

*"Impacto del cicloturismo en Mallorca
y el caso de la Mallorca 312"*

Xisco Lliteras Reche
MALLORCA312

Índice

- Análisis del cicloturismo en Mallorca
- Caso particular de la zona Playa de Muro
- Marcha cicloturista internacional Mallorca312
- Conclusiones

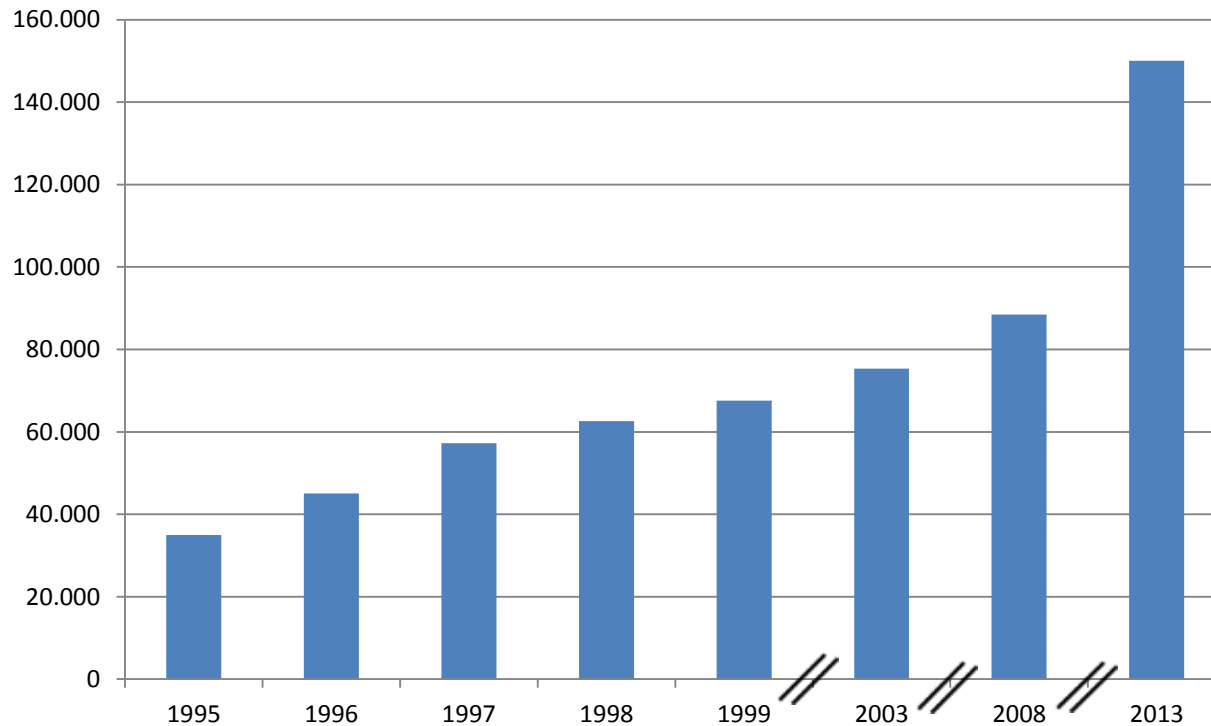
CICLOTURISMO EN MALLORCA

Análisis y evolución del mercado

- Impacto económico de la actividad cicloturista
 - Falta de estudio cuantificativo riguroso (1998 / 2014 PWC)
 - 150.000 cicloturistas /año (en el 2013)
 - 70% marzo-mayo / 25% septiembre-febrero
 - +/- 1.000.000 pernoctaciones año
 - Más de 145 M de € de impacto económico

