Establiments	Creació nous llocs de feina
<b>36,5%</b>	<b>59%</b>

Font: Baròmetres Gadeso. Juny 2019

L'activitat (-15%) i els preus (-11%) baixen i els costos augmenten (+6%). En conseqüència, La rendibilitat empresarial disminueix (-10,7%), encara que no es preveuen pèrdues.

A més, d'aquestes dades numèriques, n'hi ha una altra de molt rellevant: un 45,4% dels empresaris turístics es manifesten plens d'incerteses respecte de, la ja començada, temporada alta.

El nostre valor afegit positiu (+9,7) és un imput a considerar, especialment en un moment de decreixement. Les importants inversions fetes el 2018 respecte del 2017 (12%), especialment a la planta hotelera, són un valor clau pel futur, el qual, necessàriament haurà de basar la seva activitat i els seus rendiments en una temporada més llarga i amb productes diferenciats i de qualitat.

A les pàgines següents aprofundirem en aquestes dades.

# ALLOTJAMENT: PREVISIÓ NEGATIVA

*Com és lògic, el sector de l'allotjament és el que té un pes específic més important en tot l'entramat turístic de Mallorca en les seves diferents tipologies: hotels convencionals, apartaments turístics, lloguer vacacional i turisme rural.*

*Per a la realització de l'anàlisi hem tingut en compte tres variables amb el seu propi pes específic, les quals defineixen la rendibilitat empresarial del sector de l'allotjament (Activitat, preus i costos).*

## TEMPORADA ALTA 2019 EN COMPARACIÓ AL 2018

TAULA 2

	Activitat	Preus	Costos
Més	0%	0%	+7%
Menys	-14%	-10%	0%
<b>Índex sintètic: -10,3</b>	<b>Índex</b>	<b>-14</b>	<b>-7</b>
Íncertesa:	42,7%	58%	60%
		10%	

Font: Baròmetres Gadeso, juny 2019

És perfectament lògic que després d'uns anys de màxima activitat i ocupació, basada fonamentalment en la temporada alta, ara, les noves circumstàncies, fan que les previsions de rendibilitat dels empresaris d'allotjaments turístics sigui negativa (-10,3).

Es preveu que l'activitat, concretada en l'ocupació hotelera, baixi el 14% respecte del 2018. Lògicament, aquesta reducció de l'activitat comporta un descens notable dels preus (-10%) i un augment de costos del 7%. Seria preocupant que s'acceptessin les "inacceptables" reduccions

de preus que exigeixen (?) els Tour operadors (40%).

En referència a l'augment dels costos (+7%), una part correspondria, probablement, als salarials fruit (?) del conveni col·lectiu del sector i de la pujada del salari mínim. Seria un immens error, voler compensar la disminució dels costos de personal. El factor humà, com es veurà, posteriorment, és un valor afegit de rellevància si volem competir en qualitat amb els nostres competidors de la Mediterrània.

TAULA 3

## PREVISIÓ RENDIBILITAT EMPRESARIAL TEMPORADA ALTA

**NEGATIVA -10,3**

Activitat	-14%
Preus	-10%
Costos	+7%

Font: Baròmetres Gadeso, juny 2019



També resulta força lògic que quasi el 43% de l'empresariat que es dedica a l'allotjament turístic a Mallorca, es mostri inquiet i insegur, especialment amb l'evolució dels preus a la baixa.

Aquesta inquietud, tot i ser normal, no ens pot conduir en acceptar les "ofertes" (?) que arriben des dels Tour operadors. No tenim futur si volem competir en preus, encara que aquests s'hagin de tenir en compte.

Tot això, comença a fer evident que resulta impossible cercar una rendibilitat (més activitat i millors preus) basada

únicament en una temporada alta intensiva, encara que aquesta s'estigui allargant més enllà dels mesos de juliol i agost.

Encara que esdevingui una assignatura molt difícil caldrà garantir la rendibilitat empresarial i social en una activitat més extensa i amb millors preus, i de major qualitat. De fet, com després es comentarà, és importantíssim posar en valor les importants inversions empresarials fetes per millorar l'oferta i diversificar el producte, així com protegir i gestionar, eficaçment, el nostre patrimoni natural i mediambiental.

# OFERTA COMPLEMENTÀRIA: PREVISIÓ MÉS NEGATIVA

*L'oferta especialitzada és l'altre gran pilar de l'activitat turística, tant a Mallorca com a les Illes. De la mateixa manera que el subsector de l'allotjament, també es divideix en altres subsectors, cada un d'ells amb un pes específic: restauració, comerç turístic, transport i serveis d'oci i esportius. Un altre cop analitzem les variables d'activitat, preus i costos, per tal d'establir la rendibilitat empresarial de la denominada oferta complementària, que alguns la consideren la "principal".*

## TEMPORADA ALTA 2019 EN COMPARACIÓ AL 2018

TAULA 4

	Activitat	Preus	Costos
Més	0%	0%	+5%
Menys	-16%	-12%	0%
<b>Índex sintètic: -11</b>	<b>-16</b>	<b>-12</b>	<b>-5</b>
Íncertesa:	48%	60%	12%

Font: Baròmetres Gadeso, juny 2019

Les perspectives de rendibilitat de les empreses de l'oferta complementària són més negatives (-11) que les referides a les empreses d'allotjament.

