

8. TURISMO⁵⁵

RESUMEN

Se puede considerar que el conjunto total de turistas que visitan las destinaciones principales de <<sol y playa>> competidores de las Baleares, son de 220,7 millones de turistas. Respecto, de este total, las Baleares representan una cuota de mercado del 5,1%. En términos de ingresos, los datos son de 177,2 millones de dólares, con una cuota relativa correspondiente a las islas del 2,7%. Esta menor participación relativa de las Islas Baleares en los ingresos se debe al hecho que el gasto medio por turista en las Baleares es inferior a la media internacional. El cálculo del índice de posición competitiva turística (IPCTB) de las Islas Baleares en precios⁵⁶ muestra una recuperación, ya desde el primer trimestre del 2004 hasta el tercer trimestre del 2005 se estima que la competitividad recupera un 4,5%. Esta circunstancia se explica por una devaluación ponderada del tipo del cambio del euro/dólar del 3,9%, así como por una ligera mejoría en la ponderación relativa del nivel de precios, que es del 0,58%. Para el conjunto del ejercicio 2005 en ganancia de competitividad es de un 1,1%.

En relación a la evolución de las Baleares respecto a las comunidades autónomas que son competidoras en el segmento del turismo de <<sol y playa>> (Canarias, Andalucía, Cataluña y la Comunidad Valenciana), las Islas Baleares son la comunidad autónoma que más aumenta el número de estancias en el 2005, con un 4,3%. Las Baleares sumaron un total de 11.626.200 turistas, lo que representa un aumento del 3,4% en comparación al 2004. Esta cifra supone un máximo histórico de llegadas aéreas.

Respecto a los vuelos de <<bajo coste>> o <<bajo precio>>, cabe remarcar que a lo largo del año 2005 se ha alcanzado los once millones de pasajeros entrantes y salientes, con un crecimiento del 14,2% y una cuota de mercado del 44,9%. Respecto del 2005 la estacionalidad se mantiene prácticamente igual con una variación positiva de una décima. La estancia media es de 11,1 días y se ha incrementado en 0,2 días (un 2,1%). El total de estancias es de 117,6 millones, con un incremento del 5,3%. Las Islas Baleares disponen de 423.112 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 ha permitido mejorar ligeramente el nivel de los beneficios. El total del gasto turístico alcanza un valor de 10.430,3 millones de euros, con un crecimiento del 6,2%, de los cuales el 84,5% (8.810,4 millones de euros) corresponden al turismo extranjero, con un crecimiento del 5,4%, y el resto, al turismo nacional, con un peso del 15,5% y un crecimiento del 10,6%. Finalmente, la ocupación total, como media anual llegó a las 70.249 personas, con un crecimiento del 2,5%, de los cuales, 57,9 mil son asalariados (el 82,5%), que crecen el 3%, y, 12,3 mil, autónomos (el 17,5%) con un crecimiento del 0,7%. Por trimestres la estacionalidad de la ocupación (diferencia entre la punta trimestral máxima y la mínima) se puede calcular en 55,9 mil personas.

⁵⁵ Se pueden ampliar estos datos en la publicación: La encuesta de servicios de las Islas Baleares, Consejo Económico y Social de las Islas Baleares, Dirección General de economía, Instituto Balear de Estadística e Instituto Nacional de Estadística, Palma, 2006.

⁵⁶ Ver: *Informe sobre la competitividad del sector turístico de las Islas Baleares*, Consejo Económico y Social de las Islas Baleares, 2006.

8. TURISMO⁵⁷

8.1. INTRODUCCIÓN

En la MEMORIA del CES del año pasado, el lector pudo encontrar una extensa nota metodológica sobre las principales carencias y limitaciones en que se encuentran las estadísticas turísticas en las Baleares⁵⁸.

En la edición de este año nos centramos en comentar para las Baleares, básicamente, las fuentes estadísticas que publica el Centro de Investigación y Tecnología Turística de las Islas Baleares (CITTIB) en el anuario *Datos Informativos*. En esta publicación se incluye de forma introductoria en cada apartado estadístico unas notas metodológicas donde se explican los por menores de cada una de las estadísticas que se publican. Solamente en el caso en que se ha considerado necesario hemos incluido una anotación aclaradora sobre las estadísticas del CITTIB.

También hemos hecho un esfuerzo clarificador a lo referente a la utilización de otras fuentes estadísticas relativas al turismo que se utilizan por primera vez en este apartado. Nos referimos especialmente a las estadísticas que elabora la Organización Mundial del Turismo (OMT) para los mercados internacionales, donde 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* que el CES ha elaborado a lo largo del año 2005: y donde se definen que países son los principales competidores directos de las Baleares en el segmento de <<sol y playa>>, por 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.)

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 2005 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 siguientes puntos: la evolución de los principales mercados turísticos competidores de las Islas Baleares, la evolución

⁵⁷ Se pueden ampliar estos datos en la publicación: La encuesta de servicios de las Islas Baleares, Consejo Económico y Social de las Islas Baleares, Dirección General de economía, Instituto Balear de Estadística e Instituto Nacional de Estadística, Palma, 2006.

⁵⁸ Ver: Memoria del CES 2004 sobre *la economía, el trabajo y la sociedad de las Islas Baleares*, p. 133-135.

del indicador de posición competitiva turística (IPCT) de las Baleares en precios, el análisis de la demanda y de la oferta en Baleares, el análisis del gasto turístico y la evolución de la ocupación laboral., y la evolución de la ocupación laboral.

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

El informe sobre la competitividad del sector turístico elaborado por el CES⁵⁹ 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 los principales destinos turísticos del Estado (las Islas Canarias, Andalucía, Cataluña y la Comunidad Valenciana)- los siguientes, a escala internacional: el Mediterráneo Sur (Turquía, Túnez, Egipto y Marruecos); el Mediterráneo Norte (Croacia, Bulgaria, Grecia e Italia); el Caribe y América (República Dominicana, Cuba, Puerto Rico, Méjico, Brasil y Costa Rica), y Asia y el Pacífico (Indonesia, Tailandia y Malasia).

Según los datos que ha facilitado la OMT, se estima que el conjunto total de turistas internacionales de estas destinaciones, incluyendo España, es para el año 2004 (último año que tenemos información completa y homogénea para todas las destinaciones) de 220,7 millones de turistas. Sobre este total las Islas Baleares representa una cuota de mercado del 5,2%.⁶⁰ España representa una cuota del 23,7% y es el principal destino, con 52,4 millones de turistas; le sigue en importancia el otro gran destino maduro, que es Italia con 37,1 millones, mientras que Grecia asume los 13,9 millones. Ningún destino emergente supera los datos de Grecia, excepto en el caso de Méjico, con 20,6 millones, Turquía con 16,8 millones y Malasia con 15,7 millones. (Ver el cuadro I-61.)

