

9. TURISMO

RESUMEN

El índice de posición competitiva turística de las Baleares (IPCTB) en precios indica que ha mejorado ligeramente un 0,9%, pero a partir del año 2007 se observa un cambio de tendencia, puesto que la caída de las estancias continúa el año 2008 en un 2,7% (se pasa de 120,2 millones de estancias el 2007 a 117 millones de estancias el 2008, con una pérdida de más de 13 millones de estancias), hecho que se explica tanto por la bajada del número de turistas llegados, puesto que disminuye en un 1,1% (se pasa de 13,2 millones de turistas llegados el 2007 a 13,1 millones el 2008, con una pérdida de 141 mil turistas), como por la caída de la estancia mediana, que cae un 2% (se pasa de 10,1 días el 2007 a 9,9 días el 2008, con una pérdida de 0,2 días por turista). En cuanto a la distribución de las estancias turísticas por tipología de alojamiento se nota una transferencia de flujos desde los hoteles hacia otros tipos de alojamiento. Así, el 64,5% va a hoteles y similares (4,3 puntos menos respecto del 2007), el 9,8% va a alojamientos en alquiler (2,9 puntos más respecto del 2007), el 9,7% va a alojamientos en propiedad (1,6 puntos más respecto del 2007), el 14,3% va a casa de amigos o familiares (igual que el 2007) y el 1,6% va a otros tipos de alojamientos (0,3 punto menos respecto del 2007).

La estacionalidad medida por la variación en el número de turistas en la temporada media-baja presenta una ligera variación negativa de seis décimas, teniendo en cuenta que el año 2007 el total de llegadas en esta temporada era del 21,4% y el 2008 ha sido del 20,8%. En términos de un indicador sintético de la estacionalidad calculado con el Índice de Gini se muestra un leve empeoramiento de la estacionalidad de 0,0124 puntos, que en términos de una equidistribución igual por meses de la media de las llegadas es del -1,95%. Por islas los Índices de Gini empeoran en todas las islas, y la pérdida más importante en tiempo equivalente en meses se da a las Pitiusas, con una caída del 4,6%; en cambio, la que presenta una menor pérdida es Menorca, con una tasa del -1,3%. Este leve empeoramiento de la estacionalidad se debe al comportamiento del mercado español, que pierde 2,4 puntos de cuota de mercado en la temporada media-baja.

La tasa efectiva de ocupación se sitúa en el 41,5%, con una variación negativa de -1,8 puntos. Mallorca se sitúa por encima de la media regional con un 45,7%; seguida por Menorca, con un 33,8%; Ibiza, con un 32,4%, y Formentera, con un 26,5%.

Finalmente, la rentabilidad de las explotaciones hoteleras baja por un 60,2% de los empresarios hoteleros, siendo mayoritario el porcentaje que lo cifra en una caída por encima del 5%.

9.1 INTRODUCCIÓN

El apartado de análisis del turismo se hace este año de acuerdo con las pautas metodológicas marcadas por la Memoria del CES del año 2007, que se pueden consultar en la edición del año pasado en las páginas 161-163. Así, los principales puntos que tratamos en este apartado son los siguientes: identificación de los principales mercados turísticos internacionales y por comunidades autónomas competidores directas en Baleares en el turismo de sol y playa. En relación a las Islas Baleares empezamos por estudiar el análisis de la demanda turística por nacionalidades, por islas, por el número de turistas, por medios de transporte, por estancias y estancia mediana, por tipo de establecimiento, la estacionalidad, los programas desestacionalizadores, el perfil del turista y el nivel de fidelidad del turismo. Finalmente, estudiamos la oferta turística vía la ofrecida de alojamiento por islas, nivel de ocupación de los establecimientos turísticos, del “todo incluido”, la oferta complementaria, la diversificación de los productos turísticos, el turismo urbano en Palma y la ocupación laboral en el sector de la hostelería y la restauración. Finalmente, hacemos un apunte sobre el Plan de Turismo 2020 . A diferencia de otros años, este año no publicamos los datos elaborados por el CITTIB de gasto turístico puesto que se encuentran en fase de revisión en el momento de hacer esta publicación. Es por esta razón que los datos de gasto turístico se han sacado de EGATUR.

Como cada año agradecemos muy especialmente la colaboración facilitada por el Centro de Investigación y Tecnologías Turísticas de las Islas Baleares (CITTIB) para la elaboración de la base de datos de este apartado.

9.2 EVOLUCIÓN DE LOS PRINCIPALES MERCADOS TURÍSTICOS INTERNACIONALES COMPETIDORES DE LAS BALEARES

El informe sobre la competitividad del sector turístico que ha elaborado el CES³³ ha definido que los principales destinos turísticos internacionales, por orden de importancia, que compiten con las Islas Baleares en el mismo segmento de «sol y playa» son aparte de los principales destinos turísticos del Estado (las Islas Canarias, Andalucía, Catalunya y la Comunidad Valenciana) las siguientes: el sur de la Mediterránea (Turquía, Túnez, Egipto y Marruecos); el norte de la Mediterránea (Croacia, Bulgaria, Grecia e Italia); el Caribe y América (la República Dominicana, Cuba, Puerto Rico, México, el Brasil y Costa Rica), y Asia y el Pacífico (Tailandia, Indonesia y Malasia).

España representa el destino principal, con 57,3 millones de turistas; le sigue en importancia el otro gran destino maduro, que es Italia, con 42,7 millones.

³³ Ver: Informe sobre la competitividad del sector turístico de las Islas Baleares, Consejo Económico y Social de las Islas Baleares, Palma, 2006.

Como destinos emergentes destacan Turquía, con 24,9 millones de turistas; México, con 22,6 millones, y Malasia, con 22,1 millones. (Veáis el cuadro Y-41.)

Con respecto a los ingresos internacionales, los destinos más importantes que superan los 10.000 millones de dólares son por orden de importancia España, Italia, Turquía, Tailandia, Grecia, Malasia, México, Croacia y Egipto. El año 2008 se puede comprobar que el gasto medio entre los destinos más maduros, que son España e Italia, es de 1.075 y 1.069 dólares por turista respectivamente. En cuanto a los países turísticamente emergentes, superan la ratio española Croacia, Brasil, Tailandia e Indonesia. El destino internacional con un gasto por turista más alto es Tailandia, con 1.214 dólares, y el destino internacional con un gasto por turista más bajo es Túnez, con 419 dólares.

La evolución relativa de las tasas de crecimiento en el número de turistas internacionales para el año 2008 muestra una diferencia clara entre los destinos maduros principales, como por ejemplo España e Italia con tasas negativas del -1,5% y -2,1% respectivamente y los destinos emergentes donde Egipto es la zona más expansiva, con un crecimiento del 15,9%.

9.3 EL ÍNDICE DE POSICIÓN COMPETITIVA TURÍSTICA DE LAS BALEARES (IPCTB)

El cálculo del índice de posición competitiva turística de las Baleares (IPCTB) en precios pondera para estos veintiún destinos las evoluciones relativas con respecto a los tipos de cambio (TCEN) y a las tasas de inflación (IPR) respecto de las Baleares, de forma que una devaluación de sus monedas (en buena parte indexadas al dólar) o una tasa de inflación más pequeña determina una mejora de la posición competitiva en relación con las Baleares³⁴.

Como se puede comprobar, la evolución de este índice incluye el periodo comprendido entre el primer trimestre del 2000 y el cuarto del 2008³⁵, y se puede estudiar la evolución de manera agregada para los veintiún destinos seleccionados. (Véase el gráfico I-22.)

Su evolución en el último año nos indica que el IPCTB ha mejorado ligeramente un 0,9%, a partir del último trimestre del 2007 y hasta el último del 2008, puesto que la mínima revalorización euro/dólar ((TCEN) de un 0,9%, calculado como una media ponderada por estas veintiún destinos, se ve compensada en un (-1%) por la baja ponderada del índice de posición competitiva turística de las Baleares en precios (IPR).

