



**Universitat de les
Illes Balears**

Facultad de Turismo

Memoria del Trabajo de Fin de Grado

Alternativas al Turismo de Sol y Playa en las Islas Baleares

Melbourne Ceasar Obello Dauz

Grado de Turismo

Año académico 2018-19

DNI del alumno: 43784977Q

Trabajo tutelado por Óscar Vicente Chirivella

Departamento de Economía de la Empresa

Palabras claves del trabajo:

Turismo de sol y playa, turismo alternativo, turismo activo, Islas Baleares.

Resumen

Este trabajo se centra en el estudio de las alternativas turísticas al sol y playa que han aparecido en los últimos años en las Islas Baleares, ubicación elegida como lugar de investigación. El objetivo es identificar las distintas ramas de negocio independientes del turismo de sol y playa. Tras contextualizar la situación económica y social del turismo de Baleares, se procederá a analizar una de alternativas turísticas existentes en las Islas. En este trabajo nos centraremos en la oferta del turismo activo. Finalmente, tras hacer un análisis DAFO de cada alternativa turística estudiada, se realizará unas conclusiones obtenidas sobre el turismo alternativo que presenta la comunidad Balear.

Palabras claves del trabajo: Turismo de sol y playa, turismo alternativo, turismo activo, turismo deportivo, Islas Baleares, análisis DAFO.

Abstract

This research focuses on the study of the tourism alternatives to sun and beach that have appeared in the recent years in the Balearic Islands, location selected as a research site. The objective is to identify the different independent business branches of sun and beach tourism. After establishing the economic and social context of the Balearic tourism, we will proceed to analyse one of the existing tourism alternatives of the Islands. In this work we will focus on the offer of active tourism. Finally, after making a SWOT analysis of each tourism alternative studied, conclusion will be drawn about the alternative tourism that are offered in the Balearic Islands.

Key words: Sun and beach tourism, tourism alternative, active tourism, sports tourism, Balearic Islands, SWOT analysis.

Índice de contenidos:

1. INTRODUCCIÓN	6
1.1 Evolución del turismo español.....	8
1.2 Factores claves que alzaron el turismo en Baleares	9
1.3 Masificación del turismo de Sol y Playa.....	12
1.4 El turismo de las Islas Baleares en la actualidad	14
2. METODOLOGÍA	16
3. ALTERNATIVAS TURÍSTICAS DISPONIBLES	17
3.1 Turismo de Golf	19
3.2 Cicloturismo.....	22
3.3 Palma Marathon Mallorca	26
4. CONCLUSIONES	30
5. BIBLIOGRAFÍA	32

Lista de gráficos y tablas:

Gráfico 1. Tráfico total de cruceros por pasajeros.

Gráfico 2. El incremento de los pasajeros en las aerolíneas de bajo coste en Europa.

Gráfico 3. Impacto de llegada de turistas tras la consolidación de las aerolíneas de bajo coste en Europa.

Gráfico 4. Llegadas mensuales de pasajeros en el aeropuerto son Sant Joan en los últimos 3 años.

Gráfico 5. Interés por productos turísticos en España.

Gráfico 6. Distribución de las llegadas de cicloturistas a Baleares.

Gráfico 7. Número de participantes en pasadas ediciones.

Gráfico 8. Número de participantes en el Palma Marathon Mallorca en los últimos 4 años.

Tabla 1. Principales diferencias entre el turismo de masas y el turismo alternativo.

Tabla 2. Evolución de la llegada de turistas vía aérea.

Tabla 3. Análisis DAFO del turismo de golf.

Tabla 4. Análisis DAFO del cicloturismo.

Tabla 5. Análisis DAFO de Palma Marathon Mallorca.

Lista de acrónimos y siglas:

Impactur: Estudio de Impacto Económico del Turismo.

MICE: reuniones, incentivos, conferencias y exposiciones.

Exceltur: Alianza para la Excelencia Turística.

CAEB: Confederación de Asociaciones Empresariales de Baleares.

DGT: Dirección General de Tráfico.

UIB: Universidad de las Islas Baleares.

FEH: Federación Empresarial Hotelera.

FEA: Federación Española de Atletismo.

AIMS: Asociación Internacional de Maratones.

FCIB: Federación del Ciclismo de las Islas Baleares.

AENA: Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea.

CAIB: Gobierno de las Islas Baleares.

AETIB: Agencia de Estrategia Turística de las Islas Baleares.

FBGolf: Federación Balear de golf.

INE: Instituto Nacional de Estadística.

PIB: Producto Interior Bruto.

UNWTO: Organización Mundial del Turismo.

IBESTAT: Instituto de Estadística de las Islas Baleares.

DAFO: Debilidades, Amenazas, Fortalezas Oportunidades.

1. INTRODUCCIÓN

La alternativa como concepto es la opción existente entre dos o más cosas, es aquello que es capaz de alternar o sustituir algo para que consiga hacer una función igual o semejante.

El turismo alternativo es la aparición de nuevas tendencias surgidos en los cambios producidos de la actividad turística en la que consecuentemente serán un tipo de turismo distinto al turismo de masas o de sol y playa (Mestre, 2006).

Existen varios tipos de turismo alternativo en el mercado, como el turismo de spa y bienestar, turismo ornitológico, el turismo de congresos y convenciones, turismo gastronómico, turismo cultural, etc. Pero en el siguiente trabajo se centrará en el turismo activo que dispone el turismo de Baleares.

La finalidad del turismo alternativo de Baleares es de distanciarse de la dependencia que ha creado el turismo de masas. Además, de alejarse de la imagen distintiva de sol y playa que lleva ligado en los últimos años desde el el punto de vista nacional e internacional; y de atraer visitantes de un perfil distinto a los turistas de masas.

Las diferencias principales entre turismo de masas y turismo alternativo son las siguientes:

Tabla 1: Principales diferencias entre el turismo de masas y el turismo alternativo.

Turismo de Masas o de Sol y Playa.	Turismo alternativo.
Gran escala. Integrado.	Pequeña y mediana escala. Doméstico.
Turismo de costa, de gran densidad	Turismo disperso, de baja densidad.
Propiedad: grandes empresas, multinacionales	Propiedad: locales pequeños, locales o familiares.
Volumen de mercado alto.	Volumen de mercado medio – bajo.
Actividades: agua, playa y vida nocturna.	Actividades: naturaleza, cultura y deporte.
Estacionalidad alta, verano.	Estacionalidad media - baja, casi todo el año.
Conciencia baja por el medio ambiente.	Mayor conciencia por el medio ambiente.

Fuente: Mestre (2006). *El turismo en el medio rural en las Islas Baleares*.
Elaboración propia.

La importancia del sector turístico español no sólo radica en ser uno de los principales sectores de la economía española y, por tanto, un relevante pilar en el crecimiento económico nacional, sino en el hecho indiscutible de que España es una de las primeras potencias receptoras de turistas a nivel internacional. España es la segunda economía que mayor número de turistas extranjeros recibe, con 81.8 millones. Francia ocupa la primera posición con 86.9 millones, mientras que Estados Unidos es la tercera con 76.9 millones. Le siguen China e Italia con 60.7 y 58.3 millones de visitantes respectivamente. (Organización Mundial del Turismo [UNWTO], 2018).

Además, el turismo ha sido y sigue siendo pieza fundamental en el ámbito económico de la comunidad de Baleares. Tan grande es la importancia que el 45% del PIB está vinculada a la actividad turística (Impactur Illes Balears, 2014). Esto supone casi la mitad de la actividad económica total de la comunidad. Con este peso que significa la actividad turística en las islas, es necesario consolidar un modelo sostenible. Si no se gestiona correctamente las actividades turísticas, descendería el número de visitantes en Baleares, dando lugar a grandes pérdidas económicas. Además, con una mala gestión del turismo, crearía consecuencias sociales y ambientales. Algunas de las consecuencias del turismo de masas son (Pozo, 2016):

- Deterioro del medio ambiente.
 - Con el afán de un desarrollo rápido y beneficioso laboral y económicamente, en numerosas ciudades y países se han dado grandes facilidades para el establecimiento de infraestructuras turísticas sin exigirles demasiadas garantías medioambientales o simplemente se ha especulado con los terrenos rústicos y protegidos.
- Dependencia económica basada en el turismo.
 - Si la supervivencia económica de un país o una región se basa exclusivamente en el turismo, es mala señal. Cualquier desastre natural, cualquier inestabilidad político-social o simplemente cualquier cambio de tendencia de los turistas puede tener un efecto devastador sobre su economía.
- Incremento de los precios de las viviendas.
 - Cuando se acerca la temporada veraniega, el precio de los alquileres se dispara. Los propietarios aprovechan en alquilar sus viviendas a los turistas durante su estancia. Las personas que buscan un alojamiento temporal para trabajar en verano en las islas se deben de enfrentar ante estas subidas de precio.
- Malas condiciones laborales de los trabajadores.

- El turismo de masas no siempre lleva aparejado un incremento de los salarios y de las condiciones laborales de los trabajadores autóctonos. Según los datos del INE, el salario medio en hostelería es de 13.354 euros al año, un 40,9% menor que los 22.605 euros de media nacional.
- Malestar de la población local
 - Las localidades de sol y playa cada verano se masifican de hordas de jóvenes sedientos de alcohol y fiesta desenfadada que dura hasta altas horas de madrugada. Además, se suceden peleas, destrozos públicos, restos de basura y prácticas de sexo en la calle. Para los residentes de estas localidades en verano, sus calles resultan ser peligrosas y poco aptas para los niños, creando un malestar ante este turismo de masas.

1.1 Evolución del turismo español

Para entender cómo el turismo ha avanzado a la actualidad, nos remontaremos a finales de los años cincuenta.

Tras veinte años en España de un modelo político autárquico que fracasó, llevó al país a una situación económica delicada. En 1957 ingresaron los tecnócratas del Opus Dei en el gobierno Franquista para abrir la economía española al continente europeo. A través de esta modernización, los nuevos integrantes del gobierno aprovecharon el cambio de mentalidad en Europa a promocionar las virtudes de España como el mejor destino de clima mediterráneo para disfrutar las vacaciones de sol y playa (Bañón, 1999).

