

ELS EFECTES DE LA CRISI A BALEARS (IV)

EL TURISME, SERÀ LA SOLUCIÓ?

DE MOMENT, ELS PROBLEMES S'AGREUGEN

Dedicam el número 6 de TEMES SOCIOECONÒMICS GADESO al sector turístic, concretat en els subsectors d'hostalatge i restauració. Des de la Fundació Gadeso param una especial atenció a aquesta activitat que, sens dubte, és clau pel present i el futur de la nostra societat. Bona prova d'aquesta dedicació són els números de la nostra revista Quaderns Gadeso dedicats a copsar l'opinió de diversos sectors sobre el turisme de Balears. De fet, el darrer QG (n. 205) està dedicat a conèixer l'opinió que té la ciutadania sobre la situació turística actual i les seves perspectives més immediates.

Les Illes Balears som "una comunitat autònoma turística", que significa alguna cosa més que "viure del turisme". Per tant, és normal que la crisi hagi afectat a les dinàmiques del negoci turístic. Això justifica que incloquem aquest TEMES SOCIOECONÒMICS GADESO dintre de la sèrie d'anàlisis sobre els efectes que la crisi ha tingut sobre l'entramat socioeconòmic illenc.

Com sempre, des de la a Fundació Gadeso esperam que tot sigui del vostre interès.

Podeu trobar les dades actualitzades d'atur i altres xifres del mercat laboral a l'[ESPAI SOCIOLABORAL GADESO](#).

I. Introducció

A les properes pàgines hi trobareu les dades que consideram més rellevants per fer-se una idea de com estan les coses en el turisme de les Illes Balears. No és tan sols un breu informe, si no una mena de foto (amb les dades disponibles en aquest començament d'any), les nostres conclusions i propostes i una opinió experta, en concret de Pilar Carbonell, Presidenta de l'Associació Empresarial de Restauració de Mallorca (CAEB). Al ja mencionat Quadern Gadeso 205 es diu que *“sempre hem defensat que l'opinió de la ciutadania és tant vàlida (o més) que la dels experts en qualsevol temàtica”* i que *“el turisme no n'és una excepció”*. Idò per ser coherents amb aquesta lògica, el que vos oferim és un document, el més clar i breu que hem pogut, sobre un tema tan important com el turisme.

Els problemes de sempre (estacionalitat, despesa per turista, súper especialització, disminució de l'estada mitjana, treball precari i estacional, qualitat mitjana-baixa de la planta hotelera...) és mantenen i, en alguns casos, s'agreugen. A tall de exemple, val a dir que durant els mesos de juny, juliol i agost de 2011 hem superat els 5,3 milions de turistes sent aquesta xifra la més elevada dels últims quinze mesos, el que vol dir que hi ha un repunt de l'estacionalitat prou preocupant i que, tal vegada, aconsellaria emfatitzar menys la “bona notícia” del creixement del nombre de turistes i tornar a la reflexió de finals del segle passat, segons la qual allò positiu era créixer aplanant la corba estacional. Dit d'una altra manera, una bona notícia seria que vinguessin més turistes els mesos que en venem pocs.

Una darrera consideració introductòria: Mesurar l'ocupació turística presenta el problema de com delimitar les activitats que es consideren purament turístiques. Encara que el turisme no és una activitat recollida de manera separada, com a tal, en les classificacions a l'ús (agricultura, indústria, construcció, serveis), hi ha suficients estudis tècnics -no tots coincidents- que permeten una aproximació al que podríem denominar “ocupació turística”. No obstant això, en aquesta ocasió –per a una major claredat i brevetat- ens referirem únicament a l'ocupació (i a les empreses) de l'hostaleria i la restauració. Al concepte de “ocupació turística” hi dedicarem pròximament un número de ***Claus per entendre el mercat laboral***.

II.- Les xifres més rellevants:

➔ Principals dades macros de l'any 2011. Nombre de viatgers: 8.426.609. Nombre de pernoctacions: 54.093.931. Estada mitjana: 5,70 dies.

➔ A l'últim decenni, l'estada mitjana ha disminuït en més del 18% i baixa especialment en els mesos de “temporada baixa”: la de desembre passa dels 5,6 dies de l'any 2002 als 3,7 dies de 2011¹.

➔ El perfil del turista balear és el d'un jove d'entre 25 i 44 anys, que fa turisme per vacances i que s'allotja en un hotel de tres estrelles que ha contractat en un paquet turístic².

¹ Vegeu la gràfica número 11 de l'annex estadístic

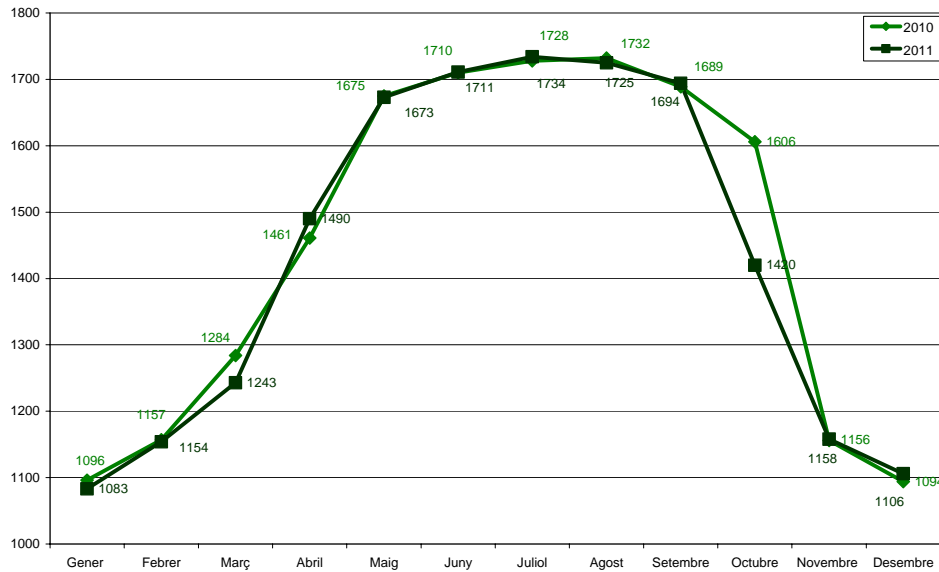
² Vegeu la taula número 2 de l'annex estadístic

