

RENDIBILITAT

Les expectatives per la recentment inaugurada temporada turística són bones. Es recuperen mercats i turistes, però la bondat d'aquestes previsions no ens hauria de conduir a morir d'èxit. Queden assignatures pendents. Entre d'altres, la rendibilitat empresarial i social de l'activitat turística, així com la consolidació de productes turístics diferenciats que siguin competitius davant dels canvis que es produeixen en la demanda i en l'aparició de nous destins turístics.

A una economia "preindustrial" la competitivitat es basa en el preu. Vendre el màxim possible al millor preu, el que implica uns costos de producció baixos, especialment en la mà d'obra. Entres nosaltres, aquest model econòmic és obsolet. Tenim un producte turístic madur que, encara que hagi de considerar els preus, aquests no poden ser el factor més important.

Sense oblidar el producte convencional, sol i platja, és necessari adjuntar valors afegits que possibilitin uns preus adequats. Això implica actuacions rellevants com, per exemple, i en determinats casos, la reconversió integral de zones turístiques obsoletes. Però també és necessari apostar per altres factors de manera decidida per la conservació, manteniment i bona gestió del nostre territori, amb els seus atributs naturals i mediambientals.

Al mateix temps, una economia avançada com la nostra no pot ser competitiva sense consolidar uns certs nivells de cohesió social, el que implica una distribució equitativa de les rendes i una estructura de treball estable i de relativa qualitat.

www.gadeso.org

CLIMA EMPRESARIAL (V)

MILLORAR LA RENDIBILITAT I EL PRODUCTE TURÍSTIC

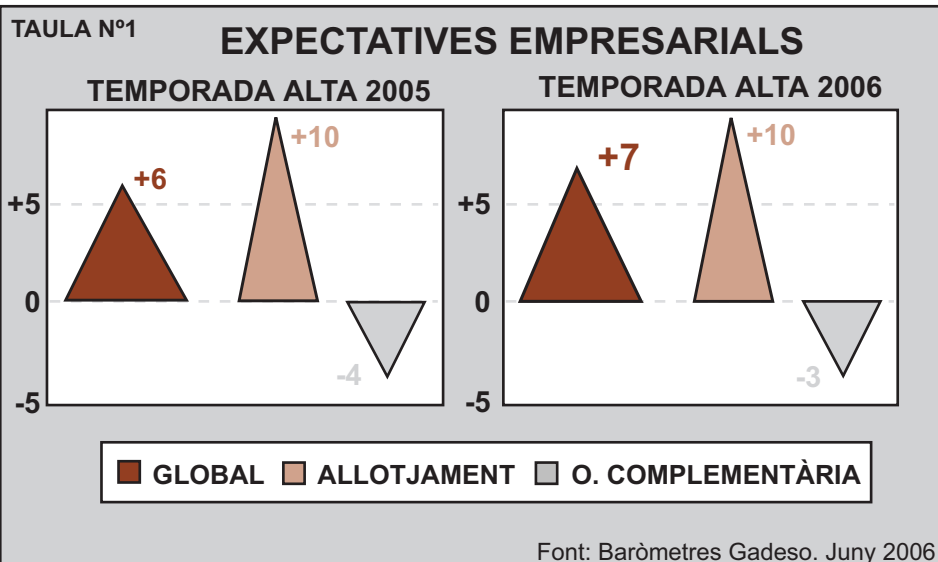
Des de 2004, Quaderns Gadeso analitza el nivell de confiança dels empresaris turístics a la nostra comunitat. La investigació es fa en dos moments d'especial rellevància: en primer lloc, les perspectives que tenen els empresaris respecte a la propera temporada turística (QG número 36, juny 2004 i QG número 54, juliol 2005). Posteriorment, es fa una segona investigació una vegada acabada la temporada turística per analitzar els seus resultats (QG número 43, novembre 2004 i QG número 60, novembre 2005).

En aquest número publicam les perspectives del sector turístic per la temporada alta que acaba de començar, així com una comparació amb la temporada de l'any 2005. A la taula número 1, es reflecteixen aquestes perspectives pel conjunt de Balears. Així, ja a 2005 hi havia una visió relativament optimista, especialment al subsector de

l'allotjament. No obstant, aquesta visió era negativa en el subsector de l'oferta complementària, especialment a la restauració. Davant la temporada que acabam d'inaugurar, les perspectives són un punt superior al seu equivalent de l'any passat. El sector de l'allotjament es manifesta positivament, igual que el 2005, mentre que el sector de la restauració, encara que hagi millorat un punt, es manifesta pessimista.

