

8. TURISMO

RESUMEN

Se puede considerar que el conjunto total de turistas que las destinaciones principales se “sol y playa” competidoras de las Baleares, son de 233,1 millones de turistas. Respecto de este total, las Baleares representan una cuota de mercado del 4,9%. En términos de ingresos, los datos son de 186,5 millones de dólares, con una cuota relativa correspondiente a las Islas del 2,5%. Esta menor participación relativa de las Islas en los ingresos se debe al hecho que el gasto medio por turista en las Islas es inferior a la media internacional. El cálculo del índice de posición competitiva turística (IPCTB) de las Islas Baleares en precios⁶⁸ muestra que desde el primer trimestre del 2004 al primer trimestre del 2006 se recupera la actividad un 6,3%, lo que se explica por una devaluación ponderada del tipo de cambio del euro/dólar de un 4,1% y también por una ligera mejora en la ponderación relativa del nivel de precios, que es de un 2,3%. A partir del primer trimestre de 2006 y hasta el último trimestre, se vuelve a dar una nueva pérdida en precios, de un 3,9%, hecho que sólo se explica por una revalorización ponderada del tipo de cambio del euro/dólar de un 3,7%, ya que prácticamente se mantiene estable el nivel relativo ponderado de los precios, que sólo se incrementa un 0,2%.

En relación a la evolución de las Baleares respecto de las comunidades autónomas que son competidoras en el segmento del turismo de “sol y playa” (las Canarias, Andalucía, Cataluña y la Comunidad Valenciana), las Islas Baleares son la comunidad autónoma que más aumenta en el número de estancias en el 2006, con un 3,3. Las Baleares sumaron un total de 12.577.800 turistas, lo que representa un aumento del 7,9% en comparación al 2005. Esta cifra supone un máximo histórico de llegadas aéreas.

En referencia a los vuelos de “bajo coste” o “bajo precio”, cabe remarcar que a lo largo del año 2006 han llegado 3,8 millones de pasajeros, con un crecimiento del 13,4%. Cabe destacar que Baleares representa el 21,9% del total de entradas de pasajeros en compañías aéreas de bajo coste, sólo superada por Cataluña (4,2 millones de entradas). Respecto del 2006, la estacionalidad presenta una ligera variación positiva de nueve décimas. La estancia media es de 11 días y ha disminuido en 0,1 días (un -1,2%). El total de estancias es de 125,2 millones, con un incremento del 6,4%. Las Islas Baleares disponen de 423.259 plazas regladas. La mejora del grado de ocupación de los establecimientos hoteleros (sin apartamentos), y también la mejora en el nivel de precios en temporada alta han permitido mejorar ligeramente el nivel de beneficios. El total del gasto turístico llega a un valor de 11.138,8 millones de euros, con un crecimiento del 7,2%, el 81,3% (9.095,4 millones de euros) de los cuales corresponde al turismo extranjero, con un crecimiento del 3,2%, y el resto, al turismo nacional, con un peso del 18,7% y un crecimiento del 28,9%. Finalmente, la ocupación total, como media anual, llegó a los 72.164 personas, con un crecimiento del 2,7%, 59,8 mil de los cuales son asalariados (el 82,9%),

⁶⁸ Ver: Informe sobre la competitividad del sector turístico de las Islas Baleares, Consejo Económico y Social de las Islas Baleares, 2006.

que crecen el 3,1% y 12,4 mil, autónomas (el 17,1%), con una crecida del 0,8%. Por trimestres, la estacionalidad de la ocupación (diferencia entre la punta trimestral máxima y la mínima) se puede calcular en 57,9 mil personas.

8. TURISMO

8.1. INTRODUCCIÓN

En la edición de este año nos centramos en comentar para las Baleares, básicamente, las fuentes estadísticas que publica el Centro de Investigación y Tecnologías Turísticas de las Islas Baleares (CITTIB) en el anuario *Datos Informativos*. En esta publicación se incluyen de manera introductoria para cada apartado estadístico unas notas metodológicas en que se explican los detalles de cada una de las estadísticas que se publican. Sólo en el caso de que se haya considerado necesario hemos incluido una anotación aclaratoria sobre las estadísticas del CITTIB.

Igualmente hemos incluido, las estadísticas que elabora la Organización Mundial del Turismo (OMT) para los mercados internacionales, en que la clasificación que aquí hacemos servir en el apartado 8.2. (“Evolución de los principales mercados turísticos competidores de las Baleares) no responde a los criterios que habitualmente utiliza la OMT, sino al trabajo *Informe sobre la competitividad del sector turístico de las Islas Baleares*, publicado por el CES en el 2006. Aquí se definen que países son los principales competidores directos de las Baleares en el segmento de “sol y playa”, con tal de poder definir por primera vez en las Baleares un indicador de posición competitiva turística (IPCT) de las Baleares en precios. (Ver el apartado 8.3.)

De forma novedosa iniciamos este año dos nuevas colaboraciones institucionales externas en este apartado. Una hace referencia al Instituto Municipal de Turismo (IMTUR) del Ayuntamiento de Palma, que nos ha facilitado los datos para incluir un nuevo apartado referido al turismo urbano, que es un segmento que cada vez va adquiriendo más importancia. (Ver el apartado 8.6.6. “La diversificación de los productos turísticos”). La otra aportación del Instituto Español de Turismo (IET) quien nos ha facilitado datos originales de Frontur y Familitur sobre el turismo residencial, estudiado bajo la rúbrica de Turistas residentes y no residentes en España que utilizan alojamiento privado en sus viajes a las Islas Baleares.

En el caso de las estadísticas relativas al mercado de trabajo, los datos del CITTIB hacen referencia a los datos de la Tesorería general de la Seguridad Social por meses.

En relación a los datos sobre el gasto turístico, son los que hemos obtenido directamente de la Consejería de Turismo sobre las estimaciones que da la encuesta del año 2006 sobre el gasto de los turistas de la comunidad autónoma de las Islas Baleares, que elabora Araldi para el CITTIB.

En este apartado pasamos seguidamente a comentar los puntos siguientes: la evolución de los principales mercados turísticos competidores de las Baleares, la evolución del indicador de posición competitiva turística (IPCT) de las Baleares en precios, el análisis de la demanda y de la oferta en las Baleares, el análisis del gasto turístico, la evolución de la ocupación laboral, y como

novedades se incluyen los apartados relativos al informe de Impactur y de los presupuestos públicos destinados al turismo para las diferentes CA.

8.2. EVOLUCIÓN DE LOS PRINCIPALES MERCADOS TURÍSTICOS INTERNACIONALES COMPETIDORES DE LAS BALEARES

El informe sobre la competitividad del sector turístico elaborado por el CES⁶⁹ ha definido que los principales destinos turísticos, por orden de importancia, que compiten con las Islas Baleares en el mismo segmento de “sol y playa” son –a parte de las principales destinaciones turísticas del Estado (las Islas Canarias, Andalucía, Cataluña y la Comunidad Valenciana)- las siguientes, a escala internacional: el Mediterráneo del Sur (Turquía, Túnez, Egipto y Marruecos); el Mediterráneo del Norte (Croacia, Bulgaria, Grecia e Italia); el Caribe y América (la República Dominicana, Cuba, Puerto Rico, Méjico, Brasil y Costa Rica), y Asia y el Pacífico (Tailandia, Indonesia y Malasia).

Según los datos que ha facilitado la OMT, se estima que el conjunto total de turistas internacionales de estas destinaciones, incluida España, es para el año 2005 (último año del que tenemos información completa y homogénea para todos los destinos) de 233,1 millones de turistas. En este total las Islas Baleares representan una cuota de mercado del 4,9%⁷⁰. España representa una cuota del 23,9% y es el principal destino, con 55,9 millones de turistas; le siguen en importancia el otro gran destino maduro, que es Italia, con 36,5 millones, mientras que Grecia alcanza los 14,7 millones. Ningún destino emergente no supera los datos de Grecia, excepto en el caso de Méjico, con 21,9 millones, Turquía con 20,2 millones y Malasia con 16,4 millones. (Ver el cuadro I-64.)

En términos de ingresos internacionales, los datos son de 186,5 millones de dólares, con una cuota relativa correspondiente a las Baleares del 2,5%⁷¹. Esta menor participación relativa de las Islas en ingresos se debe al hecho que el gasto medio por turista en las Baleares es inferior a la media internacional. Para el año 2005 se puede comprobar que el gasto medio por turista entre los destinos más maduros, que son España e Italia, es entorno de los 854 y los 967 dólares, respectivamente. En cuanto a los países turísticamente emergentes, superan el ratio español Turquía, Croacia, Grecia, la República Dominicana, Cuba, Puerto Rico, Tailandia e Indonesia. El destino internacional con un gasto por turista más alto es Italia, con 967,3 dólares, y el destino internacional con un gasto por turista más bajo es Bulgaria, con 267,3 dólares por turista. Por grandes regiones turísticas solamente supera los 850 dólares por turista el Mediterráneo Norte, con 887 dólares por turista.

La evolución relativa de las tasas de crecimiento en el número de turistas internacionales para el año 2006 para aquellos destinos de los que disponemos información muestra una clara diferencia entre los destinos maduros, como

⁶⁹ Ver: *op. Cit.*, Consejo Económico y Social de las Islas Baleares, 2006.

⁷⁰ Según los datos de las memorias del CES, en el año 2004 las Islas Baleares recibieron 11,5 millones de turistas. Según la última revisión del CITTIB son 11,2 millones.

⁷¹ Según los datos de las memorias del CES, en el 2004 las Baleares tuvieron unos ingresos de 5.800 millones de euros, equivalentes a 4.677 millones de dólares.

ahora España e Italia: en el primer caso la tasa es del 4,5% y en el caso de Italia es negativa, con un 12,4%. En cambio, respecto al resto de destinos emergentes, Méjico, Cuba, Brasil y Turquía tienen una tasa negativa (-2,6%, -4,9%, -6,3% y -2,2%), mientras que el resto las presentan positivas.

8.3. EL ÍNDICE DE POSICIÓN COMPETITIVA TURÍSTICA DE BALEARES (IPCTB)

El cálculo del índice de posición competitiva turística (IPCTB) de las Baleares en precios pondera para estos destinos las evoluciones relativas respecto al tipo de cambio y las tasas de inflación en cuanto a las Baleares, de manera que una devaluación de sus monedas (en la mayor parte indexadas al dólar) o una menor tasa de inflación en determinar una mejora de su posición competitiva en relación con las Baleares.