- Entre el mes amb major nombre d'empreses d'allotjament d'alta a la Seguretat Social dels dos últims anys i el que en té menys hi ha un percentatge estacional del 59%.
- Des de l'inici de la crisi (2007), el mes de juliol de 2008 ha estat el mes amb més establiments d'allotjament oberts (1.332), mentre que el major nombre de places d'hostalatge disponibles correspon al mes d'agost de 2011, amb un total de 336.600.
- Gener de 2011 registra el menor nombre d'establiments oberts (només 136) i, a l'espera de disposar de les dades de desembre de 2011, el desembre de 2010 fou el mes amb menys places disponibles (22.126).
- En el darrer any (2011) s'accentua –fins a superar el 76%- l'estacionalitat en quant a nombre d'empreses de restauració d'alta a la Seguretat Social. Mentre al mes de juliol hi havia 7.131 empreses d'alta (màxim dels últims dos anys), el mes de gener, amb 4.045 altes, era a l'extrem oposat.
- A l'any 2011, l'ocupació mitjana a hostaleria i a restauració assoleixen el major pes relatiu sobre l'ocupació total: l'onze i el nou per cent, respectivament.
- L'estacionalitat laboral és més pronunciada al subsector d'hostaleria que al de restauració, però ambdós subsectors fan que la estacionalitat total sigui cada vegada més accentuada.
- En el mes de juliol de 2011 s'assoleix el record de persones fixes discontinues donades d'alta a la Seguretat Social: 56.061, el 15,23% sobre el total d'altes.
- *Cambres, bàrmans i similars* és la categoria laboral més contractada.

III.- Les empreses d'hostalatge

La gràfica següent ens informa de la tendència del nombre d'empreses d'hostalatge donades d'alta a la Seguretat Social en els anys 2010 i 2011. Val a dir que la informació de la SS és de "comptes de cotitzacions" i una mateixa mercantil en pot tenir varis. En qualsevol cas, això no modifica allò substancial de la informació sobre l'acusada estacionalitat: el major nombre d'empreses d'allotjament d'alta a la Seguretat Social dels dos últims anys correspon al mes de juliol de 2011 amb 1.734 altes i el mes que reflecteix un nombre menor és gener de 2010 amb 1.096. És a dir, entre l'esglaó més baix i el més alt hi ha un percentatge estacional del 59%.

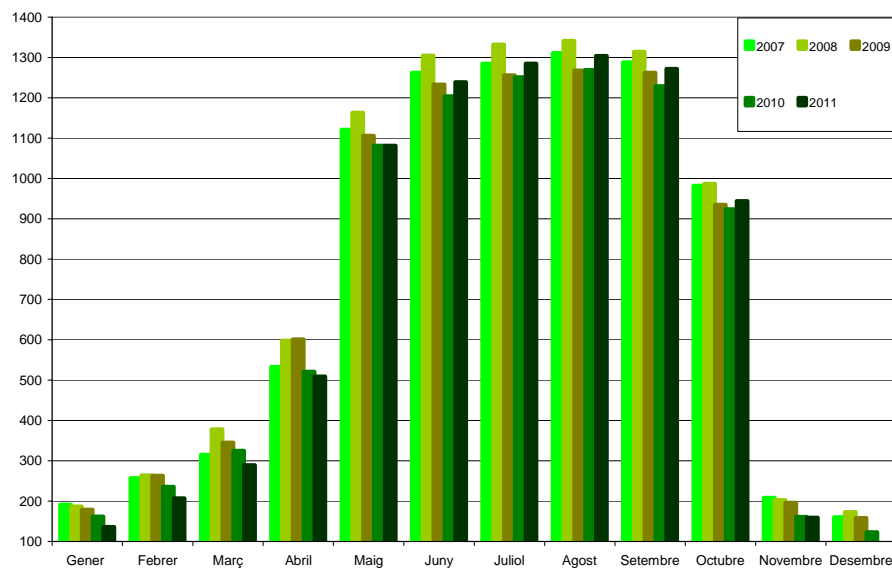
Gràfica 1
EMPRESES HOSTALATGE D'ALTA A LA SEURETAT SOCIAL
(2010 – 2011)



Font: TGSS. Elaboració pròpia

A les gràfiques 2 i 3 observam que l'estacionalitat es veu més clarament si es parla d'establiments oberts i de places disponibles. Durant l'últim quinquenni, el mes de juliol de 2008 ha estat el mes amb més establiments d'allotjament oberts: 1.332. El major nombre de places d'hostalatge disponibles correspon a l'agost de 2011 amb 336.600 places. Gener de 2011 registra el menor nombre d'establiments oberts amb només 136 i, a la espera de les darreres dades, el desembre de 2010 fou el mes amb menys places disponibles: 22.126.³