En términos de ingresos internacionales los datos son de 177,2 millones de dólares, con una cuota relativa correspondiente a las Baleares del 2,7%.⁶¹ 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 2004 se puede comprobar que el gasto medio por turista entre los destinos más maduros, que son España e Italia, se sitúan entorno a los 863 y los 962 dólares, respectivamente. En cuanto a los países turísticamente emergentes, superan la ratio española Turquía, Croacia, Grecia, República Dominicana, Cuba, Costa Rica, Tailandia e Indonesia. El destino internacional con un gasto por turista más alto es Italia, con 961,6 dólares, y el destino internacional con un gasto por turista más bajo es Túnez con 307,1 dólares por turista. Por grandes regiones turísticas solo superan los 860 dólares por turista el Mediterráneo Norte, con 906,3 dólares por turista.

La evolución relativa de las tasas de crecimiento en el número de turistas internacionales para el año 2005 para aquellas destinaciones de las que disponemos información muestra una clara diferencia entre las destinaciones maduras, como España e Italia: en el primer caso la tasa es del 6% y en el caso de Italia es negativa, con un -1,5%. En cambio, por lo que se refiere al resto de destinos emergentes, sólo Indonesia tiene una tasa negativa (-6%), mientras que el resto las presentan positivas y superiores

⁵⁹ Ver: *op. cit.*, Consejo Económico y Social de las Islas Baleares, 2006.

⁶⁰ Según los datos de las memorias del CES, en el año 2004 las Islas Baleares recibieron 11,5 millones de turistas.

⁶¹ Según los datos de las memorias del CES, el 2004 las Baleares tuvieron unos ingresos de 5.800 millones de euros, equivalentes a 4.677 millones de dólares.

a los dos dígitos. Sobresalen Turquía, con un 20,5%; Túnez, con un 18,5%; Costa Rica, con un 15,6%; Cuba, con un 12,1%, y Brasil, con un 11,8%.

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 estas destinaciones las evoluciones relativas con respecto a los tipos de cambio y las tasas de inflación respecto a Baleares, de forma que una devaluación de las monedas (en la mayor parte indexadas al dólar) o una menor tasa de inflación determina una mejora de la posición competitiva en relación con las Baleares.

Como se puede comprobar, la evolución de este índice abarca el período comprendido entre el primer trimestre del 2000 hasta el cuarto trimestre del 2005,⁶² y se puede estudiar la evolución de forma agregada para las 21 destinaciones seleccionadas o de forma desagregada para cada una de ellas. En este apartado solo presentamos los principales resultados agregados del indicador para las Baleares. (Ver el cuadro I-62 y el gráfico I-23.).

Más que analizar la variación del indicador por 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 tres fases bien diferenciadas. La primera fase 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 mantuvo. La segunda fase se extiende desde el primer trimestre del 2002 hasta el primer trimestre del 2004, en donde la pérdida de competitividad del índice de posición competitiva turística (IPCTB) de las Baleares en precios es de un 18,6%, explicado por una sobrevaloración ponderada del tipo de cambio euro/dólar en un 26,4%, mientras que la ponderación del nivel competitivo de los precios 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 tercer trimestre del 2005 se recupera la competitividad en un 4,5%, lo que se explica por una devaluación ponderada del tipo de cambio del euro/dólar en un 3,9% y también por una ligera mejora en la ponderación relativa del nivel de precios, de un 0,58%.

Finalmente, en el cuarto trimestre del 2005 se vuelve a dar una nueva pérdida de competitividad del índice de posición competitiva turística (IPCTB) de Baleares en precios de un 3,3%, hecho que en este caso sólo se explica por un empeoramiento en el nivel relativo ponderado de los precios en un 3,5%, ya que se continua dando una devaluación ponderada del tipo de cambio del euro/dólar en un 0,3%. Para el conjunto del ejercicio del 2005 la ganancia de competitividad es de un 1,1%.

Tal como indica el informe en el resumen de los principales resultados: <<Esta evolución de la competitividad se acuerda lo suficientemente bien con el análisis de la coyuntura turística que ha presentado el sector turístico balear a lo largo de los últimos cuatro años, tal como se puede comprobar por la lectura de los apartados referidos al turismo publicados por las memorias del CES 2001-2004 sobre la economía, el trabajo y la sociedad de las Islas Baleares.>> (Ver la web del CES: <http://ces.caib.es>, p.49)

⁶² A partir del segundo trimestre del 2005 la actualización del IPCTB corre a cargo del CITTIB.

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

Nos referimos en este apartado sólo a la evolución del número de turistas internacionales, a la estancia y a la estancia media, para los años 2004 y 2005, en 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, las Islas Canarias, Andalucía, Cataluña y la Comunidad Valenciana. Estos datos se han obtenido, a partir de la encuesta Frontur del IET.

Según estos datos, las Islas Baleares son la comunidad autónoma que más aumenta el número de estancias en el año 2005, con un 4,3%, seguida de Cataluña con un 3,1%. El resto de comunidades autónomas lo hacen por debajo de la media española (-0,4%): así, Andalucía, lo hace en un -7%; la Comunidad Valenciana, en un -5,2%, y las Islas Canarias, en un -0,6%. En valores absolutos, Cataluña es la comunidad autónoma que lidera en número de estancias, con 114,6 millones, seguida por Canarias, con 102,5 millones, y de las Baleares, con 95,1 millones. España alcanza los 538,2 millones de estancias. (Ver el cuadro I-63.)

En el caso de Baleares, este buen comportamiento de las estancias se explica por el crecimiento de la estancia media en un 3,1% y del número de turistas en un 1,2%. Observen que la estancia media, a parte de las Islas, sólo aumenta en Canarias, pero con una tasa de crecimiento que es dos puntos por debajo de Baleares. En cambio, la tasa de crecimiento del número de turistas de las Islas Baleares se sitúa en 4,9 puntos por debajo de la española y sólo Canarias presenta un registro peor, con una tasa negativa de crecimiento (-1,6%).

En valores absolutos Cataluña lidera el ranking de comunidades autónomas por número de turistas con 14 millones, seguida de Canarias y Baleares, entorno a los 9,5 millones. España asume los 55,6 millones de turistas.

La estancia media más alta se sitúa en los 12,55 días, de la Comunidad Valenciana, y la más baja es la de Cataluña, con 8,17 días. Baleares se sitúa en los 9,84 días y la estancia media española es de 9,67 días.