Como se puede comprobar, la evolución de este índice comprende el período comprendido entre el primer trimestre del 2000 y el cuarto trimestre del 2006⁷², y se puede estudiar la evolución de manera agregada para las veintiuna destinaciones seleccionadas. (Ver el cuadro I-65 y el gráfico I-34.)

Mientras que analizar la variación del indicador para un conjunto de años, lo más interesante es analizarlo por fases o ciclos turísticos. Así, la evolución cíclica a partir del primer trimestre del 2000 presenta cuatro fases bien diferenciadas. La primera va desde el primer trimestre del 2000 hasta el primer trimestre del 2002, en que el valor del índice de posición competitiva turística (IPCTB) de las Baleares en precios se mantiene. La segunda fase se extiende desde el primer trimestre del 2002 hasta el primer trimestre del 2004, en que la pérdida de competitividad del índice de posición competitiva turística (IPCTB) de las Baleares en precios es de un 18,6%, explicada por una sobrevaloración ponderada del nivel competitivo de los precios a pesar de que mejora en esta fase un 6,1% no permite absorber la totalidad de la revalorización del euro. La tercera fase muestra, en cambio, una recuperación de la competitividad del índice de posición competitiva turística (IPCTB) de las Baleares en Precios, ya que del primer trimestre del 2004 al primer trimestre del 2006 se recupera la competitividad un 6,3%, lo que se explica por una devaluación ponderada lo que se explica por una devaluación ponderada del tipo de cambio del euro/dólar de un 4,1% y también por una ligera mejora en la ponderación relativa del nivel de precios, de un 2,3%. Finalmente, a partir del primer trimestre del 2006 y hasta el último trimestre del 2006, se vuelve a dar una nueva pérdida de competitividad del índice de posición competitiva turística (IPCTB) de las Baleares en precios de un 3,9%, hecho que en este caso sólo se explica por una revalorización ponderada del tipo de cambio del euro/dólar de un 3,7%, ya que prácticamente se mantiene estable el nivel relativo ponderado de los precios, que sólo se incrementa un 0,2%.

8.4. LA EVOLUCIÓN DE LAS BALEARES EN RELACIÓN CON LAS COMUNIDADES AUTÓNOMAS COMPETIDORAS DE LAS ISLAS

⁷² A partir del segundo trimestre del 2005 la actualización del IPCTB es a cargo del CITTIB.

Nos referimos en este apartado solo a la evolución del número de turistas internacionales, a las estancias y a la estancia media, para los años 2005 y 2006, en las comunidades autónomas que el informe sobre la competitividad del sector turístico del CES ha definido como principales competidores de las Baleares. Como ya hemos dicho, son, por orden de importancia de su competitividad, las Islas Canarias, Andalucía, Cataluña y la Comunidad Valenciana. Estos datos se han obtenido a partir de la encuesta de Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur) del IET.

Según estos datos, las Islas Baleares son la comunidad autónoma que más aumente el número de estancias en el año 2006, con un 3,3%, seguida de Cataluña, con un 2,9% y Andalucía, con un 2,7%. El resto de comunidades autónomas lo hacen por debajo de la media española (2,1%): así, Canarias, un 0,4% y la Comunidad Valenciana, un 0,2%. En valores absolutos, Cataluña es la comunidad autónoma que lidera en cuanto al número de estancias, con 118,1 millones, seguida de Canarias, con 102,9 millones, y de las Baleares, con 998,2 millones. España alcanza los 549,1 millones de estancias. (Ver el cuadro I-66.)

En el caso de las Baleares, este buen comportamiento de las estancias se explica por el crecimiento del número de turistas en un 4,7% (solo superada por Cataluña con un 6,9%), ya que la estancia media cae en un -1,3%. Observar que la estancia media, sólo aumenta en Andalucía un 0,4%.

En valores absolutos, Cataluña lidera el ranking de comunidades autónomas por número de turistas, con 15 millones, seguida de Baleares y Canarias, con un número parecido de turistas, entorno a los 10 millones. España alcanza los 58,5 millones de turistas.

La estancia media más alta es de 12,3 días, en la Comunidad Valenciana, y la más baja es la de Cataluña, con 7,9 días. Las Islas Baleares se sitúan en los 10 días y la estancia media española es de 9,4 días.

8.5. LA DEMANDA TURÍSTICA EN LAS BALEARES

En este subapartado analizamos los puntos siguientes: el número de turistas llegados a las Baleares; los medios de transporte de los turistas y la distribución por islas, el *hub* del aeropuerto de Palma y el transporte aéreo de bajo coste, las llegadas por nacionalidades y por islas, la estacionalidad por medios de transporte y por islas, la estancia media y las estancias por islas; el perfil del turista, y el nivel de satisfacción de los turistas llegados a las Baleares.

8.5.1. EL NÚMERO DE TURISTAS LLEGADOS A LAS BALEARES

Las Baleares sumaron un total de 12.577.800 turistas, lo que representa un aumento del 7,9% en comparación al 2005. Esta cifra supone un máximo histórico y en tráfico aéreo supera los 12 millones de turistas. (Ver el cuadro I-67.)

Las llegadas de los extranjeros totalizaron 9.776.100, con un aumento del 4,4%. Los españoles sumaron 2.801.700 llegadas, con un aumento del 21,9%. Vemos, entonces, que los turistas extranjeros constituyen el 77,7% del total de las llegadas (-2,8 puntos menos que en el año anterior), mientras que los españoles son el 22,3% restante.

La recuperación turística en las Baleares en el año 2006 desde la perspectiva de las llegadas no fue lineal en todas las islas: Mallorca creció por encima de la media (9,1%), seguida de las Pitiusas, con un aumento del (5,2%) y de Menorca, con un (2,2%). La evolución de los mercados emisores de las principales nacionalidades es en gran parte explicativa de los distintos resultados turísticos del 2006 en cada isla, como veremos más adelante.

Las cuotas receptoras por islas son las siguientes: Mallorca representa el 76,4% (0,7 puntos más que en el año anterior), con 9,6 millones de turistas; las Pitiusas, el 14,9% (-0,3 puntos menos que en el año anterior), con 1,9 millones de turistas, y Menorca el 8,7% (-0,4 puntos menos que en el año anterior), con 1 millón de turistas.

8.5.2. LOS MEDIOS DE TRANSPORTE DE LOS TURISTAS Y LA DISTRIBUCIÓN POR ISLAS

En este subapartado analizamos los puntos siguientes: los medios de transporte en las Baleares y los medios de transporte por islas.

8.5.2.1. Los medios de transporte en las Baleares

Las llegadas por vía aérea en las Baleares fueron de 12.087.800, con un aumento del 7,7%, y las de vía marítima alcanzaron la cifra de 490.000 llegadas, con un incremento del 12,5%. Las llegadas en avión representaron el 96,1% del total y las llegadas en barco el 3,9%.

Tal y como se observa el avión es todavía el medio más utilizado con diferencia, sobre todo por los turistas extranjeros, con un total de 9.655.400 llegadas y un aumento del 4,1%, cifra que representa el 79,9% del total de llegadas por vía aérea. Las llegadas de turismo extranjero por vía marítima fue de 120.689 llegadas, que supuso un incremento del 32,8% respecto al año 2005 y representa solo el 24,6% del total de las llegadas con barco.

El turismo español que vino por vía aérea sumó 2.432.426 llegadas, con un aumento del 24,5% lo que representa el 20,1% del total de las llegadas en avión, mientras que las llegadas en barco fueron de 369.309 turistas con un incremento del 7,1%, cifra que representa el 75,4% del total de las llegadas por vía marítima.

8.5.2.2. Los medios de transporte por islas

En Mallorca las llegadas por vía aérea alcanzaron los 9,3 millones de turistas, esta cifra supone un incremento del 9,1% y el 77,7% del total de llegadas

aéreas. Las llegadas marítimas sumaron un total de 218.100 turistas (el 44,5% del total marítimo), y a diferencia del año anterior, con un incremento del 8,9%. Las proporciones de los totales de llegadas aéreas y marítimas en Mallorca son del 97,7% y 2,3%, respectivamente. Los extranjeros llegan en avión en el 98,9% de los casos, y en barco el 1,1%. En cambio los españoles llegan en avión en el 92,8% de las veces y el 7,2% en barco.

Las Pitiusas recibieron por vía aérea 1,8 millones de turistas (el 13,8% del total aéreo), con un aumento del 4,3%, mientras que se registraron 200.100 por vía marítima (el 40,8% del total marítimo), con un crecimiento del 13,1%. Las proporciones de los totales de llegadas aéreas y marítimas son del 89,3% y del 10,7%, respectivamente. Los extranjeros llegaron en avión en el 97,7% de los casos y en barco el 2,3%, mientras que los españoles llegaron en avión en el 86,8% de las veces y en barco, en el 13,4%.

Menorca recibió 1 millón de turistas por vía aérea (el 8,4% del total aéreo), con un aumento del 1%, mientras que se contaron 71.800 llegadas marítimas (el 14,6% del total marítimo) y un incremento del 23%. Las proporciones de los totales de llegadas aéreas y marítimas en Menorca son del 93,4% y del 6,6%, respectivamente. Los extranjeros llegan en avión en el 99% de los casos, y en barco en el 1%, mientras que los españoles llegan en avión en el 82,4% de los casos y en barco en el 17,6%.

8.5.3. EL HUB DEL AEROPUERTO DE PALMA Y EL TRANSPORTE AÉREO DE BAJO COSTE

El *hub* o servicio de aeropuerto de conexión de Palma nació hace casi una década durante la temporada baja, mientras que ahora se extiende en todos los meses del año⁷³. Según la División de Operaciones del aeropuerto de Palma, el aeropuerto de Palma se ha convertido, con el *hub*, en el centro de distribución de vuelos procedentes de diversas ciudades europeas, que, una vez han llegado a Palma, se dirigen hacia otros puntos de la geografía española y portuguesa.

Las compañías que participan en esta operación son Air Berlín (diariamente durante todo el año), Condor (el miércoles y el viernes, de enero a marzo), HapagFly (el miércoles y el viernes, de enero a marzo, y a diario de noviembre a diciembre), LTU (el miércoles, de enero a abril) y Niké (diariamente durante todo el año).

