

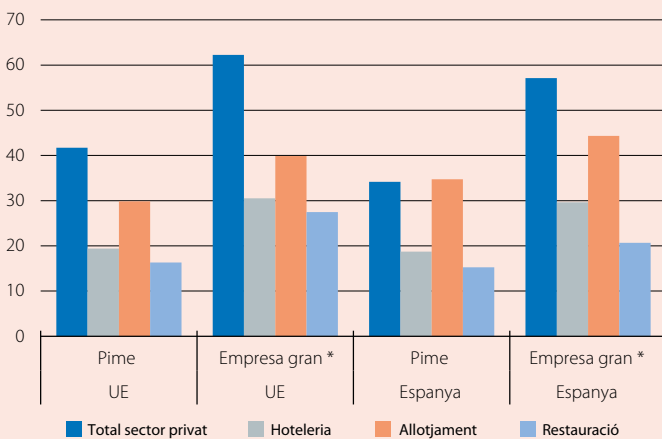
La qualitat de l'oferta turística: el repte de mantenir el lideratge

Espanya ocupa el primer lloc en el *ranking* mundial de competitivitat turística. Igual que els esportistes que guanyen la medalla d'or, aquesta posició només es pot assolir gràcies a la conjunció de múltiples factors. És clar que la genètica juga un paper primordial: la climatologia, els recursos naturals i la cultura són aspectes fonamentals per explicar l'èxit del sector turístic espanyol. Però la genètica no ho és tot. Com bé saben els esportistes d'elit, mantenir-se en el *top* requereix entrenament constant, dotar-se del millor equipament i envoltar-se dels millors entrenadors. Tot seguit, es repassen breument els principals ingredients que han d'ajudar a continuar millorant els nivells de qualitat de l'oferta turística, com són la dimensió empresarial i la inversió, tant en capital físic com en capital humà.

El sector turístic espanyol està compost per unes 400.000 empreses de diferents àmbits, com l'allotjament, la restauració, el transport, el lloguer de vehicles o les agències de viatges. Es tracta d'un sector altament atomitzat, amb moltes empreses petites i relativament poques de grans. Segons el Compte Satèl·lit del Turisme del 2015, elaborat per l'INE, el 78,7% de les empreses turístiques tenien dos empleats o menys i només 1.108 empreses (el 0,3% del total) en tenien 100 o més. Les pimes, per tant, dominen el paisatge turístic. Un paisatge que, malgrat tot, amaga realitats molt diferents. Destaca en positiu el sector de l'allotjament, amb un percentatge d'empreses grans (de més de 250 empleats) del 0,5%, superior al 0,1% del total de l'economia.¹ A més a més, les empreses hoteleres grans ocupen el 25,2% dels empleats del sector a Espanya, percentatge que cal comparar amb el 18,7% de la UE. El sector de la restauració, en contraposició, es caracteritza per tenir molt poques empreses grans i per un biaix cap a la petitesa encara més intens: només el 10,7% dels empleats en restauració treballen en establiments grans, xifra que cal comparar amb el 16,8% de la UE.

Productivitat laboral al sector turístic

(Valor afegit per empleat, en milers d'euros)



Nota: * Les empreses grans compten amb 250 empleats o més. Dades del 2014.

Font: CaixaBank Research, a partir de dades d'Eurostat.

La dimensió empresarial és important, perquè està relacionada amb aspectes que determinen la productivitat empresarial, com són la professionalització, les economies d'escala, l'accés a fonts de finançament diversificades o la possibilitat d'oferir formació continuada als treballadors. En aquest sentit, les dades de productivitat laboral² per dimensió empresarial són molt reveladores: les empreses turístiques grans són gairebé el 30% més productives que les petites i tant les empreses grans com les petites són més productives que les homòlogues europees. Atès que, a més a més, Espanya té una major proporció d'empreses grans, la diferència de productivitat per al conjunt del sector espanyol en relació amb l'europeu és considerable, de gairebé el 20%.³

En els últims anys, el sector hotelier ha fet un important esforç inversor en la renovació d'instal·lacions i en la modernització de la planta hotelera per reorientar l'oferta cap als segments de demanda amb més capacitat adquisitiva. En concret, s'ha

incrementat de forma notable l'oferta de places turístiques en les categories superiors (4 i 5 estrelles),⁴ que també gaudeixen d'un nivell d'ocupació cada vegada més gran, la qual cosa ajuda a rendibilitzar les inversions. En efecte, els ingressos per habitació disponible acumulen creixements positius des del 2013 i, en l'últim any, han crescut el 10,8% interanual (dada de l'abril del 2017, acumulat de 12 mesos). A més a més, el sector presenta uns balanços més sanejats i nivells d'endeutament més baixos que en el passat, la qual cosa n'augmenta la capacitat per dur a terme nous projectes.

Així mateix, una gran varietat d'inversors, tant nacionals com internacionals, han trobat un gran atractiu al sector hotelier espanyol: el 2016, per segon any consecutiu, el sector va captar més de 2.000 milions d'euros en inversió.⁵ Els inversors internacionals

1. Dades d'Eurostat (2014), «Structural business statistics».

2. La productivitat laboral aparent del treball es defineix com el valor afegit brut entre el nombre de treballadors.

3. La productivitat del sector hotelier a Espanya i a la UE és del 44,3 i del 39,9 per als establiments grans, respectivament, i del 34,7 i del 29,9 per als establiments petits. En canvi, succeeix el contrari amb els establiments de restauració, menys productius en el cas espanyol, per a qualsevol dimensió empresarial.