8.5. LA DEMANDA TURÍSTICA EN BALEARES

En este subapartado analizamos los puntos siguientes: el número de turistas llegados a 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 la estancia 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 11.626.200 turistas, lo que representa un aumento sobre el 3,4% en comparación al 2004. Esta cifra supone un máximo histórico y en tráfico aéreo supera en un 0,8% al máximo conseguido en el año 2000, que fue de 11.096.500 turistas. (Ver el cuadro I-64.)

Las llegadas de los extranjeros totalizaron 9.362.900, con un aumento del 1,2%. Los españoles sumaron 2.263.200 llegadas, con un aumento del 13,5%. Vemos, entonces, que los turistas extranjeros constituyen el 80,5% del total de llegadas, mientras que los españoles son el 19,5% restante.

La recuperación turística en las Baleares en el año 2005 desde la perspectiva de las llegadas no fue lineal en todas las islas: Mallorca creció por encima de la media (5,4%), pero las Pitiusas tuvieron un descenso (-3%), al igual que Menorca (-2%). La evolución de los mercados emisores de las principales nacionalidades es en gran parte explicativa de los distintos resultados turísticos del 2005 en cada isla, como veremos más adelante.

Las cuotas receptoras por islas son las siguientes: Mallorca representa el 75,7%, con 8,8 millones de turistas; las Pitiusas el 15,2%, con 1,8 millones de turistas, y Menorca, el 9,1%, con 1 millón de turistas.

8.5.2. LOS MEDIOS DE TRANSPORTE DE LOS TURISTAS Y SU 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 transportes en las Baleares

Las llegadas por vía aérea en Baleares fueron 11.189.100, con un aumento del 3,6%, y las de vía marítima totalizaron 437.100 llegadas, con un descenso del -3,5%⁶³. Las llegadas por vía aérea representaron el 96,2% del total y las marítimas el 3,8%.

El turismo extranjero utiliza de manera muy preponderante el avión para viajar a las Baleares con 9.272.100 llegadas y un aumento del 1,4%, cifras que representan el 82,9% del total de las llegadas en avión. Las llegadas marítimas en las Baleares por parte de los extranjeros suman 90.900, con un descenso del -15,5% y representan tan solo el 20,8% del total de llegadas en barco.

Por otro lado, el turismo español en avión sumó 1.917.000 llegadas, con un aumento del 16,3%, lo que representa el 17,1% del total de las llegadas en avión, mientras que los llegados en barco fueron 346.300 personas, con un aumento del 0,3%, cifra que representa el 79,2% del total de las llegadas en barco.

⁶³ Llama la atención que el incremento del número de pasajeros de tráfico marítimo para los puertos de las Baleares sea del 8,7%, mientras que, a la vez, se da una caída del tráfico marítimo por parte a los turistas.

8.5.2.2. Los medios de transportes por islas

En Mallorca las llegadas por vía aérea sumaron 8,6 millones de turistas (el 76,8% del total aéreo), con un aumento del 5,6%, mientras que se totalizaron 205.900 de marítimas (el 47,1% del total), con un descenso del -1,8%. Las proporciones de los totales de llegadas aéreas y marítimas en Mallorca son del 97,7% y del 2,3%, respectivamente. Los extranjeros llegan en avión en el 99,1% de los casos y en barco, tan solo en el 0,9%. E cambio, los españoles llegan en avión en el 90,6% de las ocasiones y en barco en el 9,3%.

Las Pitiusas recibieron 1,6 millones de turistas por vía aérea (el 14,2% del total aéreo), con un descenso del -2,4%, mientras que se totalizaron 177.300 llegadas marítimas (el 40,6% del total marítimo), con un descenso del -8,3%. Las proporciones de los totales de llegadas aéreas y marítimas en las Pitiusas son del 90% y del 10%, respectivamente. Los extranjeros llegan en avión en el 98,3% de los casos, y en barco, en el 1,7%, mientras que los españoles llegan en avión sólo en el 65,3% de los casos y en barco, en un notable 34,7% (por las conexiones rápidas con el litoral valenciano).

Menorca recibió por vía aérea un millón de turistas (el 9% del total aéreo), con un descenso del -2,5%, mientras que se registraron 53.800 por vía marítima (el 12,3% del total marítimo), con un aumento del 8,1%. Las proporciones de los totales de llegadas aéreas y marítimas en Menorca son del 95% y del 5%, respectivamente. Los extranjeros llegan en avión en el 99,4% de los casos y en barco, solo en el 0,6%, mientras que los españoles llegan en avión en el 83,6% de las ocasiones y en barco, en el 16,4%.

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 a todos los meses del año⁶⁴.

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 que han llegado a Palma, se dirigen hacia otros puntos de la geografía española y portuguesa.

Las compañías que participan en esta operación en el 2005 son Air Berlin (diariamente durante todo el año), Condor (los miércoles y viernes, de enero a marzo), Hapagfly (los miércoles y viernes, de enero a marzo, y a diario, de noviembre a diciembre), Hamburg Airlines (los miércoles, de noviembre a diciembre), LTU (los miércoles, de enero a abril y de noviembre a diciembre) y Niki (diariamente, durante todo el año).

El total de llegadas y de salidas de Palma del tráfico del aeropuerto de conexión sumó 3,6 millones de pasajeros, con un incremento respecto al 2004 del 25,5%. Se sitúan por encima de esta media el tráfico procedente de ciudades europeas, el tráfico de pasajeros que comienzan en Mallorca el viaje hacia la península o Portugal, y el tráfico de pasajeros que comienzan en Mallorca el viaje hacia ciudades europeas. (Ver el cuadro I-65.)

⁶⁴ Véase la *Memoria del CES 2005*, p. 147-149.

Cabe destacar que el 63,2% del total de llegadas procedentes de la Comunidad Europea se queden en Palma y que el 36,8% continúan su viaje hacia la península o Portugal. Estos porcentajes respecto al tráfico procedente de la península o Portugal se invierten: son de un 34,4% por lo que respecta al tráfico de pasajeros que llegan de la península o Portugal y restan a Palma, y un 65,6% es el resto del tráfico de pasajeros que continúan su viaje hacia el resto de Europa.

También se debe destacar que, en cuanto al tráfico de pasajeros que comienza en Palma el viaje, el mayor crecimiento se produce con destino hacia la península o Portugal, que se sitúa veinte puntos por encima del tráfico de origen a Palma con destino a la Comunidad Europea, hecho que refleja un nexo de mercado creciente, que aprovechan también los residentes en las Islas Baleares.

