

## CLIMA EMPRESARIAL (X)

# PESSIMISME DELS EMPRESARIS TURÍSTICS

**P**resentam la percepció que tenen els empresaris turístics dels seus rendiments de la temporada alta turística 2008, així com les perspectives que tenen respecte la propera temporada turística (2009). Una vegada més, els resultats es presenten per illes, tenint en compte que la seves realitats turístiques tenen característiques diferenciades, encara que es trobin emmarcades dins el conjunt de les Illes Balears. Al mateix temps, enumeram els números de Quaderns Gadeso dedicats a l'anàlisi de la realitat turística, des de la perspectiva dels diversos agents econòmics i socials.

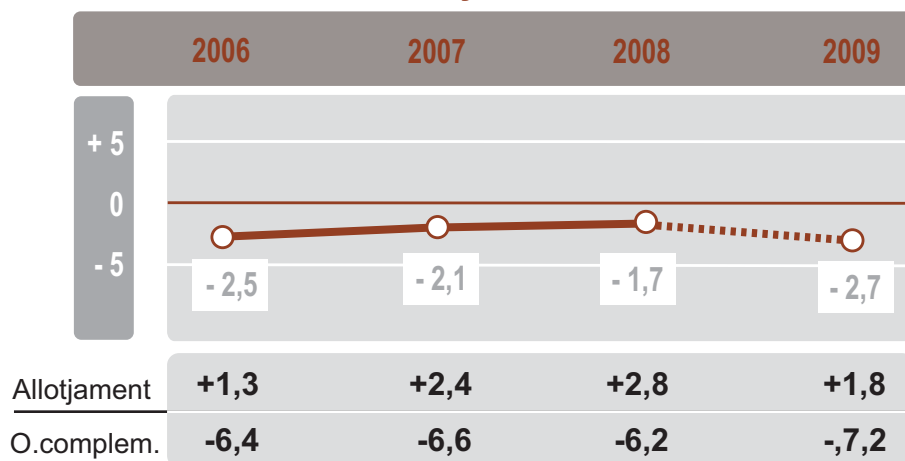
A la taula número 1 es reflecteix l'evolució de l'índex de confiança dels empresaris turístics envers la propera temporada turística. Com es pot veure, en el seu conjunt, el nivell de confiança ha baixat de manera sensible (-2,7) després d'anys de millora. Des de la perspectiva dels allotjaments turístics, l'índex de confiança és positiu (+1,8), encara que hagi disminuït un punt respecte l'any 2008. Aquesta disminució es concreta, d'alguna manera, en una sensació de perplexitat i incertesa, referida no només al nombre de visitants, sinó també als preus, a l'estada mitjana dels turistes i a la durada de la temporada alta.

És realment molt significatiu i preocupant el baix nivell de perspectives, i per tant de confiança, dels empresaris inclosos dins la denominada oferta complementària. Si s'observa el quadre adjunt, les expectatives sempre han estat negatives, però per a la propera temporada alta 2009 encara ho són més. Aquestes baixes perspectives, com és lògic, tenen molt a veure amb la baixa rendibilitat empresarial que es posa de manifest any rere any. Aquesta realitat obliga, d'alguna manera, a plantejar-se una reconversió seriosa i coherent de l'ampli ventall d'empreses incloses dins el títol genèric d'oferta complementària.

- Empresaris turístics (pre-temporada).  
QG n°121 (juny 2008)
- L'opinió dels turistes (Mallorca)  
QG n°124 (juliol 2008)
- L'opinió dels turistes (Menorca,  
Eivissa i Formentera)  
QG n°126 (agost 2008)
- Anàlisi zona turística en reconversió  
(Platja de Palma).  
QG n°129 (setembre 2008)
- Empresaris turístics (post-temporada)  
QG n°130 (octubre 2008)
- L'opinió dels ciutadans  
QG n°132 (novembre 2008)

Taula 1

### EVOLUCIÓ CONFIANÇA EMPRESARIS TURÍSTICS



Font: Baròmetres Gadeso 2006 - 2008

Amb la col·laboració de



**Govern  
de les Illes Balears**  
Conselleria de Turisme

# MALLORCA. DIFICULTATS OFERTA COMPLEMENTÀRIA

## RENDIBILITAT EMPRESARIAL TEMPORADA ALTA 2008

TAULA N°2

ALLOTJAMENT			
	Vendes	Preus	Benefici
Augment	7%	3%	4%
Igual	86%	94%	93%
Disminució	7%	3%	3%
<b>SALDO</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>+1,0</b>