L'activitat prevista baixa un 16%, els preus disminueixen un 12% i els costos augmenten un 5%. Tots aquests ítems són superiors als de les empreses d'allotjament, excepte l'augment de costos. Possiblement, aquesta diferència es deu al fet que els costos de personal, en el variat espectre de l'oferta complementària, estigui menys regulat, en el sistema de contractació i a la realització

d'hores extraordinàries.

En el sector d'allotjaments turístics s'han realitzat, en els anys anteriors, inversions potents, dedicades a la reforma i modernització dels establiments hotelers, així com en la innovació i diversificació (Taula 6). En el cas del sector empresarial de l'oferta complementària, encara que s'hagin fet inversions, aquestes són molt inferiors.

És clau la diversificació i millora d'aquest tipus d'oferta com a element bàsic d'atracció de nous visitants i turistes.

TAULA 5

## PREVISIÓ RENDIBILITAT EMPRESARIAL TEMPORADA ALTA

**NEGATIVA -11**

Activitat	-16%
Preus	-12%
Costos	+5%

Font: Baròmetres Gadeso, juny 2019

Si és preocupant el grau d'incertesa dels empresaris hotelers, ho és molt més en el cas dels de l'oferta complementària (48%).

Aquesta oferta no només inclou bars, restauració, sales de festes i comerç turístic, també inclou productes culturals, esportius, recreatius, de lleure, famílies i un llarg etcètera. Sense dubte s'ha donat una certa diversificació i implantació de nous productes, però no deixa de ser preocupant l'obsolescència d'una bona part de les instal·lacions de bars, sales de festes, restaurants i comerç turístic. Sense negar que hi ha hagut petites millores, en general, les

instal·lacions són inadequades, els productes són força similars i els preus no són barats.

El tema és de màxima importància perquè quan es tria una determinada destinació turística, l'anomenada oferta complementària és bàsica. El visitant i el turista ens escull com a destinació, sense dubte, té en compte l'allotjament turístic (en general amb una molt bona relació qualitat-preu), però, a la fi, ho tria perquè és jugador de golf, practica el cicloturisme o el senderisme, pels parcs infantils per a la família, per la gastronomia, pel paisatge, pel patrimoni cultural...

# VALOR AFEGIT: INVERSIONS I PERSONAL

*Pot ser bàsic, per a superar, la vigent situació de decreixement de la rendibilitat (activitat, preus, costos) posar en valor determinades actuacions positives del sector. El valor afegit es basa, ja sigui amb inversions o millora del producte, tant en els allotjaments com en l'oferta complementària, com en la inversió feta en la millora del factor humà (creixement de la contractació i millora de l'estabilitat laboral) element fonamental per oferir un servei de qualitat.*

*Com es podrà veure a continuació, estem parlant de les inversions fetes durant els anys anteriors (2017 i 2018) i també de les previsions corresponents a l'any en curs, que, com és lògic, seran notablement inferiors.*

## VALOR AFEGIT 2019. INVERSIONS EN PRODUCTE

TAULA 6

	Allotjaments 13,3			Oferta Complementària 7,3		
	Reforma	Innovació	Diversificació	Reforma	Innovació	Diversificació
Fetes 2017-2018	+15	+8	+10	+9	+3	+6
Previstes 2019	+2	+1	+4	+1	+1	+2
<b>Índex sintètic:</b>	<b>+17</b>	<b>+9</b>	<b>+14</b>	<b>+10</b>	<b>+4</b>	<b>+8</b>
<b>Índecís 36,5%</b>	<b>32%</b>			<b>41%</b>		

Font: Baròmetres Gadeso. Juny 2019

És molt de considerar, la importantíssima aplicació de part dels elevats rendiments empresarials (2017 i 2018) a la modernització i reforma dels establiments d'allotjament, bàsicament dels hotels. Però també s'han de valorar les inversions fetes en innovació i diversificació. Avui en dia, la nostra planta hotelera assoleix un valor afegit (+13,3) de primer ordre per la seva relació qualitat-preu. El valor afegit de l'oferta complementària és notablement inferior (+7,3)

Aquesta situació es complica quan es veu com s'està posant èmfasi en una disminució brutal dels preus (entorn del 40%), la qual cosa pot dificultar mantenir un alt grau de qualitat. Aquesta és una lluita complicada, però necessària. A més caldria començar a calibrar que el model

turístic vigent, a pesar d'unes certes millores, continua estant basat en una màxima activitat i de creació de llocs de feina, en els mesos d'estiu.

La creació de nous llocs de feina en el conjunt del sector turístic és una realitat evident (+7,8% el 2018 respecte del 2017). Alhora, s'han fet esforços importants allargant el temps de contractació dels treballadors, possibilitant, així, una major estabilitat laboral (fixos discontinus)

Sense dubte s'han fet notables esforços per allargar la temporada, però continua sent excessiva la càrrega màxima concentrada en els mesos de juliol i agost. Alhora, cal reconèixer que l'anomenada temporada alta, comença a tenir uns índex d'activitat significatius.

## VALOR AFEGIT 2019. INVERSIÓ EN PERSONAL

TAULA 7

	Creació nous llocs de feina	Estabilitat (fixos discontinus)
	2018 (respecte 2017)	7,8%*
2019 (previsió)	-2%**	-10%**
<b>Índex sintètic: +9,5</b>	<b>+5,8</b>	<b>+13,1</b>
<b>Íncertesa:</b>	<b>60%</b>	<b>58%</b>

(\*) Font: OTIB

(\*\*) Font: Baròmetres Gadeso. Juny 2019