

VALORACIÓN EJERCICIO TURÍSTICO 2024

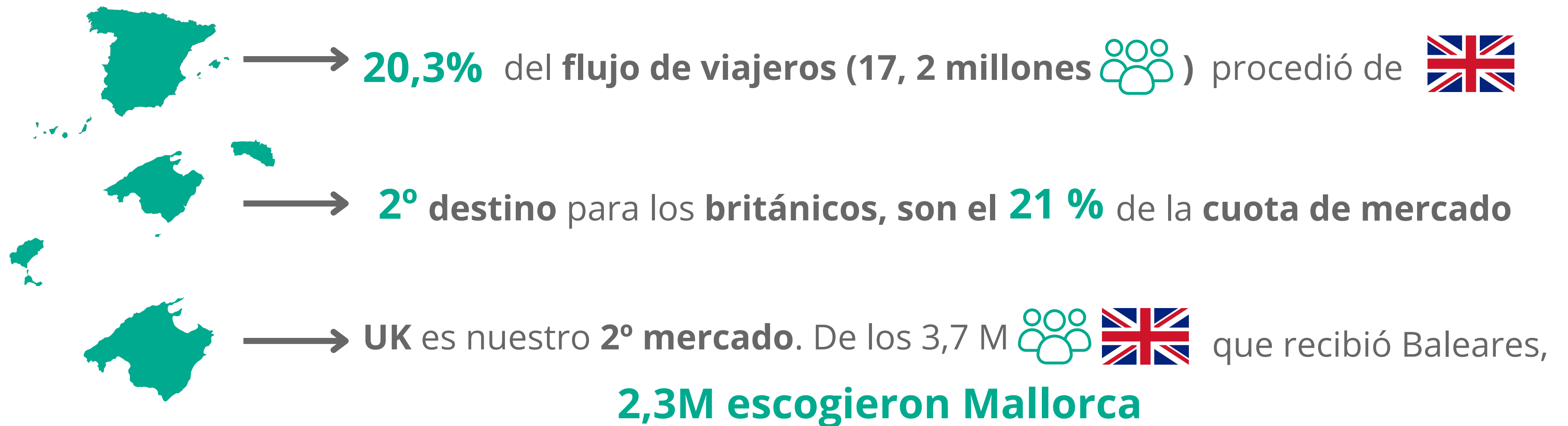
- *Evolución del mercado británico: comportamiento y tendencias*
- *Trabajadores, residentes y turistas: una triple experiencia compartida que enriquece la transformación del turismo*

Evolución del mercado británico

COMPORTAMIENTO Y TENDENCIAS

*En **UK**, la imagen de España sigue manteniendo niveles muy altos de consideración*
SOMOS EL PRINCIPAL DESTINO VACACIONAL DE LOS BRITÁNICOS

2023



6 de cada 10 británicos que visitaron Baleares, recalaron en Mallorca

En lo que llevamos de 2024
MALLORCA MANTIENE EL RITMO DE LLEGADAS DE 2023

El comportamiento desciende levemente durante los meses centrales de la temporada (junio-agosto)

	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO
Reino Unido 2019	16.346	19.348	37.960	190.881	311.327	362.197	365.835	372.122
Reino Unido 2023	9.249	16.097	41.655	164.470	316.045	393.655	382.356	383.939
Reino Unido 2024	12.205	20.443	63.446	184.110	278.929	391.869	349.535	369.930

Fuente FRONTUR

Se consolida un **cambio de tendencia** por parte del cliente británico que apuesta cada vez más por Mallorca **los meses precedentes y posteriores al verano**

MARZO Y ABRIL, LOS MESES QUE MÁS SE CRECEN

El objetivo no es crecer en volumen y aunque la “sensación” es que recibimos más visitas, los datos no mienten

*En la actualidad, Mallorca aún no ha recuperado la cuota de mercado de 2019:
20% y 2.394.000 turistas*

EL BRITÁNICO ES UN MERCADO FIEL

- Las vacaciones **no son un lujo, sino una necesidad.**
- Independientemente de su situación económica, **no renuncian a viajar.** Aunque condiciona el **número de viajes al año, el gasto y la duración.**
- **Valora especialmente** productos como el de **sol y playa plus, city breaks y deportes en plena la naturaleza:**