³⁴ Una disminución del valor del IPCTB indica una mejora relativa de la posición competitiva de las Islas Baleares contra los veintiún destinos principales competidores suyos en el segmento de sol y playa, y un aumento indica el reverso.

³⁵ A partir del segundo trimestre del 2005, la actualización del IPCTB es a cargo del CITTIB.

9.4 LA EVOLUCIÓN DE LAS BALEARES EN RELACIÓN CON LAS COMUNIDADES AUTÓNOMAS COMPETIDORAS DE LAS ISLAS EN TURISMO NACIONAL E INTERNACIONAL

Nos referimos en este apartado a la evolución del número de turistas nacionales e internacionales, a las estancias y a la estancia mediana, para los años 2007 y 2008, a las comunidades autónomas que el informe sobre la competitividad del sector turístico del CES ha definido como principales competidoras de las Baleares. Como ya hemos dicho, son, por orden de importancia en cuanto a su fortaleza competitiva respecto a las Islas Baleares, las Islas Canarias, Andalucía, Catalunya y la Comunidad Valenciana. Estos datos se han obtenido a partir de las encuestas de movimientos turísticos en fronteras (Frontur) de los turistas extranjeros y de Familitur respecto de los españoles.

9.4.1 LA EVOLUCIÓN DE LAS ISLAS BALEARES EN RELACIÓN CON LAS COMUNIDADES AUTÓNOMAS COMPETIDORAS EN EL SEGMENTO DE SOL Y PLAYA EN TURISMO NACIONAL

Los datos que presentamos a continuación difieren de las que ha estimado el CITTIB, como veremos en el apartado 8.7, puesto que parten de una muestra muy representativa para las Baleares que no la que utiliza Familitur.

Con respecto al turismo nacional, las Islas Baleares y la Comunidad Valenciana son las dos comunidades que aumentan el número de viajes, con un crecimiento del 4,47% y 2,65%, respectivamente, pero Andalucía y Catalunya siguen liderando el ranking de comunidades autónomas por número de viajes, con 26,4 millones de viajes y 21,2 millones respectivamente. Las Islas Baleares logran los 2,8 millones de viajes y representan una cuota de mercado del 0,2% sobre el total de viajes nacionales. (Véase el cuadro I-42.)

En cuanto al número de estancias totales, los datos indican una disminución general. Las Islas Baleares son la comunidad autónoma que más disminuye el año 2008, con un -8,6%, seguida de las Islas Canarias, con un -7,9%. En valores absolutos, Andalucía es la comunidad autónoma líder con respecto al número de estancias, con 122,9 millones. Los dos archipiélagos registran 19,8 millones de estancias para las Canarias y 16,1 millones para las Islas Baleares, con una cuota de estancias respecto al mercado nacional del 2,5%.

En el caso de las Baleares, este comportamiento de las estancias se explica básicamente por el decrecimiento de la estancia mediana en un -12,5%, pero con un aumento del número de viajes de un 4,5%. La estancia mediana más alta la tienen las Islas Baleares con 5,8 días y la más baja, Catalunya con 4 días. La de España es de 4,4 días.

9.4.2 LA EVOLUCIÓN DE LAS ISLAS BALEARES EN RELACIÓN CON LAS COMUNIDADES AUTÓNOMAS COMPETIDORAS EN EL SEGMENTO DE SOL Y PLAYA EN TURISMO INTERNACIONAL

Los datos que presentamos a continuación difieren de los que ha estimado el CITTIB, como veremos en el apartado 8.7, puesto que parten de una muestra muy representativa para las Baleares que no la que utiliza Frontur.

En turismo internacional, Catalunya, con un decrecimiento del (-5,9%), lidera el ranking de comunidades autónomas por número de turistas extranjeros, con 14,3 millones, seguida de las Baleares, con 10,1 millones de turistas, un crecimiento del (1,1%) y una cuota de mercado del 17,6%. Las Canarias registran 9,4 millones de turistas y una caída del (-1%). La comunidad más expansiva es Andalucía con un crecimiento del 11%. España llega a los 57,3 millones de turistas extranjeros, con una caída del (-2,3%). (Véase el cuadro I-43.)

En cuanto al número de estancias, Catalunya es la comunidad autónoma que pierde más, con una caída del -4%. Las Islas Baleares pierden el 1% y presentan una cuota de mercado en estancias del 16,5%. Sólo la Comunidad Valenciana y las Islas Canarias incrementan las estancias con un crecimiento del 2% y 1,3%, respectivamente. España pierde lo -1,4%. Este mal comportamiento de las estancias en las Baleares se explica por la caída de la estancia media en un 2,2%, que no se ve compensada por el ligero aumento del número de turistas.

La estancia media más alta es de 12,4 días en la Comunidad Valenciana y la más baja es la de Catalunya, con 7,7 días. Las Islas Baleares se sitúan en los 9,2 días y la estancia mediana española es de 9,8 días.

9.5 ANÁLISIS SINTÉTICO DE LOS PRINCIPALES INDICADORES DE DEMANDA A LAS ISLAS BALEARES: TURISTAS LLEGADOS, ESTANCIA MEDIANA, Y ESTANCIAS TOTALES

El estudio gráfico que se presenta a continuación incluye un análisis sintético de los turistas llegados y estancia mediana, que nos explican el comportamiento de las estancias. El lector encontrará todo este conjunto de variables desagregadas de manera muy detallada en los apartados siguientes. (Véase del gráfico I-23 al I-25.)

Según este análisis gráfico, se puede ver a primera vista como todas las gráficas presentan un crecimiento a lo largo del trienio 2004-2006, pero se observa un cambio de tendencia el año 2007. Si nos fijamos, las estancias y su desglose en turistas llegados y estancia mediana, se puede observar como la caída de las estancias continúa el año 2008 en un 2,7% (se pasa de 120,2 millones de estancias el 2007 a 117 millones de estancias el 2008, con una

pérdida de más de 13 millones de estancias). Esta caída se explica tanto por la bajada del número de turistas llegados, puesto que disminuye en un 1,1% (se pasa de 13,2 millones de turistas llegados el 2007 a 13,1 millones el 2008, con una pérdida de 141 mil turistas), como por la caída de la estancia mediana, que cae un 2% (se pasa de 10,1 días el 2007 a 9,9 días el 2008, con una pérdida de 0,2 días por turista).

9.6 LA DEMANDA TURÍSTICA EN LAS BALEARES DESDE EL PUNTO DE VISTA DE LAS LLEGADAS

En este apartado analizamos los puntos siguientes: el número de turistas llegados en las Baleares, los medios de transporte de los turistas y la distribución por islas, el hub de aeropuerto de Palma y el transporte aéreo de bajo coste, y las llegadas turísticas por nacionalidades y por islas.

9.6.1 EL NÚMERO DE TURISTAS LLEGADOS A LAS BALEARES

Las Baleares sumaron un total de 13.090.752 turistas, cosa que representa una disminución del -1,1% en comparación a los 13.275.246 turistas llegados el 2007, cifra que supuso un máximo histórico. (Véase el cuadro I-44.)

Las llegadas de los extranjeros hicieron un total de 9.926.664 cifra que supone un máximo histórico, con un aumento del 1%. Los españoles sumaron 3.164.088 llegadas, con una caída del -7%. Vemos, pues, que los turistas extranjeros constituyen el 75,8% del total de las llegadas (1,8 puntos más que el año anterior), mientras que los españoles son el 24,2% restante.

El crecimiento turístico de las Baleares el año 2008 desde la perspectiva de las llegadas no fue lineal a todas las islas: Mallorca creció por sobre de la media (-0,4%). Menorca y las Pitiusas lo hicieron por debajo de la media, con un -1,3% y -4,1%. Se muestra que todas las tasas de crecimiento turístico son negativas. La evolución de los mercados emisores de las nacionalidades principales explica en buena parte los distintos resultados turísticos del 2008 a cada isla, como veremos más adelante.

Las cuotas receptoras por islas son las siguientes: Mallorca representa el 75,4% (0,7 puntos más que el año anterior), con 9,8 millones de turistas; las Pitiusas, el 16% (0,7 puntos menos que el año anterior), con 2,1 millones de turistas, y Menorca, el 8,6% (igual que el año anterior), con 1,1 millón de turistas.