Font: Baròmetres Gadeso. Octubre 2008

Els resultats que es presenten sobre la rendibilitat empresarial de la temporada alta 2008 no provenen d'una anàlisi dels balanços sinó bàsicament de la percepció que ens han transmès els empresaris turístics. Com es pot comprovar, dins el sector de l'allotjament, encara que la rendibilitat no es pugui considerar altament positiva, presenta uns resultats "no negatius", malgrat siguin similars als dels anys anteriors. Com és lògic, el que es reflecteix és una mitjana, perquè la realitat és que hi pot haver establiments d'allotjament que hagin tingut resultats molt positius i d'altres molt negatius.

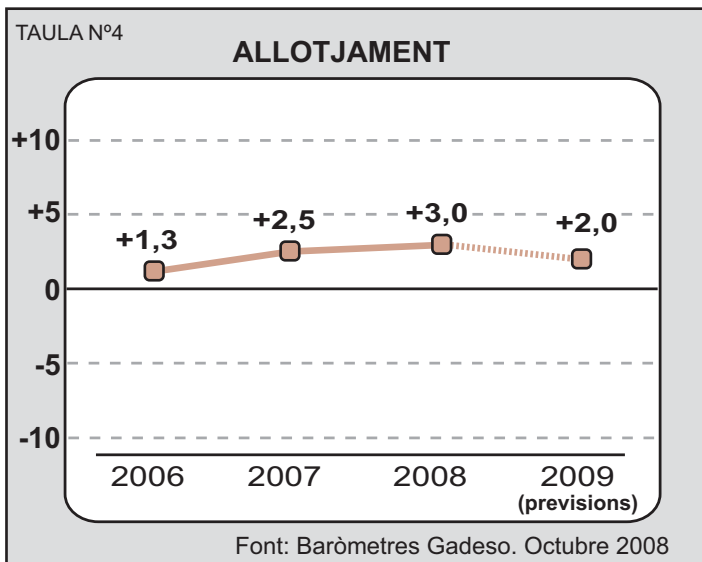
TAULA N°3

OFERTA COMPLEMENTÀRIA			
	Vendes	Preus	Benefici
Augment	0%	0,5%	0%
Igual	93%	96,5%	95%
Disminució	7%	3%	5%
<b>SALDO</b>	<b>-7,0</b>	<b>-2,5</b>	<b>-5,0</b>

Font: Baròmetres Gadeso. Octubre 2008

Com es pot comprovar, la rendibilitat empresarial del sector de l'oferta complementària és altament negativa. Les vendes presenten un saldo negatiu de -7 i el nivell de preus, de -2. Això provoca que el saldo final de beneficis es situï en un -5. Una anàlisi més acurada ens pot fer veure que, depenent de la zona, conviuen comerços de qualitat amb altres que ofereixen productes absolutament obsolets i fora de mercat. Sens dubte, quan es parla d'una necessària reconversió del nostre model turístic, s'han d'incloure les activitats que conformen l'oferta complementària.

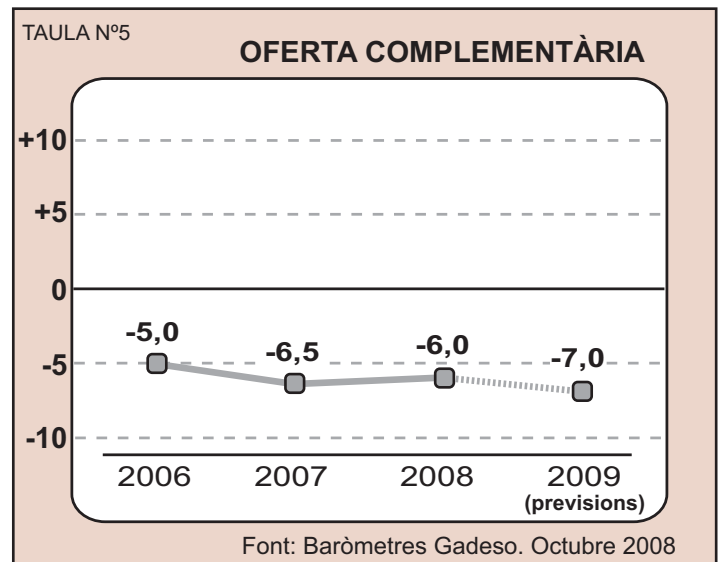
## PERSPECTIVES EMPRESARIALS TEMPORADA ALTA 2009