Sol y playa
plus



Senderismo



Ciclismo



Vela

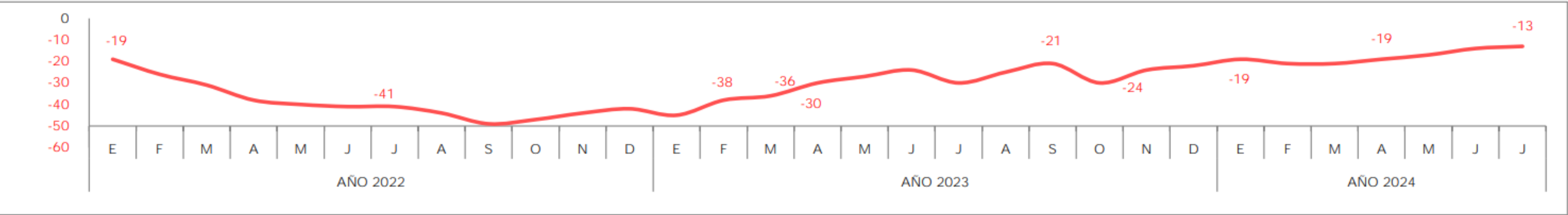


Golf

A pesar de la inestabilidad política y económica de los últimos años
ES UN MERCADO QUE SE VA RECUPERANDO

- En estos últimos meses la economía británica **creció por encima de lo previsto, un 1,5% acumulado desde diciembre**, según datos de la Oficina de Estadísticas Nacionales (ONS) de UK

INDICADOR DE SENTIMIENTO ECONÓMICO - GFK GROUP



Fuente Turespaña

- Se constata una reacción positiva después de haber **superado una recesión técnica durante la segunda mitad del año pasado**.

	2021	2022	2023	2024 prev	2023 - 3T	2023 - 4T	2024 - 1T	2024 - 2T
PIB (% variación) ¹	7,6	4,1	4,1	0,5	-0,1	-0,3	0,7	0,0
IPC (% variación) ²	2,6	9,1	7,3	2,5	6,3	4,2	3,8	2,8
TASA DE DESEMPLEO	4,6	3,9	4,0	4,2	4,1	3,8	4,3	-

¹ Los datos trimestrales reflejan las variaciones intertrimestrales

² Variación interanual

Fuentes: Eurostat, FMI y autoridades nacionales

Fuente Turespaña

En lo que va de año la estancia media en Mallorca es de 6,3 días, se reduce un 1,4 respecto a 2023

El turismo es una conquista social que se ha acelerado en los últimos años por el acceso a la tecnología a través de su dispositivo móvil

- Viajero más independiente y con poder de decisión
- Hiper personalización de la estancia
- Se acelera la multimodalidad en la contratación