9.6.2 LOS MEDIOS DE TRANSPORTE DE LOS TURISTAS LLEGADOS Y LA DISTRIBUCIÓN POR ISLAS.

En este sub apartado analizamos los puntos siguientes: los medios de transporte de los turistas llegados en las Baleares y los medios de transporte de los turistas llegados por islas.

9.6.2.1 Los medios de transporte de los turistas llegados en las Baleares.

Las llegadas por vía aérea en las Baleares fueron un total de 12.566.067, con una caída del 1%, y por vía marítima fueron 524.685 llegadas, con una caída del 1,8%. Las llegadas en avión representaron el 96% del total y las llegadas en barco, el 4%.

El avión es el medio más utilizado con diferencia, sobre todo por los turistas extranjeros, con un total de 9.858.939 de llegadas y un aumento del 1,2%, cifra que representa el 78,6% del total de las llegadas por vía aérea. Las llegadas de turismo extranjero por vía marítima fueron 67.525, hecho que supone un descenso del 26,4% respecto del año 2007 y representa sólo el 12,9% del total de las llegadas en barco.

El turismo español que vino por vía aérea sumó 2.707.128 llegadas, con un descenso del 8,5%, cosa que representa el 21,4% del total de las llegadas en avión, mientras que los llegados en barco fueron 456.960, con un incremento del 3,3%, cifra que representa el 87,1% del total de las llegadas por vía marítima.

9.6.2.2 Los mediados de transporte de los turistas llegados por islas

En Mallorca hubo 9,6 millones llegadas por vía aérea, cifra que supone un descenso del 0,9% y el 76,6% del total de las llegadas aéreas. Las llegadas marítimas sumaron un total de 244.819 (el 46,7% del total marítimo), con un aumento del 29,3%. Las proporciones de los totales de llegadas aéreas y marítimas en Mallorca son del 97,5% y 2,5% respectivamente. Los extranjeros llegan en avión en el 99,5% de los casos, y en barco, en el 0,5%. En cambio, los españoles llegan en avión el 89,3% de las veces y el 10,7% en barco, que representa el porcentaje mínimo para las Baleares.

Las Pitiusas recibieron por vía aérea 1,9 millones de turistas (el 15,1% del total aéreo), con un descenso del 1%, mientras que se registraron 197.673 por vía marítima (el 37,7% del total marítimo), con una caída del 26,6%. Las proporciones de los totales de llegadas aéreas y marítimas son del 90,5% y del 9,5% respectivamente. Los extranjeros llegan en avión en el 98,4% de los casos y en barco, en el 1,6%, mientras que los españoles llegan en avión el 76,2% de las veces y en barco, en el 23,8% de los casos, hecho que representa un máximo para las Baleares.

Menorca recibió 1 millón de turistas por vía aérea (el 8,3% del total aéreo), con una caída del 2%, mientras que se contaron 82.193 llegadas marítimas (el 15,6% del total marítimo) y un aumento del 8,9%. Las proporciones de los totales de llegadas aéreas y marítimas en Menorca son del 92,7% y del 7,3% respectivamente. Los extranjeros llegan en avión en el 98,8% de los casos y en

barco, en el 1,2%, mientras que los españoles llegan en avión el 85% de los casos y en barco, en el 15% restante.

9.6.3 EL HUB DEL AEROPUERTO DE PALMA Y EL TRANSPORTE AÉREO DE BAJO COSTE Y BAJO PRECIO

El hub o servicio del aeropuerto de conexión de Palma nació hace casi una década durante la temporada baja, por iniciativa de Air Berlin, mientras que ahora se extiende a todos los meses del año³⁶. Según la División de Operaciones del aeropuerto de Palma, este aeropuerto se ha convertido junto con el hub en el centro de distribución de vuelos procedentes de varias ciudades europeas que, una vez que han llegado en Palma, se dirigen hacia otros puntos de la geografía española y portuguesa.

El total de llegadas y de salidas de Palma del tránsito del aeropuerto de conexión sumó 6,8 millones de pasajeros, con un incremento respecto del 2007 del 22,1%. Está por sobre de esta media el tránsito de pasajeros que llegan de ciudades europeas y continúan su viaje hacia la Península o Portugal, con un crecimiento del 49,4%, y los pasajeros que empiezan en Mallorca el viaje hacia ciudades europeas, con un aumento del 49,2%. (Véase el cuadro I-45.)

Con referencia a los vuelos de bajo coste y bajo precio³⁷, hace falta remarcar que a lo largo del año 2008 han llegado cerca de 6 millones de pasajeros, con un crecimiento del 10,3% (0,8 puntos por debajo de la media del Estado). Hace falta destacar que las Baleares representan el 20,5% del total de entradas de pasajeros en compañías aéreas de bajo coste y bajo precio, sólo superada por Catalunya, con 6,6 millones de entradas y con un peso del 22,5%. El total de pasajeros entrados al Estado es de 29,1 millones, con un incremento del 11,1%. (Véase el cuadro I-46.)

9.6.4 LAS LLEGADAS TURÍSTICAS POR NACIONALIDADES, POR VÍA AÉREA Y POR ISLAS³⁸

En este sub apartado analizamos los puntos siguientes: las llegadas turísticas por nacionalidades, por vía aérea a las Baleares y por islas.

9.6.4.1 Las llegadas turísticas por nacionalidades y por vía aérea en las Baleares

³⁶ Ver la *Memoria del CES 2006*, pág. 194-195.

³⁷ La diferencia es que en el caso del bajo precio sí que se pueden comprar los tickets a las agencias de viaje.

³⁸ No se dispone de un desglose por nacionalidades extranjeras de las llegadas por vía marítima; pero, atendido el volumen escaso, el hecho de no sumar la parte marítima a las llegadas aéreas de cada una no afecta este estudio estadístico comparativo.

El análisis de las llegadas turísticas por nacionalidades y por vía aérea muestra que el turismo alemán, con 4,05 millones de turistas, aumentó un 3,8% y se sitúa líder, con el 32,2% del total. El turismo británico, con 3,37 millones, en cambio disminuye un 2,8% y representa el 26,8%. El tercer mercado por vía aérea es el español, que con 2,7 millones cae un 8,5% y representa el 21,5%. Estas tres nacionalidades representan el 80,5% del total. Del resto de nacionalidades, no hay ninguna que supere el medio millón y la más importante es Italia, con 426.200 turistas, que decrece un 7,3% y tiene un peso del 3,4%. (Véase el cuadro I-47.)

9.6.4.2 Las llegadas turísticas por vía aérea y por nacionalidades por islas

En Mallorca las tres nacionalidades se comportan de la manera siguiente: hubo 3,8 millones de turistas alemanes y, con un aumento del 5,3%, representan el 38,8% del total del turismo, que es el porcentaje máximo por Baleares. Los británicos llegados fueron 2,3 millones, disminuyen un 1,1% y representan el 24,1% de las llegadas. Los españoles llegados fueron 1,7 millones, con un descenso del 13,8% y representan el 17,8% del total. Las tres nacionalidades representan el 80,7% del total de las llegadas en avión.

En las Pitiusas el comportamiento de estas tres nacionalidades varía algo. El primer lugar lo ocupan los británicos, con 619.600 turistas, es decir, el descenso es del 3,8% y representan el 32,7% del total. De españoles, llegaron 563.700, con un decrecimiento de un 1,7%, y significan el 29,8% del total. El turismo alemán sólo llega a los 263.400 turistas, con un descenso del 5,5%, y representan el 13,9% del total. Las tres nacionalidades son el 76,4% de todas las llegadas en avión.

En Menorca el comportamiento de estas tres nacionalidades es el siguiente: los británicos suman 435.700 turistas, con un descenso del 9,5%, y representan el 41,5% del total, que es el porcentaje máximo por Baleares. Los españoles llegan a los 425.500 turistas, con un crecimiento del 8,2%, y representan el 40,6% del total, que también representa el porcentaje máximo por Baleares. Los alemanes sólo suman 51.800 turistas, con un descenso del 31%, y suponen el 4,9% del total. Estas tres nacionalidades concentran el 87% del total de las llegadas en avión, que representa también el porcentaje máximo de concentración a las Baleares.