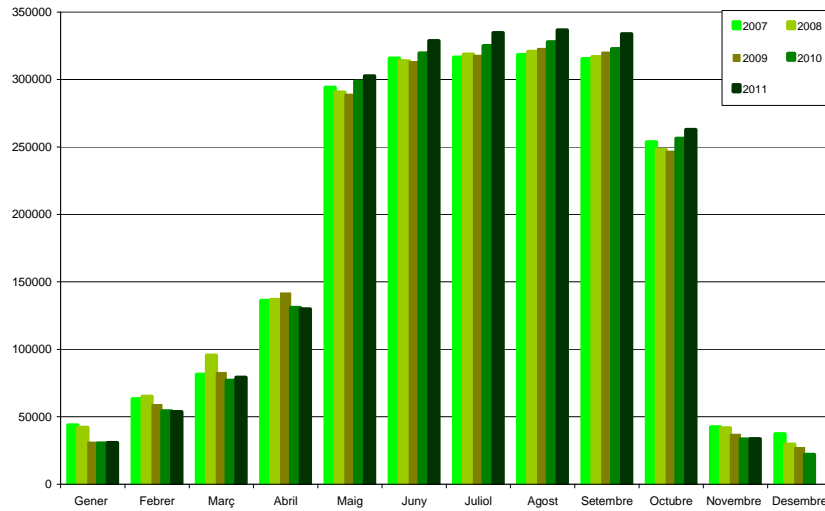
Gràfica 2
ESTABLIMENTS OBERTS (2007 – 2011)



Font: Elaboració pròpia a partir dels Anuaris i Notes de Conjuntura de la Conselleria de Turisme de la CAIB

³ A l'annex estadístic (gràfiques 12, 13 i 14) es visualitza l'especial estacionalitat de Menorca, Eivissa i Formentera

Gràfica 3
NOMBRE DE PLACES DISPONIBLES

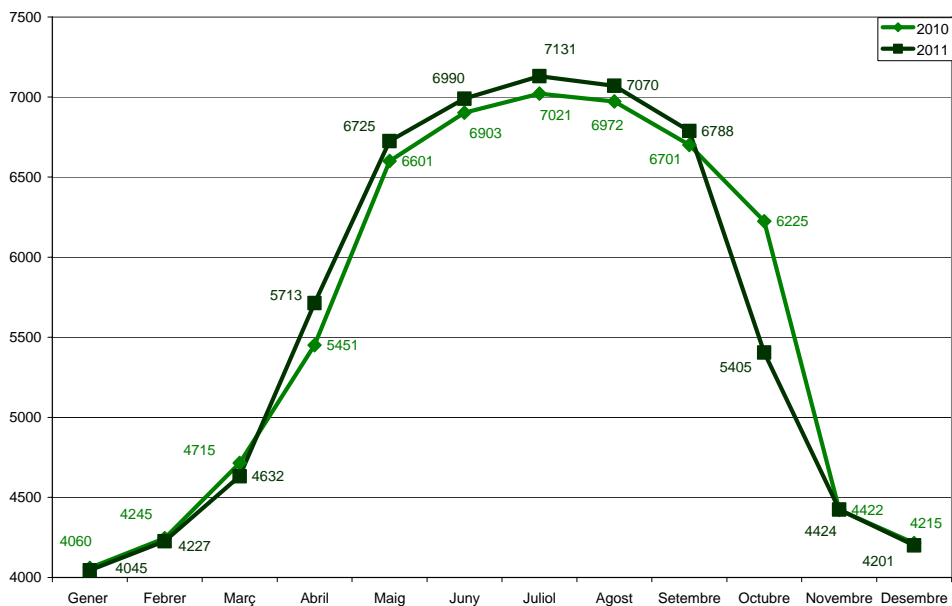


Font: Elaboració pròpia a partir dels Anuaris i Notes de Conjuntura de la Conselleria de Turisme de la CAIB

IV.- Les empreses de restauració

En el mes de juliol hi havia 7.131 empreses d'alta a la SS, sent el màxim dels últims 24 mesos mentre que el mes de gener, amb 4.045 altes, era l'extrem oposat. Igual com succeeix amb les empreses d'hostalatge s'ha d'advertir que la informació de la TGSS és de "comptes de cotitzacions" i que una mateixa societat mercantil en pot tenir varis. No obstant, el diferencial estacional superior al 76% no variaria molt si parléssim d'establiments de restauració pròpiament dits.

Gràfica 4
EMPRESSES DE RESTAURACIÓ D'ALTA A LA SEGURETAT SOCIAL
(2010 – 2011)



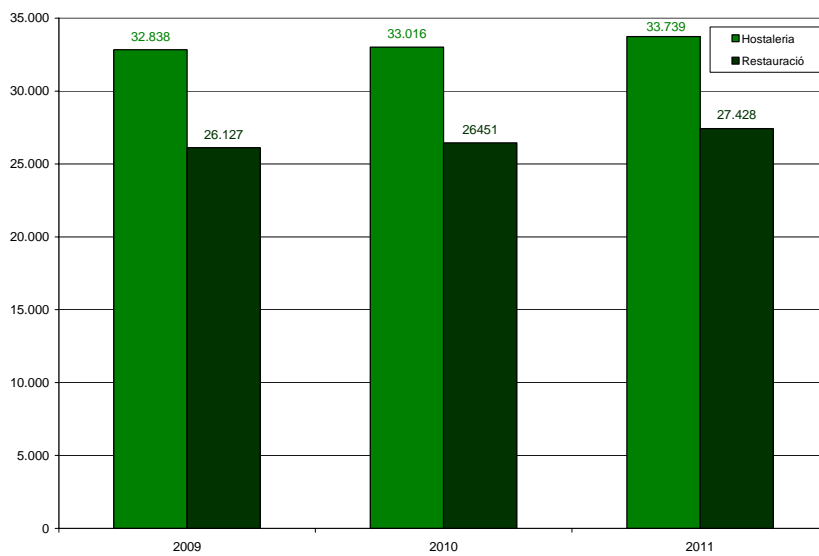
Font: TGSS. Elaboració pròpia.