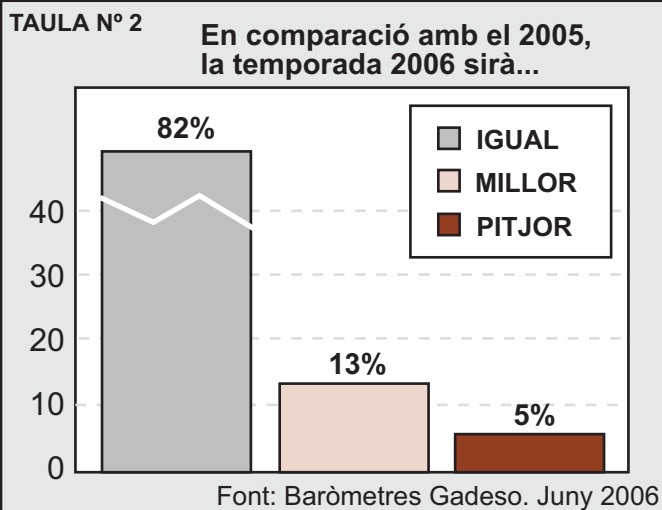
Aquesta investigació s'ha realitzat durant el juny de 2006. Quan es parla d'allotjament, s'inclouen els establiments hotelers clàssics i els allotjaments residencials.

És evident que sota el títol genèric d'oferta complementària s'inclou una multitud d'ofertes distintes, però, per la seva importància, la nostra investigació fa referència al subsector de la restauració i al subsector del comerç turístic.



MALLORCA. OBJECTIU: LA RENDIBILITAT

No hi ha dubte que la recentment inaugurada temporada turística presenta unes dades rellevants de número de turistes. Sens dubte, concretament a Mallorca, s'està percebent de manera positiva la recuperació de determinats mercats, especialment l'alemany. Aquest fet és positiu, però s'hauria d'aprofundir si aquesta millora es deu fonamentalment a una recuperació de l'economia al país d'origen o a una millora del nostre producte turístic.



La temporada 2005, en general, es va considerar bona, almenys en número de visitants, encara que, com és lògic, no tots els subsectors ni totes les zones ho van viure amb la mateixa bondat.

A la taula número 2 es reflecteixen les expectatives del conjunt del sector turístic. Com es pot comprovar un 82% considera que la temporada actual anirà igual que l'any passat. Més encara, desitjarien que fos així.

Hi ha un diferencial de 8 punts a favor dels que consideren que la temporada 2006 sirà millor que la de l'any passat, enfront dels que consideren que anirà pitjor.

Malgrat aquestes bones perspectives, l'autenticament rellevant és el benefici empresarial i els rendiments socials que té l'activitat turística. El decisiu no és únicament vendre més, sinó facturar al preu adequat.

ALLOTJAMENT



TAULA Nº 3

Vendes	Preus	Beneficis explotació
+5.0	+3.0	+3.0

Font: Baròmetres Gadeso. Juny 2006

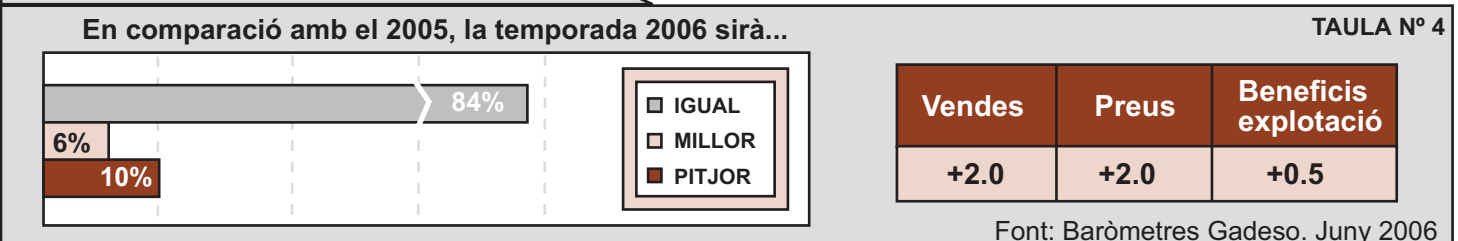
El subsector d'allotjament és el que es manifesta més optimista davant la temporada 2006. De fet, un 16% considera que aquesta temporada sirà millor que la passada, enfront d'un 4% que considera que anirà pitjor.