Se puede decir, pues, que el mercado alemán condiciona más que a 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 resaltar la importancia creciente del mercado español a las Pitiusas y, especialmente, en Menorca puesto que se consolida 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.

9.7 LA DEMANDA TURÍSTICA EN LAS ISLAS BALEARES DESDE EL PUNTO DE VISTA DE LA ESTANCIA MEDIANA Y LAS ESTANCIAS

En este apartado analizamos, primero, La estancia mediana por temporadas, por islas, por nacionalidades y por tipos de establecimiento. A continuación, estudiamos los mismos ítems respecto al análisis de las estancias.

9.7.1 LA ESTANCIA MEDIANA DIURNA POR TEMPORADA ALTA, MEDIANA Y BAJA, POR ISLAS, POR NACIONALIDADES Y POR TIPO DE ESTABLECIMIENTO

La estancia media diurna³⁹ es de 9,9 días y ha disminuido en 0,2 días (-2%). Las variaciones son negativas tanto con respecto a la temporada mediana: 9,5 días (-0,2 días) como por la temporada baja: 9,4 días (-0,8 días). La temporada alta se mantiene en 10,2 días. (Véase el cuadro I-48.)

La estancia media también disminuye en todas las islas, quitado Ibiza y Formentera. Así, en Mallorca decrece en un 2% (de 9,9 días a 9,7 días). En Menorca, lo hace en un 5,5% (de 11 días a 10,4 días). En Ibiza y Formentera aumenta un 1% (de 10,4 días a 10,5 días).

Con respecto a las tres principales nacionalidades (alemanes, británicos y españoles), también les afecta de forma generalizada el recorte de la estancia media, quitado los alemanes que se mantienen en (9,9 días). Así, las caídas son del -2% en cuanto a los británicos (de 10,1 días a 9,9), y del -2,1% en cuanto a los españoles (de 9,7 días a 9,5 días).

En relación con los alojamientos, la caída de la estancia media también se da de manera generalizada excepto en el caso del alojamiento en alquiler que se mantiene en 14,8 días y aumenta en la categoría de otros alojamientos. Las variaciones son las siguientes: caída de 0,6 días en los hoteles (hasta los 8,9 días), de 0,9 días en los alojamientos en propiedad (hasta los 14,7 días), de 0,2 días en los alojamientos gratuitos (hasta los 10,7 días), y de 6,8 días en los campings (hasta los 10,1 días), mientras que la estancia media aumenta en los otros alojamientos hasta los 10,8 días, con una variación positiva de 0,3 días⁴⁰.

9.7.2 EL ANÁLISIS DE LAS ESTANCIAS

³⁹ Esta es la estancia media que calcula el CITTIB, mientras que el total de estancias o pernoctaciones se da por noches. Esta es la metodología usual seguida por el CITTIB en los últimos años. De aquí la diferencia que hay entre estos datos sobre la estancia media diurna o por días y las que hemos presentado en el apartado 8.9, que es la estancia media nocturna o por noches.

⁴⁰ Estos cambios importantes de las estancias medias pueden tener un comportamiento errático debido al efecto de la composición de la muestra por las nacionalidades y de su grado de representatividad con respecto a los segmentos de la oferta extrahotelera.

Se presenta, a continuación, el análisis de las estancias en las Baleares y por islas, por temporadas, por nacionalidades y por tipos de establecimiento.

9.7.2.1 El análisis de la variación absoluta de las estancias a las Baleares y por islas

El total de estancias en las Baleares logra los 117 millones de estancias, lo cual representa una pérdida de 3 millones de estancias (-3.198.120 estancias), con una caída del 2,7% respecto del 2007. (Véase el cuadro I-49 y I-50.)

El total de estancias en Mallorca logra los 86,4 millones de estancias, lo cual representa una pérdida de casi 1,7 millones de estancias (-1.722.400 estancias), con una caída del 2%. Menorca logra los 10,7 millones de estancias, lo cual representa una caída de más 600.000 estancias (-668.730 estancias), con un descenso del 5,9%. Las Pitiusas llegan a 19,9 millones de estancias, lo cual representa una pérdida de 800.000 estancias (-806.990 estancias), con una caída del 3,9%.

9.7.2.2 El análisis de la variación de las estancias por temporadas, por nacionalidades, por tipología de establecimientos a las Baleares y por islas

a) Las Baleares

La evolución del total de estancias también se puede analizar a partir de su distribución por temporadas media-alta (de mayo a octubre) y media-baja (de noviembre a abril). Así, el total de estancias a la temporada media-alta cae un 1,6% y logra los 96 millones de estancias. La temporada media-baja, también cae un 6,6% y llega a las 24 millones de estancias. En cifras absolutas se pierden en la temporada media-alta 1.503.160 estancias y la temporada media-baja se pierden 1.694.960 estancias. Esto explica que la temporada media-alta representa el 79,5% del total de la temporada y la media-baja representa el 20,5%, disminuyendo 0,9 puntos porcentuales respecto al año anterior. (Véase los cuadros I-50.)

A la vez, las variaciones de las estancias por temporadas también se pueden desglosar por nacionalidades y diferenciar las extranjeras de las españolas.

Así, en la temporada media-alta el valor total de las estancias de los extranjeros aumentó un 0,2% (74,6 millones de estancias). El valor total de las estancias de los españoles disminuyó un 8,3%, con 18,4 millones de estancias. De esta manera, los españoles pierden 0,6 puntos de cuota de mercado en esta temporada a favor de los extranjeros y representan el 19,8% del total de estancias en temporada-alta, mientras que los extranjeros representan el 80,2% restante.

En la temporada media-baja el valor total de las estancias de los extranjeros disminuyó un 3,5% (15,3 millones de estancias). El valor total de las estancias de los españoles disminuyó un 11,6% y llegó a 8,7 millones de estancias. De esta manera, los españoles pierden 9,2 puntos de cuota de mercado en esta temporada a favor de los extranjeros y representan el 36,3% del total de estancias en temporada media-baja, mientras que los extranjeros representan el 63,7% restante.

En cuanto a la distribución de las estancias turísticas a las Baleares por nacionalidades y por tipología de alojamiento, el 64,5% va a hoteles y similares (4,3 puntos menos respecto del 2007), el 9,8% va a alojamientos en alquiler (2,9 puntos más), el 9,7% va a alojamientos en propiedad (1,6 puntos), el 14,3% va a casa de amigos o familiares (igual que el 2007) y el 1,6% va a otros tipos de alojamientos (0,3 punto menos respecto del 2007). (Véase el cuadro I-51.)

Respecto a las nacionalidades de las estancias en las Islas Baleares, podemos observar que los alemanes, británicos, españoles y los de otras nacionalidades eligen, en general, como primera opción, los hoteles y similares, con un 62,6%, 68,8%, 55,4% y 72,6% respectivamente.

b) Mallorca

El total de estancias en la temporada media-alta cae un 1,1% (65,7 millones de estancias) y también lo hace la temporada mediana-baja, con un 4,5% (20,6 millones de estancias). En cifras absolutas se pierden en la temporada mediana-alta 738.720 estancias, y en la temporada media-baja se pierden 983.680 estancias. Esto explica que la temporada media-alta representa el 76,1% del total de la temporada y la media-baja representa el 23,9%.

En la temporada media-alta el valor total de las estancias de los extranjeros aumentó un 0,33%, con 56,4 millones de estancias. El valor total de las estancias de los españoles disminuyó un 9,1%, con 9,3 millones de estancias. De esta manera, los españoles pierden 1,2 puntos de cuota de mercado en esta temporada a favor de los extranjeros y representan el 34,7%, mientras los extranjeros representan el 65,3%.