V.- Les dinàmiques del mercat laboral

V. 1 Volum d'ocupació:

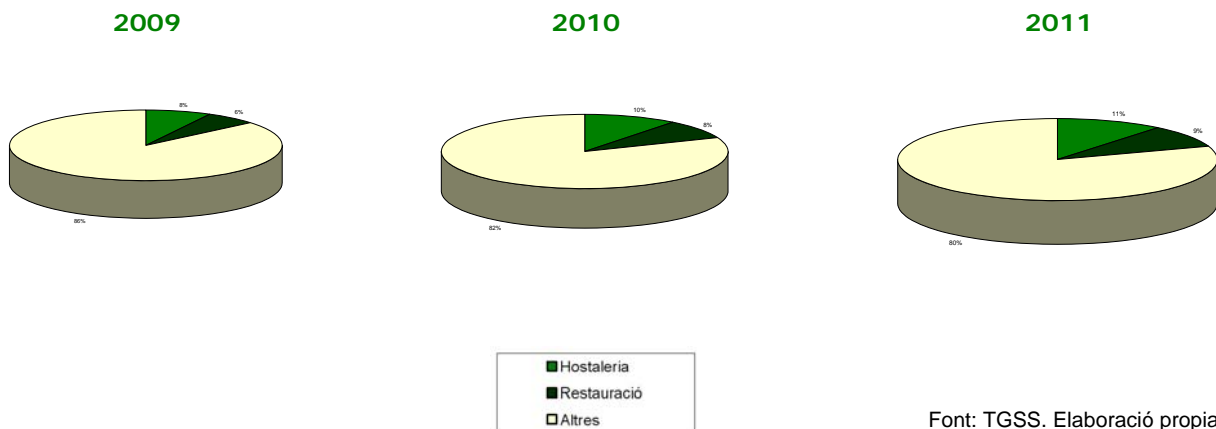
La gràfica 5 ens informa del volum total de persones d'alta a la SS en els sectors típicament turístics. No obstant, el que considerem més interessant és el pes relatiu sobre l'ocupació total que es pot observar a la gràfica 6. Observau que l'any 2011 l'ocupació mitjana a hostaleria i a restauració assoleix el major pes relatiu sobre l'ocupació total: l'onze i el nou per cent, respectivament.

Gràfica 5
NOMBRE DE TREBALLADORS/ES D'ALTA A SEGURETAT SOCIAL EN ELS SECTORS D'HOSTALERIA I RESTAURACIÓ (2009-2011)



Font: TGSS. Elaboració pròpia.

Gràfica 6
PES DEL NOMBRE DE TREBALLADORS/ES D'ALTA A SEGURETAT SOCIAL EN ELS SECTORS D'HOSTALERIA I DE RESTAURACIÓ SOBRE ELS TOTALS (2009-2011)

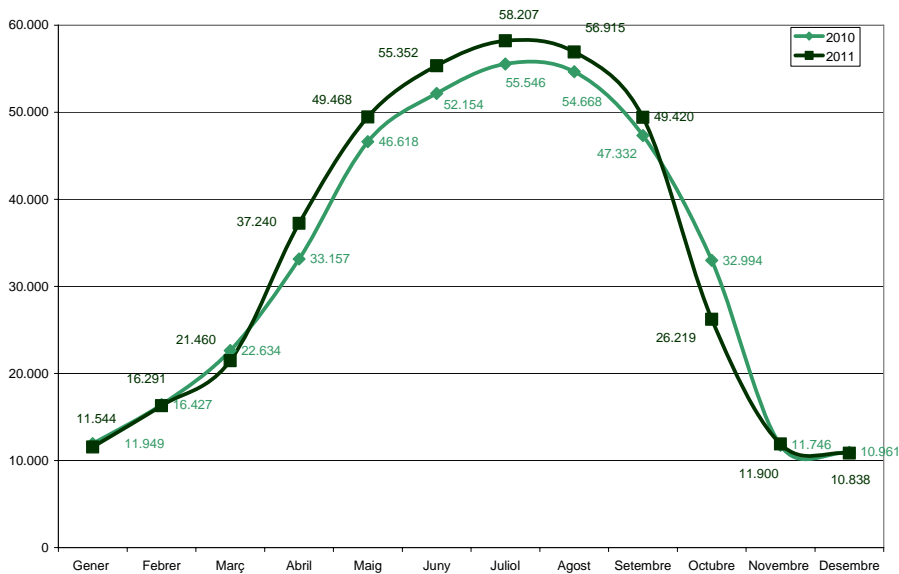


Font: TGSS. Elaboració pròpia.

V. 2 L'estacionalitat

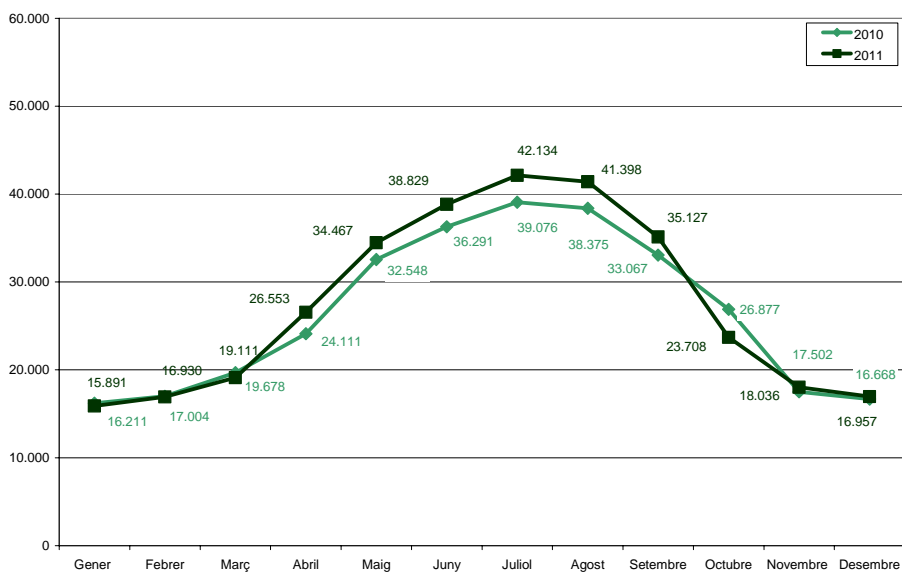
Hi ha molts d'indicadors que il·lustren el tret estacional del mercat laboral del turisme balear. Aquí només en comentarem dos. El primer és el que podem veure a les gràfiques 7, 8 i 9, on queda palès que les altes a la SS dibuixen una corba d'estacionalitat laboral més pronunciada al subsector d'hostaleria que al de restauració, i que ambdós subsectors fan que la estacionalitat del treball total sigui cada vegada més accentuada.