Com es pot comprovar, l'índex global de confiança és negatiu (-2,5), encara que segueixi la tònica dels anys anteriors, doncs sempre aquesta negativitat és inferior a la mitjana de les Illes Balears. El nivell de confiança del sector empresarial de l'allotjament, encara que es mantingui positiu (+2,0), baixa de manera significativa respecte a 2008, i romp una dinàmica optimista que es donava als anys anteriors. Dins aquest sector seria necessari fer una matisació rellevant segons el tipus d'allotjament (hotel convencional, apartament turístic, habitatge vacacional...).

**ÍNDEX DE CONFIANÇA**

-2,0	-1,5	-2,5
2007	2008	2009



Les perspectives negatives per l'any 2009, corresponen a uns resultats negatius de la temporada alta 2008 i també dels anys anteriors. A determinades zones turístiques es comprova l'existència d'una oferta complementària excessiva, repetitiva i obsoleta. No es pot parlar de la reconversió seriosa d'una zona turística sense incloure-hi l'oferta complementària. Quan parlem d'aquesta oferta, no només ens referim a bars i restaurants, sinó també a tota una barreja de productes i serveis que s'ofereixen al turistes que passen les seves vacances a Mallorca.

# MENORCA. TEMPORADA ALTA CURTA

## RENDIBILITAT EMPRESARIAL TEMPORADA ALTA 2008

TAULA N°6

ALLOTJAMENT			
	Vendes	Preus	Benefici
Augment	6%	4%	3%
Igual	88%	92%	94%
Disminució	6%	4%	3%
<b>SALDO</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>

Font: Baròmetres Gadeso. Octubre 2008

Els rendiments empresarials referits a l'allotjament turístic no es poden considerar positius. Possiblement és necessari fer una vegada més referència a l'excessiva estacionalitat de la temporada alta turística a Menorca, el que, com és lògic, dificulta la rendibilitat empresarial. Ampliar la temporada no és tasca fàcil, entre altres motius perquè resulta molt difícil motivar a les companyies de baix cost, degut a l'escassa massa de clients existent. Sens dubte es pot motivar encara més al turista espanyol, a partir d'un producte diferenciat, però que també necessita un suport de transport fàcil, accessible i relativament econòmic.

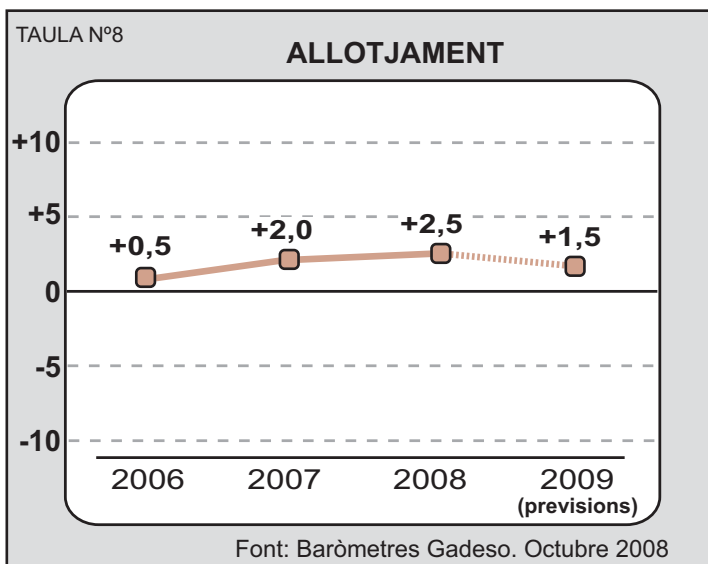
TAULA N°7

OFERTA COMPLEMENTÀRIA			
	Vendes	Preus	Benefici
Augment	1%	0,5%	0%
Igual	90%	98%	94%
Disminució	9%	1,5%	6%
<b>SALDO</b>	<b>-8,0</b>	<b>-1,0</b>	<b>-6,0</b>