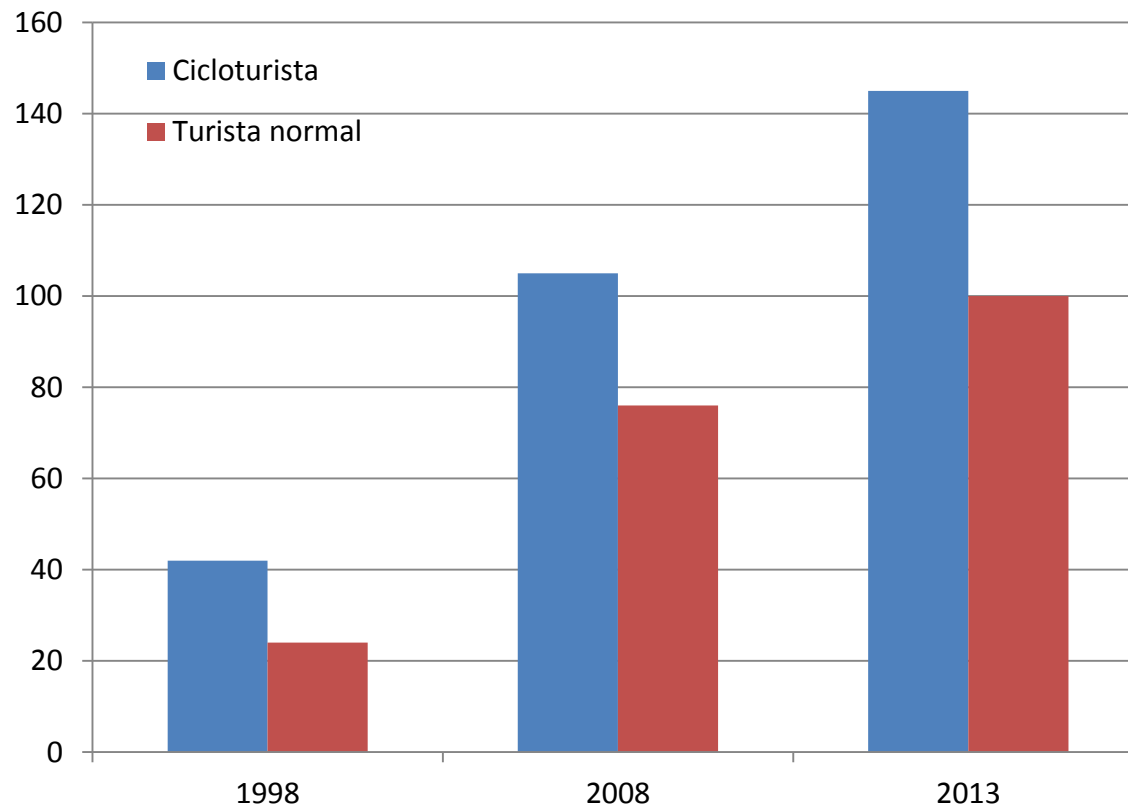
Análisis y evolución del mercado

- Cicloturistas por año en Mallorca



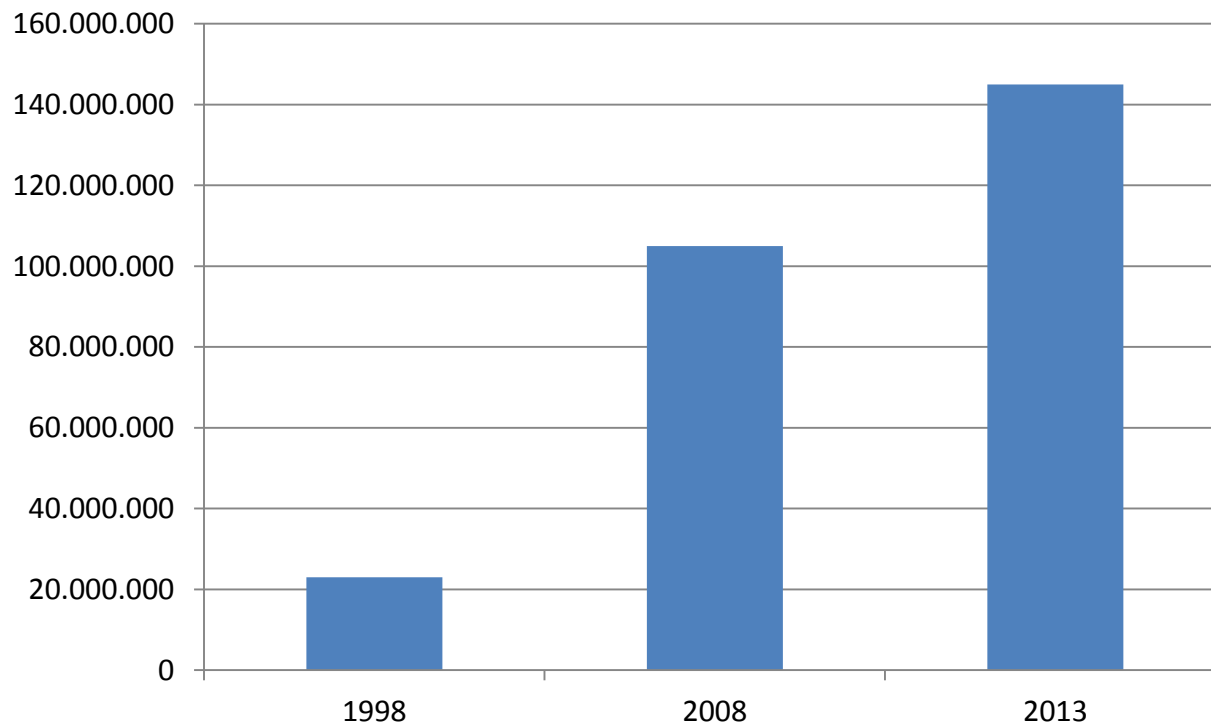
Análisis y evolución del mercado

- Gasto diario medio del cicloturista en Mallorca (euros/día)



Análisis y evolución del mercado