Gràfica 7
CORBA ESTACIONAL 2010 I 2011 D'ALTES A LA SS D' HOSTALATGE



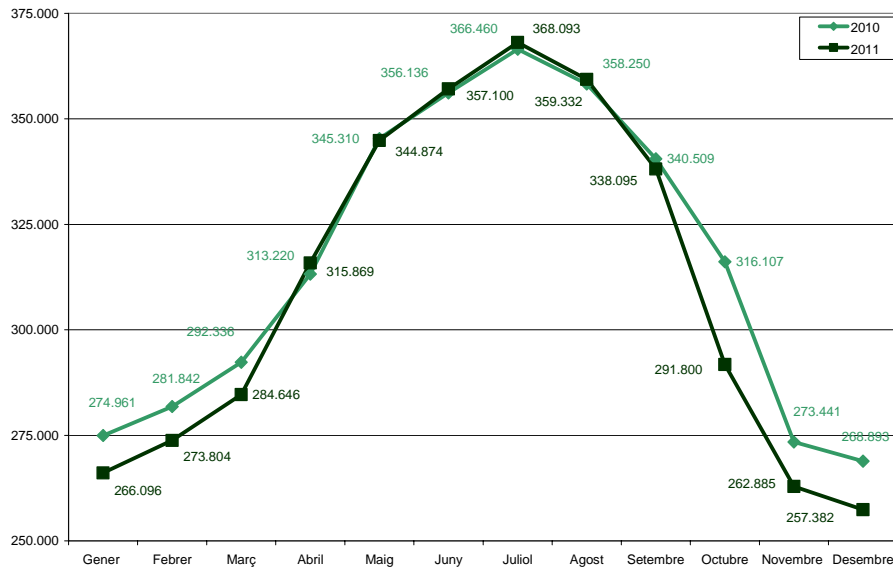
Font: TGSS. Elaboració pròpia

Gràfica 8
CORBA ESTACIONAL 2010 I 2011 D'ALTES A LA SS DE RESTAURACIÓ



Font: TGSS. Elaboració pròpia

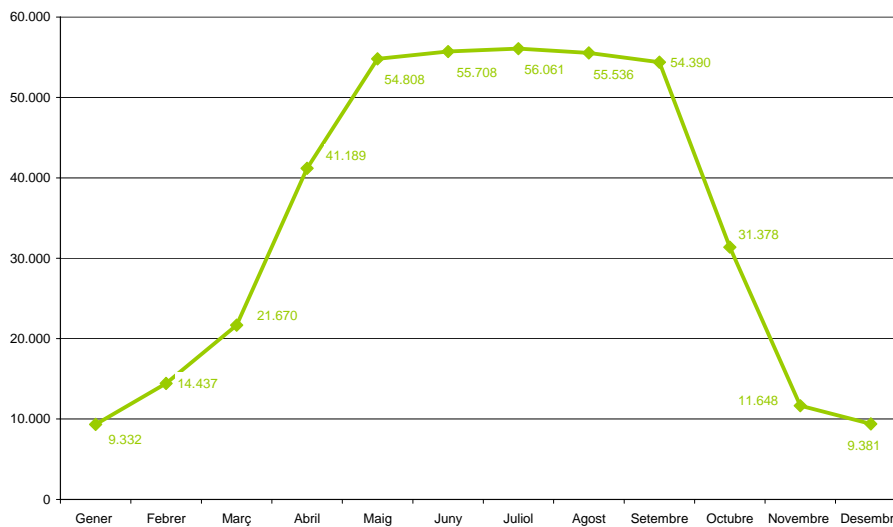
Gràfica 9
CORBA ESTACIONAL 2010 I 2011 D'ALTES A LA SS TOTALS



Font: TGSS. Elaboració pròpia

El segon indicador que volem comentar és el d'una modalitat contractual típicament estacional: els fixos discontinus. En aquest sentit val a dir que, mentre al conjunt d'Espanya el percentatge d'aquests treballadors sobre el total és molt petit, a les Illes Balears arriben a superar el 15%. Això és una mostra d'una intensificació de l'estacionalitat i, alhora, d'una flexibilització de les relacions laborals en general i de les turístiques en particular, per la via de la conversió d'ocupació fixa a fixa discontinua. La gràfica següent així ho demostra, doncs el valor menor supera les 9.000 altes a la SS i, en els mesos de gener i desembre, no és possible associar-les a treballs turístics normalitzats, tot i que si és possible que hi hagi alguna associació a programes de prolongació de l'ocupació estacional, com ara, el programa de turisme de l'IMERSO.

Gràfica 10
PERSONES FITXES DISCONTINUES AFILIADES A LA SS (2011)



Font: TGSS. Elaboració pròpia

V. 3 Les principals demandes d'ocupacions

Aquest és un aspecte que ens permet aproximar-nos a les necessitats reals de formació i habilitats del factor treball que les empreses turístiques necessiten. La taula següent es comenta per ella mateixa.

