

La crisi tampoc no fa vacances



Arriba el juliol i arriben les vacances. Després d'anys de creixement sense aturador, la principal indústria del país, el turisme, es posa a prova en un context molt advers. El 'sol i platja' salvarà una temporada fins ara desastrosa?

La família Alabau –pare, mare i dos fills en edat escolar– acaben de passar per uns grans magatzems per comprar una tenda de campanya de quatre places. Serà la primera volta que passen els nou dies de vacances anuals en un càmping, a la costa del Tarragonès. La decisió no ha estat fàcil, però l'economia

familiar no permet gaires alegrois. L'empresa de transports on treballa Joan, el pare de família, ha decidit de congelar els sous i la multinacional on treballa Marina va presentar un expedient de regulació d'ocupació fa tres mesos que, per ben poc, no la va afectar a ella directament. Amb aquesta perspectiva, els Alabau han

Menys turisme, menys feina

El turisme és font d'ingressos i de creació d'ocupació. A les illes Balears dona feina directament al 30,8% de la població activa i un 14,1% al País Valencià. L'estiu ha estat tradicionalment un període de molta contractació.

Ara per ara, la crisi al sector es fa sentir també al mercat laboral. Segons Frontur, "la necessitat d'adequar la capacitat als nivells de demanda més baixos, també ha exigint un fort ajustament de les plantilles". Fins el mes de maig,



Benidorm, a la Costa Blanca, capital del turisme per excel·lència.

decidit de no renunciar a les vacances, però, amb la calculadora a la mà, han buscat una alternativa molt més econòmica que no pas l'hotel de dues estrelles on havien anat els darrers quatre anys.

La història dels Alabau és fictícia, però molt versemblant. La crisi —que, l'any passat en aquesta època, feia anar de corcoll el món de les finances, però que encara no s'havia traslladat amb tota la virulència a l'economia real— ara ofega les finances de moltes cases. Els comptes no surten i moltes famílies han hagut de tancar l'aixeta com no ho havien fet mai abans. La contracció del consum, a casa nostra, però també a la resta d'Europa, enguany s'ha deixat notar intensament al sector del turisme. La gent no viatja tant i, si ho fa, no està disposada a castigar-se la butxaca com abans. I això, en economies com la balear o la valenciana, que depenen en un 44,2% o en un 13,2% del turisme, no fa preveure res de bo.

Els indicadors arrellegats fins ara apunten cap a una recessió inaudita en el món del turisme. A la Xina, que el 2004 va desbancar Itàlia com a quart país més visitat del món, el nombre de turistes internacionals hi ha caigut d'un 7% durant el primer trimestre de l'any. A la Polinèsia Francesa, punt d'atracció de surfistes i amants de les

platges paradisiàques, les arribades d'estrangers van caure d'un 30%. Tot comptat i debatut, l'Organització Mundial del Turisme calcula que enguany la indústria de viatges baixarà d'un 3,5%, la qual cosa farà perdre 10 milions de llocs de feina a final del 2010.

Rebentar el mercat. A casa nostra, les xifres apunten en la mateixa direcció (vegeu quadre a la pàgina 64). Durant aquest primer mig any, el nombre de visitants estrangers a la costa mediterrània ha disminuït, fins a equiparar-se a l'aflluència del 2004. La caiguda ha estat especialment notable al País Valencià, on ha arribat al 19%, mentre que a les illes Balears i a Catalunya ha estat de l'11,8%. Anglesos, alemanys i francesos han deixat de visitar-nos com ho feien abans. És especialment significatiu el cas dels britànics, que, a conseqüència de la debilitat de la lliura esterlina enfront de l'euro, han preferit deixar les escapades al sol i la platja per a més endavant.

Aquestes xifres han disparat les alarmes en una indústria, la dels viatges, que aporta una part important del producte interior brut de casa nostra. Al remat, el comportament final del turisme, amb l'efecte expansiu als sectors del transport, els restaurants i el comerç, pot determinar la magnitud de la recessió en el compte de resultats de les economies autòctones.

De moment, mirant què ha passat aquests darrers mesos, companyies aèries, agències de viatges i hotels s'han abocat a fer ofertes molt sucuses. Air Nostrum, per exemple, ven bitllets amb un 90% de descompte per als menors d'11 anys. Halcon Viatges posa a disposició dels clients viatges de nou dies a la República Dominicana en hotels de cinc estrelles amb tot inclòs per 601 euros. Hi ha qui garanteix que, si el preu del paquet baixa després de comprar-lo, es pagarà la diferència al consumidor. “Que ningú no es quede a casa”, sembla que és la consigna entre els responsables del sector.