Respecto a los vuelos de <<bajo coste>> o <<bajo precio>>, cabe señalar que a lo largo del año 2005 han alcanzado los once millones de pasajeros entrantes y salientes, con un crecimiento del 14,2% y una cuota de mercado del 44,9%. Ibiza presenta el crecimiento más elevado, con un 19,5% y 956,3 mil turistas, con una cuota del 22,9%, mientras que Menorca solo crece el 3% y llega a los 539,8 turistas, con una cuota del 20,8%. (Ver el cuadro I-66.)

8.5.4 LAS LLEGADAS POR NACIONALIDADES POR VÍA AÉREA⁶⁵ Y POR ISLAS

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

8.5.4.1. Las llegadas a Baleares

El análisis de las llegadas por nacionalidades y por vía aérea muestra que el turismo alemán, con 3,76 millones de turistas, aumentó un 6,8% y se sitúa líder con un 33,6% del total. El turismo británico, con 3,3 millones, en cambio desciende el -4,4% y pasa a representar el 29,8%. El tercer mercado por vía aérea son los españoles, que, como ya se ha comentado, son 1,9 millones, crecen un 16,3% y representan el 17,1%. 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 418.000 turistas y con un peso del 3,7%. (Ver el cuadro I-67.)

8.5.4.2. Las llegadas por islas

En Mallorca el comportamiento de estas tres nacionalidades es el siguiente: los alemanes suman 3,4 millones de turistas, con un incremento del 7,5%, y representan el 39,3% del total. Los británicos suman 2,2 millones de turistas, con un descenso del -3,1%, y representan el 25,9% del total. Los españoles llegan a los 1,4 millones, con un crecimiento del 21%, y el 16% del total. Estas tres nacionalidades concentran el 81,2% del total de las llegadas por avión, y con los franceses se llega al 84%.

⁶⁵ No se dispone de un desglose por nacionalidades extranjeras para las llegadas por vía marítima, pero, dado el escaso volumen (90,9 miles en total), el hecho de no sumar la parte marítima a las llegadas aéreas de cada una no afecta a este estudio estadístico comparativo.

En las Pitiusas el comportamiento de estas tres nacionalidades es el siguiente: los británicos suman 583,9 mil turistas, con un descenso del -5,9%, y representan el 36,8% del total. Los españoles llegan a los 292,7 mil turistas, con un crecimiento del 4,5%, y representan el 18,5% del total. Cabe destacar que los alemanes sólo suman 284,3 mil turistas, con un incremento del 2%, y representan el 17,9% del total. Estas tres nacionalidades concentran el 73,2% del total de las llegadas por avión y, si se le suman los italianos, el grado de concentración es del 86,9%.

En Menorca el comportamiento de estas tres nacionalidades es el siguiente: los británicos suman 519,9 mil turistas, con un descenso del -8,2%, y representan el 51,6% del total. Los españoles llegan a los 248,7 mil turistas, con un crecimiento del 7,5%, y el 24,7% del total. Cabe destacar que los alemanes solo suman 94,7 mil turistas, con un incremento del 0,2%, y representan sólo el 9,4% del total. Estas tres nacionalidades concentran el 85,7% de los totales de las llegadas en avión y, en caso de que se le añadan los italianos, el grado de concentración es del 92,3%, que es el máximo para las Islas Baleares.

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 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, juega un importante papel como mercado desestacionalizador. (Ver el cuadro I-67.)

8.5.5. LA ESTACIONALIDAD POR MEDIOS DE TRANSPORTE, Y 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 Baleares

En los seis meses de la temporada media baja del 2005 (enero, febrero, marzo, abril, noviembre y diciembre) se recibieron 2.280.216 turistas, el 19,6% del total de llegadas (el 95,7% por vía aérea y el 4,3% por vía marítima), mientras que en los seis meses restantes de la temporada media alta se recibieron 9.346.008, el 80,4% del total de llegadas (el 96,4% por vía aérea y el 3,6% por vía marítima)⁶⁶. (Ver el cuadro I-68 y el gráfico I-24.)

Respecto al 2005 la estacionalidad se mantiene prácticamente igual, con una variación positiva de una décima, ya que en el 2004 las llegadas de turistas en temporada media baja eran del 19,5% y en temporada alta, del 80,5%.

⁶⁶ Introducimos el término <<media>> en cada temporada, ya que no es posible definir las dos temporadas solo como <<alta>> o <<baja>>. De esta manera, se elimina la anomalía estadística producida por la Semana Santa, mientras que antes se utilizaban tres temporadas (la baja, la media y la alta).

En general, las mejoras de la estacionalidad responden más a aumentos del turismo español que del turismo extranjero. Así, en la temporada media baja del 2005 se contaron 1.608.500 turistas extranjeros llegados a las Baleares y 671.700 turistas españoles, frente a los 7.754.400 de extranjeros y 1.591.600 de españoles llegados en la temporada media alta.

Las llegadas de turismo español en la temporada media baja fueron del 29,7% del total anual, mientras que las referidas a la temporada media alta fueron del 70,3%. (En el 2004 los porcentajes fueron del 30,6% y del 69,4%, respectivamente). En cambio, el turismo extranjero presentó porcentajes del 17,2% y del 82,8%, respectivamente. (En el 2004 los porcentajes fueron del 16,9% y del 83,1%, respectivamente). Así, el turismo español es menos estacional que el extranjero y se da una ligera mejoría en la temporada media baja del 2005 en relación al 2004 en el turismo extranjero.

8.5.5.2. La estacionalidad por islas

En Mallorca la temporada media baja tiene más peso que en el total balear, ya que el 2005 registró el 23,6% del total, mientras que en la temporada media alta fue el 76,4%, porcentaje inferior a la media de las Islas Baleares. En cambio, en las Pitiusas la temporada media baja representó un 7,7%, mientras que en la temporada media alta fue del 92,3%. En cuanto a Menorca, se registró en la temporada media baja el 6,2%, mientras que en la temporada media alta fue del 93,8%, el porcentaje más alto de las Baleares, lo que refleja el máximo estacional de las islas.

La característica del turismo español como compensador de la fuerte estacionalidad del turismo extranjero es muy acusada en Mallorca, donde los turistas españoles llegados en temporada media baja representaron el 36,9% del total anual (superior a la media de las Baleares, del 29,7%), mientras que en las Pitiusas este porcentaje llegó sólo al 15,4% y a Menorca, sólo al 14,4%.