Taula 1
LES DEU OCUPACIONS TURÍSTIQUES MÉS CONTRACTADES

POSICIÓ	VARIACIÓ
1.- Cambres, bàrmans i similars	Es manté
2.- Personal de neteja, cambres de planta	Es manté
3.- Cuiners i altres preparadors de menjars	En manté
4.- Recepcionistes d'establiments (no oficines)	Cau
5.- Guies i hostesses de terra	Cau
6.- Caps de cuina, cambres i similars	Cau
7.- Mossos d'equipatges i similars	Creix
8.- Bugaders, planxadors i similar	Es manté
9.- Empleats d'agències de viatges	Creix
10.- Agents de viatges	Cau

Font: OTIB

VI.- Conclusions i propostes de la Fundació Gadeso

Des de la Fundació Gadeso coincidim amb la majoria de les anàlisis que conclouen que la sortida de la crisi passa per una millora de la competitivitat i rendibilitat del turisme. Les possibles polítiques a aplicar, en el millor dels casos, tindran efectes a mig termini. Això inclou la polèmica i de dubtosa eficàcia **Llei de Turisme de les Illes Balears**, que després de la fase d'exposició pública del avantprojecte ha rebut multitud d'al·legacions de gairebé tots els sectors i àmbits (partits, institucions, patronal, sindicats...).

Per altra banda, no seria sensat confiar que els problemes de les destinacions competidores del **nord d'Àfrica** es perpetuaran i seran la nostra salvació. A més, també cal tenir en compte que les **gran inversions turístiques** no garanteixen automàticament la generació prolongada de nova ocupació.

Cal, idò, impulsar polítiques públiques i privades que modifiquin i modernitzin el model turístic balear per fer-lo més competitiu, més productiu, menys estacional i generador d'ocupació. No obstant, **la situació actual de crisi no permet únicament aplicar accions i mesures i esperar-ne uns resultats positius d'aquí a uns anys.**

Per això ens sembla convenient que les administracions públiques, liderades pel Govern de les Illes Balears, els grups parlamentaris i els agents econòmics i socials treballin per **acordar la posada en marxa d'un Pla de Xoc per impulsar el turisme com a generador d'ocupació.** En la nostra opinió aquest pla de xoc, i sense negar la necessària participació privada, hauria de tenir suficient finançament públic per poder engegar un conjunt de línees concretes d'actuació a curt termini. Un pla de xoc ambiciós i realista com el que suggerim tindria garantit el retorn de la despesa pública que s'hi destinés.

L'OPINIÓ DELS EXPERTS

LA RESTAURACION EN BALEARS, HERMANO POBRE EN EL SECTOR TURISTICO DE LAS ISLAS

Pilar Carbonell

Presidenta de l'Associació Empresarial de Restauració de Mallorca (CAEB)

A pesar de la importancia del sector de la Restauración, que cuantificado supone el 7% del PIB de Baleares, y unos 40.000 empleos de media, un 52% del total del sector turístico y sigue sin obtener el lugar que le corresponde en la industria turística de nuestras islas.

Son micro-empresas y PYMES las que integran este mundo. Empresas de 1 a 5 trabajadores y de las cuales en España hay 944.067 inscritas en la Seguridad Social. Es también el sector con empleo más estable a lo largo del año, frente a la marcada estacionalidad del empleo en establecimientos de alojamiento. Da cabida también a unos 11.400 autónomos.

Parece mentira que todos estos datos no sean suficientes para posicionar un sector. Somos un sector con muchas empresas en numero pero demasiado atomizado. Empresas con pequeñas estructuras que no suponen lobbies de presión a nivel político.

La intransigencia de los sindicatos a reconocer que las empresas de alojamiento y las empresas de restauración, bares, cafeterías y restaurantes somos muy distintas nos lleva a estar amparados por un Convenio Colectivo de hostelería diseñado por y para los hoteleros y que no se ajusta a nuestras necesidades. Muchos son los motivos por los que el sector reclama un Convenio Colectivo propio. Empresas que no en su totalidad trabajan directamente con turistas a diferencia de los hoteles. La necesidad de que los empleados realizan múltiples trabajos dentro de la misma empresa o lo que se denomina multiactividad, tan común en empresas pequeñas. Horarios mucho mas flexibles por la demanda de los clientes. Entre otros muchos motivos. ¿Ayudará la tan esperada reforma laboral a diseñar Convenios Colectivos que se ajusten a la realidad? ¿Serán capaces los sindicatos de entender las necesidades específicas de este sector y de sus trabajadores?. La constitución de la mesa de negociación del décimo cuarto Convenio en Baleares el viernes día 27 pone punto de partida a las reivindicaciones sectoriales y despejará algunas incógnitas.

Un sector el de la Restauración que a pesar de los incrementos en numero de llegada de visitantes hacia nuestras islas el pasado año, ha visto como descendían sus ingresos. El incremento de los costes fijos, luz, gas, materias primas y un 4.1%de incremento en los costes salariales etc. El descenso en el gasto medio por comensal propiciado por la situación económica de los hogares y agravado en muchos casos por una Ley Anti-tabaco demasiado restrictiva, ha hecho que ser empresario de restauración sea una aventura muy arriesgada y en alguno casos un camino hacia la desaparición.

El último cambio político apostaba por el turismo como motor incuestionable de nuestra economía, es una evidencia por la que llevamos años luchando, aunque recortes en los presupuestos de promoción y una nueva Ley General Turística con algunos puntos difíciles de digerir no son la mejor de las noticias para nuestro sector del que se esperaba y se espera que absorba parte de los que perdieron su trabajo en la construcción.