El total de llegadas y salidas de Palma del tráfico de aeropuerto de conexión sumó 4,2 millones de pasajeros, con un incremento respecto del 2005 del 16,7%. Están por encima de esta median el tráfico de pasajeros que llegan de ciudades europeas y continúan su viaje hacia la península o Portugal y los pasajeros que llegan de la península o Portugal y continúan su viaje hacia ciudades europeas. (Ver el cuadro I-68.)

⁷³ Ver la Memoria del CES 2005, p. 147-149.

Cabe destacar que el 60,8% del total de llegadas procedentes de la Comunidad Europea permanece en Palma, y el 39,2% restante continúa el viaje hacia la península o Portugal. Pasa lo contrario con el tráfico procedente de la península o Portugal, el 33,6% de los pasajeros que llegan a la península o Portugal permanecen en Palma y el 66,3% de los pasajeros continúan el viaje hacia el resto de Europa.

También cabe destacar que, cuando el tráfico de pasajeros que comienzan en Palma el viaje, el mayor crecimiento se produce con destino a la Comunidad Europea, que se sitúa en 1,6 puntos por encima del tráfico de origen de Palma con destino a la península o Portugal, hecho que refleja un veto de mercado creciente, que aprovechan también los residentes de las Islas Baleares.

En referencia los vuelos de “bajo coste” o “bajo precio”, cabe remarcar que a lo largo del año 2006 han llegado 3,8 millones de pasajeros, con un crecimiento del 13,4% (1,3 puntos por debajo de la media del Estado). Cabe destacar que Baleares representa el 21,9% del total de entradas de pasajeros en compañías aéreas de bajo coste, sólo superada por Cataluña con 4,2 millones de entradas y con un peso del 24,3%. El total de pasajeros entrados en el Estado es de 17,4% con un incremento del 14,7%. (Ver el cuadro I-69.).

En referencia a las cuentas de explotación de los aeropuertos españoles para el año 2004 se ve claramente que el aeropuerto de Palma es el tercero en importancia por cifra de negocios detrás de Madrid (Barajas) y Barcelona, pero es el veinte respecto a la cifra de negocios por viajero. (Ver el cuadro I-70.)

8.5.4. LAS LLEGADAS POR NACIONALIDADES POR VÍA AÉREA⁷⁴ Y POR ISLAS

En este subapartado analizamos los puntos siguientes: las llegadas a las Baleares y las llegadas por islas.

8.5.4.1. Las llegadas a las Baleares

El análisis de las llegadas por nacionalidades y por vía aérea muestra que el turismo alemán, con 3,98 millones de turistas, aumentó un 6,1% y se sitúa líder, con el 33% del total. El turismo británico, con 3,37 millones, en cambio sólo aumenta el 1,1% y pasa a representar el 27,9%. El tercer mercado por vía aérea son los españoles, que con 2,43 millones, crecen un 24,5% y representan el 20,1%. Estas tres nacionalidades representan el 81% del total. Del resto de nacionalidades, no hay ninguna que supere el medio millón y la más importante es Italia, con 463.100 turistas, crece un 10,9% y tiene un peso del 3,8%. (Ver el cuadro I-71.)

8.5.4.2. Las llegadas por islas

⁷⁴ No se dispone de un desglosamiento por nacionalidades extranjeras para las llegadas por vía marítima, pero, pese al escaso volumen (120,7 miles en total), el hecho de no sumar la parte marítima a las llegadas aéreas de cada una no afecta este estudio estadístico comparativo.

En Mallorca las tres nacionalidades se comportan de la siguiente manera: los alemanes sumaron 3,6 millones de turistas, con un incremento del 6,7% y representan el 38,4% del total del turismo. Los británicos llegados fueron 2,3 millones, aumentaron un 1,8% y representan el 24,2%. Los españoles llegaron a los 1,7 millones, con un aumento del 25,6% y el 18,6% del total. Las tres nacionalidades representan el 81,2% del total de las llegadas en avión.

En las Pitiusas el comportamiento de estas tres nacionalidades varía un poco. El primer lugar lo ocupan los británicos con 587.500 turistas, el incremento es del 0,6%, y representan el 35,2% del total. Los españoles llegan a los 384.500 turistas, con un crecimiento de un 24,9%, y significan el 23% del total. El turismo alemán sólo llega a los 285.800 turistas, con un incremento del 0,5%, y representan el 17,1% del total. Las tres nacionalidades son el 75,3% de todas las llegadas en avión.

En Menorca el comportamiento de estas tres nacionalidades es el siguiente: los británicos suman 514.100 turistas, con un descenso de -1,1%, y representan la mitad del turismo (50,3%). Los españoles llegan a los 300.300 turistas, con un crecimiento del 18,6%, y el 29,4% del total. Los alemanes sólo suman 93.100 turistas, con descenso del -1,7%, y suponen el 9,1% del total. Estas tres nacionalidades concentran el 88,8% del total de las llegadas en avión.

Se puede decir, entonces, que el mercado alemán condiciona más que en las otras islas el resultado anual del turismo en Mallorca, mientras que el británico condiciona el resultado anual de las Pitiusas y, en especial, el de Menorca. También, conviene hacer resaltar la importancia creciente del mercado español, ya que en las Pitiusas y en Menorca se consolida ya como el segundo mercado en importancia y en Mallorca tiene consolidada la tercera posición. Además, como veremos a continuación, hace un papel importante como mercado desestacionalizador. (Ver el cuadro I-71.)

8.5.5. LA ESTACIONALIDAD POR MEDIOS DE TRANSPORTE, POR ISLAS Y POR TEMPORADAS

En este subapartado analizamos los puntos siguientes: la estacionalidad en las Baleares, la estacionalidad por islas, la estacionalidad por medios de transporte, la estacionalidad por temporadas y los programas desestacionalizadores.

8.5.5.1. La estacionalidad en las Baleares

Durante los seis meses de temporada media baja (enero, febrero, marzo, abril, noviembre y diciembre), Las Baleares recibieron un total de 2.574.900 turistas, el 20,5% del total de llegadas, mientras que en los seis meses restantes de la temporada media alta (de mayo a octubre) recibieron 10.002.900, el 79,5% del total de llegadas (el 96,4% por vía aérea y el 3,6% por vía marítima)⁷⁵. (Ver el cuadro I-72.)

⁷⁵ Introducimos el término <<media>> en cada temporada ya que no es posible definir ambas temporadas solo como <<alta>> o <<baja>>. De esta manera, se elimina la anomalía

La estacionalidad, medida por la variación del peso que tienen los turistas en temporada media baja, presenta una ligera variación positiva de nueve décimas, teniendo en cuenta que en el año 2005 el total de llegadas en esta temporada era de 19,6% y en el 2006 ha sido de 20,5%. (Ver el gráfico I-35.)

Obsérvese que el análisis por meses respecto a la media de llegadas turísticas de los dos últimos años, muestra una mejora en todos los meses, excepto en el de febrero (-0,03%), destacando los incrementos superiores al 10% de abril (26,6%), mayo (10,4%), junio (16,5%), septiembre (10,1%), noviembre (14,5%) y diciembre (35,8%). (Ver el gráfico A I-10.)

La mejora en términos de un Indicador sintético de la estacionalidad calculado a través del Índice de Gini, muestra una mejora de la estacionalidad de (-0,0093 puntos), que en términos de una equidistribución igual por meses de la media de las llegadas turísticas es del 1,5%⁷⁶. (Ver el cuadro I-73.)

La mejora de la desestacionalización se debe al aumento progresivo del turismo español. EN la temporada media baja del 2006 se contabilizaron 979.600 turistas españoles, con un crecimiento del 45,8%, frente de los 1.595.300 extranjeros, que decrecieron un -0,82%.

Así, las llegadas de turismo español en la temporada media baja fueron del 35% del total anual, mientras que las referidas a la temporada media alta fueron del 65%. (el 2005 los porcentajes fueron del 29,7% y del 70,3%, respectivamente). En cambio, el turismo extranjero presentó porcentajes del 16,3% y del 83,7%, respectivamente. (En el 2005 los porcentajes fueron del 17,2% y del 82,8%, respectivamente). Así, el turismo español es menos estacional que el extranjero y se da una importante mejora en la temporada media baja del 2006, en relación con el 2005, mientras empeora la estacionalidad para el turismo extranjero, y que este en temporada media-alta cae un -0,82%.

8.5.5.2. La estacionalidad por islas

estadística que produce la Semana Santa, mientras que antes se utilizaba tres temporadas (la baja, la media y la alta).

⁷⁶ El Índice de Gini calcula en un intervalo del 0 al 1 la equidistribución de una variable, en este caso, la equidistribución de las llegadas turísticas a lo largo de los 12 meses de un año. Cuanto más se acerca al cero más igualitaria es la distribución, Por tanto, las disminuciones de esta índice indican una mejora de la estacionalidad. La estimación de la variación del rango de equivalencia mensual nos permite valorar indirectamente la mejora del Índice de Gini en términos de tiempo. En este caso, un aumento del valor del rango equivalente mensual, indica un alargamiento del tiempo de las llegadas turísticas distribuidas igualitariamente a lo largo de los meses. Es decir, la redistribución equitativa igual por meses de las llegadas turísticas llenan 7,5 meses del 2005, mientras en el 2006 esta redistribución equitativa es de 7,61 meses, por tanto, se da una mejora en tiempo de la estacionalidad del 1,49%. Ver: Sobre la metodología empleada para realizar el cálculo del índice de Gini y su ajuste al tiempo equivalente en meses se puede consultar el trabajo de Tsitouras (Anastassios) (2004), "Adjusted Gini coefficient and 'months equivalent' degree of tourims seasonality: a research note", *Tourism Economics*, 10 (1), pp. 95-100. Valga esta nota metodológica para el resto de este documento.

En la isla de Mallorca la temporada media baja supera el porcentaje del total balear, ya que en el 2006 registró el 24,1% del total, mientras que en la temporada media alta fue del 75,9%, porcentaje inferior a la media de las Islas Baleares. En Ibiza y Formentera, la temporada media baja representó un 8,7%, mientras que la temporada media alta fue del 91,3%. En Menorca la temporada media baja representa un 8,8%, y un 91,2% la temporada media alta. Por tanto, a diferencia de los años anteriores, las Pitiusas superan en Menorca, y representan el máximo estacional de las Baleares. (Ver el gráfico I-35.)