Como contrapartida, el turismo extranjero es muy estacional, en especial en las islas menores. Así, Mallorca en la temporada media baja recibe sólo el 20,8% del total anual (superior a la media del 17,2%), mientras que en las Pitiusas sólo llegaron al 5,1% y en Menorca, todavía menos, con el 3%. 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 internalizado este coste estructural desde el inicio de las expansiones, lo que les permite seguir operativas a pesar del 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 19,5% de llegadas en avión en la temporada media baja, frente al 22,5% de llegadas en barco. En consecuencia, en la temporada media alta las llegadas en avión representan el 80,5%, mientras que las de barco sólo el 77,5%. Claramente se da, entonces, un uso relativo mayor del barco en temporada media baja. (Ver el cuadro I-69.)

8.5.5.4. La estacionalidad por temporadas

La temporada media y baja registra el 38,6% del total de estancias (con una pérdida de 0,9 puntos porcentuales respecto del 2004), si bien la temporada baja incrementa un 14% del total de estancias, la temporada media pierde prácticamente el 3% de las estancias. La temporada alta representa el 61,4%. En términos de estancias se agrava, entonces, la estacionalidad.

8.5.5.5. Los programas desestacionalizadores

Cabe destacar el papel desestacionalizador que juegan los programas del Imsero y el programa Ocio 60 del Gobierno de las Islas Baleares.

En relación al Imsero, se han conseguido las 194.000 plazas para la temporada de octubre a abril de 2005-2006, con un incremento del 4,3% en comparación a la temporada del año pasado. (Ver el cuadro I-70.)

En relación al plan Ocio 60,⁶⁷ la evolución de los datos para las tres temporadas vigentes, que van del 2003-2004 al 2005-2006 muestran la siguiente evolución: 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-71.)

8.5.6. LA ESTANCIA MEDIA Y LAS ESTANCIAS POR ISLAS

La estancia media es de 11,1 días y se ha incrementado en 0,2 días (un 2,1%). Los incrementos para las tres principales nacionalidades son del 6,6% para los alemanes, del 2,9% para los británicos y del -0,7% para los españoles. El total de estancias es de 117,6 millones, con un incremento del 5,3%, de los cuales el 65,6% se ha registrado en establecimientos hoteleros, con una pérdida en relación al 2004 de 3,1 puntos porcentuales. En cambio, aumentan la participación en el total de estancias los apartamentos turísticos y las viviendas alquiladas, que crecen el 28,8% (1,8 puntos más), y los apartamentos y las viviendas en propiedad, con un crecimiento del 24,5% (1,7 puntos más).⁶⁸

La estancia media mejora en Mallorca y en Menorca en un 4% y con un 2,4%, respectivamente. En cambio, empeora en Ibiza y Formentera, un -5,9%. Por islas el 75,7% de las estancias se concentran en Mallorca. Ibiza y Formentera representan el 15,1% y Menorca, el 9,3%. (Ver el cuadro I-72.)

⁶⁷ Ver la *Memoria del CES 2004*, p. 146.

⁶⁸ Esta desviación de flujos turísticos en términos de estancias desde el hotel hacia los apartamentos turísticos y 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.)

Por otro lado, 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 un 4,5% por encima de la que tiene en temporada alta (11,7 días contra 11,2).

8.5.7. EL PERFIL DEL TURISTA

El perfil del turista se define en función de las siguientes características: 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 británico, si bien el porcentaje del grupo de edad menor de veinticinco años se reduce en esta nacionalidad en 3,5 puntos respecto al 2004. Este mercado también destaca por tener los porcentajes más altos en que el principal motivo del viaje es el ocio y las vacaciones (0,3 puntos más que el año pasado) y en que el principal alojamiento es el hotelero (-2,7 puntos menos que el año pasado). En cambio, los alemanes destacan por ser los que viajan más con paquete turístico (-5,6 puntos menos que el año pasado).

Estas variaciones para el conjunto de los turistas nacionales e internacionales son las siguientes: -2,1 puntos por lo que hace referencia al turismo menor de veinticinco años, 0,3 puntos en cuanto al motivo de viaje de ocio y vacaciones, -2,3 puntos referente al alojamiento en establecimientos hoteleros, y -6,9 puntos por viajar con paquete turístico.⁶⁹ (Ver el cuadro I-73.)

8.5.8. EL NIVEL DE FIDELIDAD Y DE SATISFACCIÓN DE LOS TURISTAS NACIONALES LLEGADOS A LAS BALEARES⁷⁰

Según los datos de la encuesta sobre el gasto turístico (ver el apartado 8.7.), el grado de fidelidad de los turistas nacionales es bastante elevado, ya que más del 63% del total de los turistas ya habían visitado las Islas Baleares con anterioridad. De estos, el porcentaje más elevado son los que han visitado las Baleares diez o más veces, que son el 16,7%, y los que las han visitado hasta tres veces, que son el 27,4%.

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.

8.6. LA OFERTA TURÍSTICA EN LAS BALEARES Y LA DIVERSIFICACIÓN

En este subapartado se estudia la oferta del 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 hemos analizado 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.

⁶⁹ Ver de nuevo el cambio de usos en los medios de transporte aéreo que provocan las nuevas compañías de bajo coste y bajo precio y que son una de las causas de los cambios que se están produciendo en el perfil de los turistas. (Ver el apartado 8.5.3.).

⁷⁰ Solamente disponemos de esta información para el turismo nacional.

8.6.1.1. La capacidad de la oferta de alojamiento por islas

La capacidad del alojamiento de las Baleares presenta dos caras: la reglada (recogida en el anuario del CITTIB) y la no reglada (estimación que se puede consultar en la memoria del CES del año pasado, que se obtuvo de otras fuentes no oficiales).

Por islas, Mallorca dispone del 67,7% del total de plazas de Baleares y cuenta con un aumento de 690 (un 0,2%). Ibiza tiene el 18,9% y un descenso de 946 plazas (un -1,2%). Menorca dispone del 11,6% de plazas y un aumento de 453 (un 0,9%), y Formentera tiene el 1,8% y un descenso de 28 plazas. (Ver el cuadro I-74.)

En una distribución y evolución por grupos de alojamiento reglado, tenemos el análisis siguiente de los grandes grupos de Baleares: los hoteles, en sentido amplio⁷¹, tienen una cuota del 75% y un aumento de 243 plazas (el 0,1%); los apartamentos turísticos disponen de 98.666 plazas, con una cuota del 23,3% y un descenso de -849 plazas (el -0,9%); el turismo rural, en sentido amplio⁷², dispone de unas 3.592 plazas, con una cuota del 0,8% y un aumento de 275 plazas (el 8,3%) y los campings recogen 3.337 plazas, con una cuota del 0,8% y un aumento de 500 plazas (el 17,6%). Formentera no tiene campings ni turismo rural. Se destaca el crecimiento del turismo rural en los últimos años, si bien no llega a representar todavía el 1% de la oferta reglada. Vemos que las Islas Baleares siguen disponiendo de una elevada cuota de hoteles en la oferta de alojamiento reglado (75%).

