

España necesita regular el derecho a la huelga



INMA BENITO

Gerente de la FEHM

La regulación del derecho a la huelga, una reivindicación histórica de la organización empresarial que represento, está hoy en el primer plano político tras el anuncio del presidente del encargo hecho al Ministerio de Empleo sobre una ley de servicios mínimos.

En España, hoy en día, el derecho a la huelga solo está regulado por un RD del año 1977 anterior a la Constitución, que lo recoge como derecho fundamental y que como el resto de derechos fundamentales debe ser desarrollado por una ley orgánica. Sin embargo en todo este tiempo no se ha desarrollado normativa alguna, siendo el único derecho pendiente de regular, lo que nos ha llevado a experiencias inexplicables que han dañado nuestra imagen país, con efectos irreparables, y que han llenado de jurisprudencia el TC, pero en ningún caso se ha conseguido una solución satisfactoria para los intereses y derechos encontrados.

Sin embargo, en lo que me quiero centrar, es en los límites, ya previstos en la propia Constitución, "para asegurar el mantenimiento de los servicios esenciales de la Comunidad" (art. 28.2. CE). Todo esto implica en primer lugar definir qué se ha de considerar servicios esenciales de la Comunidad y encontrar el equilibrio entre el mantenimiento de estos servicios y el derecho a la huelga. Ardua tarea para el legislador para "acuñar el concepto de servicios esenciales,

analizar cada sector y fijar las prestaciones que en cada caso hay que garantizar". Por ello y para guiar a la autoridad gubernativa vamos a lanzar nuestra propuesta.

En primer lugar, se han de identificar los sectores estratégicos sobre los que deben regularse esos servicios esenciales. El turismo, con un peso del 11% del PIB español y más de un 45% en el PIB balear, debe ser considerado como un sector estratégico. El sector turístico engloba además toda una serie de subsectores como el transporte (aéreo, marítimo y terrestre de personas y mercancías), la hostelería, el comercio, la restauración, etc., que deben ser considerados como servicios esenciales para el conjunto de la actividad.

En los sectores estratégicos, principales actividades económicas del país, los servicios esenciales son aquellos que garantizan no dañar la imagen del país, ni provocar daños y perjuicios o efectos multiplicadores que limiten la capacidad productiva de ese sector a presente o futuro.

En segundo lugar se deben medir otras variables vinculadas al ejercicio del derecho a la huelga, como la fecha o la duración, que deben restringirse o limitarse. Las épocas de mayor actividad no deberían poder calendarizarse para su ejercicio, por condicionar y alterar, en nuestro caso, un sector tremendamente vulnerable a la seguridad en su más amplio sentido, las reservas de una temporada por los efectos que solo el anuncio de una huelga puede tener.

En tercer lugar, la determinación de la legalidad o ilegalidad de las huelgas no debe ceñirse únicamente a criterios puramente administrativos basados en el cumplimiento de plazos para el anuncio de la misma o

en la documentación presentada para ello. La determinación de ciertos comportamientos, que van más allá de lo permisible en cualquier circunstancia, deberían ser tenidos en cuenta para la declaración de ilegalidad y por tanto la prohibición. Hemos vivido secuencias de piquetes con atentando "con piedras" a nuestros clientes en numerosas ocasiones, razones suficientes para frenar el ejercicio del derecho por exceder las labores de información que le corresponden pasando a ser labores de presión, chantaje y violencia.

Por último nos gustaría plantear otras recomendaciones que deberían ser consideradas en la regulación planteada por el Gobierno.

La primera es que deberían diseñarse otros canales de diálogo que permitan encontrar puntos de encuentro para resolver los conflictos laborales sin llegar a la paralización de la actividad. Conciliación y arbitraje deberían ser la clave antes del anuncio de huelga, tanto en los conflictos de empresa como en los conflictos sectoriales. La segunda es la profesionalización de las mesas de negociación, especialmente las mesas sectoriales. La dejadez y el alargamiento injustificado de las negociaciones colectivas debería no permitirse, fijando unos periodos de negociación sobre los que con un trabajo serio por ambas partes se permitiera llegar a acuerdos. La tercera, ligada a la anterior, es la modernización de las organizaciones empresariales y sindicales incorporando mayor talento que permita visualizar la realidad económica y adaptar las estructuras normativas a la mejora de la competitividad como clave para el mantenimiento de una economía sostenible.

Se dice y se comenta...

... Patronales del comercio

Los comerciantes de Mallorca están divididos. Es extraño comprobar cómo mantienen posiciones divergentes en temas tan trascendentales como los horarios. La integración de PIMECO en la Confederación del Comercio ha provocado que PIMEM haya creado una nueva sectorial del ramo. Los problemas personales son en ocasiones peores que los ideológicos.

... Hidalgo, en Mallorca

Juan José Hidalgo, presidente de Globalia, vuelve a Mallorca con asiduidad. Alejado durante años de la isla, a la que acudía de forma esporádica, en los últimos meses su presencia es casi constante. De hecho, no es extraño ver a Hidalgo, buen aficionado al golf, darle a los palos en Maioris.