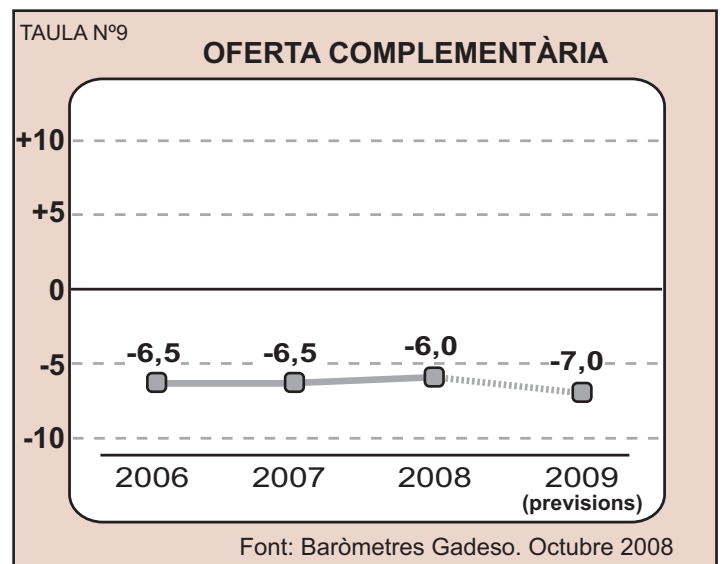
Font: Baròmetres Gadeso. Octubre 2008

L'oferta complementària menorquina té els mateixos dèficits que a les altres illes, agravats per l'excessiva estacionalitat. Això es comprova observant les dades negatives de la taula superior, tant en vendes, com preus i beneficis. En qualsevol cas, més enllà dels bars i restaurants, hi hauria que fer esforços per assolir una oferta complementària més adient pels distints segments de visitants, cada un d'ells amb les seves demandes. Menorca poseix suficients recursos, però és necessari posar-los en valor amb una gestió adequada. Això no té perquè significar una degradació d'aquests recursos (natura, territori...).

## PERSPECTIVES EMPRESARIALS TEMPORADA ALTA 2009



L'índex de confiança és significativament negatiu (-2,7), seguint la tendència comuna observada a la resta de les illes. En referència als empresaris de l'allotjament turístic, encara que les perspectives pel 2009 siguin positives (+1,5) són més baixes que a les altres illes. Els darrers anys, encara que l'índex de confiança hagi estat positiu a Menorca, sempre ha estat per sota de la mitjana balear. Una vegada més, es nota una certa perplexitat, no només respecte al número de visitants, sinó també a l'estada mitjana, als preus i a l'estacionalitat.



En coherència a la rendibilitat empresarial de la denominada oferta complementària, les perspectives de futur, com a la resta de les altres illes, són negatives (-7). Ja ho eren als anys anteriors, però es percebia una certa millora. No obstant, per l'any 2009, l'índex de confiança ha disminuït un punt. Possiblement en el cas de Menorca no es tracta de que hi hagi un "excés" d'oferta complementària, sinó que aquesta no es troba adequada a les demandes dels visitants reals i potencials. Que una part important cerqui tranquil·litat no significa que no s'hagi d'enriquir l'oferta complementària.

**ÍNDEX DE CONFIANÇA**

-2,2	-1,8	-2,7
2007	2008	2009

# EIVISSA. DÈFICIT PRODUCTES/ZONES TURÍSTIQUES

## RENDIBILITAT EMPRESARIAL TEMPORADA ALTA 2008

TAULA Nº10

ALLOTJAMENT			
	Vendes	Preus	Benefici
<b>Augment</b>	7%	3%	3,5%
<b>Igual</b>	87%	93%	94%
<b>Disminució</b>	6%	4%	2,5%
<b>SALDO</b>	<b>+1,0</b>	<b>-1,0</b>	<b>+1,0</b>

Font: Baròmetres Gadeso. Octubre 2008

Encara que no es puguin considerar negatius els rendiments empresarials del sector de l'allotjament, tampoc resulten significatius, si s'analitza bé la taula 10, que inclou els distints factors que conformen la rendibilitat. Mentre que un 7% afirma que han augmentat les vendes, un 6% diu que han disminuït; i mentre un 3% diu que els preus han augmentat, un 4% afirma el contrari. Aquestes dades reflecteixen que dins el sector allotjament existeixen productes molt diferenciats, alguns dels quals semblen estar en la línia de la demanda i d'altres estan obsolets, i, per tant, forçats a una disminució dels seus preus.