Gráfica de estancias medias 2014-2024 en Mallorca e Islas Baleares

MALLORCA	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEM.	OCTUBRE	NOVIEM.	DICIEM.	TOTAL
2014	6,28	4,50	4,79	5,63	5,50	5,62	6,32	6,71	6,75	6,59	6,38	4,17	6,28
2015	4,30	4,90	5,62	5,33	5,52	6,35	6,81	6,96	6,88	6,65	4,19	3,69	6,37
2016	4,34	4,59	5,20	5,23	5,72	6,20	6,48	6,51	6,42	6,52	4,63	3,65	6,13
2017	4,36	4,18	5,07	5,31	5,77	6,26	6,32	6,58	6,23	6,20	3,92	3,49	6,05
2018	3,61	4,12	4,95	5,31	5,57	5,88	6,29	6,57	6,00	6,04	3,72	3,24	5,88
2019	3,22	3,98	4,58	4,78	5,23	5,77	6,09	6,17	5,96	5,85	3,49	3,42	5,65
2020	3,66	3,92	4,63	0,00	...	...	5,16	5,06	3,58	2,63	2,21	2,36	4,46
2021	2,59	2,22	3,14	3,95	4,32	4,48	5,68	5,75	5,44	5,31	3,82	3,03	5,25
2022	3,20	3,47	4,16	4,63	4,71	5,30	5,61	5,97	5,56	5,39	3,81	3,18	5,32
2023	3,28	3,82	4,25	4,52	5,02	4,99	5,64	5,93	5,60	5,59	3,88	3,26	5,29
2024	3,52	4,08	4,63	4,54	4,91	5,20	5,61	5,75					
I. BALEARS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEM.	OCTUBRE	NOVIEM.	DICIEM.	TOTAL
2014	4,19	4,62	5,50	5,36	5,44	6,14	6,52	6,60	6,47	6,39	3,98	3,58	6,16
2015	3,95	4,73	5,45	5,26	5,41	6,18	6,46	6,62	6,68	6,55	3,92	3,46	6,18
2016	4,06	4,40	5,11	5,11	5,54	5,96	6,16	6,26	6,18	6,46	4,42	3,47	5,94
2017	4,03	4,02	4,89	5,17	5,56	6,03	5,99	6,26	5,95	6,12	3,85	3,40	5,84
2018	3,42	3,98	4,79	5,12	5,34	5,68	6,10	6,35	5,86	5,93	3,71	3,14	5,73
2019	3,09	3,88	4,45	4,65	5,05	5,57	5,84	5,96	5,73	5,74	3,33	3,31	5,49
2020	3,42	3,73	4,43	0,00	2,79	2,90	4,73	4,65	3,60	2,61	2,14	2,32	4,19
2021	2,43	2,17	2,97	3,72	4,13	4,33	5,39	5,51	5,30	5,20	3,61	2,90	5,08
2022	3,02	3,35	4,04	4,49	4,63	5,14	5,45	5,57	5,39	5,28	3,61	3,07	5,16
2023	3,16	3,70	4,13	4,40	4,90	4,90	5,43	5,69	5,42	5,37	3,67	3,07	5,15
2024	3,29	3,85	4,51	4,43	4,70	4,98	5,37	5,52					

Fuente IBESTAT

La tendencia del mercado  mejora considerablemente mes a mes, sube 2 puntos
Oscila entre las estancias de 4 noches de principios año, a las 6 de julio y agosto (familiar)

TANTO RESIDENTES COMO TURISTAS SALIMOS MÁS VECES Y LAS ESTANCIAS SE REDUCEN

Más llegadas al aeropuerto no se traducen en más estancias hoteleras, ni en turistas en los hoteles

Conexiones

Palma con aeropuertos internacionales



35 alemanes



27 británicos

27/10/24-29/03/25: mantenemos conectividad vuelos a 20 ciudades

- Londres
- Manchester
- Birmingham
- East midlands
- Bristol
- Liverpool
- Newcastle
- Leeds
- Edinburgh
- Belfast
- Glasgow
- Exeter
- Cardiff
- Aberdeen
- Norwich
- Bournemouth
- Southampton
- Teesside
- Humberside
- Inverness
- Nottingham

↑ 4,7 % asientos 
520.000 total
Palma-UK

*crecemos en
temporada baja*

GASTO PERSONA / DÍA

- Desde 2019, el mercado  es **el 3º que más crece** en gasto persona/día **(+25%)**.
- En 2024, la media en Mallorca es de **191,90 €**.
- El **mercado británico** se sitúa en **197,51 € (+9 %)** respecto a 2023 y ocupa la **4º posición por detrás del turista belga (231 €), suizo (222 €) o nórdico (207 €)**.
- **Alemania** ocupa el 6ª lugar con 183 € en gasto persona/día. Desde 2019, su crecimiento ha sido del 19 %.

OCUPACIÓN POR PLAZAS ABIERTAS

- Las pernoctaciones del mercado británico **han descendido entorno a un 6% respecto a 2023**.

TRABAJADORES, CIUDADANOS Y TURISTAS

**Una triple experiencia compartida
que enriquece la transformación del turismo**

Somos una industria altamente especializada, que añade valor y con gran capacidad para asumir las transformaciones que merecen:

EQUIPOS, COMUNIDAD LOCAL Y CLIENTES



PIONEROS

EN EL ASOCIACIONISMO
TURÍSTICO NACIONAL



48

AÑOS DE
TRAYECTORIA



23

AAHH
INTEGRADAS



200.000

PLAZAS
HOTELERAS



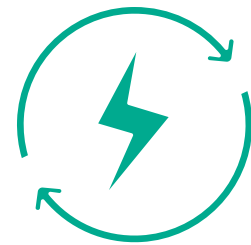
860

ESTABLECIMIENTOS
HOTELEROS



15%

PLANTA
NACIONAL



+ 3.000 M€

INVERTIDOS
RECONVERSIÓN HOTELERA



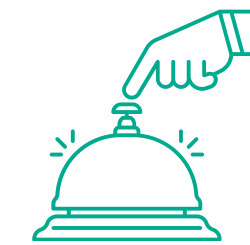
70%

PLANTA
TRANSFORMADA



7/10

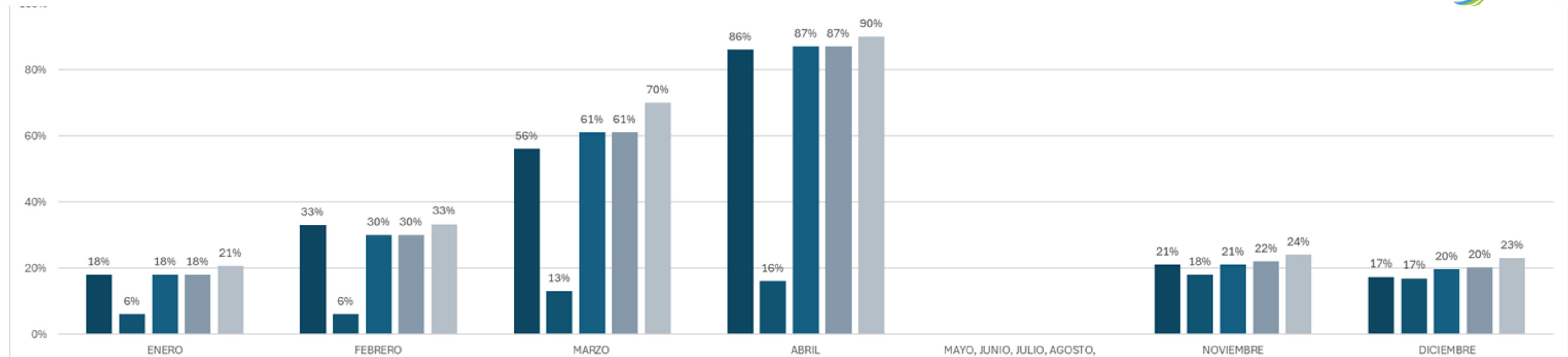
HOTELES
4 Y 5 ESTRELLAS



8/10

NUEVAS
CONTRATACIONES
AL SECTOR TURÍSTICO

2. Una experiencia compartida: trabajadores, ciudadanos y turistas



ESTAMOS CENTRADOS EN APORTAR Y DISTRIBUIR VALOR ANTES Y DESPUÉS DE LOS MESES CENTRALES PARA EQUILIBRAR LOS PICOS DE LA DEMANDA

- Lo importante es crecer con planificación, seleccionado muy bien dónde, cuándo y cómo. **En el 1er cuatrimestre (enero-abril) y entre noviembre-diciembre, superamos el % de aperturas de la planta hotelera de 2019.**
- Por 4º año consecutivo, Mallorca hará una apertura temprana de la planta hotelera. **Se pospone una quincena por el retraso de la Semana Santa.**
- **2025: 30% abrirá en febrero y 50% marzo. El 70% alcanzado a finales de marzo de 2024, se alcanzará la primera quincena de abril.**

EL 100% DE LA PLANTA YA ESTARÁ OPERATIVA EN MAYO 2025, AL IGUAL QUE EN 2024

Nuestro objetivo es suavizar los picos de demanda y equilibrar, dar estabilidad laboral a las plantillas e impulsar al resto de sectores económicos a la vez que fidelizamos talento

	Serveis d'allojament		Serveis de menjars i begudes		Total		Var (%)
	2023	2024	2023	2024	2023	2024	
gener	16.986	18.999	32.025	33.341	49.011	52.340	6,8%
febrer	25.107	29.125	34.871	36.652	59.978	65.777	9,7%
març	45.030	49.847	44.721	49.407	89.751	99.254	10,6%
abril	70.702	76.265	60.023	61.396	130.725	137.661	5,3%
maig	85.895	89.988	69.325	72.183	155.220	162.171	4,5%
juny	92.167	95.825	74.517	77.079	166.684	172.904	3,7%
juliol	95.605	98.871	76.917	79.086	172.522	177.957	3,2%
agost	94.748	99.001	74.361	78.460	169.109	177.461	4,9%
Mitjana gener-agost	65.780	69.740	58.345	60.951	124.125	130.691	5,3%

Font: OTIB a partir de les dades de la TGSS

EN AGOSTO LA SEGURIDAD SOCIAL REGISTRÓ 177.461 TRABAJADORES EN HOSTELERÍA
99.001 (55,8%) en alojamiento y 78.460 (44,2%) en restauración

Entre enero-agosto 2024 la afiliación en hostelería ha crecido un 5'3% vs 2023.