En la temporada media-baja el valor total de las estancias de los extranjeros disminuyó un 2,6%, con 14,2 millones de estancias. El valor total de las estancias de los españoles también disminuyó un 8,5%, con 6,5 millones de estancias. De esta manera, los españoles pierden 7 puntos de cuota de mercado en esta temporada a favor de los extranjeros, y representan el 31,4% del total de estancias el 2008, mientras los extranjeros representan el 68,6% restante.

En cuanto a la distribución de las estancias turísticas en Mallorca por nacionalidades y por tipología de alojamiento, el 65,1% va a hoteles y similares (4,9 puntos menos respecto del 2007), el 8,1% va a alojamientos en alquiler (3,4 puntos más), el 10,2% va a alojamientos en propiedad (1,9 puntos), el 15,3% va a casa de amigos o familiares (0,3 puntos menos) y el 1,3% va a otros tipos de alojamientos (0,1 punto menos). (Véase el cuadro I-52.)

Respeto a las nacionalidades de las estancias en Mallorca, podemos observar que los alemanes, británicos, españoles y los de otras nacionalidades eligen, como primera opción, los hoteles y similares, con un 62,7%, 64%, 61,1% y 74,6% respectivamente.

c) Menorca

El total de estancias en la temporada media-alta cae un 6,2%, con 9,5 millones de estancias, y en la temporada media-baja disminuye en un 3,7% y llega a 1,2 millones de estancias. En cifras absolutas se pierden en la temporada mediana-alta 621.930 estancias, mientras que en la temporada media-baja se pierden 46.800 estancias. Esto explica que la temporada media-alta representa el 88,8% del total de la temporada y la media-baja representa el 11,2%, aumentando 0,2 puntos porcentuales respecto al año anterior.

En la temporada media-alta el valor total de las estancias de los extranjeros cayó un 5,9%, con 5,9 millones de estancias. El valor total de las estancias de los españoles cayó un 6,5%, con 3,7 millones de estancias. De esta manera, los extranjeros ganan 0,2 puntos de cuota de mercado en esta temporada en detrimento de los españoles y representan el 61,6%, mientras los españoles representan el 38,4%.

En la temporada media-baja el valor total de las estancias de los extranjeros aumentó un 28%, con 314 mil estancias. El valor total de las estancias de los españoles cayó un 11,5%, con 892 mil estancias. De esta manera, los españoles pierden 10,4 puntos de cuota de mercado en esta temporada a favor de los extranjeros y representan el 74% del total de estancias, mientras que los extranjeros representan el 26% restante.

En cuanto a la distribución de las estancias turísticas en Menorca por nacionalidades y por tipología de alojamiento, el 60,2% va a hoteles y similares (3,4 puntos menos respecto del 2007), el 20,3% va a alojamientos en alquiler (5,3 puntos más), el 8% va a alojamientos en propiedad (0,3 puntos menos), el 9,6% va a casa de amigos o familiares (0,6 puntos menos) y el 1,9% va a otros tipos de alojamientos (1,1 puntos menos). (Véase el cuadro I-53.)

Respeto a las nacionalidades de las estancias en Menorca, podemos observar que los alemanes, británicos, españoles y los de otras nacionalidades eligen,

en primera opción, los hoteles y similares, con un 55,1%, 71,4%, 47,1%, y 71,7% respectivamente.

d) Las Pitiusas

El total de estancias en la temporada media-alta disminuye un 0,8% y llega a 17,76 millones de estancias, y en la temporada media-baja disminuye en un 23,6% y llega a 2,1 millones de estancias. En cifras absolutas se pierden en la temporada mediana-alta 142.510 estancias, y la temporada media-baja se pierden 664.480 estancias. Esto explica que la temporada media-alta representa el 89,20% del total de la temporada (el máximo de Baleares) y la media-baja representa el 10,8% (el mínimo de Baleares), disminuyendo 2,8 puntos porcentuales respecto al año anterior.

En la temporada media-alta el valor total de las estancias de los extranjeros aumentó un 2,9%, con 12,3 millones de estancias. El valor total de las estancias de los españoles disminuyó un 8,3%, con 5,4 millones de estancias. De esta manera, los españoles pierden 0,9 puntos de cuota de mercado en esta temporada a favor de los extranjeros y representan el 30,6%, mientras los extranjeros representan el 69,4%.

En la temporada media-baja el valor total de las estancias de los extranjeros disminuyó un 22,7%, con 826,4 miles de estancias. El valor total de las estancias de los españoles disminuyó un 24,2%, con 1,3 millones de estancias. De esta manera, los españoles pierden 20,7 puntos de cuota de mercado en esta temporada a favor de los extranjeros y representan el 38,6%, mientras los extranjeros representan el 61,4%.

En cuanto a la distribución de las estancias turísticas a las Pitiusas por nacionalidades y por tipología de alojamiento, el 64,2% va a hoteles y similares (2,3 puntos menos respecto del 2007), el 11,8% va a alojamientos en alquiler (0,5 puntos menos), el 8,7% va a alojamientos en propiedad (1,4 puntos más), el 12,6% va a casa de amigos o familiares (1,3 puntos más) y el 2,6% va a otros tipos de alojamientos (0,1 puntos más). (Véase el cuadro I-54.)

Respecto a las nacionalidades de las estancias en las Pitiusas, podemos observar que los alemanes, británicos, españoles y los de otras nacionalidades eligen, en primera opción, los hoteles y similares, con un 62,2%, 83,3%, 47,5% y 65,6% respectivamente.

9.8 EL GASTO TURÍSTICO DE LAS BALEARES

Los datos de EGATUR 2008 publicadas por el Instituto de Estudios Turísticos (IET) refleja que los turistas gastaron en las Islas Baleares un total de 9.551,6 millones de euros, un 3,5% más que a lo largo del año 2007. El gasto mediano por turista asoló los 949 euros con un crecimiento del 2,4%. De lo contrario, el

gasto mediano por turista y día fue de 105 euros con una caída del 0,6%. (Véase el cuadro I-55.)

9.9 DATOS RESUMEN DE LAS LLEGADAS Y ESTANCIAS PARA LAS BALEARES Y POR ISLAS

9.9.1 DATOS RESUMEN DE LAS BALEARES

Los datos del cuadro I-56 presentan una síntesis de la situación a las Baleares.

9.9.2 DATOS RESUMEN DE MALLORCA

Los datos del cuadro I-57 presentan una síntesis de la situación en Mallorca.

9.9.3 DATOS RESUMEN DE MENORCA

Los datos del cuadro I-58 presentan una síntesis de la situación en Menorca.

9.9.4 DATOS RESUMEN DE LAS PITIÜSES

Los datos del cuadro I-59 presentan una síntesis de la situación a las Pitiusas.

9.10 LA ESTACIONALIDAD

En este sub apartado analizamos los puntos siguientes: la estacionalidad de las llegadas de los españoles y extranjeros en las Baleares y por islas, por mediados de transporte, y los programas desestacionalizadores.

9.10.1 LA ESTACIONALIDAD DE LAS LLEGADAS EN LAS BALEARES

La estacionalidad medida por la variación en el número de turistas en la temporada media-baja presenta una ligera variación negativa de seis decimas, teniendo en cuenta que el año 2007 el total de llegadas en esta temporada era del 21,4% y el 2008 ha sido del 20,8%. (Véase el gráfico I-26.)

En términos de un indicador sintético de la estacionalidad calculado con el índice de Gini se muestra un leve empeoramiento de la estacionalidad de 0,0124 puntos, que en términos de una equidistribución igual por meses de la media de las llegadas es del -1,95%⁴¹. (Véase el cuadro I-60.)

⁴¹ El índice de Gini calcula en un intervalo de 0 a 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 a cero más igualitaria es la distribución. Por lo tanto, disminuciones de este índice indican una mejora de la estacionalidad. La estimación de la variación del rango equivalente mensual nos permitió valorar indirectamente la mejora del índice de Gini en términos de tiempos. 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 7,7 meses el 2007, mientras que el 2008 esta redistribución equitativa es de 7,61 meses, por lo tanto, se da un empeoramiento en tiempo de la estacionalidad del 1,25%. Por ampliar este tema sobre la metodología empleada para calcular el índice de Gini y ajustarlo al tiempo equivalente en meses, se puede consultar el trabajo de Anastassios Tsiouras (2004), «Adjusted Gini coefficient and "months equivalente" degree of tourism seasonality: a research note», Tourism Economics, 10 (1), pág. 95-100. Valga esta nota metodológica para el resto de este apartado.