... Menú, en Arabia Saudita

Juan Gual de Torrella, liberado de la esclavitud de la presidencia de la Cámara de Comercio, vive centrado en Menú, la conocida empresa de catering. Entre sus planes más inmediatos figura la expansión a Arabia Saudita.

... Jóvenes empresarios

Iniciar un nuevo negocio no es trabajo fácil. La gala del 25º aniversario de la Fundació de l'Associació de Joves Empresarials sirvió para que muchos de los presentes conocieran la existencia de diferentes proyectos de negocio, ya en funcionamiento, y con un importante volumen de facturación. Los candidatos a las diferentes distinciones entregadas por l'Associació eran todo un lujo.

... Bauzá y Delgado

José Ramón Bauzá mantiene en un curioso silencio al conseller Carlos Delgado, rival hace años del hoy inquilino del Consolat, por la presidencia del Partido Popular. Bauzá se ha convertido a las políticas de Delgado, que parece tranquilo y sin más ambiciones que la de repetir como máximo responsable del turismo balear.

... Un nuevo partido

Hay un gran descontento entre un sector del Partido Popular, el más radical y derechón, con el gobierno de Mariano Rajoy. Santi Abascal, exlíder popular en el País Vasco, podría auspiciar una nueva formación política, que contaría con la carismática María San Gil o el veterano Aleix Vidal Cuadras. ¿Y en Balears? Adivinen. Seguro que aciertan. ¿Piensan en un hotelero? Exacto.

Reflexiones sobre la estacionalidad



ESTEVE BARDELET

Economista

En el número 8 de *El Económico* se puede leer uno de los mejores análisis sobre la estacionalidad. Quisiera reflexionar sobre este complejo tema sin entrar en la búsqueda de soluciones novedosas y solo en aras de una comprensión más realista del problema. El título periodístico "La estacionalidad derrota a Balears" es una impactante llamada de atención en la época oportuna, dadas las malas previsiones de esta temporada baja.

El sector turístico balear, desde su comercialización masiva en los 60, está operando básicamente en el mercado de "sol y playa", donde mantiene una decreciente ventaja competitiva pero una creciente conectividad aérea. Desde entonces, a medida que crecía la demanda turística centrada en la temporada "alta" aumentaba la oferta hotelera, pero también la necesidad de con-

seguir ocupación en la temporada "media-baja". Y no solo porque los hoteles deban rentabilizar lo que es la mayor inversión económica del sector turístico, sino también porque es un tema de interés público para que la economía balear sea más sostenible.

El sector turístico de Balears está estructurado desde su primer posicionamiento mercadológico en Europa en dos productos y dos mercados distintos: verano e invierno. Las visitas de Chopin y el archiduque Luis Salvador habían hecho creer que existía un encanto invernal para ciertos turistas más cultivados, más deportistas o más amantes de naturaleza/patrimonio. Sin embargo, el mercado de invierno no ha crecido en cantidad suficiente para mantener ocupada una masa crítica de planta hotelera, a pesar de algunos progresos realizados con los segmentos de jubilados, deportes de aire libre y congresos.

Si bien los turistas en la temporada baja de 1950/1 podían haber generado una explotación de solo el 15% o 20% sobre las 5 mil plazas turísticas existentes (hoteleras y extrahoteleras), estos

mismos porcentajes previstos para la actual temporada "media-baja" son sobre 500 mil plazas turísticas, lo que da una idea del aumento del desajuste de esta temporada en los últimos 63 años, aun sin variar la tasa de estacionalidad. Las llegadas de turistas en las dos temporadas turísticas (80% en alta-media y 20% en baja), o sea de 6 meses cada una, ilustra el gran problema estacional. Hay que destacar también la gran diferencia entre islas (Mallorca menos afectada), así como las diferencias entre zonas de Mallorca (la bahía de Palma menos afectada).

A pesar de ello, el modelo turístico balear sigue funcionando y puede ser rentable, gracias a la calidad del destino, al gran *know-how* empresarial y a la consolidación de las marcas autóctonas. Lo que augura problemas de sostenibilidad en el futuro no es tanto la controvertida operativa del modelo sino la actual escasez de inversiones en creación o renovación de unidades hoteleras, frente a una competencia desleal y creciente del alquiler de viviendas para uso turístico no reglado.

EL ECONÓMICO

Semana de la empresa y el turismo de Balears

Editora: Paula Serra

Director: Pep Verger

Coordinadora: Francesca Mari
Consejo Asesor: Antoni Riera, María Antonia García, Onofre Martorell, José María Gilgado y Pedro Rullán

Redacción: Paseo de Mallorca, 9-A 07011 Palma. Teléfono: 971788300. Fax: 971454730. Email: redaccion@eleconomico.com

Exclusiva de publicidad: Gerencia Balear de Medios, SA. Teléfono: 971711023

El Económico es una publicación del Grupo Serra que se distribuye cada semana con Última Hora (Mallorca e Ibiza-Formentera) y diario Menorca

Printed and distributed by PrescReader PressReader.com. +1.604.278.4604. COPYRIGHT AND PROTECTED BY APPLICABLE LAW