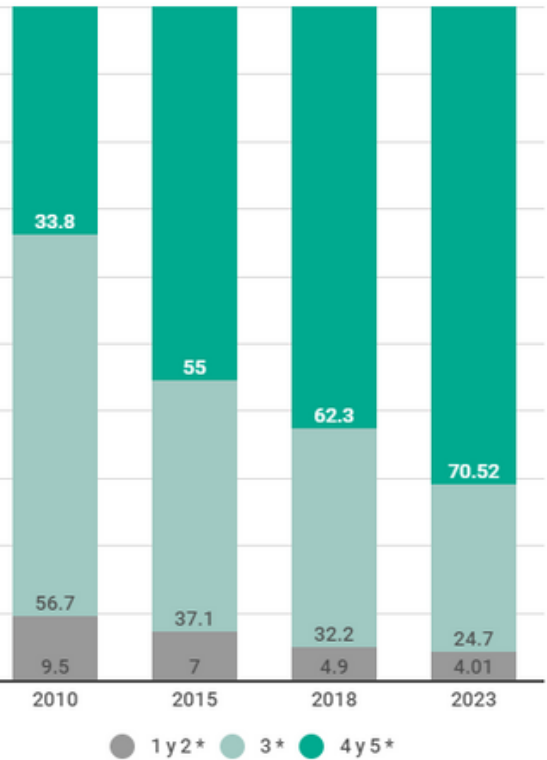
El % incremento salarial acumulado de los últimos 10 años (hasta abril 2024) en base al Convenio de Hostelería de Baleares asciende a 33,6%, 10 puntos por encima del IPC en el mismo periodo

Somos conscientes de que **no se puede crecer ilimitadamente los meses de verano** por eso nos hemos reposicionado, mejorado nuestra oferta y producto y el cliente lo ha entendido, desplazando parte a los meses de temporada baja

ESTE ES EL CAMINO, NO HAY OTRO.

De 2015 a 2022 se realizó una importante reconversión de la planta hotelera que supuso la inversión de más de 3.000 M€ que permitió

PARALELAMENTE



Desde el 2015 hasta hoy las plazas hoteleras de **4 y 5 estrellas se han doblado**

del **33** al **70%**

- Las plazas hoteleras en Baleares solo crecieron un **5,2%**
- Mientras que plazas del alquiler turístico legal aumentaron un **136%**

EN MALLORCA ESTE CRECIMIENTO SE HA DISPARADO  **172%**

EN **8** AÑOS EL ALQUILER TURÍSTICO HA CRECIDO **25** VECES MÁS QUE EL HOTELERO

Esta mejora de la calidad, sin un incremento significativo en la cantidad de plazas, demuestra el enfoque del sector hotelero hacia un producto mucho más especializado

Las nuevas aperturas han venido de la mano de reposicionamientos asociados a la recuperación de valores locales, como la reconversión de hoteles existentes con un aumento significativo de prestaciones y categoría o incluso de la rehabilitación de antiguos Casals en Palma o Posesiones el interior de la isla.

EN NINGÚN CASO ESTAMOS HABLANDO DE NUEVAS CONSTRUCCIONES

- *Ikos Portopetro (5*GL)*
 - *Nobis Hotel Palma (5*)*
 - *Palacio Can Marquès (5*)*
 - *Aubamar Suites and Spa (5*)*
 - *Kimpton Aysla (5*)*
 - *Autograph Collection Son Antem (5*)*
 - *Portella (5*)*
 - *Almond Valley Mallorca, Pollença*
 - *Four Seasons Resort Mallorca at Formentor (5*)*
 - *Hotel Mandarin Oriental Punta Negra (5*)*
- Esta tendencia es la que nos permite que prácticamente el 100% de la planta permanezca abierta entre 8-9 meses. **En octubre ha estado operativa el 80% de la planta, 8 de cada 10 hoteles.**
 - En **noviembre y diciembre superamos también 2019**. 2 puntos por encima de noviembre y 3 puntos por encima de diciembre 2023. Con el 24% y 23% de la planta hotelera abierta.