Aquesta estratègia salvatge pareix haver estimulat la contractació poques setmanes abans de la temporada alta. Ara bé, en un informe del primer trimestre del 2009, Frontur (depen-

l'ocupació al sector havia baixat d'un 5,7% a tot l'estat espanyol, cosa que implicava la desaparició de 86.000 llocs de feina. La guerra de preus al sector hotelier es carrega tot sovint a les despeses laborals. Els hotels fan més bones ofertes que mai, però els treballadors són més mal pagats i més explotats. “Detectem que, si bé es mantenen els treballadors fixos i fixos discontinus”, explica Antonio Ferró, responsable de l'àrea d'hotelleria de CCOO de Catalunya, “hi ha un descens del 30% en la contractació de personal eventual”. Alguns establiments, segons apunta, “treballen sota mínims”, “amb el sobreforç de fixos i fixos discontinus” i, a ve-

gades, amb el recurs de la mà d'obra submergida.

També a les Illes es detecten dificultats d'aquesta mena, si bé els treballadors fixos discontinus són els qui pateixen més directament la crisi, segons que explica Katiana Vicens, secretària general de CCOO. “La temporada turística comença més tard i s'acaba més aviat. Això fa que també s'escurci la contractació, de manera que treballadors fixos discontinus que abans treballaven durant períodes de nou mesos, ara en treballen menys de sis.” La conseqüència de tot plegat és que es redueixen les prestacions en el període en què el treballador es queda sense feina.

dent del govern espanyol) advertia del perill que aquesta dinàmica des-embocava en una “situació de deflació hotelera”. “Si bé en alguns casos les ofertes han ajudat a recuperar reserves amb nivells de caiguda molt alts”, adverteix Frontur, “el fet cert és que han propiciat una guerra de preus indesitjada i generalitzada que afona els marges empresarials i fa que algunes empreses comencen a tenir pèrdues”. L'índex de preus hotelers es va reduir durant el primer trimestre de l'any d'un 5,1%, un descens que no es pot equiparar a cap altre bé de consum.

Habitacions disponibles. El cas de València resulta paradigmàtic. Arrezerada en la política de grans esdeveniments (copa de l'Amèrica, fórmula 1...), la indústria hotelera pràcticament es va duplicar. Però ara, amb el turisme de ciutat ressentit per la crisi més que cap altre, hi ha una sobreoferta de places que mena cap a una guerra de preus i un tancament d'hotels ben preocupant. L'hotel Hilton mateix, que va obrir les portes a València el maig de 2007, ha presentat concurs de creditors.

Siga com siga, l'ocupació mitjana dels 110 hotels associats a la Unió Hotelera de la Província de València, el mes d'abril havia cedit deu punts respecte al mateix mes de l'any anterior. La caiguda del preu mitjà per habitació va retrocedir d'un 42,3%, fins a 33,7 euros, 24,7 menys que el mateix mes de l'any anterior. Xifres a banda, sembla clar que València –i també ciutats espanyoles com ara Saragossa, on tingué lloc l'Expo l'any passat– disposa d'un conjunt d'hotels sobredimensionat quan no hi ha l'incentiu dels grans esdeveniments. Amb la copa de l'Amèrica als llimbs i un gran premi de fórmula 1 que ja l'any passat no va complir les expectatives d'espectadors, Lluís Martín, secretari general d'Unió Hotelera, es confessa “preocupat”. “La guerra de preus no és bona”, adverteix Martín. “Una cosa és adaptar-se a les circumstàncies i una altra cosa és una baixada brutal com la que vivim”, lamenta.

Tanmateix, dins el sector no tots opinen igual. A Benidorm, la segona ciutat més visitada dels Països Cata-

lans –només després de Barcelona–, saben bé què és treballar amb marges de beneficis molt reduïts. Ho han fet tota la vida i ara, amb la crisi, s'estrenen un xic més la bossa. Segons Antoni Mayor, president de la patronal hotelera Hosbec, “és el moment de mantenir-se, encara que fem patir el compte de resultants. La crisi t'obliga a fer coses excepcionals. Les ofertes que fem ara són esporàdiques, una reacció natural a la situació”. Des d'Hosbec esperen per als pròxims mesos d'estiu una ocupació similar a la d'aquests últims anys, “però amb una rendibilitat del 15% o el 20% menys que cal assumir”.

La reducció en els preus afecta de retruc els càmpings, que veuen com en alguns casos els hotels abaixen les tarifes fins a preus semblants als seus. Ho explica Francisco José Caballé, president de l'Associació de Càmpings de Catalunya, que assegura que, ara per ara, “qui ens fa la competència són els hotels”. Això no obstant, sembla que quan es tracta de competir en preu, el càmping continua essent una alternativa molt més rendible, per la qual han optat alguns que, com la fictícia família Alabau, no poden permetre's unes vacances més suntuoses. “Pensàvem que enguany hi hauria una davallada en el client català i espanyol”, explica Caballé, “però ha hi hagut una incorporació de gent que abans llogava un apartament”. Les reserves, assegura, tenen un nivell similar al d'anys anteriors, però preveu que la crisi també es farà notar en el seu sector: “Ja ho hem començat a detectar, per exemple, en el fet que la gent no gasta tant en bugaderia i renta més a mà. De segur que hi haurà una despesa menor en serveis complementaris com ara restaurants, piscines climatitzades, supermercats o pistes esportives”.