- Impacto económico total del cicloturismo en Mallorca (euros)



Análisis y evolución del mercado

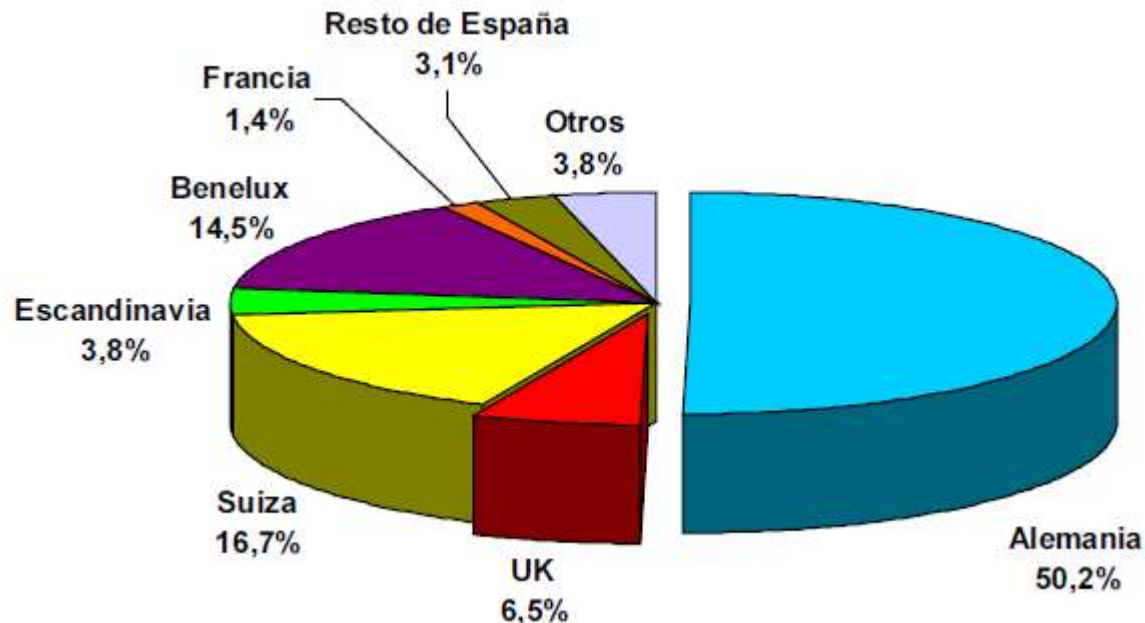
- Tipología de los clientes
 - Edad media: 30 – 50 años
 - Género: 70% hombres y 30% mujeres
 - Nivel estudios: 65% diplomados/licenciados
 - Países de origen y particularidades
 - ¡95% DEPORTIVO!