Al principio de la década de los sesenta, se produjo un gran crecimiento en el número de turistas, haciendo que el turismo se convirtiera en la primera actividad económica de las islas; esto impulsa el sector de la construcción y otras industrias y servicios ligados al turismo, que a su vez provoca una fuerte inmigración de trabajadores. Por primera vez en la historia de las islas se produce un cambio tanto económico como social y cultural (Juan y Cunill, 2003).

En esta etapa tuvieron lugar una serie de cambios, tanto a nivel local como estatal e internacional, que transforman totalmente el sector turístico y que se dejan sentir en toda la economía balear. Unos de los aspectos más significativos fueron (Juan y Cunill, 2003):

- La subida creciente del nivel de vida en las sociedades europeas occidentales.

- La creación de las primeras compañías aéreas de vuelos charter.
- El Plan de Estabilización de 1959 y la «liberalización» de la política española hacia Europa.
- La aceleración del movimiento inmigratorio, compuesto sobre todo por importantes contingentes de mano de obra destinada al sector turístico.

El Plan de Estabilización de 1959 supuso el final de la política económica que llevaba el gobierno de Franco desde el final de la guerra civil. La devaluación de la peseta, con un tipo de cambio único, y la apertura al exterior implicaron la liberalización de la economía española. Estos cambios significaron la supresión de muchos controles durante los años anteriores, permitiendo mayor libertad a empresas extranjeras a realizar inversiones en actividades relacionadas con el turismo en España.

1.2 Factores claves que alzaron el turismo en Baleares

Algunos de los factores que fomentaron el turismo en Baleares fueron (Montero, 2015):

1. En 1959 el gobierno Franquista aprobó el plan de Estabilización, que resultó determinante para las Baleares en entrar al desarrollo turístico a nivel internacional. Junto a la aprobación al Plan de Estabilización se aprobaron varias leyes que fomentó el turismo como industria principal de desarrollo de la economía española, tales como la Ley de Competencias turísticas y la Ley de Centros y Zonas de Interés Turístico Nacional para planear las actividades turísticas y afianzar su centralidad en la economía española y balear.
2. En 1963, tras aprobarse la Ley de Centros y Zonas de Interés Turístico Nacional, se declaró unas aéreas turísticas de Palma de Mallorca como Badia Nova, Las Gaviotas y Cales de Mallorca que consecuentemente se aprobaron como urbanizaciones turísticas. Además, se empezó a desarrollar de manera intensiva sin planificación y ordenación territorial, una multitud de infraestructuras hoteleras a primera línea de la costa que afectó significativamente los espacios ambientales de la Bahía de Palma, Pollensa, Alcúdia, litorales de Poniente y de Levante.

Para entender lo que supuso esta aprobación legal, veamos los siguientes datos:

La oferta de alojamientos turísticos de las Baleares en 1960 eran de 23.461 plazas turísticas que 18.461 correspondían a hoteles, 4.000 eran apartamentos turísticos y el resto eran de propiedad privada o no estaban registradas. En 1970, posteriormente que el gobierno franquista apostara por el turismo como el centro de la economía, la oferta de plazas hoteleras incrementó exponencialmente. En las Baleares aumentó a 174.000 plazas turísticas. En 1973 se alcanzó un récord de visitantes, 3.812.791 de turistas. En ese mismo año, la comunidad balear volvió a expandir sus plazas turísticas a 269.680 plazas, de las cuales 226.680 eran hoteles, 26.000 eran apartamentos y el resto eran plazas no registradas (Aguiló y Sastre, 1983; Montero, 2015).

3. El 7 de Julio de 1960 se inauguró el aeropuerto Son Sant Joan de Palma de Mallorca. Una de las razones de crear un nuevo aeropuerto fue por el incremento de la demanda turística nacional e internacional, y consecuentemente el incremento del tráfico aéreo. Tal fue el crecimiento que el aeropuerto anterior, Son Bonet, no era capaz de sustentar tantas aeronaves de manera eficiente. El aeropuerto ha ido ampliando su infraestructura a medida que iba incrementando el número de pasajeros que llegaban año tras año. En la actualidad, Son Sant Joan sigue evolucionando los terminales, los estacionamientos de las aeronaves, y las pistas de aterrizaje para sostener a llegada de los turistas.

El cambio del aeropuerto resultó ser de gran importancia. En la siguiente tabla podemos ver lo que supuso la instauración de un nuevo aeropuerto.

Tabla 2. Evolución de la llegada de turistas vía aérea.

AÑO	Número de turistas llegados a las Baleares por vía aérea	% Variación interanual (1955 como base)
1955¹	188.704	100%
1965²	907.715	481%
1970	2.178.622	1154.5%
1975	3.352.513	1776.5%

Fuente: *Aguiló y Sastre (1983). La estacionalidad del turismo en Baleares.*
Elaboración propia.

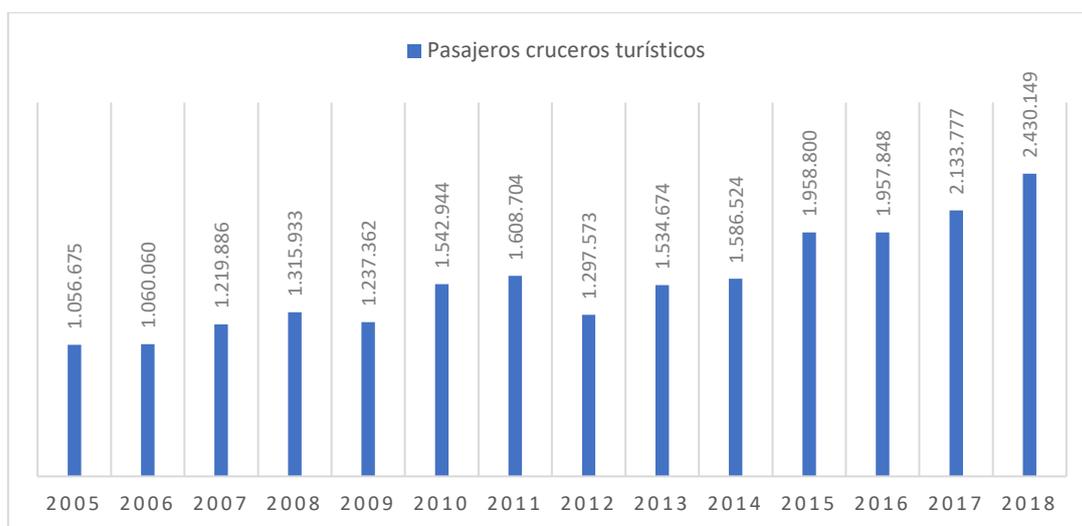
¹ Llegada de pasajeros con aeropuerto Son Bonet

² Llegada de pasajeros con el aeropuerto Son Sant Joan.

Actualmente, Son Sant Joan está conectado internacionalmente con más de 170 aeropuertos. En temporada de verano, en 2018, fue el tercer aeropuerto español con mayor tráfico de pasajeros, detrás de los aeropuertos de Barcelona y Madrid. Un dato para tener en cuenta es que Son Sant Joan es de los pocos aeropuertos españoles que recibe más pasajeros internacionales que nacionales. En 2018 aterrizaron en la isla 4.742.211 pasajeros provenientes de algún aeropuerto alemán frente a los 2.739.228 pasajeros que llegaron desde algún aeropuerto español. (Instituto de Estadística de las Islas Baleares [IBESTAT], 2018)

En cuanto la cantidad de turistas provenientes de vía marítima, los cruceros traen a las islas un gran volumen de visitantes. Desde 2005 hasta 2018 ha habido un crecimiento anual de 6.23% de cruceristas. En trece años se ha incrementado más del doble de cruceristas, de 1.056.675 en 2005 a 2.430.149 en 2018 (Ports de Balears, s.d.). En el siguiente gráfico representa el número de cruceristas que han llegado en Baleares de 2005 hasta 2018.

Gráfico 1. Tráfico total de cruceros por pasajeros.



Fuente: *Ports de Balears* (s.d.). Elaboración propia.

En la actualidad, las infraestructuras más importantes para el continuo desarrollo del turismo de Mallorca son el aeropuerto Son Sant Joan, el puerto de Palma y el puerto de Porto Pi. Los tres siguen en constante crecimiento para poder seguir abasteciendo la llegada de viajeros que vienen tanto por mar como por aire.

1.3 Masificación del turismo de Sol y Playa

Tras analizar anteriormente algunos factores que alzó el turismo de Baleares, podemos entender que se levantó un escenario playero ideal: El estado español orientaba la economía totalmente al turismo de sol y playa, en Baleares se construyeron numerosos alojamientos atractivos a primera línea de las costas, y se creó un aeropuerto nuevo para albergar mayor volumen de pasajeros.

En los 80, el abaratamiento de los precios de las aerolíneas tradicionales aumentó la cantidad de personas que venían a España. Mallorca tenía de los aeropuertos más concurridos del país. Por eso se tuvo que construir el nuevo aeropuerto son Sant Joan como se comentó anteriormente. Sin embargo, la verdadera revolución fue cuando llegaron las compañías aéreas de bajo coste en Europa (Landa, 2017).