8.6.1.2. La capacidad de la oferta de alojamiento por categorías

En cuanto a una distribución y evolución por categorías del alojamiento reglado en las Baleares, solo referido al grupo de hoteles en sentido amplio, tenemos los datos siguientes: el 0,6% para los inferiores a una estrella (casas de huéspedes, hostales y pensiones), que crecen el 0,2%; el 5,1% para los de una estrella, con un decrecimiento del -7%; el 11,6% para los de dos estrellas, con un descenso del -5,6%; el 55,6% para los de tres estrellas, con una variación del 0,1%; el 25,3% para los de cuatro estrellas, con un crecimiento del 4,6%, y el 1,9% para los de cinco estrellas.

Es notable la progresiva pérdida de cuota de las categorías inferiores, a favor de las superiores, en los últimos años. El resultado neto, comentado anteriormente, es un aumento de capacidad de 243 plazas (0,1%), pero no en el tamaño medio del número de plazas por establecimiento, que pasa de las 161,8 en el 2004 a las 161,5 en el 2005. No obstante, este ratio ha experimentado una mejora, con un incremento del tamaño medio del número de plazas por establecimiento del 27% en los últimos diez años. (Ver el cuadro I-75.)

Dentro de este grupo de hoteles, el desglose por tipos sería el siguiente: el 63%, para los hoteles; el 26,1%, para los hoteles apartamentos; el 2,9%, para los hostales residencia; el 2,8%, para los hostales; el 2,7%, para las ciudades de vacaciones; el 1,2%, para hoteles residencia; el 0,7%, para las residencias apartamentos, y el 0,6%, para los tipos inferiores (casas de huéspedes, hostales y pensiones). En el año 2005 los tipos han tenido las variaciones de capacidad siguientes: aumentan los hoteles apartamentos

⁷¹ La oferta hotelera contiene toda la oferta regulada excepto apartamentos, hoteles rurales, turismo de interior, agroturismo y campings.

⁷² Incluye hoteles, turismo de interior y agroturismos.

(2,4%) y los tipos inferiores (0,2%), mientras que disminuyen los hoteles (-0,2%), los hoteles residencia (-4%), las residencias apartamentos (-14,6%), los hostales (2,2%), los hostales residencia (-2,6%) y las ciudades de vacaciones (-3,2%). El resultado neto, comentado anteriormente, es de un aumento de la capacidad de 243 plazas (0,1%)

8.6.2. EL NIVEL DE OCUPACIÓN DE LOS ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS⁷³

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 turísticos por islas.

8.6.2.1. El nivel de ocupación de los establecimientos turísticos en 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 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 para-hoteleros que no se incluyen en las categorías definidas por la Ley general de turismo de las Islas Baleares y todos esos establecimientos ubicados fuera de la zona turística.

Los resultados globales para Baleares indican una caída de la ocupación del -0,27% (de -0,2 puntos de variación), situándose en un 72,8%. Los seis meses que empeoran son febrero, julio y agosto, y de octubre a diciembre. La caída máxima es la del mes de diciembre, con un -8,5% (-4,2 puntos). (Ver el cuadro I-76.).

8.6.2.2. Los niveles de ocupación de los establecimientos turísticos por islas

Los resultados globales para Mallorca indican una ligera caída del nivel de ocupación del -0,1, situándose en un 73,2%. Los siete meses que empeoran son febrero, marzo, julio y agosto, y de octubre a noviembre. La disminución máxima se da en el mes de febrero, con un -4,5%.

Los resultados globales para Menorca indican una caída del nivel de ocupación del -2,8% puntos de variación, a pesar de que su tasa de variación, del 74,5%, es la máxima de todas las islas. Los seis meses que empeoran son enero, febrero, de mayo a junio, y octubre. La caída máxima es la de febrero, con un -18,2 puntos.

Los resultados globales de Ibiza indican que es la única isla que mejora su nivel de ocupación en un 2,2% situándose en un 70,4%. Los cuatro meses que empeoran son enero, julio, agosto y noviembre. La caída máxima es en el mes de noviembre, con un -19,4 puntos.

⁷³ Se debe tener en cuenta que estos datos registran la tasa de ocupación de la planta abierta y no tienen en cuenta la tasa de ocupación respecto al stock de plazas. Estos dos registros pueden evolucionar en sentido contrario – es decir, puede mejorar la tasa de ocupación de la planta abierta y puede empeorar la tasa de ocupación respecto del total de plazas – en caso que se de un mayor cierre de plazas en la temporada media y en la baja.

Los resultados globales para Formentera indican una caída del nivel de ocupación del -2,1 puntos, situándose en el 69,5%. Los cuatro meses que empeoran son abril, y de junio a agosto. La caída máxima se da en el mes de agosto, con un -12,4%.

8.6.3. LA RENTABILIDAD DE LOS HOTELES EN BALEARES

Según la encuesta de clima turística empresarial elaborada por Exceltur,⁷⁴ la mejora del grado de ocupación de los establecimientos hoteleros (sin apartamentos) y también la que se da en el nivel de precios en temporada alta ha permitido mejorar ligeramente el nivel de los beneficios, según se desprende de la opinión que expresan los directivos hoteleros.

Concretamente, el 62,5% de los encuestados enseñaba un crecimiento de sus beneficios en el momento del cierre del año, con unos niveles de hasta un 5% superiores al 2004; el 14,2%, con mejoras superiores al 5%, y otra fracción, del 23,2%, que expresaba niveles inferiores todavía a los conseguidos en el año anterior.

De lo contrario, también se pueden tener en cuenta los datos del noveno estudio que Ernst & Young hace sobre los indicadores económicos de la industria española, que, con una muestra de 400 hoteles, abarca más de 160.000 plazas (el 20% de la hostelería de tres, cuatro y cinco estrellas), diferenciando los hoteles urbanos y vacacionales. Ofreciendo datos para Madrid, Cataluña, Valencia, las Canarias y las Baleares. Según esta información, los hoteles de tres estrellas en las Islas Baleares mantienen estable la rentabilidad, mientras que los de cuatro y cinco estrellas la mejoran desde el año 2002.