La presencia de turismo español mengua el efecto de la estacionalidad en las islas. En Mallorca los turistas españoles llegados en la temporada media baja representaron el 42,6% del total anual (con un crecimiento del número de turistas del 43,2%), superior a la media de las Baleares, del 35%, mientras que en las Pitiusas este porcentaje alcanzó el 19,7% (con un crecimiento del número de turistas del 58,3%), y en Menorca el 18,8% (con un crecimiento del número de turistas del 60,7%).

Obsérvese que el análisis por meses respecto a la media de llegadas turísticas de los dos últimos años, muestra una mejora en todos los meses en Mallorca. En las Pitiusas se da una caída en los meses de enero (-13,7%), febrero (-4,1%), julio (-0,6%), octubre (-2,9%), noviembre (-12,2%) y diciembre (-16,3%). En Menorca la caída sólo afecta a mayo (-13,9%), julio (0,2%), agosto (-1,9%) y octubre (-16,1%).

Las variaciones de los Índices de Gini mejoran en todas las islas, siendo la mejora más importante en tiempo equivalente en meses es Menorca con un 4,38%, mientras que la que representa una mejora menor es Mallorca con una tasa del 1,02%. (Ver el cuadro I-73.)

El turismo extranjero, en cambio, es muy estacional, sobre todo en las Pitiusas y Menorca. Así, en Mallorca en la temporada media baja recibe el 19,6% del total anual (con un decrecimiento en el número de turistas del -0,22%), valor superior al de la media balear del 16,3% mientras que las Pitiusas sólo alcanzaron el 4% (con un decrecimiento en el número de turistas del -20,7%), y Menorca el 3,7% (con un crecimiento en el número de turistas extranjeros en temporada media-baja). Por tanto, la falta de turismo extranjero en la temporada media baja de las islas menores constituye un grave problema del sector turístico, con repercusiones de orden económico y social, si bien muchas empresas turísticas de estas islas han internacionalizado este coste estructural desde el comienzo de las expansiones, lo que permite seguir operativos pese al cierre masivo y prolongado de los establecimientos en invierno.

8.5.5.3. La estacionalidad por medios de transporte

Por medios de transporte, en las Baleares el avión presenta una mayor estacionalidad que el barco, con un 20,2% de llegadas en avión en temporada media baja, frente del 25,9% de llegadas en barco. En consecuencia, en la temporada media alta las llegadas en avión representan el 79,8%, mientras que las del barco son el 74,1%. Claramente se da, entonces, un uso relativo mayor del barco en temporada media baja. (Ver el cuadro I-74.)

8.5.5.4. La estacionalidad por temporadas

La temporada media y baja registra el 40,4% del total de estancias (con una ganancia de 1,8 puntos porcentuales respecto del 2005), si bien la temporada baja incrementa sólo un 0,3% del total de estancias, la temporada media incrementa el 19% de las estancias. Así, la temporada alta representa el 59,6%. (Ver el cuadro I-77.)

8.5.5.5. Los programas desestacionalizadores

Cabe destacar el papel desestacionalizador que hacen los programas del Inersero y el programa Ocio 60 del Gobierno de las islas Baleares.

En relación al Inersero, se ha llegado a las 173.184 plazas vendidas par ala temporada de octubre a abril de 2005-2006, con un aligera disminución del (0,8%) en comparación en la temporada del año pasado. Obsérvese que en relación al resto de destinaciones Baleares continúa siendo el primer destino del Inersero, con el 25,7% del total de plazas. También se puede destacar que las únicas destinaciones que experimentan un aumento son la Comunidad Valenciana (4,8%) y Andalucía (0,3%). (Ver el cuadro I-75.)

En relación al total de estancias, Baleares suma 1.777.391 estancias, que nos sitúa también como líderes por CA, con una pérdida del -1,6%, y una estancia media que se sitúa en los 10,3 días (-3,2 días menos en relación con la temporada 2000-2001). Obsérvese que para el conjunto de la temporada media –baja, esto representa el 16,1% del total de estancias de los españoles (11.039.696 estancias).

En referencia al plan de Ocio 60⁷⁷, la evolución de los datos para las tres temporadas vigentes, que van del 2003-2004 al 2005-2006 muestran la evolución siguiente: Ibiza es la única isla que ve reducido el número de usuarios a lo largo de las tres temporadas, con una caída del -20,1%. Menorca crece un 0,6% y Mallorca, un 36,2%. En total, el 2005-2006 ha habido 9.802 usuarios con destino “Islas Baleares”, con un decrecimiento desde el 2003-2004 del -1,3%, y se ha de destacar que en la última campaña se ha añadido Alicante, como nuevo destino,, con 1.144 usuarios. (Ver el cuadro I-76.)

Finalmente, y en relación a los programas desestacionalizadores, cabe hacer mención a la propuesta de un proyecto piloto del Gobierno de las Islas Baleares sobre intercambio de turismo social de ámbito europeo. Este proyecto incluye una amplia muestra de diferentes segmentos del mercado, no tan sólo a los jubilados, sino también a los estudiantes jóvenes, discapacitados y trabajadores. Este proyecto cuenta con el soporte del Consejo Económico y Social Europeo⁷⁸ y del Comité de las Regiones Europeas, a la espera de sumar el apoyo del Parlamento Europeo y de la Comisión Europea para asegurar su financiamiento.

⁷⁷ Ver la *Memoria del CES 2004*, p.146.

⁷⁸ Ver: Dictamen del Comité Económico y Social Europeo sobre “Turismo social en Europa”. INT/312. Bruselas, 14 de septiembre de 2006.

8.5.6. LA ESTANCIA MEDIA Y LAS ESTANCIAS POR ISLAS

La estancia media es de 11 días⁷⁹ y ha disminuido en 0,1 días (un -1,2%). Las variaciones para las tres principales nacionalidades son del -3,1% para los alemanes, del 4,1% para los británicos y del -2% para los españoles. (Ver el cuadro I-77.)

El total de estancias es de 125,2 millones, con un incremento del 6,4%, el 65,4% de los cuales se ha registrado en establecimientos hoteleros y similares, con una pérdida en relación con el 2005 de (-0,2% puntos) porcentuales, Los alojamientos alquilados han incrementado un 3,6%, y representan un 9,5% del total de los alojamientos, y los alojamientos en propiedad también crecen el 1,5%. Las casas de amigos o familiares crecen el 20%⁸⁰, y los campings crecen el 66,8% de las estancias respecto al año anterior.

La estancia media disminuye en Mallorca y en Menorca con un -2% y un -0,8%, respectivamente. Al contrario, aumenta en Ibiza-Formentera en un 2,9%. Por islas el 75,9% de las estancias se concentran en Mallorca. Ibiza-Formentera representa el 15,2% y Menorca, el 8,9%.

Por otra parte, el mayor peso que tienen las estancias de la temporada media y baja en relación con el número de turistas se debe a que la estancia media en la temporada baja es de un 2,8% superior a la que tienen en la temporada alta (11,2 días frente a 10,9). Esta diferencia respecto al año anterior ha empeorado en 0,2 días.

8.5.7. EL PERFIL DEL TURISTA

El perfil del turista se define de acuerdo con las características siguientes: la edad, el motivo del viaje, el alojamiento y el paquete turístico. Para las tres principales nacionalidades cabe destacar que el perfil más joven es para el turismo alemán y que, además, el porcentaje del grupo de edad menos de veinticinco años aumenta en esta nacionalidad (2,6 puntos) respecto del 2005. El mercado británico se destaca por tener los porcentajes más altos en que el motivo principal del viaje es el ocio y las vacaciones (-0,4 puntos menos que el año pasado) en que el principal alojamiento que escoge es el hotelero (-2,1 puntos menos que el año pasado). También son los que viajan más con paquete turístico (0,8 puntos más que el año pasado). (Ver el cuadro I-78.)

Estas variaciones para el conjunto de los turistas nacionales e internacionales son los siguientes: -1 punto respecto al turismo menor de veinticinco años, 1,7 puntos más en cuanto al motivo del viaje por ocio y vacaciones, -0,4 puntos en

⁷⁹ Obsérvese que la estancia media estimada por los extranjeros para Frontur en Baleares es de 9,72 días (ver el cuadro I-63.), mientras que la estancia media de los españoles estimada por la encuesta del gasto turístico es de 10,7 días.

⁸⁰ Esta desviación de flujos turísticos en términos de estancia desde el hotel y apartamentos turísticos hacia otras viviendas es coherente con el cambio de usos en los medios de transporte aéreo que provocan las nuevas compañías de bajo coste y bajo precio. (Ver el apartado 8.5.3.)

referencia al alojamiento en establecimientos hoteleros, y 3,2 puntos más respecto a viajar con paquete turístico.

8.5.8. EL NIVEL DE FIDELIDAD Y DE SATISFACCIÓN DE LOS TURISTAS NACIONALES LLEGADOS A LAS BALEARES

Según los datos de la encuesta sobre el gasto turístico (ver el apartado 8.7.), el grado de fidelidad de los turistas nacionales es fuerte elevado, ya que el 78,9% del total de los turistas ya habían visitado las Islas Baleares con anterioridad. Este porcentaje para el año 2005 fue del 63%. De estos, el porcentaje de los que habían visitado las Baleares diez o más veces son el 23,3% (16,7% un año antes), y los que las han visitado hasta tres veces es del 27,4% (al igual que el año anterior).

En cuanto al grado de satisfacción del turismo nacional es bastante elevado: en una escala del 0 al 10, el grado de satisfacción es de un 8,2% (la misma valoración que el año anterior).

Respecto al turismo extranjero, el grado de fidelidad es todavía más elevado, ya que el 79,9% del total de los turistas ya habían visitado las Islas Baleares con anterioridad. De estas, el porcentaje de los que han visitado las Baleares diez o más veces son el 23,8%, y los que las han visitado hasta tres veces es del 27,9%.

En cuanto al grado de satisfacción del turismo extranjero también es superior al del turismo nacional, ya que en una escala del 0 al 10, su grado de satisfacción es de un 8,3%.

8.6. LA OFERTA TURÍSTICA EN LAS BALEARES

En este subapartado estudiamos la oferta de alojamiento, el nivel de ocupación, la rentabilidad, el <<todo incluido>> y la oferta complementaria.

8.6.1. LA CAPACIDAD DE LA OFERTA DE ALOJAMIENTO POR ISLAS

En este epígrafe realizamos el análisis de los aspectos siguientes de la oferta turística: la capacidad de la oferta de alojamiento por islas y la capacidad de la oferta de alojamiento por categorías.