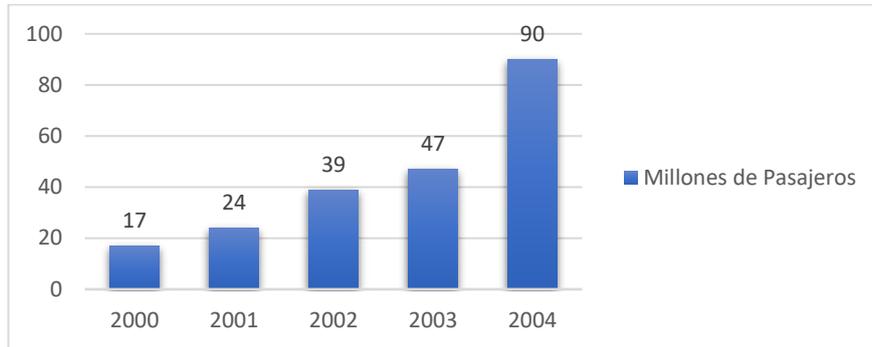
Las aerolíneas de bajo coste han desempeñado un papel importante en la revitalización y modernización de algunos aeropuertos regionales, cosa que les ha permitido aumentar notablemente el número de vuelos y de pasajeros, así como también ampliar su área de influencia (Pantazis y Liefner, 2006).

Dados sus bajos costes, estas empresas han sido capaces de operar rutas que, en otro, caso no habrían sido rentables. Esto ha permitido aumentar la accesibilidad a ciertas regiones, fomentando con ello el turismo en las mismas (Quirós Tomás, s.d.).

La introducción del euro a Europa, la expansión de la Unión Europea, el incremento de las tasas de inmigración y las diferencias entre los niveles de precios en distintos países favorecieron el crecimiento de este tipo de compañías. Además, la ampliación de la Unión Europea ha dado a los nuevos Estados miembros las mismas ventajas y creado nuevas regiones de acceso libre dentro de ella aumentando los vuelos de bajo coste con la libertad de elegir rutas y tarifas. Europa poseía una gran cantidad de aeropuertos secundarios infrautilizados que han supuesto oportunidades para operaciones de bajo coste. El crecimiento de tráfico en los aeropuertos secundarios ha mejorado el acceso a la aviación comercial para un gran número de personas y ha supuesto la portación de capacidad en áreas donde los aeropuertos principales suelen estar congestionados (Pisonero, 2010).

A partir del año 2002 estas compañías vivieron un fuerte periodo de expansión y apertura a nuevos mercados, pero no fue hasta el año 2004 cuando el crecimiento del tráfico aéreo aumentó y el número de viajeros en compañías de bajo coste se incrementó para poder posicionarse en el mercado con la intención de captar una importante participación de la demanda total del transporte de pasajeros generando la solicitud de nuevos servicios. En un año, de 2003 a 2004, se dobló el volumen de pasajeros tras la consolidación de las aerolíneas de bajo coste. En el siguiente gráfico se muestra el incremento de pasajeros de las aerolíneas de bajo coste en Europa expresado en millones.

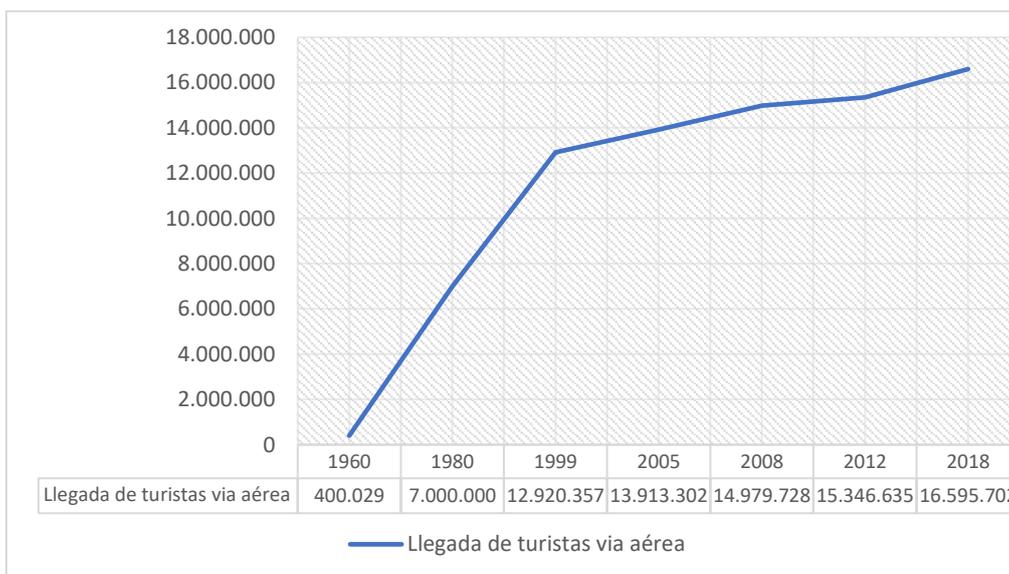
Gráfico 2. El incremento de los pasajeros en las aerolíneas de bajo coste en Europa.



Fuente: Meissner (2008). *Las líneas aéreas de bajo coste: Fundamentos teóricos y estudio empírico sobre su impacto en el transporte aéreo y en la estructura del sector turístico en Europa*. Elaboración propia.

Con las aerolíneas de bajo coste, cualquier persona de clase media o baja se podía permitir viajar en avión por Europa. Tal fue el impacto que de los 12.920.357 viajeros que llegaban a las Baleares en 1999, se pasó en 2005 a recibir 13.913.302 visitantes provenientes de vía aérea, en 2006 se alcanzó 14.685.102, en 2008 se alcanzó los 15 millones de visitantes y en 2018 llegaron unos 16.5 millones. Podemos ver los datos mencionados en el siguiente gráfico.

Gráfico 3. Impacto de llegada de turistas tras la consolidación de las aerolíneas de bajo coste en Europa.



Fuente: AENA (s.d.). Elaboración propia.

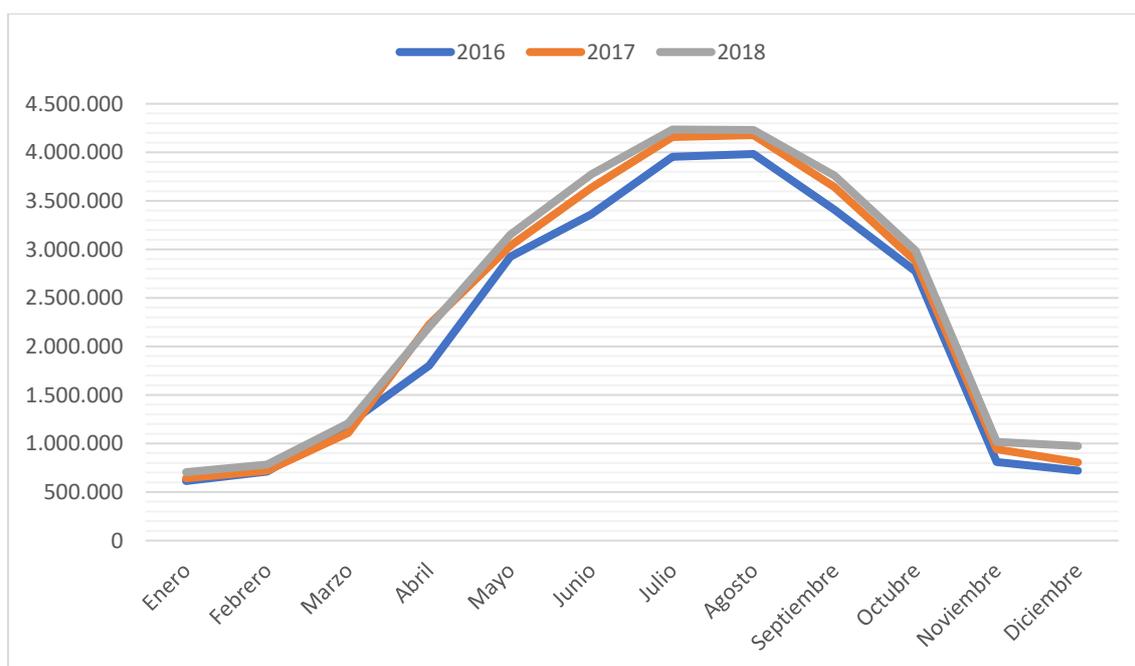
1.4 El turismo de las Islas Baleares en la actualidad

En las Islas Baleares se distingue dos estacionalidades. Temporada baja, que comprende los meses de noviembre a marzo, y temporada alta que son los meses de abril hasta octubre (Cambra de Comerç de Mallorca, 2014).

En este trabajo nos ceñiremos en la temporada baja, ya que las alternativas turísticas de sol y playa son para alargar la temporada alta y/o contrarrestar la temporada baja.

Las islas sufren una estacionalidad muy elevada cuando acaba la temporada de verano, la temporada baja. Dicho periodo comprende los meses de noviembre hasta marzo. Es una tendencia que se va frecuentando anualmente. En el siguiente grafico representa la llegada de visitantes por vía aérea en los últimos 3 años.

Gráfico 4. Llegadas mensuales de pasajeros en el aeropuerto Son Sant Joan en los últimos 3 años.



Fuente: AENA (s.d.). Elaboración propia.

Se observa una directriz casi idéntica y un contraste muy claro entre ambas temporadas. De acuerdo con AENA (s.d.), en el mes de agosto de 2018 el aeropuerto mallorquín gestionó 4.228.664 de pasajeros frente al mes de enero, que se registró 704.996 pasajeros.

Esta tendencia regular provoca que, en temporada baja, vemos restaurantes, locales, bares que se cierran, hoteles donde reducen el número de cupo, la plantilla e incluso cierran sus negocios hasta que empiece de nuevo la temporada alta.

Algunas de las causas principales de esta temporada baja son las siguientes (Cambre de Comerç de Mallorca, 2014):

1. La insularidad.

El mero hecho de que Baleares sean un conjunto de islas y que su principal acceso sea vía aérea hacen que, a priori, sea un destino más caro y a la vez menos práctico para los turistas internacionales y nacionales. Además, con la situación económica que ha habido en España en los últimos años, ha provocado una disminución en los viajes en temporada baja y los viajes de “fin de semana” también sufrieron un notable descenso. Según el INE, la estancia media de un turista nacional en temporada baja es de 2.1 días. Asimismo, la corta duración de viajar en temporada baja requiere necesario de reservar el vuelo con antelación. En pocas palabras, para un turista nacional e internacional les renta más ir en coche en la península o en sus respectivos países que venir a Baleares.