No obstant, el decisiu és analitzar el benefici d'explotació que preveuen tenir els empresaris. La mitjana es situa al voltant d'un 3%. Aquesta xifra no es pot considerar

adequada si es té en compte la inflació interanual. Sens dubte, l'assignatura pendent és millorar la rendibilitat.

Sense això, els empresaris amb capacitat financera cercaran altres llocs d'inversió, i els que romanguin aquí no tendran capacitat d'inversió per una millora i/o diversificació del seu producte. Com a molt, poden optar a realitzar tasques de manteniment.

OFERTA COMPLEMENTÀRIA



TAULA Nº 4

Vendes	Preus	Beneficis explotació
+2.0	+2.0	+0.5

Font: Baròmetres Gadeso. Juny 2006

Concretament els subsectors de restauració i de comerç turístic manifesten expectatives negatives respecte al 2006, seguint la línia dels anys passats. Sens dubte, la presència del denominat "tot inclòs" afecta a un cert segment de la restauració, però aquesta causa, sent rellevant, no és l'única. Aquest subsector es troba profundament atomitzat, en freqüència mal gestionat i amb excessiva concentració de productes similars. Aquesta

competència interior provoca preus fora de tota lògica. El subsector de comerç turístic pateix la crisi d'una excessiva oferta, d'una excessiva concentració i d'uns productes similars i, en molts de casos, obsolets.

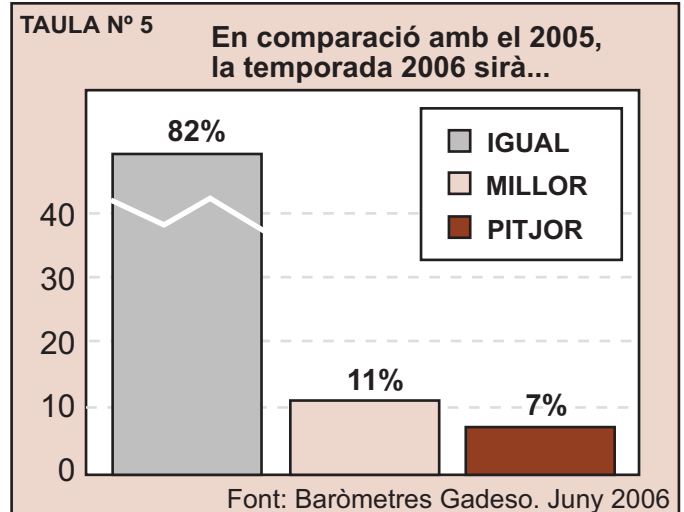
És important una reconversió d'aquests subsectors, donada la seva rellevància dins el producte turístic i la seva capacitat de crear llocs de feina.

MENORCA: RECUPERACIÓ DE MERCATS

Menorca millora sensiblement les seves expectatives turístiques. Segons les dades, pareix que es pot donar una certa recuperació del seu mercat clàssic, el britànic, i una millora significativa del mercat espanyol. Una de les assignatures pendents és la possibilitat de la implantació d'una companyia aèria de baix cost, que faciliti i agilitzi les comunicacions de l'illa. Segons les darreres informacions, pareix probable aquesta possibilitat.

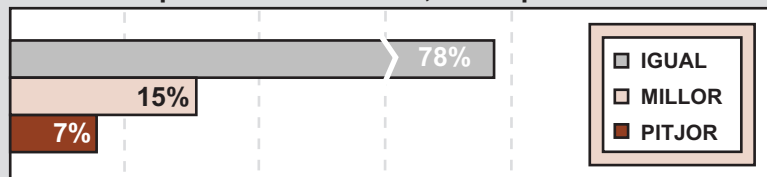
L'any 2005, en aquestes dates, l'empresari turístic de Menorca era el que es mostrava menys optimista respecte a la temporada alta. De fet, el seu nivell de confiança baixava respecte el 2004. En canvi, les perspectives respecte a la temporada turística que ara comença pareixen millorar, encara que d'una manera prudent. Un 11% del conjunt del sector turístic considera que sirà millor, però un 7% considera que la temporada anirà pitjor que la de l'any passat.

Menorca té possibilitats reals i diferenciades tant de Eivissa com de Mallorca, per dissenyar i comercialitzar un producte propi i atractiu. Queda clar que ja no es pot competir en preu, i que, encara que no de manera exclusiva, la natura forma part important d'un producte turístic competitiu. Menorca té aquest producte. L'important és que el sàpiga posar en valor i comercialitzar adequadament. Això no lleva que, al mateix temps, no inclogui en la seva oferta productes com activitats esportives, acuàtiques, d'esbarjo...