Otro punto y seguido en nuestras empresas es la falta de formación de muchos de los trabajadores o en algunos casos formación poco adaptada a pequeñas empresas y más dirigida a grandes estructuras, estandarizadas y con puestos de trabajo muy definidos. La falta de exigencia formativa a la hora de montar una empresa o de trabajar en ella, hace que no se diseñen planes de formación específicos aunque eso no significa que hay falta de profesionalidad. La calidad y la eliminación paulatina de un producto obsoleto y fuera de mercado pasa por la formación de empresarios y trabajadores.

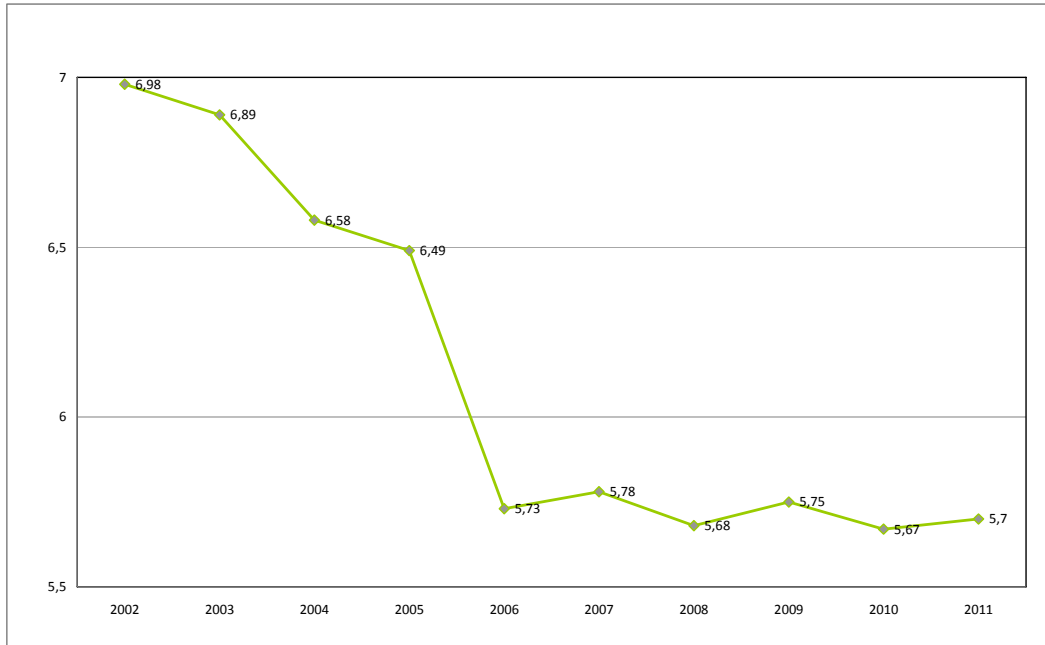
La Restauración debería ser también el principal punto de apoyo en la diversificación del producto turístico tan ansiado en nuestras islas. Hoy por hoy es más una necesidad que un deseo. El atractivo turístico del sol y playa en el que somos un referente es tan solo uno más en el abanico de oferta de la cuenca mediterránea. Toda una serie de países que han pasado de ser emergentes a oferta consolidada en tiempo record. Tenemos la obligación de reinventarnos, de buscar alternativas y nuestra gastronomía podría y debería ser una de ellas, supondría una diferenciación frente a nuestros competidores. Pero no basta con buenas intenciones, la realidad es que en la promoción de nuestras islas poco se incluye de nuestra gastronomía y la apuesta no es clara y definida.

La insularidad nos ha condicionado en algunos aspectos pero en cuanto a la gastronomía se refiere nos ha dado un cantidad de platos que hasta la fecha no hemos sabido posicionar. Tenemos platos que son auténticos referentes de nuestra cocina, tanto de carne, como de pescado o de verduras. Debemos empezar nosotros mismos por creer que tenemos un buen producto, comenzar a estar orgullosos de ello, de nuestros vinos, de nuestros aceites, etc. y por que no decirlo tal vez adaptar nuestra oferta para que los que nos visiten disfruten de nuestra comida.

Hagamos que las más de 8200 empresas de restauración puedan ayudar a remar en un barco en el que estamos todos. Un objetivo común, salir de una situación económica negativa cuanto antes apostando por el turismo. Aprendamos a pensar en pequeño para un gran sector, el de la RESTAURACION.

ANNEX ESTADÍSTIC

Gràfica 11
EVOLUCIÓ ESTADA MITJANA (2002 – 2011)



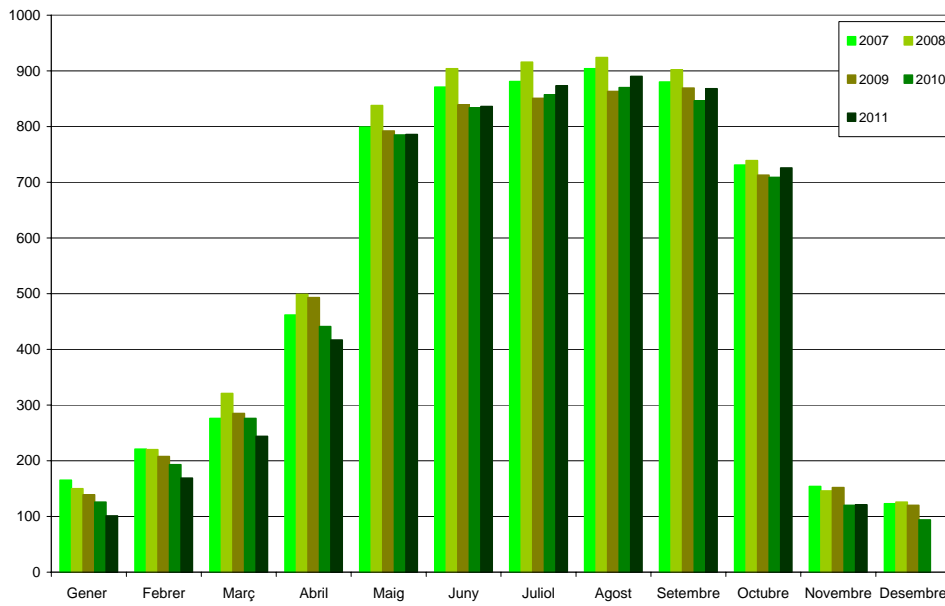
Font: INE (Coyuntura Turística Hotelera)