Este leve empeoramiento de la estacionalidad se debe al comportamiento del turismo español. En la temporada mediana-baja del 2008 se contabilizaron 1.089.800 turistas españoles, con un descenso del 9,6%, frente de los 1.638.100 extranjeros, que significan un crecimiento de un 0,2%. (Véase el cuadro I-61.)

Así, las llegadas de turismo español en la temporada mediana-baja supusieron el 40% del total de las llegadas en esta temporada, mientras que las referidas a la temporada del 2007 representaron el 42,4%, con un pérdida de 2,4 puntos de cuota de mercado, a favor del turismo extranjero, que pasó de representar el 57,6% el 2007 a tener una cuota de mercado el 2008 del 60%.

9.10.2 LA ESTACIONALIDAD DE LAS LLEGADAS POR ISLAS

En Mallorca, en la temporada media-baja se supera el porcentaje del total balear, puesto que el 2008 registró el 24,2% del total, mientras que en la temporada media-alta fue del 75,8%, porcentaje inferior a la media de las Baleares. En Ibiza y Formentera, la temporada media-baja representó un 9,9%, mientras que la temporada media-alta fue del 90,1%. En Menorca la temporada media-baja representa un 11,2%, y un 88,8% la temporada media-alta. Por lo tanto, a diferencia del año anterior, las Pitiusas superan Menorca, y representan el máximo estacional de las Baleares. (Véase el gráfico I-26.)

Las variaciones de los índices de Gini empeoran a todas las islas, excepto en Menorca, con una mejora de la estacionalidad del 0'26%. (Véase el cuadro I-60.)

La presencia de turismo español mengua el efecto de la estacionalidad en las Islas. En Mallorca los turistas españoles llegados en la temporada mediana-baja representaron el 43,2% del total anual (con una pérdida del número de turistas del 8,8%), superior a la media de las Baleares, del 34,4%; mientras que en las Pitiusas este porcentaje llegó sólo al 20,9% (con una pérdida del número de turistas del 22,7%), y en Menorca, al 20,7% (con un crecimiento del número de turistas del 10,9%). (Véase el cuadro I-61.)

El turismo extranjero, por el contrario, es muy estacional, sobre todo a las Pitiusas y Menorca. Así, Mallorca, en la temporada media-baja, recibe el 19,6% del total anual (con un crecimiento en el número de turistas del 0,2%), valor superior al de la media balear, del 16,5%; mientras que las Pitiusas sólo llegaron al 4% (con un crecimiento en el número de turistas del 1,7%), y Menorca, al 3,7% (con un crecimiento en el número de turistas del 1,3). Por lo tanto, pese a la leve mejora sobretodo de las islas menores, la falta de turismo extranjero en la temporada media-baja de las islas menores constituye un problema grave del sector turístico, con repercusiones de tipo económico y social, si bien muchas empresas turísticas de estas islas han internalizado este coste estructural desde el comienzo de las expansiones, cosa que les permite

continuar operativas pese al cierre masivo y prolongado de los establecimientos en invierno.

9.10.3 LA ESTACIONALIDAD POR MEDIOS DE TRANSPORTE

Para medios de transporte, en las Baleares el avión presenta una estacionalidad más grande que el barco, con un 20,6% de llegadas en avión en la temporada media-baja, enfrente del 26,6% de llegadas en barco. (Véase el cuadro I-62.)

9.10.4 LOS PROGRAMAS DESESTACIONALIZADORES

Hace falta destacar el papel desestacionalizador que hacen los programas del Imsero y el programa Ocio 60 del Gobierno de las Islas Baleares.

Con referencia al plano Ocio 60⁴² y a la evolución de los datos para la temporada 2007-2008, en total ha habido 9.072 usuarios con destino a las Islas Baleares, con una disminución del 5,1%. (Véase el cuadro I-63.)

En relación con el Imsero, se ha llegado a las 198.434 plazas vendidas para la temporada de octubre a abril de 2007-2008, con una crecida del 6,8% en comparación a la temporada del año pasado. Hace falta observar que, en cuanto al resto de destinos, las Baleares continúan siendo el primer destino del Imsero, con el 19,8% del total de plazas. También se puede destacar que todos los destinos experimentan un aumento, especialmente las Islas Canarias que casi duplican las plazas vendidas y aumentan en un 71,4%, con una cuota del 12,2% cuando la temporada 2000-2001 sólo era del 2,9%. (Véase el cuadro I-64.)

Con respecto al total de estancias, las Baleares suman 1.837.131, con una cuota del 20,5%, hecho que nos sitúa también como líderes por comunidades autónomas, con un descenso del 3,6%, y una estancia mediana que se encuentra en los 9,3 días (4,2 días menos en relación con la temporada del 2000-2001). Hace falta resaltar que en el conjunto de la temporada media-baja esto representa el 21,1% del total de estancias de los españoles (8.720.100 estancias). En el caso de Canarias son 1.187.436 estancias, 9,7 días de estancia a través de una cuota del 13,2%, cuando la temporada 2000-2001 sólo era del 1,6%.

9.11 EL PERFIL DEL TURISTA

El perfil del turista se establece de acuerdo con las características siguientes: la edad, el motivo del viaje, el alojamiento y el paquete turístico. Con respecto a

⁴² Ver la Memoria del CES 2006, pág. 204.

las tres principales nacionalidades, hace falta destacar que el perfil más joven es el del turismo británico en el caso las Pitiusas y Mallorca y el alemán en el caso de Menorca, en cambio los españoles lideran el grupo siguiente más joven (de entre 25 y 44 años) a todas las islas, aumentando 0,8 puntos respecto el 2007. El mercado británico destaca por tener los porcentajes más altos a todas las islas, porque el motivo principal del viaje es el ocio y las vacaciones (0,6 puntos más que el año pasado) y por el hecho que el principal alojamiento que elige es el hotelero. También son los que viajan más con paquete turístico, aun cuando ha disminuido 9,7 puntos respecto al año pasado, excepto en Mallorca, dónde lo hacen más los alemanes. (Véase el cuadro I-65.)

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

El grado de fidelidad es muy elevado. Así, el 82,5% del total de los alemanes ya habían visitado las Baleares con anterioridad. En el caso de los británicos es el 77%, y en el caso de los españoles es el 79,2%. De estos, el porcentaje de los que han visitado las Baleares diez o más veces es el 26,3% para los españoles, el 25,5% para los alemanes y el 17,7% para los británicos, y los que las han visitadas hasta tres veces es el 11,7% para los alemanes, el 10,6% para los españoles y el 9,8% para los británicos. (Véase el cuadro YI66.)

En cuanto al grado de satisfacción del turismo nacional, es bastante elevado: en una escalera del 1 al 10, el grado de satisfacción es de un 8,38 (0,31 decimas menos que la misma valoración del año anterior). (Véase el cuadro I-67.)

En cuanto al grado de satisfacción del turismo extranjero, es superior al del turismo nacional, puesto que, en una escalera del 1 al 10, su grado de satisfacción es de un 8,40 (0,36 decimas menos que la misma valoración del año anterior).

9.13 LA OFERTA TURÍSTICA EN LAS BALEARES

En este sub apartado estudiamos la oferta de alojamiento, el nivel de ocupación, la rentabilidad, el «todo incluido» y la oferta complementaria.

9.13.1 LA CAPACIDAD DE LA OFERTA DE ALOJAMIENTO POR ISLAS

En este epígrafe analizamos los aspectos siguientes de la oferta turística reglada⁴³: la capacidad de la oferta de alojamiento por islas y la capacidad de la oferta de alojamiento por categorías.