ALLOTJAMENT

En comparació amb el 2005, la temporada 2006 sirà...



TAULA N° 6

Vendes	Preus	Beneficis explotació
+4.0	+3.0	+2.8

Font: Baròmetres Gadeso. Juny 2006

Una vegada més, lo decisiu és el benefici d'explotació, no només l'augment del número de visitants. Com en general passa a totes les Balears, el repte és millorar la rendibilitat i el benefici d'explotació. Però és evident que no es podrà donar aquesta millora si no es dona simultàniament una recuperació de mercats.

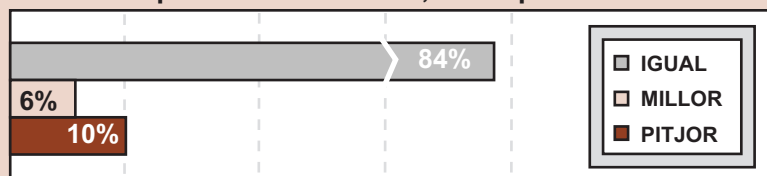
conjunt es manifesta positivament amb 8 punts de diferència entre els que opinen que la temporada alta 2006 sirà millor que la de l'any passat i els que opinen que anirà pitjor.

En el cas de Menorca, el sector d'allotjament en el seu

De fet, la planta d'allotjaments existent a Menorca permet dissenyar una oferta adequada i de qualitat. En general, l'usuari d'aquests allotjaments manifesta opinions positives respecte la seva petició de serveis.

OFERTA COMPLEMENTÀRIA

En comparació amb el 2005, la temporada 2006 sirà...



TAULA N° 7

Vendes	Preus	Beneficis explotació
+1.0	+2.0	+0.5

Font: Baròmetres Gadeso. Juny 2006

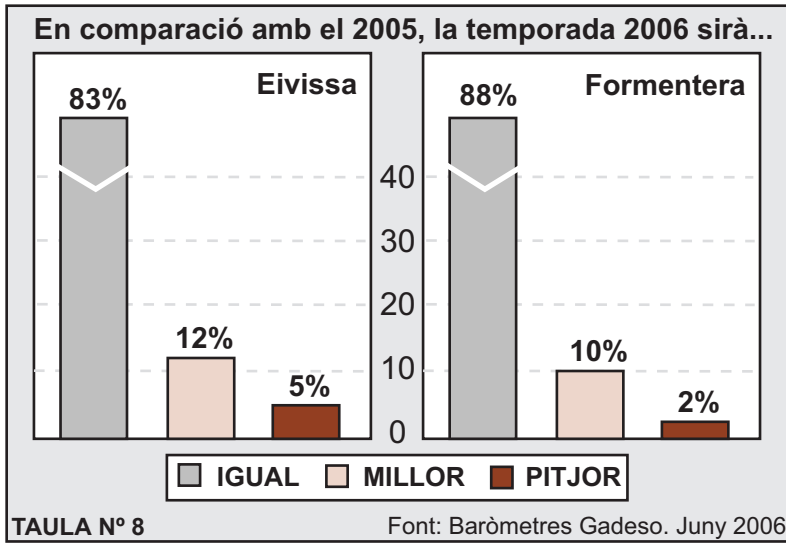
Encara que s'hagi manifestat una certa millora, a Menorca existeix un dèficit real d'una oferta complementària més diversificada i més adequada als visitants que té. Això no vol dir que s'hagi d'augmentar el número d'establiments, sinó, per exemple, estar més a l'abast d'un turisme familiar que moltes vegades no troba el producte que cerca i necessita.

Com es pot veure a la taula adjunta, les expectatives

d'aquesta oferta continuen essent negatives. Es considera que el nivell de vendes escassament millorarà, els preus difícilment es podran millorar i els beneficis d'explotació, únicament cobriran, en molts de casos, els seus costos fixos.

En qualsevol cas, és possible plantejar-se un pla de reconversió i millora de l'oferta complementària sense que impliqui cap tipus de trauma.