2. El posicionamiento inicial del turismo de sol y playa.

Las Islas Baleares llevan desde los años 60 construyendo un modelo turístico del concepto “Sol y playa” en el que la imagen de Mallorca se asocia directamente con este tipo turístico. Al llegar la temporada baja, atraer a turistas que buscan destinos que les garantice sol y buen tiempo, Baleares no entraría, a priori, en la lista de posibles destinos. También a nivel internacional hay destinos como Turquía, Marruecos, Túnez o Egipto que disponen de mejor clima y una oferta económica más rentable y competitiva. Son destinos muchos más atractivos en los meses de noviembre a marzo para aquellos viajeros que buscan el sol, la playa y el calor.

Además, hay un destino nacional muy competitivo a las Baleares. A causa de su posición geográfica favorable, goza de tener una climatología más atractiva en temporada baja. Las Islas Canarias. Acorde con el INE, en los meses de temporada baja, Canarias cuenta con más horas de sol que Baleares. Por las 1.028 horas de sol a favor de Canarias, ante las 859 horas de sol por parte de Baleares. Hay que añadir que Canarias dispone de temperaturas medias mas altas que Baleares. Una media de 19.2 °C en Canarias y una media de 12.6 °C para Baleares.

3. Desconocimiento de la oferta turística de Baleares en temporada baja.

En la actualidad, Baleares cuenta con unas excelentes infraestructuras y una oferta complementaria subdividida en grandes grupos: cicloturismo, senderismo, turismo náutico, turismo de golf, turismo activo-multiaventura, Spa & Bienestar, turismo ornitológico, enoturismo, turismo gastronómico, turismo cultural, psicobloc y shopping. Cabe también añadir el turismo de ocio, turismo familiar y el de MICE (Cambra de Comerç de Mallorca, 2014).

A pesar de todo esto, Baleares sigue siendo la gran desconocida para muchos, tanto para aquellos que acuden a las islas en temporada alta como para aquellos que no las visitan. Como consecuencia, son todavía muchos los turistas que hoy se siguen sorprendiendo al visitarla en temporada baja y al disfrutar de su oferta turística que, si bien aún tiene mucho más recorrido, cuenta con una variedad muy difícil de igualar por otros destinos competidores fuera del “sol y playa”.

En este sentido, creemos que en estos momentos no se está consiguiendo poner en valor la variedad turística que dispone Baleares, como tampoco otros factores como la seguridad o la sanidad. Una promoción no del todo adecuada de la imagen y marca de las islas impide dar a conocer la oferta en temporada baja, sus atractivos y, por lo tanto, la posibilidad de aumentar la concurrencia de turistas.

2. METODOLOGÍA

Tras recopilar información de libros especializados en el tema del turismo activo, recursos y datos electrónicos, tesis realizadas en años anteriores, páginas web, blogs y artículos de prensa, se realizará un análisis DAFO de cada alternativa turística activa estudiada en este trabajo para identificar sus potencialidades y los problemas que presenten.

El análisis DAFO es un método de estudio de la situación de un proyecto, en el que analiza e identifica sus características internas (Debilidades y Fortalezas) y su situación externa (Amenazas y Oportunidades). El análisis DAFO ayuda a plantear las acciones que deberíamos poner en marcha para aprovechar las oportunidades detectadas y a prepararnos contra las amenazas teniendo en cuenta nuestras debilidades y fortalezas. Es una herramienta para conocer la situación real en que se encuentra una organización, empresa o proyecto y trazar una estrategia de futuro.

La metodología DAFO esta en divida en dos tipos de análisis:

- Análisis Interno: se trata de estudiar cuáles son los recursos (elementos tangibles e intangibles dentro de la compañía) y las capacidades (cómo

el personal combina los recursos que poseen para lograr el objetivo empresarial) que dispone una empresa, identificar los puntos débiles de los departamentos con el fin de mejorarlos; y los puntos fuertes para reforzarlos.

- Fortalezas: Son las destrezas que ha adquirido un proyecto. Son aquellos factores que permite a una empresa conseguir una ventaja competitiva y que refleje su valor diferenciador.
- Debilidades: Son factores en el que un proyecto se sitúa en una posición desfavorable ante la competencia. Son aquellos puntos de un proyecto en el que se debe mejorar.
- Análisis Externo: se trata de estudiar el entorno específico, general y la competencia, para prevenir y afrontar a posibles amenazas y aprovechar las oportunidades que surjan.
 - Oportunidades: Son aquellas circunstancias del entorno que pueden favorecer una empresa, pero si no se aprovecha las oportunidades, significaría una pérdida competitiva.
 - Amenazas: Son aquellas circunstancias del entorno que peligraría el éxito del proyecto.

Aquellos factores o circunstancias externos de la empresa se refieren a factores políticos, fiscales, económicos, socioculturales, ecológicos y tecnológicos. Además, hay otros elementos externos a tener en cuenta como los competidores de la empresa, los proveedores y los intereses de los clientes.

3. ALTERNATIVAS TURÍSTICAS DISPONIBLES

Como se mencionó previamente, la economía de Baleares está ampliamente centrada alrededor del sector turístico. Sin embargo, presenta algunos déficits estructurales que dificultan su desarrollo de una forma sostenible a medio y largo plazo.

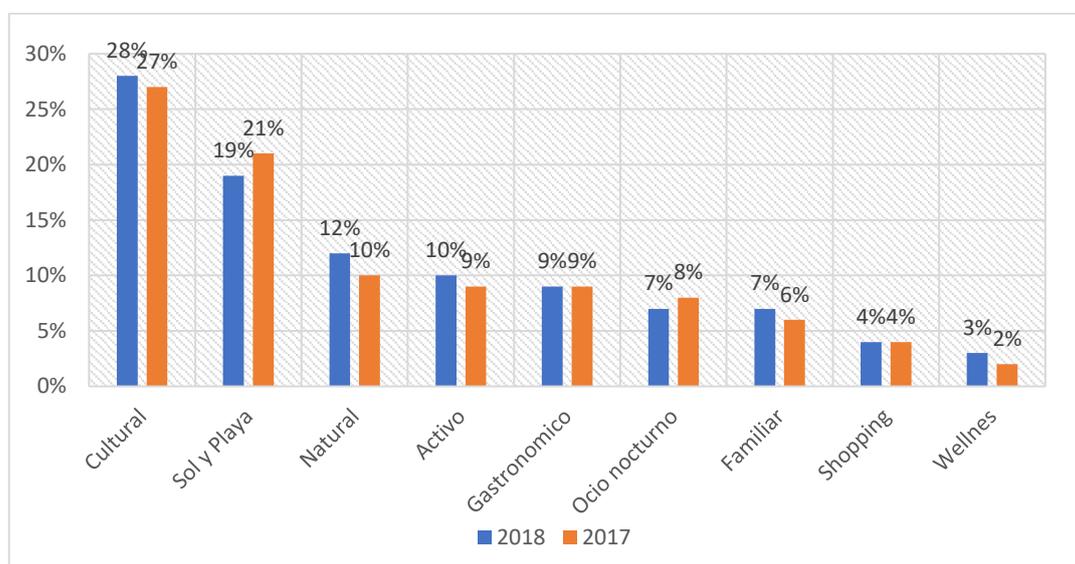
Esta situación crea la necesidad de incentivar el desarrollo de nuevos productos y mercados que permitan alargar la temporada y gestionar de manera más eficiente los recursos de los cuales dispone la economía de las islas.

El objetivo es de alargar la temporada, crear y activar productos turísticos practicables en temporada baja, y de instaurar nuevas ofertas turísticas fundamentada en el desarrollo local territorial y la sostenibilidad turística (Gobierno de las Islas Baleares [CAIB], 2018).

Con estos objetivos planteados, el gobierno de las Islas Baleares ha estado en los últimos años impulsando el desarrollo de nuevos tipos de turismo específicos tales como el ciclismo, agroturismo, senderismo, turismo gastronómico, turismo náutico, turismo de golf, etc., que presenten un componente estacional para que ayude a expandir la temporada alta y/o eliminar la estacionalización de la economía de Baleares (Cambra de Comerç de Mallorca, 2014).

El turismo deportivo está en auge en los últimos años y se sitúa en la cuarta posición en el ranking de productos con mayor interés en España. En el siguiente gráfico se podrá observar el interés que tiene los visitantes en los productos turísticos españoles.

Gráfico 5. Interés por productos turísticos en España.



Fuente: *Vilarasau (2018)*. Elaboración propia.

En términos económicos, los viajes de turistas nacionales e internacionales por motivos vinculados al deporte generaron un ingreso de 13.802 millones de euros, a través de 10.645.774 personas en 2017. Los españoles también van sumándose a esta tendencia, aunque su gasto es más moderado, en torno a los 956.6 millones de euros. La actividad deportiva en la que gastan más dinero fue en asistir a espectáculos deportivos. En total, 2.2 millones de turistas se desplazaron a España por este motivo, con un gasto medio de 1.303 euros, para un total de 2.900 millones de euros. Otras actividades como el senderismo, con 3.600 millones, o los deportes náuticos, con 2.600 millones de euros, fueron las que más gasto generaron. Le siguen la práctica del golf, que sedujo a 1.6 millones de turistas, con una inversión total de 1.400 millones de euros. Esta disciplina fue la que más gasto medio por persona generó, con

1.234 euros por practicante. De ahí que el sector se haya propuesto alcanzar los 1.5 millones de jugadores extranjeros en 2018 (López, 2018).

En este trabajo analizaremos el turismo de golf, el cicloturismo y el Palma Marathon Mallorca. Estas alternativas turísticas son actividades que mayor atracción genera por parte de turistas internacionales en Baleares. Además, son actividades que disponen de datos económicos y estadísticos para poder constatar la evolución en los últimos años.