9.13.1.1 La capacidad de la oferta de alojamiento por islas

⁴³ 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 2004.

Por islas, Mallorca dispone del 67,4% del total de plazas de las Baleares, con una pérdida de 2.068 plazas (-0,7%). Ibiza tiene el 18,9%, con una pérdida de 32 plazas (0%). Menorca dispone del 11,8% de plazas, con un aumento de 189 (0,4%), y Formentera tiene el 1,8%, con un incremento de 24 plazas (0,3%) respecto el año pasado. (Véase el cuadro I-68.)

La oferta reglada se distribuye de la manera siguiente: los hoteles⁴⁴ tienen una cuota del 76,9% y un descenso de 49 plazas (0%); los apartamentos turísticos representan el 22,1%, con un descenso de 2.074 plazas (-2,2%); el turismo rural, en sentido amplio⁴⁵, dispone de unas 4.267 plazas, con una cuota del 1% y un aumento de 236 plazas (5,9%), y los campings tienen unas 2.762 plazas, con una cuota del 0,7%, al igual que el año pasado. Formentera, oficialmente, no dispone de establecimientos de campings, y el 2007 introduce 12 plazas de turismo rural. En general, la tendencia de los últimos años es que los alojamientos de tipo rural son los que presentan un crecimiento más grande. La parte más grande de la oferta reglada de alojamiento turístico (el 98,3%) continúan siendo los hoteles y los apartamentos.

9.13.1.2 La capacidad de la oferta de alojamiento por categorías

En cuanto a una distribución y evolución por categorías del alojamiento reglado en las Baleares, sólo 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 un 2,8%; los hoteles de una estrella son el 4,4%, con un descenso de 1,5%; el 10,3% es para los hoteles de dos estrellas, que han disminuido con un 2,4%; el 53,3% es para los hoteles de tres estrellas, que han disminuido un 1,9%; los hoteles de cuatro estrellas representan el 29% y han aumentado un 4,8%, y finalmente los de cinco estrellas suponen el 2,3%, con un incremento del 0,6%. (Véase el cuadro I-69.)

Según la tipología de los alojamientos turísticos, la clasificación queda de la manera siguiente: el 62% hoteles, con una disminución del 0,2%; el 27,6% hoteles apartamentos, con un aumento del 1%; el 2,8% hostales residencia, con un descenso del 1,1%; el 2,5% hostales, con un descenso del 6,6%; el 2,4% ciudades de vacaciones, igual que el año anterior; el 1,3% hoteles residencia, con un aumento del 6,9%; el 0,8% apartamentos residencia, igual que el año anterior; y el 0,5% los de tipos inferiores (casas de huéspedes, pensiones y fondas), que disminuye un 2,8%.

⁴⁴ La oferta hotelera contiene toda la oferta reglada excepto apartamentos, hoteles rurales, turismo de interior, agroturismos y campings.

⁴⁵ Incluye los hoteles rurales, los agroturismos y el turismo de interior.

Es notable la progresiva pérdida de cuota de las categorías inferiores, a favor de las superiores, en los últimos años, aunque se produce un descenso del número total de plazas con un resultado limpio de -61 plazas, con un descenso del 0,02%. La media del número de plazas por establecimiento se mantiene igual que el año pasado con 161,8.

9.13.2 EL NIVEL DE OCUPACIÓN DE LOS ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS

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

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 en unas zonas turísticas delimitadas, de forma que excluye del ámbito de estudio las tres tipologías de turismo rural, los campings turísticos, las viviendas de vacaciones, los establecimientos para hoteleros 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 de las Baleares indican un descenso de la media anual de la ocupación de la planta abierta de -1,8 puntos, que se sitúa en el 75%⁴⁶. Los de Mallorca indican un descenso de -0,5 puntos, de forma que se sitúa en el 77,4% (el máximo de las Baleares). Los de Menorca indican un empeoramiento de la ocupación sobre planta abierta de -6,5 puntos de forma que se sitúa en el 69,5%. Los de Ibiza indican un empeoramiento de la ocupación de la planta abierta de -4 puntos, de forma que se sitúa en el 68,9%. Los de Formentera, también indican una disminución de la ocupación sobre la planta abierta de -9,5 puntos (el más acusado de Baleares), de forma que se sitúa en el 58,6% (el mínimo de Baleares). (Véase el cuadro I-70.)

Estos mismos resultados respecto de la tasa de ocupación de las plazas abiertas sobre la planta total para las Baleares indican, una disminución de la ocupación de -1 punto, que se sitúa en el 55,3%⁴⁷. En Mallorca los datos indican un empeoramiento de la ocupación de -1,3 puntos, y se sitúa en el 59% (el máximo de Baleares). En Menorca los datos indican, en cambio, una mejora de 1,6 puntos, y se sitúa en el 48,7%. En Ibiza los datos indican, en cambio, un empeoramiento del -1,4% (el más acusado de Baleares), y se sitúa en el 47%. En Formentera los datos indican, en cambio, una mejora de 2,8 puntos (el máximo de Baleares), y se sitúa en el 45,2%. (Véase el cuadro I-71.)

⁴⁶ Representa el porcentaje del total de plazas ocupadas sobre el total de plazas abiertas.

⁴⁷ Representa el porcentaje de plazas abiertas sobre el total de plazas.

Finalmente, la tasa efectiva de ocupación muestra una caída de -1'8 puntos⁴⁸, con una variación positiva de 0,02 puntos. En Mallorca los datos indican una caída de -1,3 puntos, y se sitúa en el 45,7%. En Menorca los datos indican, un empeoramiento de -1,9 puntos, y se sitúa en el 33,8%. En Ibiza los datos indican una caída de -2,9 puntos, y se sitúa en el 32,4%. En Formentera los datos indican, una caída de (-2'4 puntos), y se sitúa en el 26,49%, el porcentaje más bajo de las Baleares. (Véase el cuadro I-72.)

9.13.3. EL «TODO INCLUIDO»

Según los datos oficiales del Servicio de Inspección de Turismo de la Consejería de Turismo, de los hoteles que ofrecen el «todo incluido» en exclusividad y que hacen referencia sólo en Mallorca, se ha pasado de los 36 establecimientos el 2007 a los 40 el 2008. Por categorías, el 92,5% de las plazas se concentra en los hoteles de tres y cuatro estrellas, con un total de 37 hoteles, lo cual supone el 8,4% del total de hoteles en Mallorca de esta categoría. (Véase el cuadro I-73)

En cuanto a la capacidad, los establecimientos turísticos de entre 201 a 400 plazas y de entre 501 a 1.000 plazas concentran el 92,5% del total de los establecimientos, con un total de 37 establecimientos.

9.13.4 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 11.124 establecimientos y 603.107 plazas, con una media de 54,2 plazas por establecimiento. (Véase el cuadro I-74.)

Por segmentos de la oferta complementaria, hace falta destacar por orden de importancia en cuanto al número de plazas los restaurantes, con 308.017 plazas (el 51,1%); los bares, con 178.632 plazas (29,6%), y las cafeterías, con 116.458 plazas (el 19,3% restante).

Por islas, Mallorca representa el 68,5% del total de plazas, Ibiza el 19,9%, Menorca el 9,5% y Formentera el 2% restante.

9.13.5 LA DIVERSIFICACIÓN DE LOS PRODUCTOS TURÍSTICOS

Con relación a la oferta de otros productos, los estudios de la CAEB destacan la oferta del turismo náutico, de golfo, de cruceros y de cicloturismo. (Véase el cuadro I-75.)

De estos datos hace falta destacar lo siguiente:

⁴⁸ Representa el porcentaje del total de plazas ocupadas sobre el total de plazas.