Taula 2
PERFIL DEL TURISTA BALEAR

Edat	Entre 25 i 44 anys	48%
Motiu	Oci i vacances	93%
Tipus d'allotjament	Hotels i similars	75%
Categoria allotjament	Tres estrelles	51%
Modalitat de compra	Paquet turístic	65%

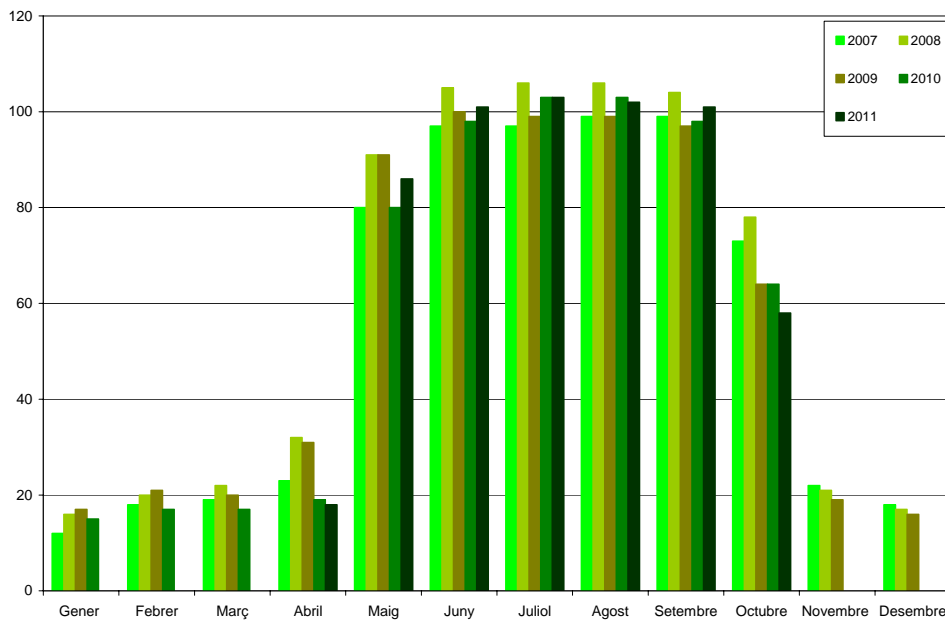
Font: Anuaris de turisme de la Conselleria de Turisme de la CAIB

Gràfica 12
ESTABLIMENTS OBERTS A MALLORCA (per mesos)



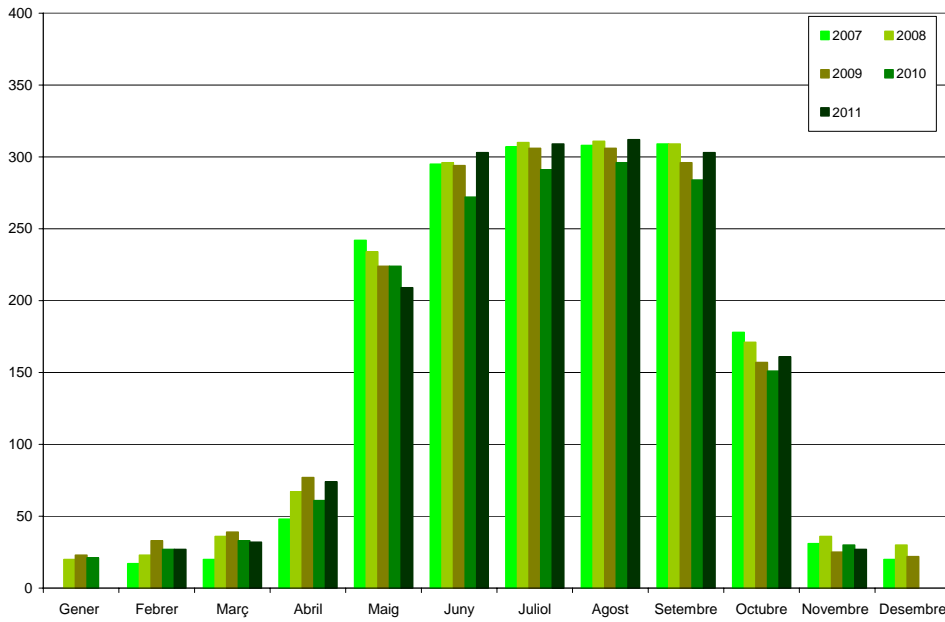
Font: Elaboració pròpia a partir dels Anuaris i Notes de Conjuntura de la Conselleria de Turisme de la CAIB

Gràfica 13
ESTABLIMENTS OBERTS A MENORCA (per mesos)



Font: Elaboració pròpia a partir dels Anuaris i Notes de Conjuntura de la Conselleria de Turisme de la CAIB

Gràfica 14
ESTABLIMENTS OBERTS A EIVISSA I FORMENTERA (per mesos)



Font: Elaboració propia a partir dels Anuaris i Notes de Conjuntura de la Conselleria de Turisme de la CAIB