8.6.1.1. La capacidad de la oferta de alojamiento por islas

La capacidad de alojamiento de las Islas Baleares puede ser de dos tipos: reglada o no reglada. La reglada se recoge en el anuario del CITTIB, y la no reglada se obtiene a partir de otras fuentes no oficiales, que se pueden consultar en la memoria del CES del año 2004.

Por islas, Mallorca dispone del 67,6% del total de plazas de las Baleares, con una disminución de -177 plazas (un -0,1%). Ibiza tiene el 18,8% y un descenso de -466 plazas (un -0,6%). Menorca dispone del 11,8% de plazas y un aumento

de 790 (un 1,6%), y Formentera tiene el 1,8% y se mantiene igual que el año pasado. (Ver el cuadro I-79.)

La oferta reglada se distribuye de la siguiente manera: los hoteles⁸¹, que tienen una cuota del 75,4% y un aumento de 1.647 plazas (el 0,5%); los apartamentos turísticos representan el 23% con un descenso de 1.263 plazas (el -1,3%); el turismo rural, en sentido amplio⁸², dispone de unas 3.930 plazas, con una cuota del 0,9% y un aumento de 338 plazas (el 9,4%); y los campings tienen unas 2.762 plazas, con una cuota del 0,7% y un descenso de 575 plazas (el -17,2%). La isla de Formentera, oficialmente no dispone de establecimientos de turismo rural ni de campings. En general, la tendencia de los últimos años es que los alojamientos de tipo rural son los que presentan un mayor crecimiento, pese que no alcancen a representar un 1% de la oferta total. La mayor parte de la oferta reglada de alojamiento turístico (el 98,4%) continúa siendo los hoteles y apartamentos.

8.6.1.2. La capacidad de la oferta de alojamiento por categorías

En cuanto a la distribución y evolución por categorías de alojamiento reglado en las Baleares, solo con referencia al grupo de hoteles en sentido amplio, tenemos los datos siguientes: el 0,5% para los inferiores a una estrella (casas de huéspedes, fondas y pensiones), que disminuyen el -1,8%; los hoteles de una estrella son el 4,8%, con un descenso de -4,8%; el 10,8% es para los hoteles de dos estrellas, que han disminuido con un -6,8%; el 55,5% es para los hoteles de tres estrellas que han aumentado tan solo con un 0,3%; los hoteles de cuatro estrellas representan el 26,2% y han aumentado con un 4,3%; y finalmente los de cinco estrellas suponen el 2,2% con un incremento del 16,3%. (Ver el cuadro I-80.)

Según la tipología de los alojamientos turísticos la clasificación queda de la siguiente manera: el 62,4% para los hoteles, el 27% para los hoteles apartamentos, el 2,8% para hostales y residencias, el 2,5% para las ciudades de vacaciones, el 1,2% para hoteles residencia, el 0,7% para apartamentos residencia, y el 0,5% para los tipos inferiores (casas de huéspedes, pensiones y fondas). Estos tipos de alojamientos han tenido las variaciones de capacidad siguientes: aumentaron los hoteles apartamentos (4,3%) y los hoteles residencia (0,5%), mientras que disminuyen los hoteles (-0,4%), los hostales y residencias (-1,4%), las ciudades de vacaciones (-9,7%) y los tipos inferiores (-1,8%).

Es notable la progresiva pérdida de cuota de las categorías inferiores, a favor de las superiores, en los últimos años. El resultado neto es un aumento de 1.647 plazas, con un aumento del (0,5%). También aumenta la medida media del número de plazas por establecimiento, que pasa de las 224,6 en el 2005 a las 225,2 en el 2006, con un incremento del 0,3%.

⁸¹ La oferta hotelera contiene toda la oferta regulada excepto los apartamentos, hoteles rurales, turismo de interior, agroturismos y campings.

⁸² Incluye los hoteles rurales, los agroturismos y el turismo de interior.

8.6.2. EL NIVEL DE OCUPACIÓN DE LOS ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS

En este subapartado analizamos los aspectos siguientes de la oferta turística: el nivel de ocupación de los establecimientos turísticos en las Baleares y el nivel de ocupación de los establecimientos por islas.

8.6.2.1. El nivel de ocupación de los establecimientos turísticos en las Baleares

Las notas metodológicas del CITTIB indican que la encuesta mensual de ocupación de la planta abierta analiza la actividad de los establecimientos hoteleros y de los apartamentos turísticos de las Islas Baleares ubicados dentro de unas zonas turísticas delimitadas, de manera que excluye del ámbito de estudio las tres tipologías de turismo rural, los campings turísticos, las viviendas de vacaciones, los establecimientos parahoteleros que no se incluyen en las categorías definidas por la Ley general del turismo de las Islas Baleares y todos los establecimientos ubicados fuera de la zona turística.

Los resultados globales para las Baleares indican un aumento de la ocupación sobre planta abierta del 2,9%, que se sitúa en el 75,7%. Los meses que empeoran son enero (-0,2%), febrero (-1%) y septiembre (-1,1%). (Ver el cuadro I-81 y I-82.)

Estos mismos resultados respecto a la tasa de ocupación sobre planta total para las Baleares indican en cambio una disminución de la ocupación del -1,7%, que se sitúa en el 57,1%. Los meses que empeoran son enero (-2,9%), marzo (-13,3%), noviembre (-23%) y diciembre (-27,3%).

8.6.2.2. El nivel de ocupación de los establecimientos turísticos por islas

Los resultados globales para la isla de Mallorca indican un aumento de la ocupación sobre planta abierta del 4,1%, de manera que se sitúa al 77,3%. Los únicos meses que empeoran son febrero (-1,7%) y marzo (-0,1%).

Los datos de ocupación sobre planta total indican en cambio un empeoramiento de la ocupación del -3,2%, situándose en el 61%. Los meses que empeoran son: enero (-1,6%), marzo (-13,9%), abril (-6,1%), mayo (-1,5%), noviembre (-29,5%) y diciembre (-33,6%).

Los resultados globales para la isla de Menorca indican un empeoramiento de la ocupación sobre planta abierta del -2,1%, de manera que se sitúa al 72,4%. Los meses que empeoran son mayo (-6,1%), septiembre (-16,1%), octubre (-1,7%), y noviembre (-5,3%).

Los datos de ocupación sobre planta total indican en cambio una mejora del 2,1%, situándose en el 49,4%. El único mes que empeora es marzo (-5,3%).

Los resultados globales para las islas de Ibiza indican un mantenimiento de la ocupación sobre planta abierta, de manera que se mantiene en el 70,4%. Los

meses que empeoran son enero (-15,9%), abril (-21,6%), septiembre (-5,6%), octubre (-2,8%), noviembre (-11,4%) y diciembre (-3,3%).

Los datos de ocupación sobre planta total indican en cambio una mejora de la ocupación sobre planta abierta del 1,7%, de manera que se sitúa en el 71,2%. Los meses que empeoran son junio (-5%) y octubre (-11,5%).

Los datos de ocupación sobre planta total indican en cambio un empeoramiento del -3,5%, situándose en el 40,9%. El único mes que empeora es mayo (-7,9%).

8.6.3. LA RENTABILIDAD DE LOS HOTELES Y DE LAS EMPRESAS TURÍSTICAS EN BALEARES

Según el IV Informe Baleares Empresarial⁸³, el análisis de la evolución del margen de explotación, muestra, el período 1998-2004, que la composición entre las tasas de crecimiento de las ventas y consumo evidencia que, excepto los dos primeros años, siempre son superiores los incrementos de los ingresos. Esta trayectoria evidencia que las políticas de precios no sólo han podido absorber los costes de consumo, sino que además, mejoras de organización o de simple capacidad negociadora han permitido aumentar el margen de explotación en casi tres puntos, al pasar del 78% del inicio del período analizado, al 80,7% del último ejercicio. (Ver los gráficos I-36 y I-37.)

No obstante, la mejora del margen de explotación ha sido fuertemente castigado por el aumento de los gastos de explotación, que han sido la causa de la disminución del EVITAD en casi once puntos, pasando del 28,6% al 18%. El Cash Flor, con un debilitamiento menos acusado, ha perdido únicamente poco más de cuatro puntos durante el período. Esta menor caída se debe a la recuperación iniciada en el ejercicio 2003. (Ver los gráficos I-38. y I-39.)

Por otro lado, el Libro Blanco de las empresas del Euram⁸⁴ ha estimado que, en el caso de las Islas Baleares, las empresas de la hostelería muestran unos resultados mejores a los agregados del Euram (Cataluña, País Valenciano, Islas Baleares), a lo largo de todo el período analizado (1996-2004), excepto el último período 2000-2004, a causa, fundamentalmente, de los menores consumos de explotación, a pesar de que tienen unos gastos de personal y de dotaciones para las amortizaciones elevadas comparativamente. En el 2000 las ventas crecen sólo un 1% y cambia la tendencia de la situación económica, hasta el último ejercicio⁸⁵. Como punto fuerte al agregado del Euram; y como punto débil, la situación de tesorería sin tendencia a mejorar.

⁸³ Ver: Baleares Empresarial IV. Análisis Económico-financiero de las principales empresas de las Islas Baleares por sectores de actividad 1998-2004. Moyá Auditoría Baleares, S.L. Palma de Mallorca. 2007. La muestra incluye 70 empresas de hotelería que representan una cifra de negocios de 1.925,8 millones de euros.

⁸⁴ Ver: Libro blanco de las empresas del Euram. Instituto de economía y empresa. Ignasi Villalonga, Valencia, 2006.

⁸⁵ El Libro del Euram también ratifica este empeoramiento de los resultados de las empresas de la hostelería, en el último período su índice de competitividad ya no es el mejor entre todo el conjunto de las actividades de las Islas Baleares, y es superado por el Índice de competitividad

Finalmente, los últimos datos de la Encuesta de servicio⁸⁶ permite comparar el crecimiento de los excedentes brutos de explotación de las ramas turísticas de la hostelería, restauración y agencias de viajes, con sus homónimas españolas, y por tamaño de empresa (de menos de 20 ocupados y para más de 20 ocupados) y en todo los casos, excepto para restaurantes de más de 20 ocupados y agencias de viajes de menos de 20 ocupados, se puede comprobar el mejor comportamiento de las empresas de las Islas Baleares. (Ver el cuadro I-83.)