Particularidades del impacto económico

- Efecto desestacionalizador efectivo
- Reparto del impacto económico a zonas menos propensas
- Turismo ambientalmente sostenible
- % considerable de beneficios a empresas internacionales
(contratación en origen)

Análisis y evolución del mercado

- Países de procedencia de los cicloturistas (año 1998):



Puntos fuertes de Mallorca como destino ciclista

- Clima
- Red de carreteras secundarias
- Orografía
- Ubicación geográfica
- Buenas comunicaciones
- Empresas turísticas
- Infraestructura hotelera
- Oferta complementaria
- Tradición ciclista

Puntos débiles de Mallorca como destino ciclista

- Falta de impulso y coordinación en políticas transversales.
 - Carreteras
 - Medio Ambiente
 - Turismo
 - DGT
 - Deportes
 - Federació de Ciclisme de les Illes Balears
 - TTOO
 - Empresas servicios deportivos
 - Tiendas de ciclismo

Puntos débiles de Mallorca como destino ciclista

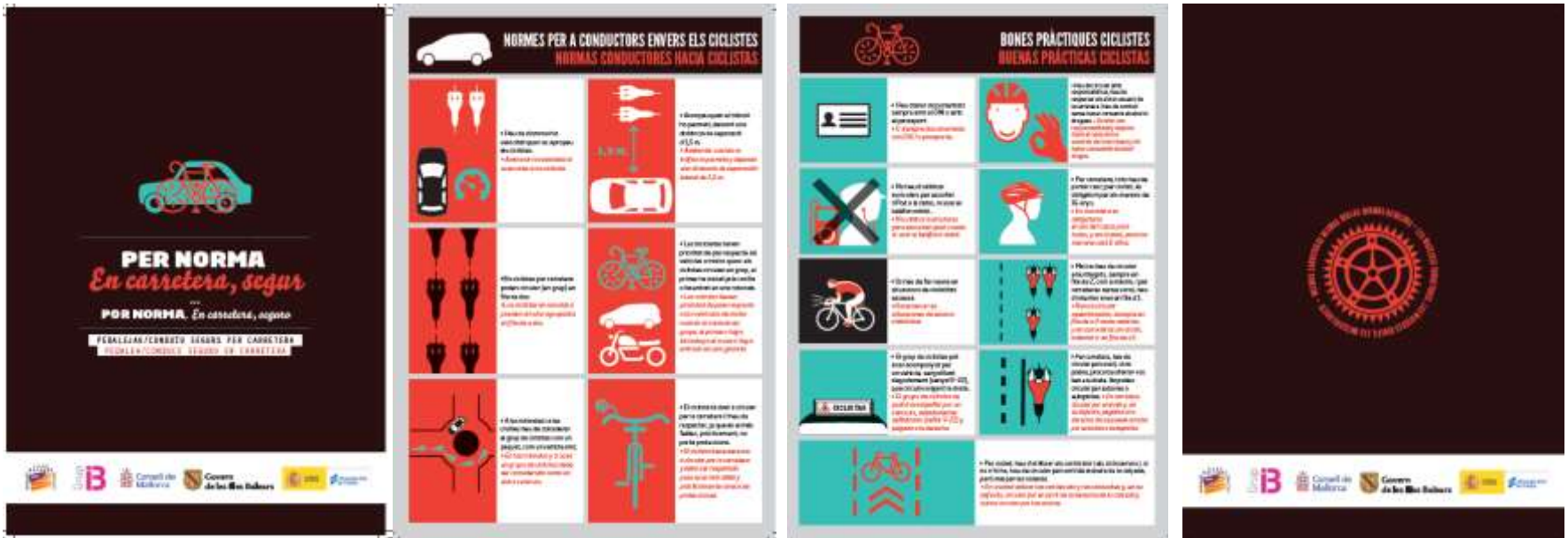
- Mercado de MTB y de ciclismo de alforjas desaprovechado.
- Problemática de seguridad vial.
- Mala interacción del sector privado involucrado
 - TTOO, sector del turismo deportivo, hoteles...
- Promoción turística débil y ¿equivocada?
- Ferias vs. Eventos.
 - Eventos locales como parte del producto turístico
 - Configuración de rutas y contenidos de promoción
 - Fun trips y press trips (generalistas)
 - I Foro Internacional de Turismo y Deporte + Feria