PERO LAS EMPRESAS NO SON SOLO NÚMEROS, SOMOS PERSONAS

TRABAJAMOS EN DIVERSOS FRENTE PARA MEJORAR

Bienestar de trabajadores y facilitar la conciliación: acompañando a las empresas en la elaboración de los estudios de cargas de las camareras de pisos y capacitación en todas las áreas de la operativa hotelera a través de píldoras informativas de plataformas tecnológicas.

Tecnología y descarbonización, ambos muy ligados:

- *A través de herramientas tecnológicas para facilitar la reducción de desperdicio alimentario.*
- *Impulsando la transformación del residuo al recurso, generando compost para payeses a través del proyecto hoteles circulares.*
- *Somos grandes recicladores, en las zonas turísticas los meses de máxima afluencia, la recogida selectiva de vidrio, papel, envases y orgánica aumenta un 4.5% (del 18.6% al 23.1%) .*
- *Reutilizamos el agua depurada y apostamos por las energías renovables.*
- *Defendemos una movilidad para trabajadores, ciudadanos y turistas, todos somos usuarios sin distinciones. Es imprescindible desarrollar la multimodalidad (combinación de sistemas de transportes y tecnología).*
- *HOTECMA, la Escuela técnica de mantenimiento hotelero creada hace 7 años en Mallorca pone en marcha el primer FP Dual en Circularidad destinado al sector hotelero.*

DESAFORTUNADAMENTE PARA CIERTOS SECTORES, LA VISIÓN SOBRE EL TURISMO ES FRAGMENTADA Y LA ACHACAN AL IMPACTO NEGATIVO SIN VALORAR LAS EXTERNALIDADES POSITIVAS DE UNA ECONOMÍA ALTAMENTE ESPECIALIZADA CON ALTA DOSIS DE INNOVACIÓN

**DESDE LA PANDEMIA, LA WTTC HABLA DE UN TURISMO QUE APORTA (NO COMPENSA, NI MINIMIZA) ¿CÓMO?
A TRAVÉS DEL REFUERZO DE ALIANZAS, HACIENDO PARTÍCIPE A OTROS SECTORES, COMUNIDAD LOCAL Y RESIDENTES Y
APOSTANDO POR LA TECNOLOGÍA PARA LA GESTIÓN DEL DESTINO**

- Estamos trabajando en un primer encuentro entre **sector hotelero-productores agrícolas locales** y en la **aportación de valor de la actividad turística y carrera profesional en la comunidad educativa**.
- Una denuncia que manifestamos muchas veces y en la que coincidíamos con los grupos ecologistas de Baleares, **era sobre la necesidad de mejorar el destino de la recaudación del ITS y los mecanismos para la elección de proyectos que lograsen un mayor consenso**.

**PARA SER MÁS COMPETITIVOS Y CONSUMIR MENOS RECURSOS, DEBEMOS HACERLO MEJOR, CON MAS EFICIENCIA.
LA COMPETITIVIDAD ES LO ÚNICO QUE ABRE LAS PUERTAS A UNA MAYOR PROSPERIDAD.
LAS REFORMAS SE DEBEN PLANTEAR EN ÉPOCAS DE BONANZA**

- *El mercado británico sigue siendo un mercado decisivo para Mallorca, no solo en vacacional. **UK ha respondido al reposicionamiento de la planta y nos acompaña cada vez más todo el año, los meses antes y después de los fuertes del verano son los que se constata un mayor crecimiento apoyado en la diversificación del producto.***
- *Esta tendencia se sustenta en la apuesta y compromiso del sector empresarial hotelero de Mallorca. Nuestro principal objetivo es **suavizar los picos de demanda y equilibrar, dar estabilidad laboral a las plantillas e impulsar al resto de sectores económicos a la vez que fidelizamos talento***
- *El turismo es una actividad hiper personalizada, centrada en el futuro y en hacer partícipe a la comunidad local y no dejándola fuera de la ecuación. **Trabajadores, ciudadanos y turistas, todos somos usuarios sin distinciones: una triple experiencia compartida que enriquece la transformación del turismo***

Fehm.

Federación Empresarial
Hotelera de Mallorca

<http://www.fehm.info/>