El análisis de la Encuesta de servicios permite afinar el análisis de este mejor comportamiento de las empresas turísticas de Baleares, ya que los ratios de productividad y la tasa de valor añadido son superiores en el caso de Baleares. Esto, explica que el control de los gastos de personal dentro del valor añadido a precios de mercado ha sido superior en el caso de Baleares, pese a que los gastos de personal han subido un 15,4% en Baleares contra un 10,8% en España.

8.6.4. EL “TODO INCLUIDO”

Según los datos oficiales del Servicio de Inspección de Turismo de la Consejería de Turismo, de los hoteles entre los que ofrecen los servicios del “todo incluido” y que sólo hacen referencia a Mallorca, se ha pasado de los 168 establecimientos en el 2005 a los 162 en el 2006. Por categorías el 89,5% de las plazas se concentran en los hoteles de tres y cuatro estrellas, con un total de 145 hoteles, lo que supone el 33,4% de los totales de los hoteles en Mallorca de esta categoría. (Ver el cuadro I-84.)

8.6.5. LA OFERTA COMPLEMENTARIA

Los datos de la oferta complementaria que ha recogido el anuario del CITTIB hacen referencia a la oferta de restaurantes, cafeterías y bares. En total representan 10.726 establecimientos y 575.869 plazas, con un tamaño medio de 53,7 plazas por establecimiento. (Ver el cuadro I-85.)

Por segmentos de la oferta complementaria, cabe destacar por orden de importancia en cuanto al número de plazas, los restaurantes con 294.299 plazas (el 51,1%), los bares con 172.108 plazas (29,9%), y las cafeterías con 109.462 plazas (el 19% restante).

Por islas, Mallorca representa el 67,9% del total de plazas, Ibiza el 20,4%, Menorca el 9,7% y Formentera el 2% restante.

8.6.6. LA DIVERSIFICACIÓN DE LOS PRODUCTOS TURÍSTICOS

del sector financiero, a remolque del fuerte crecimiento de la actividad crediticia promovida por el sector de la construcción. (Ver página 724)

⁸⁶ Ver: la Encuesta de servicios en las Islas Baleares. Consejo Económico y Social de las Islas Baleares, Ibae, Instituto Nacional de Estadística. Palma de Mallorca, 2007.

En relación a la oferta de otros productos, los estudios de la CAEB, destacan la oferta del turismo náutico, de golf, de cruceros y de cicloturismos. (Ver e cuadro I-86.)

De estos datos se debe destacar lo siguiente:

- El turista náutico (yate propio o de alquiler) con una estimación de 292.813 turistas y de 14,4 días de estancia media, generó 140,3 euros por persona y día y un total de 460,3 millones de euros. Además de esta cantidad se debería de añadir la que generan las diversas regatas que tienen lugar en la comunidad, la más emblemática de las cuales es la Copa del Rey, en Palma, en la cual participan unas dos mil cuatrocientas personas, con una media de 11 días de estancia. Los participantes gastan 340 euros por persona y día, lo que da un total de 9 millones de euros (según un estudio de la Cámara de Comercio de Mallorca y las Pitiusas).
- El turista de crucero⁸⁷ (pese a que no tiene la calificación estadística de “turista”) generó unos ingresos de 71,8 millones de euros, con un total de 810.521 cruceristas que gastaron 59 euros cada uno al día.
- El turista jugador de golf generó un total de 167,1 millones de euros de ingresos en las Baleares, repartidos con los 107.300 golfistas⁸⁸ llegados y que gastaron 201 euros por día y por persona (con una estancia media de 9,9 días).
- El cicloturista generó 101,8 euros por persona y día para un total de 84.752 cicloturistas⁸⁹, con una media de 9,7 días de estancia, y con un total de ingresos de 60,8 millones de euros.

8.6.7. EL TURISMO URBANO EN PALMA

También se puede destacar como una oferta diferenciada del turismo tradicional de las Baleares el que se conoce bajo el nombre de hoteles ciudades, que presenta un dinamismo suficientemente importante en los últimos años. Palma tiene ya consolidado un turismo urbano bastante importante, donde el segmento a destacar es el turismo de negocios y congresos. Es por esta razón que Palma es la única ciudad de Baleares que forma parte de la red de ciudades españolas que el Instituto de Turismo de España incluye en su estudio de turismo de negocios en España a través de su Informe sobre la demanda del mercado de reuniones. Es un estudio homogéneo elaborado por un organismo oficial que permite hacer todo un seguimiento de valoraciones sobre el turismo urbano en Palma.

Así pues, según los datos del turismo de negocios en España 2005 en su estudio de la valoración de los diferentes aspectos de la ciudad de Palma, muestra una valoración media del 7,28 (sobre 10), destacando la elevada valoración de su entorno (8,42) como punto más fuerte, y como el punto menos valorado es la contaminación acústica (6,33). (Ver el gráfico I-40.)

⁸⁷ Palma se ha situado como segundo puerto más importante después de Barcelona en turismo de crucero. (Ver: Horizonte 2020 del turismo español. Documento base. Pág., 24.)

⁸⁸ Incluye acompañantes.

⁸⁹ Incluye acompañantes.

Por atraparte, según los datos del estudio de la ciudad de Palma sobre el mercado de reuniones tenemos que estimar un número total de 192 reuniones con 26.247 inscritos, más del 50% obedecen a reuniones nacionales, superado las reuniones internacionales a las de carácter regional. (Ver los cuadros A I-23 al A I-26.)

Las reuniones promovidas desde el sector público representan más del 58% del total, el 77% de carácter municipal, con una preponderancia procedente del sector médico-sanitario, destacando como sedes la universidad y los hoteles, con una fuerte concentración en los meses de marzo a junio (el 56%), con una grandeza especializada en un tamaño medio de 50 a 150 delegados y una duración media de 2,8 días.

La contrapartida de esta demanda de reuniones es una oferta hotelera urbana en Palma estimada según la Asociación Hotelera de Palma en 34 establecimientos asociados con 3.513 habitaciones y 7.026 plazas, lo que, representa el 16% del total de plazas de Palma. De estos hoteles, el 74% de la planta corresponde a hoteles de 5 y 4 estrellas, el 26% a tres estrellas, y el 5% restante a dos estrellas. Es una oferta abierta todo el año y, por tanto, de carácter netamente desestacionalizado. Se estima una estancia media de 1,5 días con un promedio en los últimos cuatro años de 450.000 turistas y unas 700.000 estancias (el 0,7% del total de estancias en Mallorca). Generan 2.000 ocupados directos a lo largo de todo el año).

La oferta complementaria del turismo de ciudad se puede estimar por diversos canales. Así, por ejemplo el bus turístico de Palma con 189.801 turistas. (Ver el cuadro A I-27.)

También se tiene información del número de turistas que visitan las oficinas de información de Palma que a lo largo del 2006 se han incrementado en un 9,1%, con 568.826 turistas, destacando los incrementos de la Oficina Virtual de Información Turística (OVIT) con un 485% y de las Oficinas móviles (70%). (Ver los cuadros A I-28 al A I-30.)

Igualmente, se puede destacar el importante crecimiento del número de visitas guiadas (61,1%) con un total de 10.687 visitas, y que las visitas guiadas que tienen más demanda son por orden de las que superan las mil visitas, Palma monumental con 4.817 visitas, Patios con 2.008, Valldemossa con 1.611, e, Historia y leyendas con 1.378. (Ver los cuadros A I-3. y A I-32.)

8.6.8. EL TURISMO DE SEGUNDA RESIDENCIA

Según los datos facilitados por el Instituto español de Turismo del CES de las Islas Baleares, presentamos una serie de datos originales para este tipo de turismo en Baleares⁹⁰.

⁹⁰ Ver: Castaño y Sedano (2006): Atlas of the demand for Private Tourist accommodation in Spain 2005. Ponencia presentada al 8th International Forum on Tourism Statistics, Cáceres, 14-16 de noviembre, 2006.

Este estudio plantea que el número de viajes de los turistas residentes y no residentes en España que utilizan alojamiento privado en las grandes zonas turísticas (España verde, España interior, España Mediterránea, Canarias, Baleares y Madrid) llega a los 138 millones de viajeros, de los cuales, 4,2 millones (el 3,1%) están en Baleares⁹¹. En Baleares el turismo residente (isleños y resto del turismo procedente de España) para este segmento turístico de alojamiento privado representa el 53,3% con 2,3 millones de viajes (el 1,9% del total en el Estado), y el no residente (extranjeros), con 1,9 millones de viajes (el 12,1% del Estado), el 46,7% restante, el cual, se sitúa (34,9 puntos) por encima de la media del Estado y representa el máximo porcentaje de especialización en turismo no residente alojado en viviendas privadas de todo el Estado. (Ver el cuadro I-87.)

Por tipos de alojamientos, Baleares presenta una cierta especialización respecto a la media de los otros destinos en Otros tipos de alojamiento, Viviendas alquiladas y Viviendas propias/o multipropiedad, mientras que no es así, en el caso de las viviendas familiares o de amigos. El tipo mayoritario en Baleares es la de la vivienda familiar o de amigos (el 36,9% del total y (-16,1 puntos) por debajo de la media española). (Ver el cuadro A I-33.)

Para el turismo residente se dan los mismos patrones de especialización por tipos de alojamiento, pero el turismo no residente, el alojamiento privado preferido es el de la vivienda propia y/o multipropiedad, con el 38,7% del total (10 puntos por encima del Estado).

En relación a los viajes realizados por temporadas hay que decir que la temporada alta (junio-septiembre) registra el 43,3% del total (5,3 puntos por encima del Estado), con 1,8 millones de viajes, siendo mayoritario el turismo del resto del año con 2,4 millones y el 56,7% restante. (Ver el cuadro A I-34.)

Por nacionalidades los turistas residentes son mayoritarios sólo en el resto del año (el 55,5%) y los no residentes en la temporada alta con el 59,8%. Esta preferencia del turismo residente por la temporada del resto del año se sitúa en 4,4 puntos por encima de la media del Estado. En temporada alta la preferencia de los no residentes se sitúa en 9,5 puntos por encima de la media del Estado.

Finalmente, se puede observar que la densidad turística da el máximo para Baleares en cuanto al turismo no residente con 399,6 viajes turísticos por Km² y 2 viajes turísticos por habitante. (Ver los cuadros I-88 y I-89.)