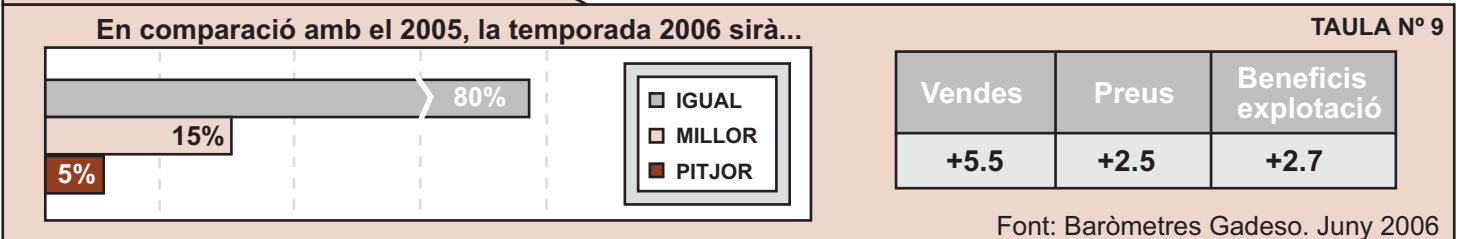
PITIÜSES: RECUPERACIÓ D'EXPECTATIVES



Tant a Eivissa com a Formentera, les expectatives empresarials han millorat de manera sensible. A Eivissa, el diferencial entre els que pensen que la temporada anirà millor que la de l'any passat i els que pensen que anirà pitjor és de 7 punts. A Formentera, aquesta diferència és de 8 punts, destacant que només un 2% considera que la temporada sirà pitjor.

De fet, aquesta recuperació d'expectatives es basa fonamentalment en les previsions d'augment del número de visitants, el que no deixa de ser un fet important, però, una vegada més, hem d'insistir, com al conjunt de totes les Balears, que l'objectiu, sense renunciar a consolidar els mercats, és millorar la rendibilitat, considerant que, a mitjan termini serà impossible millorar aquesta rendibilitat si no es fa una aposta més clara per la conservació del seu patrimoni natural.

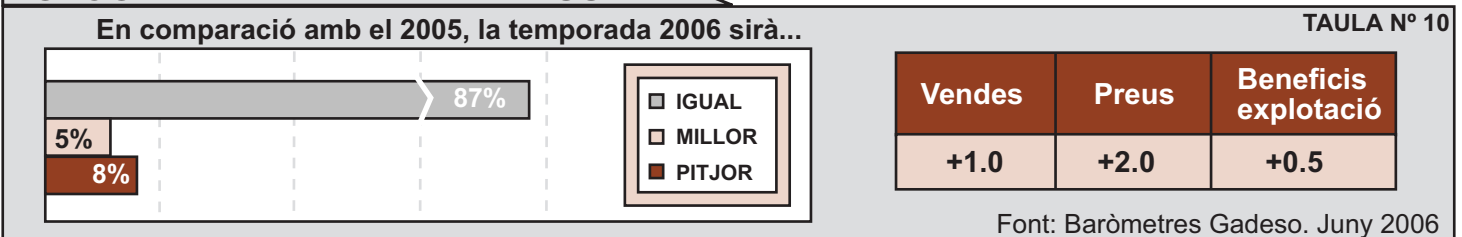
ALLOTJAMENT A EIVISSA



Les expectatives dels empresaris turístics d'allotjament són molt rellevants. De fet, un 15% considera que la temporada 2006 sirà millor que la de 2005, enfront d'un 5% que considera que anirà pitjor. És el destí de les Balears on les perspectives de millora de vendes és superior, però la millora dels preus és un tant inferior que a Mallorca i Menorca. Lògicament, el benefici d'explotació, encara que es consideri que millorarà, ho fa amb un índex baix.

Una vegada més la percepció més negativa és a l'oferta complementària, més en concret a la restauració i al comerç turístic. La millora de vendes és escassament rellevant i la possibilitat de millora de preus no és significativa. En conseqüència, els seus beneficis únicament poden cobrir els seus costs fixes. Malgrat lo dit, no es pot generalitzar, doncs hi ha determinats productes d'oferta complementària que són competitius i rendibles.

O. COMPLEMENTÀRIA A EIVISSA



FORMENTERA

Les expectatives empresarials a Formentera són clarament positives, però es manifesten una sèrie de preocupacions. La presència massiva d'excursionistes d'un dia provinents d'Eivissa, que omplen platges i carrers però que deixen poca rendibilitat. Al mateix temps, comença a preocupar la presència excessiva de vaixells a l'enforn de l'illa, ja

sigui pel seu impacte visual com per un tractament de residus no sempre adequat.

L'objectiu de Formentera pareix que hauria de ser mantenir la qualitat del seu actual producte turístic, basat en els seus valors naturals i un ambient de tranquil·litat.