Herramientas para la mejora del destino turístico

- Comisión permanente para la seguridad vial de los ciclistas:
 - Dirección Insular de Deportes. CIM
 - Dirección Insular de Carreteras. CIM
 - DGT
 - Guardia Civil
 - Dirección General de Interior. GB
 - Canal autonómico de radio y televisión. IB3
 - Federació de Ciclisme de les Illes Balears

Herramientas para la mejora del destino turístico

- Folleto de seguridad vial



Herramientas para la mejora del destino turístico

- Mesa estatégica de Cicloturismo. Agencia Balear de Turismo. Gobierno Balear:
 - Agencia de Turismo Balear
 - Govern Balear
 - Consell de Mallorca. Promoci3n econ3mica
 - C3mara de comercio
 - FEHM
 - Fomento del Turismo
 - Federaci3n de Ciclisme de les Illes Balears

PLAYA DE MURO

¿Por qué ha triunfado en cicloturismo?

- Hoteles especializados: infraestructura, taller, lavandería, nutrición, biomecánica, instalaciones deportivas complementarias, decoración...
- Agencia de viajes especializada.
- Tiendas especializadas (ciclismo, fisioterapia, restauración...)
- Carriles bici.
- Mapas de rutas (AHPM).
- Prueba más popular de cicloturismo (Mallorca312).
- A pesar de no ser la zona más atractiva para iniciar una ruta ciclista.
Adaptación de infraestructuras ya existentes.

MALLORCA312

Estudio realizado por Dra. Maria Antònia Garcia y Dra. Margarita Alemany Hormaeche , UIB

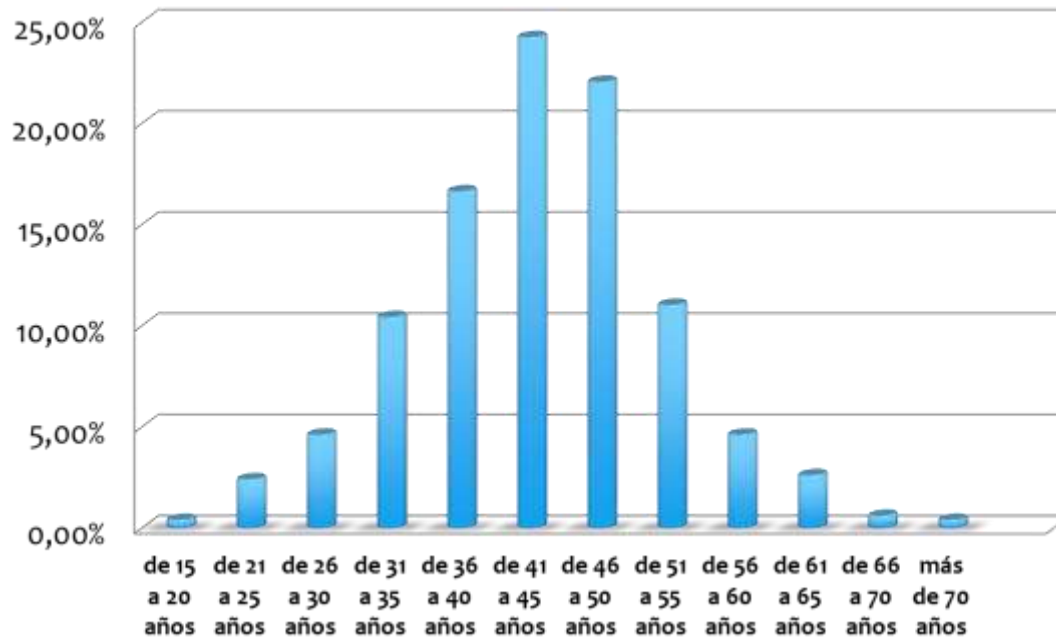
Objetivo del estudio

- Estimar el impacto económico generado por la Mallorca312- V Marcha Cicloturista Internacional en el año 2014.
- Datos de la marcha:
 - Se realiza en un único día (en sábado).
 - La mayoría de participantes optan por acudir unos días antes para realizar sesiones de entrenamientos.
 - Muchos de los participantes eligen los establecimientos de la zona para alojarse.
 - En su V edición congregó un total de 1.950 participantes de más de 20 nacionalidades diferentes