⁹¹ En este estudio se entiende por turismo residente a los viajes de los españoles residentes dentro del ámbito geográfico turístico definido por el estudio más los viajes realizados dentro de este mismo ámbito geográfico para el resto de españoles procedentes de otras comunidades autónomas, y por el turismo no residente en los viajes realizados dentro de cada ámbito geográfico por los turistas extranjeros.

8.7. EL GASTO TURÍSTICO DE LAS BALEARES⁹²

Los datos del estudio sobre el gasto de los turistas de la comunidad autónoma de las Islas Baleares, que ha elaborado el Centro de Investigación y Tecnologías Turísticas de las Islas Baleares (CITTIB), permiten hacer un análisis de la evolución del gasto de los turistas en las Islas Baleares por los siguientes conceptos: por la vía de acceso, por los mercados de origen, por los tramos de pernoctaciones, por el uso del paquete turístico, por los motivos del viaje, por los tipos de alojamiento principal y por las zonas de destino. En este apartado, por causa de la simplificación, nos referimos solamente a los datos por mercado de origen, por el uso del paquete turístico, y a los datos de zona de destino.

8.7.1. EL GASTO DE LOS TURISTAS POR MERCADOS DE ORIGEN

El total del gasto turístico llega a un valor de 11.183,3 millones de euros, con un crecimiento del 7,2%, el 81,3% (9.095,4 millones de euros) de los cuales corresponden al turismo extranjero, con un crecimiento del 3,2%, y el resto, al nacional, con un peso del 18,7% (2.088,4 millones de euros) y un crecimiento del 28,9%. (Ver el cuadro I-90.)

En referencia al turismo extranjero, tres nacionalidades concentran el 64,5% del total del gasto: los alemanes, con un 31,8% (3.556,5 millones de euros) y con un incremento del 5,8%; los británicos, con un 28,4% (3.177,4 millones de euros) y con un aumento del 3,6%, y los italianos, con un 4,3% (483,6 millones de euros) y un crecimiento del 9,4%.

En cuanto al turismo referente al Estado, tres comunidades autónomas engloban el 75,4% del total del gasto: Cataluña, con un 34,2% (714,1 millones de euros) y con un incremento del 33,7%; Madrid, con un 27,8% (581,5 millones de euros) y con un crecimiento del 4,9%, y la Comunidad Valenciana con un 13,4% (276,8 millones de euros), que crece el 35,9%.

El gasto medio por persona y día es de 89,35 euros (con un crecimiento del 0,76%), 37,44 de los cuales corresponden al paquete turístico; 18,21 euros, al gasto de origen y 33,7 euros, al gasto de destino. El gasto medio por persona y día de los extranjeros es de 92,71 euros (con un decrecimiento del -0,19%), 43,40 de los cuales con el paquete turístico; 16,11 euros, de gasto en origen y 33,3 euros, del gasto del destino. Por otro lado, el gasto medio por persona y día de los españoles es de 77,17 euros (con un crecimiento del 8,5%), 16,22 euros corresponden al paquete turístico; 25,82 euros, al gasto en origen, y 35,13 euros, al gasto del destino.

⁹² Cabe destacar que en Baleares no se dispone de un deflactor del gasto turístico, hecho que ha sido reclamado diversas veces por los expertos del sector. Es por esta razón que aquí no hacemos ninguna mención sobre la evolución del gasto real del turista. Sobre la evolución de esta macromagnitud turística, igualmente que para el resto de las principales variables macroeconómicas del sector turístico de Baleares a lo largo del período 2000-2006 se puede consultar el apartado 8.9.

8.7.2. EL GASTO DE LOS TURISTAS POR USO DEL PAQUETE TURÍSTICO

Del total del gasto turístico, el 55,7% (6.231,0 millones de euros) corresponden al turismo que usa paquete turístico, con un crecimiento del 6,1%, y el resto corresponde al turismo que no usa paquete turístico, con un peso del 44,3% (4.952,8 millones de euros) con un incremento del 8,6%. (Ver el cuadro I-91.)

Respecto al turismo extranjero, el 61,7% (5.612,6 millones de euros) se identifica con el turismo que usa paquete turístico, con un crecimiento del 6,5%, y el resto, con un turismo que no usa paquete turístico, con un peso del 38,3% (3.482,8 millones de euros), que decrece el -1,7%.

En relación al turismo del resto de comunidades autónomas, el 70,4% (1.469,9 millones de euros) corresponden al turismo que no usa paquete turístico, con un aumento del 44,6%, y el resto, al turismo que usa paquete turístico, con un peso del 29,6% (618,4 millones de euros) y un crecimiento del 2,5%.

El gasto medio por persona y día de los que usan paquete turístico es de 102,63 euros: 77,19 euros se destinan al paquete turístico; 0,36 euros, al gasto en origen, y 25,08 euros, al gasto en destino. En cambio, el gasto medio por persona y día de los que no usan paquete turístico es de 76,85 euros, 35,03 euros de los cuales corresponden con el gasto en origen y 41,81 euros, con gasto en destino.

8.7.3. EL GASTO DE LOS TURISTAS POR ZONAS DE DESTINO

Del total del gasto turístico, Mallorca concentra el 74,6% (8.348,2 millones de euros), con un aumento del 6,4%; Ibiza representa el 15,4% del total (1.716,5 millones de euros), con un crecimiento del 17,3%; Menorca, el 9,1% (1.018,8 millones de euros), con un crecimiento del 5,7%, y Formentera, el 0,9% (100,3 millones de euros), con un decrecimiento del -35,3%. (Ver el cuadro I-92.)

El gasto medio por persona y día en Mallorca es de 89,35 euros, 37,44 de los cuales corresponden al paquete turístico; 18,21 euros, en el gasto en origen, y 33,7 euros, en el gasto de destino. El gasto medio por persona y día en Ibiza es de 95,02 euros: 41,44 euros provienen del paquete turístico; 18,58 euros, del gasto de origen, y 35 euros, del gasto de destino. Asimismo, el gasto medio por persona y día en Menorca es de 92,47 euros, 48,04 euros de los cuales son del paquete turístico; 14,45 euros, del gasto en origen, y 29,99 euros es el gasto de destino. Para acabar, el gasto medio por persona y día en Formentera es de 92,83 euros: 48,25 euros, del paquete turístico; 13,61 euros, del gasto en origen, y de 30,97 euros es el gasto de destino.

8.8 LA OCUPACIÓN LABORAL EN EL SECTOR DE LA HOSTELERÍA Y LA RESTAURACIÓN

Los datos para elaborar este apartado son los de la Tesorería de la Seguridad Social, que ha publicado el CITTIB. Estos datos corresponden a las actividades de hostelería y restauración y se ofrecen por trimestres y por las categorías de asalariados y de autónomos. (Ver el cuadro I-93.)⁹³

Estos datos nos indican que la media anual de la ocupación total alcanzó los 72.164, casi 2.000 ocupados más que el año pasado, con un crecimiento del 2,7%. De estos ocupados 59,8 mil son asalariados (el 82,9%), con un crecimiento del 3,1%, y 12,4 mil son autónomos (el 17,1%), con un crecimiento del 0,8%. Por trimestres la estacionalidad de la ocupación (diferencia entre la punta trimestral máxima y la mínima) se puede estimar en 57,9 mil personas (dos mil personas más que en el año anterior) Cabe decir que todos los trimestres presentan un crecimiento, pero el que lo presenta más grande es el segundo trimestre con un 4,2%, mientras que el crecimiento más pequeño se da en el cuarto trimestre, con un 0,5%.

La restauración, con 36.600 personas ocupadas como media anual, representa el 50,7% del total, y la hostelería con 35.565 ocupados representa el 49,3% restante. En términos de ocupación, la restauración crece 1,1 puntos más que la hostelería, ya que la tasa de crecimiento es del 3,3% y la de hostelería es del 2,2%⁹⁴. En restauración no se registra ningún trimestre con una tasa de crecimiento negativa de la ocupación y se alcanza al 5,2% de crecimiento a lo largo del primer trimestre del 2006, con un mínimo del 0,3% en el cuarto trimestre. En cambio, en la hostelería en el primer trimestre se encuentra una tasa negativa de un -2,2%. En el segundo trimestre se alcanza una tasa máxima del 3,5%.

La distribución entre los asalariados y los autónomos también representa diferencias significativas. En restauración los asalariados representan el 69,1% y los autónomos el 30,9%, mientras que en hostelería el 97% son asalariados y el 3% autónomos. Por trimestres, la estacionalidad de la ocupación en la restauración es de 21,4 mil personas y en hostelería, de 36,6 mil personas.

8.9. LAS PRINCIPALES MACROMAGNITUDES DEL SECTOR TURÍSTICO

Exceltur, con el soporte del Gobierno de las Islas Baleares, ha publicado un estudio sobre el Impacto económico del turismo en las Islas Baleares (IMPACTUR 2006)⁹⁵.

⁹³ No ha sido posible encontrar una mejor disgregación en el ámbito de los tres dígitos.

⁹⁴ Estas diferencias también denotan el sesgo que representa la demanda de los residentes en el caso de la restauración, muy por encima de la que se dirige hacia la hostelería, pese a que en los últimos años esta se intensifica.

⁹⁵ Ver: Impactar 2006. Estudio del impacto económico del turismo sobre la economía y el empleo: resumen de los principales efectos e indicadores. Consejería de Turismo y Consejería de Economía, Hacienda e Innovación del Gobierno de las Islas Baleares, Exceltur. Palma de Mallorca. 2007.

Según este estudio se estima que el PIB Turístico de las Islas Baleares consigue en el 2006 un valor de 11.420 millones de euros (5.618 millones de euros es Excedente Bruto de Explotación (el 49%), 3.929 millones de euros es Remuneración de los Asalariados (el 34%), y 2.651 millones de euros son los Impuestos sobre producción y productos (el 23% restante), con un crecimiento real del 5%. La aportación del turismo al PIB de las Islas Baleares recupera, así, la cuota del 48%, perdida a raíz de la crisis turística del año 2002, con un crecimiento negativo del PIB turístico del -4,4%. Este crecimiento del PIB turístico induce a una ocupación de 154.000 ocupados, con un crecimiento del 3,3% y representa el 31,5% del total de ocupados. A la vez, el crecimiento del PIB y de la ocupación explica un importante incremento de la productividad del trabajo del 1,65%. (Ver el cuadro A I-35.).