3.1 Turismo de Golf

El turismo de golf está en pleno crecimiento en España. Este deporte genera un gran impacto económico de 2.076.880.450 euros al año. Así, España es el segundo país del mundo que más turistas extranjeros recibe cuyo motivo principal para viajar es jugar al golf. Solamente Estado Unidos está por delante en esta clasificación. La aportación total de este deporte a la industria turística española es de 564 millones, generando 11.068 empleos directos (Aymerich y Anabitarte, 2016).

Teniendo en cuenta que el golfista extranjero gasta cinco veces más que el turista tradicional y que la temporada alta de este sector en España es en los meses de marzo, abril y octubre, potenciar este tipo de turismo es una buena forma de diversificar la oferta y combatir la estacionalidad (Matamoros, 2017).

En Baleares el auge del golf también es notoria en los últimos años. Prueba de ello es la ampliación de campos de golf en toda la isla de Mallorca.

En 1996, Baleares tenía 15 espacios para practicar el golf de las cuales 12 se ubicaban en Mallorca, 2 en Eivissa y 1 en Menorca. Desde el 2001 se incorporaron 6 campos de golf nuevos en Mallorca para poder albergar mayor capacidad de participantes y poder llegar a hacer hasta 1.200 rondas diarias en los 9 y 18 hoyos que compone cada pista de golf. Hoy en día Mallorca dispone de 25 pistas de golf en la que se celebran varios torneos mensuales durante todo el año (Federación Balear de Golf [FBGolf], s.d; Confederación de Asociaciones Empresariales de Baleares [CAEB], 2005).

Estas pistas esparcidas en la isla son:

- Golf Poniente
- Golf Bendinat
- Golf Vall d'Or
- Golf Son Antem Este
- Golf Son Antem Oeste
- Golf Son Vida
- Golf Son Muntaner
- Golf Rotana (privado)
- Golf Son Servera

- Golf Pollensa
- Golf Pollensa P&P
- Golf Canyamel
- Golf de Capdepera (Rocaviva)
- Golf de Santa Ponsa I
- Golf de Santa Ponsa II
- Golf de Santa Ponsa III
- Golf de Santa Ponsa P&P
- Golf Son Termens
- Pula Golf
- Golf Andratx
- Golf Alcanada (Alcúdia)
- Golf Maioris (Llucmajor)
- Golf Puntiró (Palma)
- Golf Son Gual
- Golf Son Quint (Son Vida, Palma)

En 2017 se celebraron 42 competiciones oficiales en las que contaron 3.500 jugadores, 350 participantes más que en 2016. Según la información compartida por la Real Federación Española, el 85% de los participantes son turistas extranjeros mientras que el resto son españoles. Además, los turistas internacionales, tales como alemanes, ingleses, suecos, o daneses desembolsa 5 veces más que los turistas nacionales. Suelen alojarse en hoteles de cuatro y cinco estrellas y tienen un gasto diario medio de 160 - 200 euros. La FEH y la CAEB refieren que el turismo de golf genera anualmente unos ingresos en Baleares de 161 millones de euros (ibeconomía, 2018).

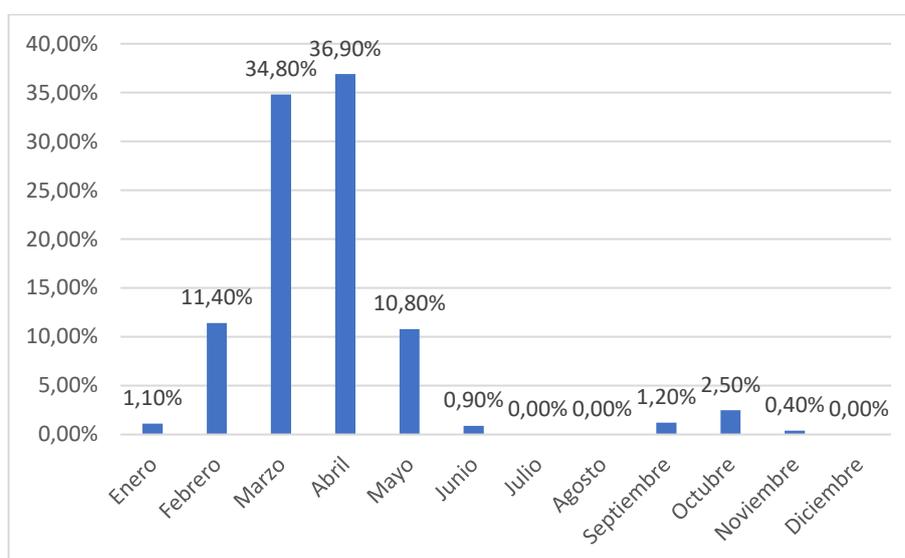
Tabla 3. Análisis DAFO del turismo de golf.

<p>Debilidades (interno)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - La política de fijación de precios viene influenciada por la de los principales destinos competidores. Según representantes de la Asociación de Campos de Golf, los precios del Green Fee (tarifas) pretenden posicionar a Baleares a un nivel semejante a los competidores directos. Los precios oscilan entre 65€ y 85€. En servicios complementarios tales como coches o carros (trolleys), las tarifas se sitúan alrededor de los 25€ y 40€ adicionales.
<p>Amenazas (externo)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - La recuperación del turismo en el norte de África (Marruecos, Egipto...). Es un competidor directo. No solo para el golf, sino del turismo en general. Tienen mejor climatología en temporada baja y ofrecen un precio muy competitivo. - Costa del Sol y Algarve. Son lugares cercanos, con mejores vías de acceso que Baleares. Tienen una climatología símil y cuentan con una infraestructura también consolidada. - El clima en invierno en Baleares no es tan apetecible de practicar el golf, con temperaturas promedias de 16°C de máxima y 4°C de mínima.
<p>Fortaleza (interno)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Deporte apto para un amplio rango de edades. - Se realizan torneos mensualmente durante todo el año en varias pistas de las islas. - Las 25 pistas de golf están esparcidas por toda la isla, permitiendo que los participantes vean lugares más rurales y menos conocidas de Mallorca. - Deporte conocido a nivel internacional. - Infraestructura consolidada con más de 20 años.
<p>Oportunidades (externo)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Ingresos adicionales fuera del segmento del golf: (alojamiento, alquiler de coche, gastronomía...) - Se puede reservar pista o inscribirse a los torneos por diferentes vías (internet, agencias deportivas de golf, telefónicamente...) - Si las Baleares consigue obtener un torneo en el calendario europeo, sería un plus para la asociación de golf y ganaría más notoriedad. - Una mejora en la promoción que se dé más a conocer atraería mayor número de participantes. - Una mejora de conexiones aéreas con el norte de Europa durante la temporada baja incrementaría el número de practicantes.

3.2 Cicloturismo

El cicloturismo en Mallorca se ha consolidado como uno de los destinos más importantes para los cicloturistas de todo el mundo, tanto profesionales como amateurs (Bonet, 2019). En la isla podemos ver ciclistas prácticamente todo el año, pero la temporada alta tiende a ser los meses de febrero a mayo. Mientras que, en otoño, los meses de septiembre y octubre son los que más cicloturistas se han registrado. En el siguiente gráfico observamos cómo es la distribución de cicloturistas en los meses del año.

Gráfico 6. Distribución de las llegadas de cicloturistas a Baleares.



Fuente: Sanz Tamarit (2016). *Análisis del cicloturismo en Mallorca*. Elaboración propia.

Mallorca ha atraído en los años anteriores a 150.000 cicloturistas en la que han generado alrededor de 150 millones de euros anuales (Lliteras Reche, 2015).

Según los datos de FCIB, en 2018 vinieron 200.000 cicloturistas y se estima que en 2019 vendrán 250.000 cicloturistas generando 300 millones de euros. Dicho incremento ha sido continuo desde 2010, donde cadenas hoteleras han adaptado sus servicios a este gen turístico en auge. En la actualidad, 200 hoteles han apostado por esta oferta y han reconvertido los sótanos en talleres acondicionados para almacenaje, mantenimiento y reparación de bicicletas, gimnasios de entrenamiento y menús especializados para deportistas (Ruíz Collado, 2018).

Esto se debe porque a que más de la mitad de sus 1.250 kilómetros de carreteras son caminos rurales y vías secundarias sin apenas tráfico de vehículos. Otra razón es porque muchos equipos profesionales del mundo del

ciclismo vienen a la isla a entrenarse y competir en los meses de diciembre, enero y febrero. Cada equipo comprende de 60 – 70 miembros y suelen ocupar hoteles enteros (Sanz Tamarit, 2016).

El clima ideal y la variedad de rutas disponibles, desde las subidas más complicadas hasta terrenos de relieve moderado, aporta a que los ciclistas de cualquier nivel puedan entrenar en un espacio en condiciones y, a la vez, disfrutar de las maravillosas rutas panorámicas que se pueden encontrar en Mallorca. Las rutas pueden ser en las zonas montañosas de las sierras de Tramuntana y de Llevant, por las costas de la zona oeste de la isla o la zona Orient y la región central. Además, para aquellos turistas de perfil menos deportiva que quieran moverse por Palma, hay una ruta pavimentada para ciclistas que transcurre al lado del mar, desde Porto Pi, atravesando Portixol, el Molinar, Ciudad Jardín y Playa de Palma hasta el Arenal. Es una ruta llana y cómoda para conocer el paseo marítimo de Palma, playas, discotecas, bares, restaurantes y hoteles situadas frente al mar.

Asimismo, la DGT presentó en Julio de 2017, tres rutas ciclistas protegidas en Mallorca:

- La carretera que va de Lluçmajor a Porreres
- La carretera de Lluc a Valldemosa
- La carretera de Sóller a Tolleric.