8.6.4. EL <<TODO INCLUIDO>>

Según los datos oficiales del Servicio de Información de Turismo de la Conserjería de Turismo, de los hoteles que entre sus servicios ofrecen el <<todo incluido>> y que hacen referencia solo a Mallorca, se ha pasado de los 153 establecimientos en el 2004 a los 168 en el 2005, de los cuales sólo algunos ofrecen exclusivamente el <<todo incluido>>. En cuanto al número de plazas, se ha pasado de los 62.555 del 2004 a los 72.556 del 2005. Por categorías el 89,5% de las plazas se concentra en los hoteles de tres y cuatro estrellas y el 93,5% de los establecimientos tienen, más de cien plazas. (Ver el cuadro I-77.)

El informe del comité de expertos sobre el <<todo incluido>> resolvió que no era necesario regular este sistema, dado que ya existe una normativa suficiente para regularlo, si bien es partidario para agilizar los sistemas de las reclamaciones y también de mejorar los sistemas de calidad y de seguridad contractual en la presentación de los servicios turísticos. El informe también recomienda crear un observatorio sobre la evolución de la demanda del sector.

8.6.5. LA OFERTA COMPLEMENTARIA

Los datos de la oferta complementaria recogidos en el anuario del CITTIB hacen referencia a la oferta de restaurantes, cafeterías, y bares. En total, representan 10.401 establecimientos (con un crecimiento del 2,8%), que totalizan 466.936 plazas (con un crecimiento del 5,4%). (Ver el cuadro I-78.)

⁷⁴ Ver: Perspectivas turísticas EXCELTUR, n. 15, enero 2006.

Por segmentos de la oferta complementaria, cabe destacar el crecimiento en el número de plazas de los bares (8,3%) y cafeterías (6,8%), mientras que los restaurantes crecen por debajo de la media de la oferta complementaria, con un 4,1%.

Por islas, el crecimiento de plazas más importante de la oferta complementaria se sitúa en Ibiza, con un 5,8%, mientras en Formentera el crecimiento es poco significativo ya que no llega al 1%.

8.6.6. LA DIVERSIDAD DE LOS PRODUCTOS TURÍSTICOS

En relación a la oferta de otros productos, los estudios de la CAEB, destacan la oferta del turismo náutico, de golf y de cicloturismo y también el turismo de crucero. (Ver el cuadro I-79.)

Según estos datos se desprende los siguiente:

- El turismo náutico (yate propio o de alquiler), con una estimación de 276,4 mil turistas y 14,2 días de estancia media, generó para las Baleares unos 108,1 euros por persona y día y un total de 422,8 millones de euros. La mayor parte de este turismo alquila un barco (55%), mientras que la otra alternativa es llegar a las Islas con un barco propio (45%). Además de esta cantidad, se debería de añadir la que generan las diversas regatas que se celebran en la comunidad, la más emblemática de las cuales es la Copa del Rey, en Palma, en la que participan unas dos mil cuatrocientas personas, con una media de 11 días de estancia. Los participantes gastan unos 340 euros por persona y día, lo cual da un total de 9 millones de euros (según un estudio de la Cámara de Comercio de Mallorca y de las Pitiusas).
- El crucerista marítimo (aunque no tiene la calificación de <<turista>>) generó para las Baleares en el 2005 cerca de 57 euros por persona y día, con un total de 71 millones de euros para los 860 mil cruceristas.
- El turista jugador de golf generó para las Baleares en el 2005 cerca de 153,8 euros por persona y día, y un total de 158 millones de euros para los 103,7 mil golfistas⁷⁵ (con una estancia media de 9,9 días).
- El cicloturista generó para las Baleares en el año 2005 unos 71,4 euros por persona y día. Son unos 81.000 cicloturistas,⁷⁶ con una media de 9,7 días de estancia, y que gastaron un total de 56 millones de euros.

También se puede destacar como una oferta diferenciada del turista tradicional de las Baleares el que se conoce bajo el nombre de hoteles ciudades, que presenta un dinamismo suficientemente importante en los últimos años.

⁷⁵ Incluye los acompañantes.

⁷⁶ Incluye los acompañantes.

8.7. LOS INGRESOS TURÍSTICOS DE LAS BALEARES

Los datos del estudio de los gastos de los turistas de la comunidad autónoma de las Islas Baleares, elaborada por el Centro de Investigación y Tecnología Turística de las Islas Baleares (CITTIB), permiten realizar un análisis de la evolución del gasto de los turistas en las Islas Baleares por los siguientes conceptos: por vía de acceso, por mercados de origen, por tramos de pernoctaciones, por el uso del paquete turístico, por motivos de viaje, por tipos de alojamiento principal y por zonas de destino. En este apartado, por razón de simplificación, nos referimos solamente a los datos por mercados de origen y a los datos por zonas de destino.

8.7.1. EL GASTO DE LOS TURISTAS POR MERCADO DE ORIGEN

El total del gasto turístico alcanza un valor de 10.430,3 millones de euros, con un crecimiento del 6,2%, de los cuales el 84,5% (8.810,4 millones de euros) corresponden al turismo extranjero, con un crecimiento del 5,4%, y el resto, al nacional, con un peso del 15,5% (1.619,9 millones de euros) y un crecimiento del 10,6%. (Ver el cuadro I-80.)

Respecto al turismo extranjero, tres nacionalidades concentran el 78% del total del gasto: los alemanes, con un 38,2% (3.362,8 millones de euros) y con un crecimiento del 13,6%; los británicos con un 34,8% (3.067,8 millones de euros) y un crecimiento del 1,1%, y los italianos, con un 5% (442,1 millones de euros) y un crecimiento del 2,1%.

En cuanto al turismo procedente del Estado, tres comunidades autónomas concentran el 79,8% del total del gasto: Madrid, con un 34,2% (554,3 millones de euros) y con un incremento del 37,8%; Cataluña, con un 33% (534,2 millones de euros) y con un crecimiento del 27,3%, y la Comunidad Valenciana con un 12,6% (203,5 millones de euros), que crece el 12,6%.

El gasto medio por persona y día es de 88,68 euros (con un crecimiento del 0,8%), de los cuales 34,91 euros corresponden al paquete turístico; 14,08 euros, es el gasto en origen y 39,70 euros, es el gasto en destino. El gasto medio por persona y día de los extranjeros es de 92,89 euros (con un crecimiento del 1,3%), de los cuales 39,43 corresponden al paquete turístico; 12,75 euros, de gasto en origen y 40,71 euros, del gasto en destino. Por otra parte, el gasto medio por persona y día de los españoles es de 71,15 euros (con un decrecimiento del -0,1%), 16,08 euros corresponden al paquete turístico; 19,60 euros, al gasto en origen, y 35,48 euros, al gasto en destino.