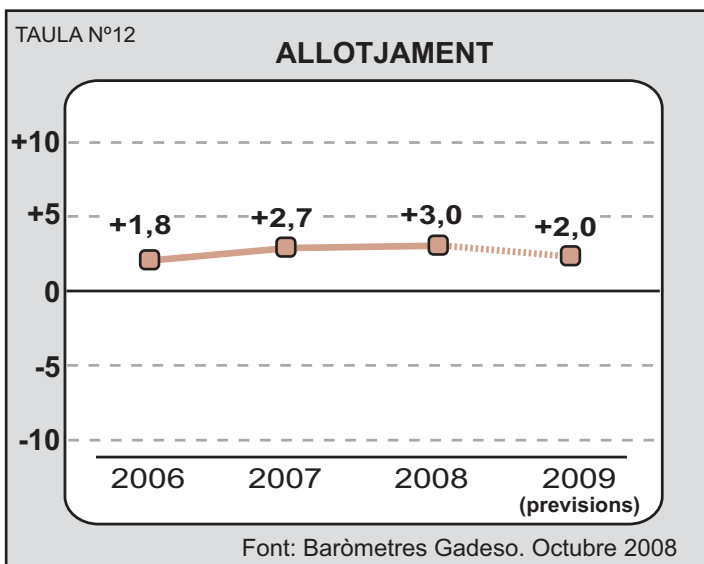
TAULA Nº11

OFERTA COMPLEMENTÀRIA			
	Vendes	Preus	Benefici
<b>Augment</b>	1%	0,5%	0%
<b>Igual</b>	92%	96,5%	95,5%
<b>Disminució</b>	7%	3%	4,5%
<b>SALDO</b>	<b>-6,0</b>	<b>-2,5</b>	<b>-4,5</b>

Font: Baròmetres Gadeso. Octubre 2008

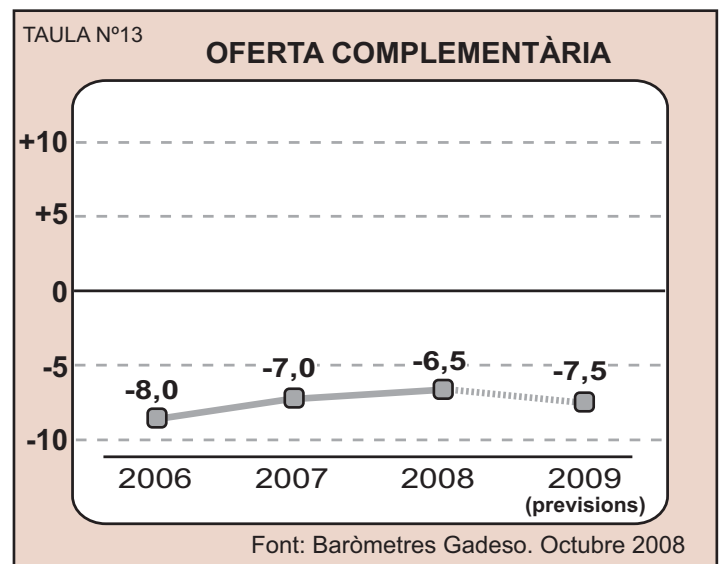
L'oferta complementària a Eivissa és plural i diversa, i sens dubte, l'oferta lúdica és un producte ben situat a determinats mercats. Això no vol dir que en el seu conjunt aquesta oferta turística hagi tengut bons resultats. En general la situació és molt similar a l'any passat però és molt significativa una certa disminució de les vendes, el que ha obligat, de manera correlativa, a una disminució dels preus. Això, lògicament, ens porta a una rendibilitat amb saldo negatiu, encara que una gran majoria afirmi que els seus resultats han estat similars als anys anteriors (en molts de casos sense beneficis).

## PERSPECTIVES EMPRESARIALS TEMPORADA ALTA 2009



Com a les altres illes, l'índex de confiança global és negatiu (-2,7) i el sector allotjament és positiu (+2), encara que disminueixi un punt en relació a l'any passat i rompi la tendència de millora continua.

ÍNDEX DE CONFIANÇA	-2,2	-1,8	-2,7
	2007	2008	2009



Les perspectives empresarials són les més negatives de totes les Balears. És urgent redissenyar determinades zones turístiques, "excessivament madures", incloent l'oferta complementària.