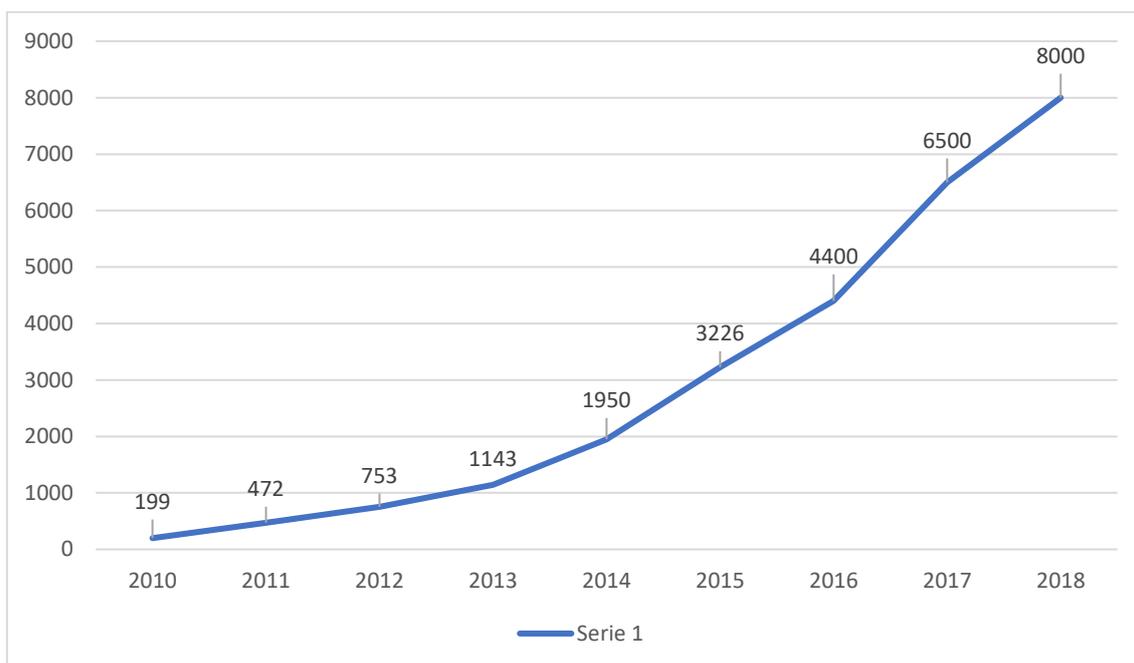
Estos trayectos protegidos cuentan con mayor señalización y patrullas, un límite de velocidad menor, más controles de alcohol y drogas, y patrullas de helicóptero de la DGT.

En cuanto al cicloturismo en Menorca o Ibiza, la bicicleta es el medio de transporte ideal ya que ambas islas son relativamente pequeñas. Para los turistas, la bicicleta es un medio de transporte barato y atractivo. Sin embargo, para los deportistas de élite no suelen ir a Menorca o Ibiza ya que el relieve que disponen es relativamente llano. Son islas que no disponen de rutas variadas de gran dificultad.

La marcha cicloturista más importante de Baleares es Mallorca 312. La marcha se celebra anualmente el 27 de abril. Se trata de completar una ruta de 312 kilómetros, en 14 horas, con un desnivel de 5.050 metros, que da una vuelta completa en el perímetro de la isla. Este trayecto empieza y termina en Playa de Muro. Dependiendo de la resistencia del participante, se podrá elegir entre las rutas Mallorca 312, Mallorca 225 o Mallorca 167.

La primera edición oficial se celebró en 2010, en la que participaron 199 ciclistas (Oliva, 2019). Desde entonces el evento fue adquiriendo popularidad hasta ser de los eventos más importantes de la isla y del cicloturismo mundial. En el siguiente gráfico podemos ver como ha incrementado el número de participantes en pasados eventos.

Gráfico 7. Número de participantes en pasadas ediciones.



Fuente: *Mallorca 312 Giant-Taiwan. Rider Guide 2018*. Elaboración propia.

La octava edición de 2018 se amplió hasta 7.500 participantes. La mayoría de los participantes, al igual que las ediciones anteriores, eran de origen inglés, con un 36,22% del total, seguido de los españoles con el 35,85% y los alemanes con el 10,68%. Hasta 52 nacionalidades diferentes representando Estados Unidos, Brasil, Canadá, Nueva Zelanda, Tailandia o Argentina. La estancia media de los participantes en la isla fue de 7,7 días, con un gasto medio diario de 150€. El impacto económico de la marcha fue de 16 millones de euros aproximadamente (Mallorca 312, 2018).

En la edición 2019, se volverá a ampliar el número de participantes a 8.000 ya que la demanda ha ido ampliando en los últimos años, y se estima en incrementar el número de ingresos respecto al año pasado (Mallorca 312, 2018).

Mallorca 312 es un evento dónde se debe tener en cuenta a los residentes. Al empezar la marcha, se debe de cortar varias carreteras para poder garantizar la seguridad de los corredores y que no se salgan de la ruta establecida, pero esto provoca retenciones en las carreteras y un malestar por parte de los residentes. Por lo que la organización trabaja con la Guardia Civil de tráfico y la policía de los municipios donde transcurre la etapa ciclista para evitar que se produzcan retenciones. El tiempo de paso de los ciclistas por los municipios se reducirá de cinco horas a dos y media. También se han modificado los horarios de salida, que se unificarán en todas las distancias a las 7 de la mañana (Mallorca 312, 2018).

Hoy en día, este evento es muy popular en el mundo del ciclismo, por lo que es una buena oportunidad de dar una buena imagen al mundo. En la novena edición se mantendrá el compromiso por el medioambiente y se eliminarán 40.000 envases de plástico gracias a los camiones cisterna que proveerán de agua y bebidas isotónicas a los participantes.

Tabla 4. Análisis DAFO del cicloturismo.

Debilidades (interno)	<ul style="list-style-type: none"> - Falta de una ley o asociación pública que proteja a los cicloturistas que practican el deporte en la carretera. - Falta de más carreteras aptas, con espacio y señalización correcto para la segura circulación de cicloturistas.
Amenazas (externo)	<ul style="list-style-type: none"> - Es un deporte de riesgo donde ha habido infortunios en la carretera. - Disminuye el flujo del tráfico en ciertas carreteras. - Residentes crean trampas para ciclistas que puede crear lesiones graves a los practicantes y disminuir el número de practicantes. - Otras marchas cicloturistas que coinciden con Mallorca 312 (La guía del ciclismo, 2019): <ol style="list-style-type: none"> 1. Mallorca Cycling Xperiences (21 al 28 de abril). 2. Guadal Xenil Ruta de los Nazaríes, Lecrín (27 de abril). 3. Gran Fondo Costa Brava, Lloret (27 de abril). 4. La Extrema, Cáceres (2 al 5 de mayo).
Fortaleza (interno)	<ul style="list-style-type: none"> - Es un deporte practicable en cualquier época del año, con un clima ideal de 300 días de sol. - Numerosas carreteras de montaña en la Sierra de Tramuntana que apenas registran tráfico y ofrecen a los ciclistas una ruta panorámica bella alternativa. - La variedad de rutas con diversos grados de dificultad: exigentes para los profesionales y moderadamente llanas para los ciclistas aficionados. - Buenas infraestructuras en lo que se refiere a alojamiento, turoperadores especializados, tiendas para ciclistas, etc., que se preocupan por satisfacer las necesidades de este sector turístico en auge. - Ampliación anual de inscripciones en Mallorca 312.
Oportunidades (externo)	<ul style="list-style-type: none"> - Ingresos adicionales fuera del segmento del cicloturismo: (alojamiento, alquiler de coche, gastronomía...) - Buena imagen de Mallorca como destino cicloturista. - Buena imagen de Baleares de reflejar un turismo sostenible y que respeta el medio ambiente.

	<ul style="list-style-type: none"> - Creciente rutas ciclistas bien señalizadas y pavimentadas. - Una mejora en la promoción que se dé más a conocer atraería mayor número de practicantes. - Una mejora de conexiones aéreas con el norte de Europa durante la temporada baja incrementaría el número de practicantes.
--	--

3.3 Palma Marathon Mallorca

Palma Marathon Mallorca es un evento deportivo que se celebra anualmente en el segundo fin de semana del mes de octubre. Dicho evento dura 3 días; El viernes, se realiza el Breakfast Run. Es una actividad paralela que se celebra como una previa antes de la competición. El principal objetivo es de realizar un último entrenamiento de 30 – 45 minutos antes de la carrera. El sábado se realiza la CaixaBank Palma Kids Run, la maratón para los niños, y el domingo se celebra la Maratón, la Media Maratón y 10km (Zafiro Palma Marathon, 2018).

El punto donde se celebra el evento es en el Parc de la Mar, enfrente de la Catedral de Palma. Gracias a este evento deportivo, Palma se llena con más 10.000 corredores (Running, 2017; Zafiro Palma Marathon, 2018).

El evento estelar es el domingo. Los participantes podrán escoger 3 pruebas, dependiendo de la resistencia del participante (Zafiro Palma Marathon, 2018):

- Maratón. Es una carrera de 42,195 km. Consiste en dar dos vueltas en un circuito que recorre todo el paseo marítimo, pasando del Puerto de Palma hasta en el Dique del Oeste, y por el centro histórico de la ciudad.
- Media Maratón. Es una carrera de 21,097km. El recorrido es el mismo que el de la Maratón, con la diferencia que es de una sola vuelta.
- 10 Km. Es una maratón de 10 kilómetros. El circuito consiste en recorrer el Paseo Marítimo, desde el Parc de la Mar hasta el Dique del Oeste y volver.

