

BOLETÍN DE COYUNTURA ECONÓMICA DE MENORCA / JULIO 2019

MATRICULACIONES DE VEHICULOS EN MENORCA



-19%

En el segundo trimestre, se registra la tasa de variación interanual más desfavorable de toda la serie (desde 2013). Además, hecho insólito hasta ahora, es un comportamiento que se extiende a nivel de las Islas Baleares y para el conjunto nacional, ya que por primera vez todas las variables marcan tendencias negativas. En Menorca, la intensidad del descenso de las matriculaciones de vehículos comerciales es mayor que la de los vehículos privados.

POBLACIÓN EN PARO



En junio de 2019, ha sido la primera vez que la población en paro de un mes cualquiera, es superior a la población en paro del mismo mes del año anterior. ¿Hemos tocado techo?



FACTURACIÓN DE LAS EMPRESAS



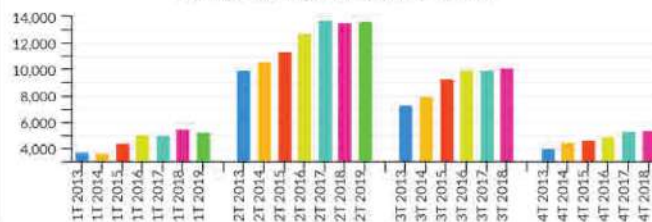
El 48% de las empresas declaran, durante el mes de junio de 2019, que su facturación fue inferior a la del mismo mes de 2018. El mes de mayo, lo manifestaron el 56% de las empresas.

CONFIANZA EMPRESARIAL (ICEA) VS CONTRATACIÓN TOTAL

Índice de confianza empresarial en Menorca (1T 2013 = 100)



Contratos registrados 2013 - 2019. Total Menorca.



Enlace al Boletín digital: <https://www.obsam.cat/informes-indicadors/butllet-de-conjuntura-economica/>

Fuentes de información: REE, OTIB, IBESTAT, CIM, PIME, TGSS, SOIB, i AENA

LA CONFIANZA NECESITA CIMIENTOS SÓLIDOS

Joan Sanchez
Cercle d'Economia



Estamos ya en plena temporada. Y las nubes de tormenta sobrevuelan sobre los resultados coyunturales del año. Quedan apenas 6 semanas para definir el resultado turístico del año económico en Menorca. Y los impactos que pueda tener la incertidumbre sociopolítica en el Reino Unido y los vaivenes sobre la libra esterlina no parecen anunciar un marco de estabilidad que nos garantice una demanda turística sólida.

Seguro que un año más nos debatiremos en el debate sobre la cantidad o la calidad. No me gusta participar del mismo. Para mí resulta claro que el indicador de una buena temporada los marcan el gasto turístico por visitante o la rentabilidad por estancia. Y los números hasta ahora parecen apuntar a una reducción de visitantes, pero con un ratio mejor de gasto por turista. ¿No será que los destinos competidores se estarán llevando aquellos clientes más sensibles al precio? ¿Es ello inherentemente malo?

Seguro que negocios turísticos que no han aprovechado para reinvertir y mejo-



rar su posición competitiva frente a intermediarios, no lo verán con buenos ojos. Cuando solo te queda competir en precio y en ofertas... puede que estés en problemas. Pero como economía regional, puede que lo que nos interese sea consolidar un turismo con mayor ratio de gasto y menor impacto o huella sobre el territorio. A la vez que lo desestacionalizamos y trabajamos en un mejor equilibrio entre sectores.

Pero los datos de coyuntura del mes de julio 2019 muestran síntomas que no pueden dejarnos indiferentes. En muchos aspectos parece que nos estamos acostumbrando al techo. La cifra de paro en junio 2018 y 2019 lo demuestran. Continúa el dato que alrededor de la mitad de las empresas declaran haber reducido su facturación. Y lo más preocupante es que uno de los indicadores que anticipa el futuro

inmediato, la matriculación de vehículos, continúa su evolución negativa. El 2T de 2019 es el peor de toda la serie desde 2013.

No es de extrañar que la confianza empresarial (sobre la que se construye la expectativa de inversión y contratación) se vea minada desde 2017, con una evolución claramente a la baja. Pese al clima de optimismo que hemos vivido los últimos años, nos empezamos a entrar las dudas. Y mientras las disipamos analizando cómo afrontar una nueva etapa. La contratación laboral y el consumo entran en una nueva fase de ajuste. Porque el éxito turístico ha tenido sus sombras en el tipo de contratación, pero también en su inherente estacionalidad. Ya empezamos a observar que los trimestres de invierno empiezan a flaquear en cuanto a generación de contratos laborales se refiere.

Puede que sea el momento de afianzar la confianza de todos trabajando en un proyecto económico que cuide mejor nuestro sector primario y secundario. Desde la profesionalidad y los recursos públicos y privados. Y que permita al turismo orientarse a un objetivo de mejora continua del gasto por turista en todos los momentos del año. Porque parece claro que sólo así vamos a mantener el tono económico del consumo local y turístico de Menorca en los próximos 4 o 5 años.