4. El 2007, el 41,4% de les places hoteleres eren de 4 o 5 estrelles i, el 2015, el 49,9%.

5. Informe Deloitte, (2017), «Expectativas 2017: The Experience Revolution. Travel, Hospitality, Leisure & Transport».

van aportar el 64% del volum total d'inversió i van mostrar una preferència pels hotels urbans a les grans ciutats. Els instruments que canalitzen la inversió també són cada vegada més diversos: els vehicles d'inversió immobiliaris (SOCIMI, REIT i fons especialitzats) van ser els més actius, amb el 48% del total, tot i que també ha augmentat l'interès dels grups hotelers internacionals. L'entrada d'aquesta nova tipologia d'inversors impulsa una tendència cap a la separació de la gestió hotelera i de la propietat dels immobles.

D'altra banda, els grans grups hotelers espanyols que cotitzen a la borsa espanyola també tenen una gran presència internacional: al voltant del 75% dels seus ingressos provenen de la resta del món. No obstant això, les empreses turístiques només representen l'1% de la capitalització borsària total, una xifra molt petita si es compara amb la importància del sector en l'economia (vegeu l'article «El turisme, un nou *El Dorado* per a l'economia espanyola», d'aquest mateix Dossier). A mitjà termini, si es confirma la tendència cap a la major consolidació al sector, cal esperar que la dimensió empresarial vagi augmentant, la qual cosa facilitarà l'accés a la inversió estrangera i als mercats de capitals.

Un altre factor crucial per millorar l'oferta turística és incidir en la formació del capital humà: la qualitat percebuda pel client depèn, en gran part, de l'equip humà que ofereix el servei.⁶ D'aquesta manera, mantenir el lideratge en el *ranking* de la competitivitat no solament requereix tenir

el millor equipament físic, sinó que cal comptar amb un millor equip humà. Un àmbit en què el recorregut de millora és molt ampli: el perfil del treballador mitjà del sector té un nivell educatiu més baix i menys experiència de treball al sector en comparació amb els treballadors de la resta de sectors. Això és degut al fet que el turisme, en molts casos, ofereix oportunitats laborals a persones joves sense experiència laboral o de baixa qualificació, amb poques opcions en altres sectors.

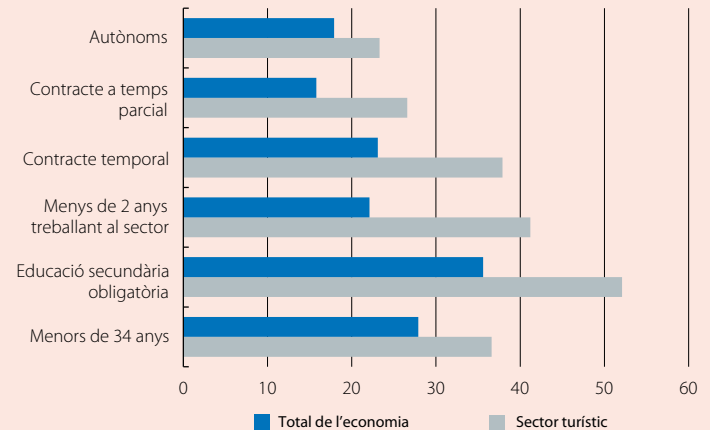
A més a més, l'elevada estacionalitat del sector també implica un major ús de la contractació temporal i a temps parcial. Al seu torn, l'elevada rotació en els llocs de treball dificulta la millora del nivell de capacitació dels empleats i la participació en activitats de formació continuada. A més a més, el sector es troba en una fase de profunda transformació digital, la qual cosa té el potencial de canviar la naturalesa de molts dels serveis que s'ofereixen i de les habilitats requerides dels treballadors (vegeu l'article «Turisme 2.0: oportunitats i reptes», d'aquest Dossier). Per tant, hi ha un recorregut important per millorar la qualificació dels treballadors del sector turístic, oferint una carrera professional atractiva dins el sector, millorant l'oferta formativa específica i tractant de conjugar unes millors condicions laborals amb la flexibilitat que requereix adaptar-se al nou paradigma tecnològic.

En definitiva, el sector turístic espanyol ha fet un esforç important per reorientar l'oferta turística cap als segments que generen més valor, la qual cosa es reflecteix en un augment de la dimensió i de la productivitat, així com en la presència internacional d'importants grups espanyols. Com els esportistes d'elit, l'èxit continuat no està garantit: el sector s'ha de continuar esforçant cada dia per mantenir el primer lloc del podi.

Judit Montoriol Garriga
Departament de Macroeconomia, Àrea de Planificació Estratègica i Estudis, CaixaBank

Perfil dels empleats al sector turístic

(% del total d'empleats)



Nota: Dades del 2013.

Font: CaixaBank Research, a partir de dades de l'OCDE (2015), «Supporting Quality Jobs in Tourism».

6. Vegeu OCDE (2015), «Supporting Quality Jobs in Tourism».