En relación a la aportación del turismo del PIB regional conviene hacer una aclaración metodológica. Los estudios de IMPACTUR realizados por Exceltur siguen la metodología de las Cuentas Satélites del Turismo español (CSTE) del INE. Según esta metodología no se incluye dentro del PIB turístico la inversión de activos de carácter duradero relacionados con el turismo por parte de los agentes económicos públicos y privados residentes en Baleares (eso que se denomina Formación Bruta de capital en Ramas no Características), ya que estas actividades no se consideran como actividades características del turismo. El importe de la FBC en ramas no características se ha estimado en 1.154 millones de euros para el año 2006. A diferencia de la metodología seguida por el INE en sus CSTE, es turístico, el PIB turístico de las Islas Baleares crecería en 4,8 puntos adicionales, y pasaría de representar el 48% actual estimado para el año 2006 a representar el 52,8%.

Igualmente, se ha calculado la aportación del turismo al total de las exportaciones de servicios y al total de los impuestos con unos porcentajes del 83% y del 47% y unos impuestos de 9.933 millones de euros en concepto de consumo Turístico receptor de extranjeros y españoles no residentes como exportaciones de servicios, y 2.651 millones de euros en concepto de recaudación fiscal generada por la actividad turística. Cabe decir, si se tiene en cuenta que el gasto público dirigido al turismo que se realiza en Baleares es el 14,8% del total con 693 millones de euros, esto da un déficit fiscal para el sector de -1.958 millones de euros.

La comparación del impacto del turismo en las Islas Baleares en relación con otras CA que disponen también de estudios IMPACTUR (Andalucía, Canarias, Comunidad Valenciana y Galicia) y con el conjunto del Estado, refleja que Baleares se sitúa en todos los casos como la primera CA en especialización turística, excepto canarias, respecto a la ocupación y exportación de servicios. (Ver el cuadro A I-36.)

El estudio también permite realizar el desglosamiento de los efectos directos e indirectos del turismo sobre la economía de las Islas Baleares. Los efectos directos calculan los impactos generados sobre las ramas de actividad que están en contacto directo con el turista: hoteles, restaurantes,

agencias de viajes, empresas de alquiler de coches, comercio turístico, transporte turístico, etc.... Estos efectos directos representan el 28,4% del PIB con 6.756,8 millones de euros, y el 22% de la ocupación regional con 107.600 ocupaciones.

Los efectos indirectos contabilizan los impactos multiplicadores generados por la actividad turística directa sobre otras ramas de actividad que son proveedores de bienes y servicios intermedios porque las ramas de actividad turística directa puedan desarrollar su actividad. En este caso, las actividades que están indirectamente relacionadas con el turismo son: las industrias de alimentación y bebidas, productos agrícolas, empresas textiles, imprenta y artes gráficas, empresas de electricidad, gas y agua, construcción, mantenimiento, consultoría a empresas turísticas, etc.... Estos efectos indirectos representan el 19,6% del PIB con 4.663,2 millones de euros, y el 9,5% de la ocupación regional con 46.400 ocupaciones. (Ver el cuadro A I-37 y el gráfico A I-13.)

Obsérvese que las relaciones entre los efectos directos y los totales generados nos explican los efectos multiplicadores, que en el caso del PIB son del 1,69 y en el caso de la ocupación son del 1,43, es decir, que por cada 100 euros de PIB generados directamente para el sector turístico se generan indirectamente 69 euros adicionales (efecto superior en un 6,5% al efecto multiplicador de la economía española) y que por cada 100 ocupaciones creadas directamente por las actividades turísticas, se generan indirectamente 43,1 ocupaciones adicionales en otras actividades (efecto inferior en un -47,2% es el efecto multiplicador de la economía española)⁹⁶.

En el caso de la ocupación, el estudio permanente permite realizar una disgregación diferente de la ocupación atendiendo a la clasificación que hace el INE, para las Cuentas Satélite del Turismo Español (CSTE) respecto de lo que se considera actividades características del turismo (el 49,9% del total de la ocupación turística, con 76.846 ocupados) y actividades no características (el 50,1% restante con 77.154 ocupados).

Dentro de las actividades características se considera (hoteles y similares (23%), restaurantes y similares (12,6%), transporte (5%), actividades anexas al transporte y agencias de viajes (4,9%) actividades recreativas, culturales y deportivas (4,4%).

Dentro de las actividades no características destaca el comercio turístico que representa el 9,5% del total de la ocupación turística con 14.701 ocupaciones.

El Informe Impactur-2006 también estima el valor de la Demanda Turística de las Islas Baleares por un importe de 13.463 millones de euros. Sus principales componentes son el Consumo Turístico Interior que representa

⁹⁶ La diferencia es el efecto huida de ocupación generada por la diferente composición de la oferta de alojamiento turístico, que determina una fuerte especialización hacia el turismo de segunda residencia, en el que Baleares presenta la máxima especialización del Estado. (Ver el apartado 8.6.7. "El turismo de segunda residencia".).

el 15,1% con 2.036 millones de euros (Consumo final de las familias residentes en turismo (1.619 millones de euros) y Consumo individual de las AAPP o gasto del Gobierno de las Islas Baleares, Consejos Insulares y Entidades locales en servicios culturales, recreativos o personales para cubrir las necesidades individuales de los turistas durante su estancia en Baleares (417 millones de euros), Consumo Turístico Receptor que tienen un peso del 73,8% con 9.933 millones de euros) y Consumo de los turistas extranjeros (7.848 millones de euros), Formación Bruta de Capital o Inversión Turística que tiene un peso del 9,1% con 1.219 millones de euros, y, el Consumo colectivo de las AAPP en las Islas Baleares, que agrega los gastos de las AAPP en conceptos vinculados con la actividad turística, lo cual, no se puede imputar de forma individual para cada turista, con un peso del 2% y 276 millones de euros. Cabe decir, que esta Demanda Turística global induce un valor de importaciones de bienes y servicios para un valor de 2.043 millones de euros. (Ver el cuadro A I-38.)

Desde el punto de vista de las variaciones de estos componentes para el período 2000-2006 se puede destacar que crecen por encima de la variación de la Demanda Turística (6,3%), la Formación Bruta de capital o Inversión Turística (9,6%), Consumo Turístico Interno (8,1%) Y Consumo Colectivo de las AAPP ((%), mientras que el Consumo Turístico Receptor crece por debajo con un 5,7%.

Por otra parte, el estudio permite desagregar la inversión turística por ramas de actividad: Hoteles y similares (37,8%), actividades inmobiliarias (23%), Servicios anexos y alquiler de bienes de equipo para el transporte de pasajeros (18,2%), Transporte (7%), Servicios culturales y actividades recreativas y otros servicios de recreo (1,4%), Agencias de viajes y similares (0,5%). La mayor especialización turística en las Islas Baleares también se demuestra por el análisis de la aportación de la inversión turística sobre el total de la inversión, ya que mientras que este porcentaje en Baleares llega al 21% en España es del 4,5%.

Este Informe supone actualizar los datos calculados por el Libro Blanco de Turismo de las Islas Baleares referidos al IMPACTUR-1983⁹⁷. Según este estudio se estima que la aportación del turismo al PIB de las Islas Baleares del año 1983 es del 31%, por tanto, 18 puntos por debajo de lo estimado por IMPACTUR 2006. Esto, quiere decir que en veintitrés años el proceso de terciarización, y sobre todo de diversificación del terciario balear, ha comportado un aumento considerable del efecto multiplicador directa e indirectamente del turismo, sin tener en cuenta los efectos inducidos, ya que estos no son contemplados en el estudio de IMPACTUR-2006.

Para acabar sólo aclarar la aparente paradoja que plantea al afirmar que el peso de la demanda de los no residentes, que viene determinada por el gasto turístico, ha perdido (-7,9 puntos) en el conjunto de la demanda interior en los últimos veintiún años (ver el apartado 4.2.2.1. "Las Baleares"),

⁹⁷ Ver: Ferran Navinés, "Efectos inducidos del turismo" en el Libro Blanco del Turismo en las islas Baleares. Vol. II, Págs. 81-89. Gobierno Balear, Consejería de Turismo, Universidad de las Islas Baleares. Palma de Mallorca. 1987.

mientras que el PIB turístico, calculado desde el punto de vista de la oferta, ha incrementado su peso en el PIB regional en (16,7 puntos). La explicación es que esta pérdida de peso de la demanda turística o gasto turístico dentro del conjunto de la demanda interior se ha visto compensado con creces por el incremento del multiplicador turístico en un 47,9%. Esto se debe al proceso de diversificación del terciario balear, uno de los más intensos de España y Europa a nivel urbano⁹⁸, que genera muchos más efectos arrastrando de la actividad turística en el conjunto de la economía regional, en relación a los que podía desplegar con anterioridad.

8.10. LOS PRESUPUESTOS DE LAS COMUNIDADES AUTÓNOMAS POR TURISMO

Respecto a los presupuestos de las Comunidades Autónomas por turismo en relación a los presupuestos generales anuales, cabe decir que las comunidades que destacan, por orden de dinero destinado al turismo, son: Baleares, Cantabria y La Rioja. Las Islas Baleares es la comunidad que más dinero destinó del presupuesto general del 2006 al sector turístico, representando así el 1,93% del total. Este porcentaje supera la media estatal, que es del 0,75%. En las Baleares supone una media de 56 euros por habitante, mientras que la media española se sitúa en los 28 euros por habitante. (Ver el cuadro I-94.)

Las comunidades que siguen a Baleares son Cantabria con un 1,47% del total del presupuesto, La Rioja con un 1,16% del total. El resto de comunidades no llegan al 1%, destacando, así, Cataluña y Madrid, que son las dos regiones con un porcentaje destinado a turismo más bajo del Estado español, con un 0,19% y 0,15%, respectivamente. Cabe destacar que las comunidades más importantes turísticamente (Cataluña, Madrid, Andalucía, la Comunidad Valenciana y Canarias), con la excepción de Baleares, no destinan más del 0,77% del presupuesto total a promocionar su turismo.

⁹⁸ F. Navinés, "Algunas reflexiones hechas desde el enfoque clásico del excedente sobre el proceso de terciarización y especialización productiva: el caso de Baleares" a *Repensemos el modelo de crecimiento balear*. Alexandre Forcades (Dirección científica). Cámara de Comercio de Mallorca, Ibiza y Formentera. Círculo de Economía de Mallorca. Palma. 2006.