Las pruebas son aptas para cualquier edad. Las categorías son divididas acorde por la REFA:

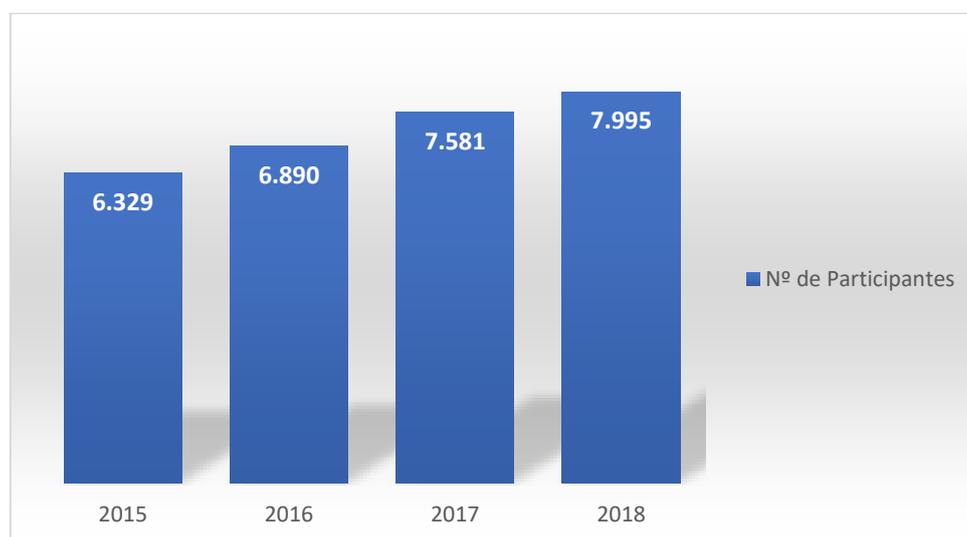
- Sub. 18
- Sub. 20
- Sub. 23
- Senior. Participantes que tengan una edad entre 24 y 35 años
- Master. Aquellos que tengan una edad superior a 35 años.

En la edición celebrada en el año 2015, participaron 6.329 atletas. 1.670 participantes fueron residentes de la isla y los 4.659 restantes fueron extranjeros provenientes de Alemania, Inglaterra, Austria, Dinamarca, Suiza, Holanda, Suecia y más de 40 nacionalidades diferentes. El gasto promedio de los participantes fue de 1212 euros por estancia repartido entre el alojamiento del hotel, el medio de transporte para llegar a la isla vía aérea o marítima, restaurantes, alquiler de coche, entretenimiento nocturno y actividades culturales. La mayoría de los participantes vinieron acompañados de 1 hasta 6 personas entre amigos o familiares y la estancia media fue de 5,9 días. El 46,5% de los participantes pernoctaron mínimo una semana. 9,2% se quedaron 6 noches, 11,6% por 5 noches, 15,8% por 4 noches, 13,4% por 3 noches, 2,7% por 2 noches y un 0.8% por una noche (Cladera, Hormaeche y Sastre, 2016).

Según un estudio económico del evento realizado por Cladera, Hormaeche y Sastre (2016), entre los 5.644.611 euros desembolsados por los participantes de la maratón más 4.498.013 euros por los acompañantes, el impacto económico total fue de 10.142.624 euros.

Tras el éxito logrado en la edición de 2015, los años posteriores fue incrementando el número de participantes. En el siguiente gráfico podremos ver el número de inscripciones de los últimos 4 años.

Gráfico 8. Número de participantes en el Palma Marathon Mallorca en los últimos 4 años.



Fuente: *Cladera, Hormaeche y Sastre (2016), Elite Chip (2016) y Sportmaniacs (2017, 2018)*. Elaboración propia.

La maratón específica para niños llamada CaixaBank Palma Kids Run, se celebra el día antes del maratón principal donde más de 1.000 niños y niñas entre 2 y 12 años corren entre la céntrica avenida Antoni Maura y Passeig des Born. Es una carrera gratuita cuyo objetivo primordial es promocionar el

deporte infantil en las islas, fomentar la actividad física y los valores como la integración social o la solidaridad a los más pequeños. Esta maratón infantil esta dividido en 3 categorías (Zafiro Palma Marathon, 2018):

- Los niños y niñas de 10 a 12 años tienen una carrera de 1.200 metros.
- Los niños y niñas de 5 a 8 años recorren 600 metros.
- Los niños y niñas de 2 a 4 años corren 300 metros.

Los padres podrán participar con sus hijos y hijas que tengan menos de 6 años.

En cuanto las inscripciones, en 2015 se inscribieron 923, en 2016 fueron 826, en 2017 superó el millar, y en 2018 se inscribieron un total 1.773 niños y niñas (Elite Chip, 2016; Sportmaniacs, 2017, 2018).

A parte de estas carreras, se realizan paralelamente actividades culturales, de ocio y rutas gastronómicas haciendo que el Palma Marathon Mallorca no sólo sea una prueba para atletas, sino también una prueba familiar ideal (Zafiro Palma Marathon, 2018).

Tabla 5. Análisis DAFO de Palma Marathon Mallorca.

Debilidades (interno)	<ul style="list-style-type: none"> - Se cortan calles y carreteras de la ciudad para que se habiliten los tramos de la maratón, provocando una gran disminución del flujo del tráfico. - Crea malestar a los residentes ya que los buses públicos se llenan desmesuradamente y los tramos se limitan. Además, el bus es el único transporte público que circula en el centro de la ciudad.
Amenazas (externo)	<ul style="list-style-type: none"> - En el mismo mes de octubre, hay otras maratones de gran importancia en el ámbito nacional (Maratones España, 2018): <ol style="list-style-type: none"> 1. Maratón Ciudad de Logroño (6 de octubre). 2. Maratón de Burgos (13 de octubre). 3. Bilbao Night Marathon (19 de octubre). 4. Maratón de Castilla y la Mancha (20 de octubre). 5. Maratón de Alcalá de Henares (27 de octubre).
Fortaleza (interno)	<ul style="list-style-type: none"> - En octubre el clima resulta ideal para realizar la maratón. Unas máximas de 24°C y unas mínimas de 13 °C - Evento incluido en el calendario nacional de FEA y AIMS. - Es un evento que se puede disfrutar en familia. - El evento coincide con las fiestas del puente de El Pilar, funcionando como un aliciente a que participen más gente a la maratón.

	<ul style="list-style-type: none"> - La maratón recorre todo el paseo marítimo y el centro histórico de la ciudad, brindando a los participantes de correr en dos paisajes distintos. - Alta participación de mujeres, representando el 45% del total de participantes. - Participan corredores de cualquier edad, hasta niños y veteranos. - Se realizan actividades culturales para complementar al evento principal. - Este evento contribuye a alargar la temporada alta.
Oportunidades (externo)	<ul style="list-style-type: none"> - Ingresos adicionales fuera del segmento de la maratón: (alojamiento, alquiler de coche, gastronomía...) - Buena imagen de Baleares como destino deportivo. - Crecimiento exponencial de practicantes de adultos, veteranos, mujeres y niños en los últimos años. - Una mejora en la promoción que se dé más a conocer atraería mayor número de participantes.

4. CONCLUSIONES

Tras el análisis realizado, se pueden extraer una serie de conclusiones y recomendaciones sobre el turismo activo en las Islas Baleares.

El impacto económico que genera este tipo de turismo en las islas es claramente lucrativo para la población. La más beneficiada es Mallorca ya que dispone de dos sierras dónde los cicloturistas pueden entrenar y competir en condiciones, posee más campos de golf para celebrar torneos mensualmente, y tienen establecido un plan consolidado para realizar maratones en el centro de la ciudad de Palma. Esto supone que incremente el número de visitantes en temporada baja o que se alargue más la temporada alta y por tanto que generen un mayor gasto.

La oferta del turismo activo analizado en este trabajo, hemos observado como cada año se va incrementando las plazas admisión para participar en dicha competición. Esto da a entender que el interés sobre este tipo de turismo en Baleares es creciente y que se está gestionando correctamente. Además del cicloturismo, el turismo de golf y el Palma Marathon Mallorca analizados en el presente trabajo, existen otros eventos deportivos como el Ironman Alcúdia o la Copa del Rey de vela; y distintos segmentos del turismo activo, como el turismo de senderismo, el psicobloc, el turismo de buceo, etc. También hay otros tipos de turismo alternativo como el turismo gastronómico, el turismo cultural, el turismo rural, el turismo de spa y bienestar, turismo ornitológico y el turismo de congresos y convenciones. Baleares tiene un gran potencial para poder equilibrar la estacionalidad que padece en los últimos años.

Sin embargo, el turismo alternativo de Baleares sigue siendo desconocido a nivel internacional, significando que, pese el impacto económico que ha generado, sigue teniendo mucho margen de mejora.

Para poder llegar a explotar este segmento turístico, hay que realizar una serie de medidas: Huir del posicionamiento de “sol y playa” en temporada baja. Se tiene que instaurar un modelo que sea rentable, sostenible que permita potenciar y explotar sus recursos, diferenciándose de sus competidores en temporada baja; seguir mejorando la promoción del turismo alternativo en las islas para generar mayor notoriedad en el ámbito nacional e internacional; estrechar lazos entre la administración pública Balear y los organizadores de eventos privados-deportivos para realizar una colaboración fructífera entre ambos; seguir mejorando la coordinación entre empresas privadas (alojamiento, agencias especializadas y servicios) y las conexiones aéreas que facilite la llegada de turistas en temporada baja.

No obstante, existe la Estrategia de Turismo Sostenible para Baleares de 2017 – 2020. Es un plan en marcha que promueve las líneas estratégicas comunes para conseguir que las islas preserven y recuperen su valor ambiental, mejorando la satisfacción de los turistas y produciendo servicios turísticos de forma eficiente y responsable que generen beneficios socioeconómicos a largo

plazo. La estrategia consiste en promover un modelo turístico basado en preservar los valores identificadorios de las islas apostando por su patrimonio cultural y el deporte, fortaleciendo y fomentando el turismo en temporadas de invierno para tratar desestacionalizar la demanda turística y apostar por un turismo sostenible durante todo el año (Agencia Estratégica de Turismo de les Illes Balears [AETIB], 2017).

El turismo activo no es solo una forma de combatir la estacionalidad, diversificar la oferta o generar ingresos, es además una oportunidad de renovar la imagen de Baleares, traer un perfil de turista diferente al turista de masas, e inculcar valores culturales, sociales, ambientales y morales. Es una forma de realizar turismo de una manera sana para los turistas y para el destino, por lo constituye un complemento perfecto hacia el turismo de la excelencia.