Incerta campanya. Què passarà els dos mesos vinents? El turisme continuarà registrant pèrdues de visitants com ha passat aquest primer mig any? Cap dels consultats no s'atreveix a donar-ne una opinió conclouent. En canvi, tots coincideixen a pronunciar un mateix mot: incertesa. És la paraula més repetida quan es tracta de fer prediccions. La dinàmica d'ofertes en què ha entrat el sector fa que la gent ajorne la decisió de viatjar fins al darrer moment per cercar els preus finals més baixos. Ningú no vol contractar un paquet turístic per trobar-se'l, una setmana més tard, cent euros més barat. El viatge de baix cost està més en voga que mai i això obliga patronals i companyies a ser cauts a l'hora de fer previsions per a aquest estiu.

Tot plegat mostrarà, en darrera instància, fins a quin punt el turisme és un bé de primera necessitat. Durant aquesta darrera dècada, experts i empresaris han insistit a assenyalar que les vacances són un bé irrenunciable, tan important com l'alimentació, els productes d'higiene o l'automòbil.

Les dades recollides des de fa un any posen aquesta afirmació en quarantena. Segons els resultats publicats per Frontur, la demanda turística és molt més sensible que no semblava als daltabaixos econòmics. Durant el primer trimestre de l'any, la caiguda del consum turístic fou més gran que no pas la d'uns altres béns de consum diari.

Fins ara, el principal damnificat per la recessió ha estat el turisme urbà de pont i cap de setmana, que aquests darrers cinc anys, arran de la implantació de les línies de baix cost, havia viscut un creixement sostingut. La gran incògnita per als mesos vinents és si la gent sacrificarà també les vacances d'estiu, les vacances per antonomàsia. Antoni Mayor, d'Hosbec, ho veu clar: “La crisi ha perjudicat sobretot el *minibreak*, l'escapada a Praga o a Barcelona. Estem disposats a sacrificar-ho tot, tret de les vacances principals, perquè són una necessitat, no pas un luxe. Potser la gent eixirà de casa amb menys pretensions, però eixirà de casa igualment.” Per a corroborar aquesta tesi, Mayor parla de les reserves de places d'avions previstes per a aquest estiu, que han

■ Arribades de turistes internacionals

	TOTAL TURISTES	VAR. INTERANUAL
Estat espanyol	18.341.440	-11,8
Catalunya	4.622.473	-11,8
Illes Balears	2.386.508	-8,5
País Valencià	1.736.444	-19,0

*Dades acumulades entre el gener i el maig del 2009

Font: Ministeri d'Indústria, Turisme i Comerç



Agències de viatges i companyies aèries han entrat en una guerra d'ofertes en benefici dels turistes.

augmentat d'un 9%, "gràcies sobretot a unes campanyes de promoció que no havíem tingut mai fins ara".

Les dades aportades per la Federació Hotelera de Mallorca (Fehm) apunten cap a aquesta mateixa direcció. Les dues primeres setmanes de maig es van registrar caigudes del 20% a determinades zones turístiques de l'illa, però la situació va millorar a

mesura que transcorria el mes, fins a deixar la baixada en un 6,6% respecte al mateix mes de l'any anterior. "El juny es comporta raonablement bé des del punt de vista de l'ocupació i esperem que el juliol i l'agost tanquin amb xifres similars a l'any passat", explica Joan Antoni Fuster, portaveu de Fehm, que no descarta, això no obstant, "lleugeres baixades" tant en

el turisme estranger com en el dels Països Catalans.

També prudentment esperançat es mostra Luís Martín, de la Unió Hotelera, que confia en la fortalesa del turisme de sol i platja. "Aquests darrers mesos s'ha viscut una baixada molt marcada. Però pensem que durant l'estiu hi haurà un comportament millor que, tanmateix, no amortirà la caiguda acumulada durant tot l'any", explica. "Encara que caiga el nombre de visitants, no baixarà tant com la resta de l'any", hi afegeix. La recuperació de la lliura esterlina registrada aquestes darreres setmanes podria ser determinant per a la recuperació del mercat britànic, el més important als Països Catalans.

Siga com siga, al final serà el turisme de sol i platja, que salvarà la temporada turística? Fa de mal dir, però tot indica que, en temps de crisi, aquesta vella recepta és la més atractiva. Unes vacances més ascètiques que mai.

Esperar els britànics

El 28,2% dels turistes que arriben a l'estat espanyol provenen del Regne Unit. Però enguany el nombre de persones que en procedeixen ha disminuït d'un 16,3%. La lleu millora de la lliura ha fet, tanmateix, que les darreres setmanes s'haja reactivat lleugerament l'arribada de britànics. Segons que apunten diversos experts, cal anar amb precaució: els últims mesos s'ha detectat un flux creixent de britànics cap a destinacions com ara Turquia o Egipte, que ofereixen el mateix producte (sol i platja) a preus més reduïts. "Tot i el caràcter global de la crisi [...], fins ara la reducció dels viatges a l'exterior i la retallada de la despesa turística dels turistes europeus es trasllada amb més intensitat sobre l'estat espanyol com a destinació turística respecte als seus competidors a la Mediterrània", adverteix Frontur.

Violeta Tena