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

Del total del gasto turístico el 56,3% (5.871,0 millones de euros) corresponde al turismo que usa paquete turístico, con un decrecimiento del -6,9%, y el resto corresponde al turismo que no usa paquete turístico, con un peso del 43,7% (4.559,3 millones de euros) y un crecimiento del 29,7%. (Ver el cuadro I-81.)

Por parte del turismo extranjero, el 59,8% (5.267,7 millones de euros) se identifica con el turismo que usa paquete turístico, con un crecimiento negativo del -7,4%, y el resto, corresponde al turismo que no usa paquete turístico, con un peso del 40,2% (3.542,7 millones de euros), que crece un 32,8%.

En relación al turismo del resto de comunidades autónomas, el 62,8% (1.016,6 millones de euros) corresponde al turismo que no usa paquete turístico, con un crecimiento del 19,9%, y el resto, al turismo que usa paquete turístico, con un peso del 37,2% (603,3 millones de euros) y un crecimiento negativo del -2,2%.

El gasto medio por persona y día de los cuales usan paquete turístico es de 98,14 euros: 68,63 euros se destinan al paquete turístico; 0,91 euros, al gasto en origen, y 28,60 euros, al gasto en destino. En cambio, el gasto medio por persona y día de los que no usan paquete turístico es de 78,89 euros, de los cuales 27,71 euros corresponden con el gasto en origen y 51,18 euros, al gasto en destino.

8.7.3. EL GASTO DE LOS TURISTAS POR ZONAS DE DESTINO

Del total del gasto turístico, Mallorca concentra el 75,3% (7.848,9 millones de euros), con un crecimiento del 10,5%; Ibiza representa el 14% (1.462,7 millones de euros), con un decrecimiento negativo del -3%; Menorca, representa el 9,2% (963,7 millones de euros), con un decrecimiento negativo del -8,9%, y Formentera, el 1,5% (155,0 millones de euros), con un incremento del 1,9%. (Ver el cuadro I-82.)

En cuanto al total del gasto turístico extranjero, Mallorca concentra el 77,2% del total (6.802,7 millones de euros), con un incremento del 9,6%; Ibiza, el 12,8% (1.131,1 millones de euros), con un decrecimiento negativo del -3,4%, Menorca representa el 8,4% (740,5 millones de euros) con una diferencia negativa del -12,8%, y Formentera el 1,5% (136,2 millones de euros), que crece el 3,4%.

Respecto al total del gasto turístico procedente del resto de las comunidades autónomas, Mallorca representa el 64,6% del total (1.046,3 millones de euros), con un crecimiento del 16,2%; Ibiza, representa el 20,5% (331,6 millones de euros), con un decrecimiento negativo del -1,4%; Menorca, el 13,8% (223,2 millones de euros), con un crecimiento negativo del -7,3%, y Formentera, el 1,2% (18,8 millones de euros), con un decrecimiento negativo del -8,0%.

El gasto medio por persona y día en Mallorca es de 88,16 euros, de los cuales 33,62 euros corresponden al paquete turístico; 14,330 euros, es el gasto en origen y 40,21 euros, al gasto en destino. El gasto medio por persona y día en Ibiza es de 90,92 euros: 36,17 euros provienen del paquete turístico; 14,90 euros, del gasto en origen, y 39,84 euros, del gasto en destino. Así mismo, el gasto medio por persona y día en Menorca es de 88,48 euros, de los cuales 41,15 euros que corresponden al paquete turístico; 11,54 euros, al gasto en origen y 35,78 euros es el gasto en destino. Para acabar, el gasto medio por persona y día en Formentera es de 96,68 euros: de los cuales 51,02 euros corresponden al paquete turístico; 9,09 euros, al gasto en origen, y 36,57 euros es del gasto en destino.

8.8. LA OCUPACIÓN LABORAL EN EL SECTOR DEL HOSPEDAJE Y RESTAURACIÓN

Los datos del 2004 y del 2005 son los de la Tesorería de la Seguridad Social, publicados por el CITTIB. Estos datos corresponden a las actividades de hospedaje y a la

restauración y se ofrecen por trimestres y por categorías de asalariados y de autónomos. (Ver el cuadro I-83.).⁷⁷

Según estos datos, la ocupación total, como media anual llegó a 70.249 personas con un crecimiento del 2,5%, de las cuales, 57,9 mil corresponden a asalariados (el 82,5%) con un crecimiento del 3%, y, 12,3 mil, autónomos (el 17,5%) con un crecimiento del 0,7%. Por trimestres la estacionalidad de la ocupación (diferencia entre la punta trimestral máxima y mínima) se puede estimar en 55,9 mil personas. En el tercer trimestre se da el crecimiento máximo, con un 4%, y el mínimo, en el primero, con un 0,87%. Todos los trimestres presentan un crecimiento de la ocupación.

La restauración, con 35.446 ocupados de media anual representan el 50,4% del total y el hospedaje con 34.803 ocupados representa el 49,6% restante. En términos de ocupación, la restauración crece 13,5 veces más que el hospedaje, ya que la tasa de crecimiento es del 4,7% y la de hospedaje no llega a los 0,4%.⁷⁸ En restauración no se registra ningún trimestre con tasa de crecimiento negativa de ocupación llegando al 7% de crecimiento a lo largo del tercer trimestre del 2005, con un mínimo del 2,8% en el primer trimestre. En cambio, en el hospedaje en el primer trimestre y en el cuarto se encuentran tasas negativas del -1,6% y -1,3%. Al tercer trimestre se llega a una tasa máxima del 1,9%.

La distribución entre asalariados y autónomos también presenta diferencias significativas entre las dos ramas. Así, mientras en restauración la distribución es del 68,6% y 31,4%, en el hospedaje es del 96,8%, frente al 3,2%.

Por trimestres, la estacionalidad de la ocupación en restauración es de 21,5 mil personas y en el hospedaje, de 34,7 mil personas. También cabe remarcar que en el cuarto trimestre del 2005, en relación al del año 2004, se acentúa la pérdida de ocupación, ya que la restauración lo hace en un 8,2% más que en el 2004, el hospedaje, un 3,8% más, y el total en un 5,2% más.

⁷⁷ No ha sido posible encontrar una mejor disgregación a nivel de tres dígitos.

⁷⁸ Estas diferencias también denotan la dirección que representa la demanda de los residentes en el caso de la restauración muy por debajo de la que se dirige hacia el hospedaje, aún sí en los últimos años se está intensificando.