- El turista náutico (yate propio o de alquiler), con una estimación de 324.522 turistas y de 14,85 días de estancia mediana, generó cerca de 129 euros por persona y día y un total de 537,1 millones de euros. Además de esta cantidad, se tendría que añadir la que generan las diversas regatas que tienen lugar en las Baleares, la más emblemática de las cuales es la Copa del Rey, en Palma, en la que participan aproximadamente dos mil cuatrocientas personas, con una mediana de 11 días de estancia. Los participantes gastan 340 euros por persona y día, cosa que da un total de 9 millones de euros (según un estudio de la Cámara de comercio de Mallorca y de las Pitiusas). Igualmente la Cámara ha estimado que el chárter náutico mueve 104.537 turistas, los cuales tienen una estancia mediana de 11,8 días, realizan un gasto mediano por persona/día que revierte en las Islas Baleares de 170 euros, lo cual, explica un gasto total que revierte en las Islas Baleares de 209, 7 millones de euros.
- El turista de crucero⁴⁹ (aunque no tiene la calificación estadística de «turista») generó unos ingresos de 91,35 millones de euros, con un total de 978.438 turistas, que gastaron 62 euros per persona al día.
- El turista de golf generó un total de 186,4 millones de euros de ingresos en las Baleares, repartidos entre los 112.752 golfistas⁵⁰ llegados y que gastaron 211 euros por día y por persona (con una estancia mediana de 9,9 días).
- El cicloturista generó unos 105,5 euros por persona y día con un total de 88.500 cicloturistas⁵¹, con una media de 9,7 días de estancia y con un total de ingresos de 66 millones de euros.

9.13.6 EL TURISMO URBANO EN PALMA

También se puede destacar como una oferta diferenciada del turismo tradicional de las Baleares el que se conoce con el nombre de hoteles ciudades, que presenta un dinamismo lo suficiente importante en los últimos años. Palma ya tiene consolidado un turismo urbano lo suficiente importante, en qué el segmento por destacar es el turismo de negocios y congresos. Por esta razón, Palma es la única ciudad de las Baleares que forma parte de la red de ciudades españolas que el Instituto de Turismo de España incluye en su estudio del turismo de negocios en España a través de su informe sobre la demanda del mercado de reuniones.

⁴⁹ Palma se ha colocado como segundo puerto más importante tras Barcelona en turismo de crucero. (Ver: *Horizonte 2020 del turismo español*. Documento base, pág. 24.)

⁵⁰ Incluye acompañantes.

⁵¹ Incluye acompañantes.

De lo contrario, de acuerdo con los datos del estudio de la ciudad de Palma sobre el mercado de reuniones, se estima un número total de 286 reuniones con 21.924 inscritos, un 35,6% son reuniones nacionales, y las reuniones internacionales superan las de carácter regional.

Las reuniones promovidas desde el sector privado representan más del 70,9% del total, el 91,6% de carácter municipal, con una preponderancia procedente del sector económico y comercial y otras actividades sin especificar. Destacan como sedes los hoteles, las universidades y otros centros de reunión, con una fuerte concentración en los meses de abril a junio y septiembre y noviembre (el 66,7%), con una media de 50 a 150 delegados y una duración de 2,3 días.

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

Los datos para elaborar este apartado son las de la Tesorería de la Seguridad Social que ha publicado el CITTIB. Estos datos corresponden a las actividades de la hostelería y la restauración y se ofrecen por trimestres y por las categorías de asalariados y de autónomos. (Véase el cuadro I-76.)⁵²

Estos datos nos indican que la media anual de la ocupación total llegó a los 75.310, 692 ocupados menos que el año pasado, con un decrecimiento del 0,91%. De estos ocupados, 62,9 mil son asalariados (el 83,5%), con un decrecimiento del 1%, y 12,4 mil son autónomos (el 16,5%), con un decrecimiento del 0,3%. Por trimestres, la estacionalidad de la ocupación (diferencia entre la punta trimestral máxima y la mínima) se puede estimar en 57,9 mil personas (más de 1.300 personas menos que el año anterior). Todos los trimestres presentan un descenso, a excepción de primero que presenta un crecimiento positivo, con un 0,96%.

La restauración, con 38.650 personas ocupadas como media anual, representa el 51,3% del total, y la hostelería, con 36.660 ocupados, representa el 48,7% restante. Con relación a la ocupación, la restauración crece 3,16 puntos más que la hostelería, puesto que la tasa de crecimiento es del 0,66% y la de la hostelería es del -2,51%⁵³. Con respecto a la restauración, el trimestre que presenta un mayor crecimiento es el primero con una tasa positiva de la ocupación del 3,49%, y el trimestre con un peor crecimiento es el cuarto que empeora un 1,62%. En cuanto a la hostelería, en el primer trimestre se da una tasa de crecimiento positiva, con un 0,96%. El resto de trimestres sufren un decrecimiento, y es el cuarto trimestre el que tiene un peor valor, con un descenso del 2,7% respecto al 2007.

⁵² No ha sido posible encontrar una mejor disgregación de tres dígitos.

⁵³ 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, aun cuando en los últimos años esta se intensifica.

La distribución entre los asalariados y los autónomos también presenta diferencias significativas. Con respecto a la restauración, los asalariados representan el 70,6% y los autónomos el 29,4%, mientras que en hostelería el 97,1% son asalariados y el 2,9% autónomos. Por trimestres, la estacionalidad de la ocupación en la restauración es de 20,9 mil personas y en la hostelería, de 37,9 mil personas.

9.15. PLA DEL TURISMO ESPAÑOL 2020.

El *Plan del Turismo Español Horizonte 2020*, y el Plan 08-12, que lo desarrolla, se aprobaron por unanimidad al Consejo Español de Turismo, así como en la Conferencia Sectorial de Turismo celebradas el 7 de noviembre de 2007. El Plan se aprobó finalmente por Acuerdo del Consejo de Ministros el 8 de noviembre de 2007.

El Plan del Turismo Español Horizonte 2020 es un proyecto impulsado por el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio y realizado por el mismo sector turístico. Desde sus inicios, el Comité Ejecutivo del Consejo Español de Turismo ha empujado su ejecución y ha llevado a cabo el seguimiento de este proyecto permanentemente.

El Plan del Turismo Español Horizonte 2020 recoge la estrategia a medio y largo plazo para afrontar con éxito los retos del sistema turístico español en un proceso que ha permitido construir toda una serie de soluciones. De esta manera, el Plan constituye un nuevo proceso de trabajo en la definición de políticas turísticas a escala nacional, en el que, por primera vez, se ha establecido un esfuerzo de reflexión estratégica a largo plazo, diseñando una metodología basada en sistemas de participación más amplios.

Para la consecución de la meta establecida y teniendo en cuenta las orientaciones estratégicas, las fortalezas y las debilidades actuales del sistema turístico español, así como los retos los cuales se enfrenta al horizonte 2020, se han definido cinco ejes claves. Cada uno de los cuales corresponde a la consecución de un objetivo y expresa los cambios significativos que se deben producir en el sistema turístico español, el cumplimiento del cual permitirá llegar a la meta fijada. Estos ejes son los siguientes: eje nueva economía turística, que desarrollar para el sistema turístico español las ventajas diferenciales derivados de una nueva economía en la que la innovación, el conocimiento y la captación y desarrollo del talento sean los activos estratégicos clave para la satisfacción del cliente y el éxito del negocio; eje valor al cliente, que quiere mejorar el valor ofrecido al cliente con experiencias turísticas que diferencien y potencien la personalidad y el posicionamiento de España como destino turístico, convirtiendo la gestión de la relación con el cliente y su satisfacción en el nuevo paradigma para el desarrollo, comercialización y gestión de los productos; eje sostenibilidad del modelo, que intenta mejorar la sostenibilidad del modelo turístico español, optimizando los

beneficios por unidad de capacidad de carga sostenible y de inversión, garantizando la calidad del entorno natural y cultural de cada lugar, la integración y bienestar social y el reequilibrio socio territorial; eje entorno competitivo, que quiere crear el entorno óptimo para el desarrollo de negocios turísticos competitivos; y el eje liderazgo compartido, que quiere impulsar un nuevo liderazgo compartido del sistema turístico español que, desde los principios de eficiencia y corresponsabilidad en el desarrollo de acciones comunes, ayude al fortalecimiento de la conciencia de los beneficios socioeconómicos del desarrollo sostenible de la actividad turística para el sector y la sociedad.