5. BIBLIOGRAFÍA

- Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea. (s.d.). *Estadísticas de tráfico aéreo*. Recuperado de <http://www.aena.es/csee/Satellite?SiteName=Estadisticas&anyo=2018&c=Page&cid=1144247795704&pagename=Estadisticas%2FEstadisticas&periodoInforme=Mensual>
- Agencia Estratégica de Turismo de las Islas Baleares. (2017). Caib.es. Recuperado de <http://www.caib.es/govern/sac/fitxa.do?codi=2225463&coduo=475&lang=es>
- Aguiló, E., y Sastre, A. (1983). *La estacionalidad del turismo en Baleares. Estudios turísticos*. Recuperado de http://ibdigital.uib.es/greenstone/collect/cuadernosFacultadDerecho/index/assoc/Cuaderno/s_1983v0/06p007.dir/Cuadernos_1983v006p007.pdf
- Aymerich, F., y Anabitarte, J. (2016). *El impacto económico del golf en España 2016. Golf Business Partners*. Recuperado de <http://www.rfegolf.es/ArticulosDocumento/Turismo%20e%20impacto%20econ%C3%B3mico/Turismo%20e%20impacto%20econ%C3%B3mico%202016/2016%20impacto%20econ%C3%B3mico%20del%20golf%20en%20Espa%C3%B1a.pdf>
- Bañón, F. (1999). *50 años del turismo español: un análisis histórico y estructural*. Madrid. Centro de estudios Ramón Areces.
- Bonet, P. (26 abril 2019). *Xisco Lliteras: "Mallorca se ha convertido en un referente del cicloturismo"*. El Mundo. Recuperado de <https://www.elmundo.es/baleares/2019/04/26/5cc2baeb21efa010458b4575.html>
- Cambra de Comerç de Mallorca, (2014). *Mallorca, más allá del y playa*. Recuperado de: https://www.cambramallorca.com/documentos/Desp_5293.pdf
- Confederación de Asociaciones Empresariales de Baleares. (2005). *El turismo de golf en Baleares 2005*. Recuperado de http://www.caib.es/sites/estadistiquesdelturisme/es/el_turismo_de_golf_en_las_islas_baleares-23100/
- Crespí i Cladera, R., Alemany Hormaeche, M., y García Sastre, M. (2016). *Estudio económico Palma de Mallorca Marathon 2015*. Recuperado de https://issuu.com/daniquintero/docs/estudio_pmm_institucional
- Cunill, O. M., y Juan, A. F. (2003). *Situación actual y perspectivas del turismo en las Illes Balears. Bases para una contribución a la reflexión sobre su futuro*. Recuperado de https://www.cambramallorca.com/documentos/Desp_324.pdf
- Elite Chip. (2016). *Palma de Mallorca Marathon 2016. Clasificación*. Recuperado de <https://www.elitechip.net/index.php?zwshow=compdet&idcomp=3660065&compsec=clas>

Federación Balear de Golf. (s.d.). *Calendario de competiciones*. Recuperado de <https://www.fbgolf.com/calendario.html>

Gobierno de las Islas Baleares, (26 marzo 2018). *La Agencia de Turismo, a través del Club de producto gastronómico, organiza unas jornadas de producto local para impulsar la formación de los futuros profesionales del sector gastronómico*. Recuperado de <http://www.caib.es/pidip2front/jsp/es/ficha-convocatoria/la-agencia-de-turismo-a-traveacutes-del-club-de-producto-gastronoacutemico-organiza-unas-jornadas-de-producto-local-para-impulsar-la-formacioacuten-de-los-futuros-profesionales-del-sector-gastronoacutemico>

Ibeconomía. (3 febrero 2018). *El turismo de golf genera unos ingresos anuales en Baleares de unos 161 millones de euros*. Ibeconomía. Recuperado de <https://ibeconomia.com/economia/turismo-golf-genera-unos-ingresos-anuales-baleares-unos-161-millones-euros/>

Impactur. (2014) *Estudio del impacto económico del turismo sobre la economía y el empleo de las Illes Balears*. Recuperado de <https://www.exceltur.org/wp-content/uploads/2015/10/IMPACTUR-Baleares-2014-informe-completo.pdf>

Instituto de Estadística de las Islas Baleares. (2018) *Turistas con destino principal las Illes Balears por periodo y país de residencia*. Recuperado de https://ibestat.caib.es/ibestat/estadistiques/043d7774-cd6c-4363-929a-703aaa0cb9e0/bf3c6e6b-3050-4718-84f6-1d616be9b5b2/es/l208002_n203.px

La Guía del Ciclismo. (2019). *Calendario 2019*. Recuperado de <https://laguiadelciclismo.com/marchas-cicloturistas/>

Lliteras Reche, X. (2015). *Impacto del cicloturismo en Mallorca y el caso de la Mallorca312*. Recuperado de https://www.viasverdes.com/pdf/JornadaMallorca_2015/XiscoLliteras_CicloturismoMallorca.pdf

López, P. (7 junio 2018). *El turismo deportivo en España, a golpe de récord: movió 13.800 millones de euros en 2017*. Palco 23. Recuperado de <https://www.palco23.com/entorno/el-turismo-deportivo-en-espana-a-golpe-de-record-movio-13800-millones-de-euros-en-2017.html>

Mallorca 312. (2018). *Mallorca 312 Giant-Taiwan. Rider Guide 2018*. Recuperado de https://issuu.com/mallorca312/docs/m312_2018_baixa

Maratones España. (2019). *Calendario Maratones en España 2019*. Recuperado de https://www.maratonesespana.es/calendario-maratones-espana-2019/#Octubre_de_2019

Matamoros, S. (20 febrero 2017). *Turismo deportivo en España: un negocio de 12.000 millones*. *Expansión*. Recuperado de <http://www.expansion.com/directivos/deportenegocio/2017/02/19/58a752f3e5fd-eac2338b4654.html>

Meissner, M. (2008). *Las líneas aéreas de bajo coste: Fundamentos teóricos y estudio empírico sobre su impacto en el transporte aéreo y en la estructura del*

- sector turístico en Europa. (Tesis Doctoral, Universidad de Málaga). Recuperado de <http://www.biblioteca.uma.es/bbl/doc/tesisuma/17678298.pdf>
- Mestre, M. C. (2007). *El turismo en el medio rural en las Islas Baleares ANÁLISIS DE LA NORMATIVA*. Recuperado de http://www.caib.es/sites/estadisticasdelaturisme/es/el_turismo_en_el_medio_rural_en_las_islas_baleares-23102
- Montero, F. C. (2015). *Las primeras fases del turismo de masas: El caso de Baleares 1955 – 1975*. (Trabajo de fin de grado, Universidad de las Islas Baleares). Recuperado de http://dspace.uib.es/xmlui/bitstream/handle/11201/3052/Colom_Montero_Francisco.pdf?sequence=1
- Oliva, A. (24 marzo 2019). *Las tres versiones de la Mallorca 312 pasarán el sábado por 28 municipios*. *Diario de Mallorca*. Recuperado de <https://www.diariodemallorca.es/deportes/2019/04/24/tres-versiones-mallorca-312-pasaran/1411509.html>
- Organización Mundial del Turismo. (2018). *Panorama OMT del turismo internacional* (ed. 2018). doi/pdf/10.18111/9789284419890
- Pantazis, N. y Liefner, I. (2006): *The impact of low-cost carriers on catchment areas of established international airports: the case of Hanover airport, Germany*, *Journal of Transport Geography*, nº 14, 265-272, doi: 10.1016/j.jtrangeo.2005.05.002
- Pisonero, R. (2010). *Aeropuertos secundarios y aerolíneas de bajo coste: rol de las ciudades intermedias en la nueva jerarquía urbana española*. (Tesis doctoral, Universidad Complutense de Madrid). Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3262729>
- Ports de Balears (s.d.). *Estadísticas del tráfico de cruceros*. Recuperado de <http://www.portsdebalears.com/es/estadisticas>
- Pozo, J. C. (7 enero 2016). *4 riesgos del turismo de masas*. [Entrada Blog]. Recuperado de <https://www.andalucialab.org/blog/4-riesgos-del-turismo-de-masas/>
- Quirós Tomás, F. J. (s.d.) *Aerolíneas Low-cost y sus efectos sobre el turismo: El caso español*. (Trabajo fin de grado, Universidad de Sevilla). Recuperado de <https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/52947/quiros-tomas.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Ruiz Collado, J. L. (3 diciembre 2018). *Mallorca se consolida como el principal destino europeo para cicloturistas en 2019*. *Última Hora*. Recuperado de <https://www.ultimahora.es/noticias/local/2018/12/03/1042315/mallorca-consolida-como-principal-destino-europeo-para-cicloturistas-2019.html>
- Running. (22 septiembre 2017). *Palma Marathon Mallorca 2017*. Recuperado de <https://running.es/carreras/palma-marathon-mallorca-2017#.XNxBy44zZPY>

Sanz Tamarit, I. (2016). *Análisis del cicloturismo en Mallorca*. (Trabajo de fin de grado, Universidad de les Illes Balears). Recuperado de http://dspace.uib.es/xmlui/bitstream/handle/11201/3269/Sanz_Tamarit_Ignacio.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Sportmaniacs. (2017). *Palma de Mallorca Marathon. Clasificaciones*. Recuperado de <https://sportmaniacs.com/es/races/palma-de-mallorca-marathon>

Sportmaniacs. (2018). *Palma de Mallorca Marathon 2018. Clasificaciones*. Recuperado de <https://sportmaniacs.com/es/races/zafiro-palma-marathon-2018>

Vilarasau, D., R. (25 septiembre 2018). *El sol y playa pierde protagonismo en la oferta turística española*. Hosteltur. Recuperado de https://www.hosteltur.com/108957_el-sol-y-playa-pierde-protagonismo-en-la-oferta-turistica-espanola.html

Zafiro Palma Marathon. (2018). *Información de la carrera*. Recuperado de: <https://www.palmademallorcamarathon.com/espa%C3%B1ol/informaci%C3%B3n-de-la-carrera/>