Resultados del estudio

Perfil sociodemográfico del cicloturista participante en la prueba:

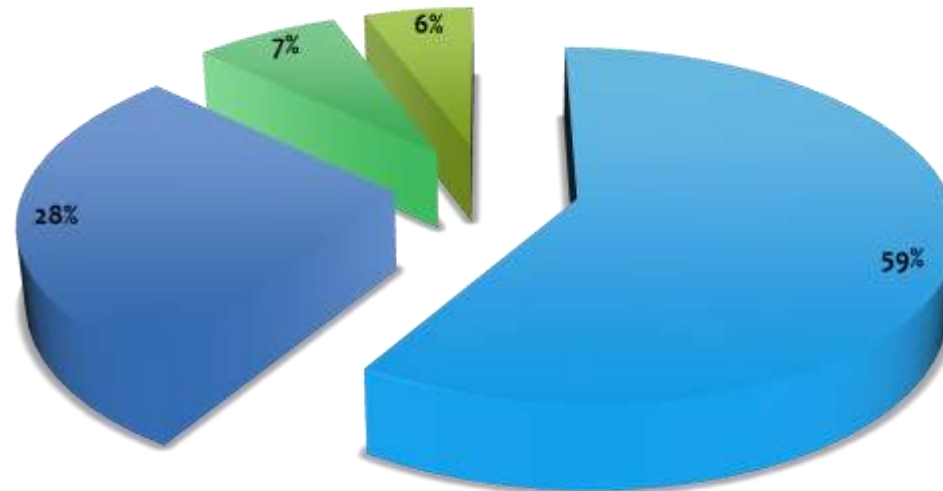
- Género: hombres 89% y mujeres 11 %
- Edad



Resultados del estudio

Perfil sociodemográfico del cicloturista participante en la prueba:

- Nivel formativo

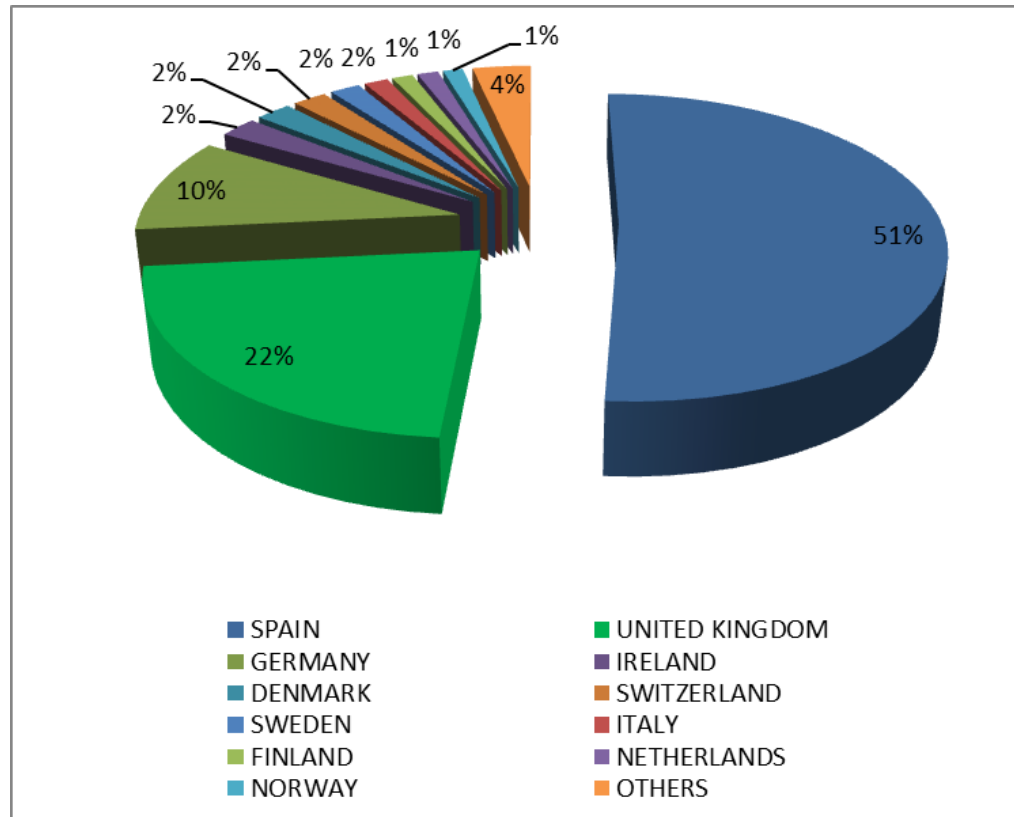


■ Diplomado/ licenciado ■ Secundarios ■ Primarios ■ Otros

Resultados del estudio

Perfil sociodemográfico del cicloturista participante en la prueba:

- Nacionalidad de los participantes



Resultados del estudio

- Para determinar el impacto económico del evento deportivo se ha analizado diferentes variables
 - número de participantes al evento deportivo
 - número de acompañantes
 - gasto individual por participante
 - número de días de estancia
- Resultado: el impacto global asciende a 3.104.244 euros.

Resultados del estudio

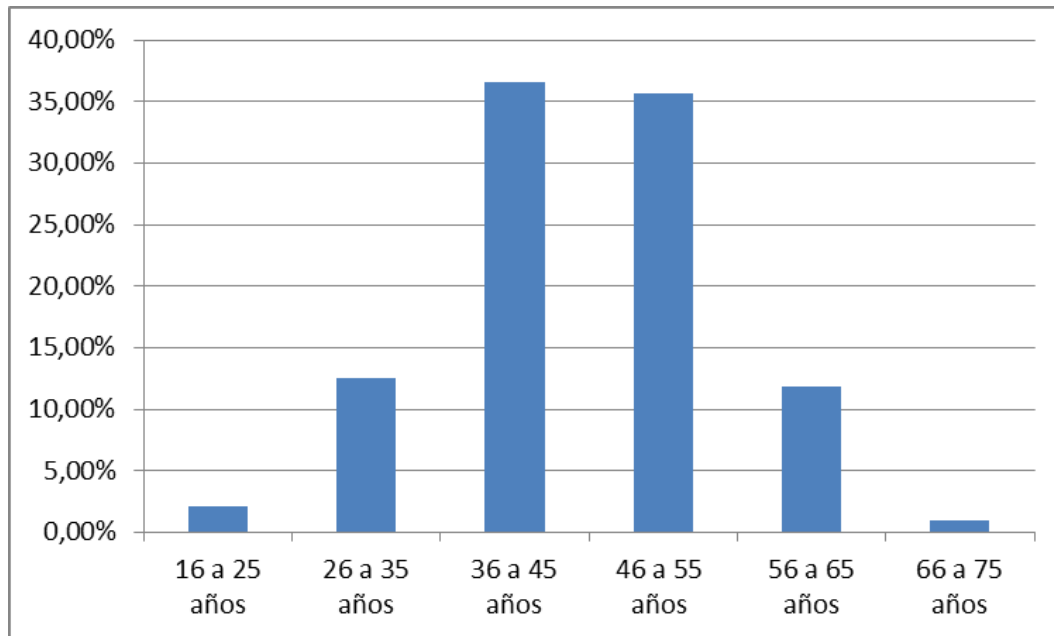
- Estancia media: 6,2 días
- Ratio de turistas por participante: 2,0
- Gasto diario del turista Mallorca312: 192,03 €/día.
 - * Gasto medio diario del turista en Baleares: 103 €/día
- Gasto total medio por turista: 1.206€

Datos Mallorca312 en 2015

En su V edición congregará un total de 3.000 participantes de más de 30 nacionalidades diferentes

Perfil sociodemográfico del cicloturista participante en la prueba:

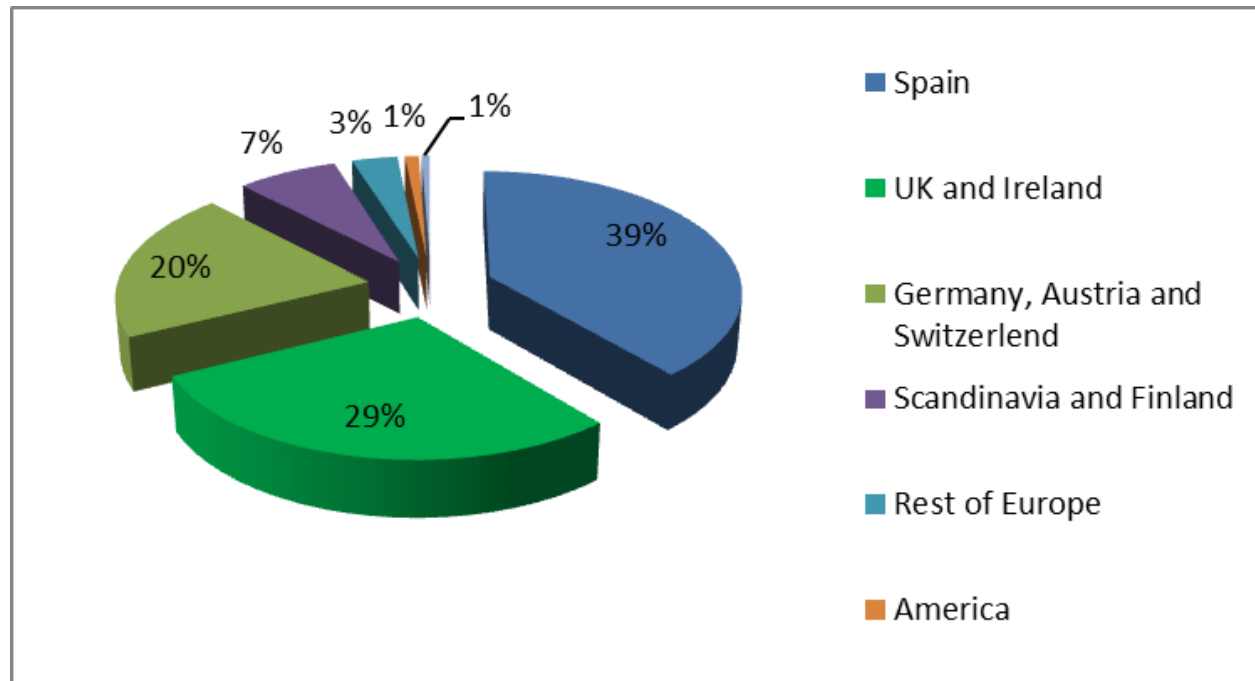
- Género: hombres 91% y mujeres 9 %
- Edad



Datos Mallorca312 en 2015

Perfil sociodemográfico del cicloturista participante en la prueba:

- Nacionalidad (2015)



Perspectivas Mallorca312 en 2015

- Estancia media: 6,2 días
- Ratio de turistas por participante: 2,0
- Gasto diario del turista Mallorca312: 192,03 €/día.
- Gasto total medio por turista: 1.206€

- **IMPACTO ECONÓMICO ESTIMADO: 7.143.516 €**

CONCLUSIONES

Conclusiones

- Plan de desarrollo: consolidar mercados existentes y desarrollar nuevos.
Se necesita ayuda de TTOO, compañías aéreas, Govern...
- Crear comisiones y equipos de expertos.
- Mejorar y homogeneizar la señalética cicloturística.
- Aumentar la seguridad del destino.
- Eventos atractivos. (Sirven para implicar a la comunidad).
- Abrirse al mercado de la BTT.

Conclusiones

- Utilizar las herramientas que nos ofrece internet para la difusión y comercialización. Cuidar los detalles de dicha presencia en internet.
- Innovar y poner atención al cicloturismo 2.0. (STRAVA o la web Bikemap.net).
- Entrar en contacto con el cicloturista y fidelizarlo. (Redes sociales).
- Cuantificar y encuestar cuanto antes y periódicamente.
- Generar contenido de valor (webs, libros, guías, mapas...).
- ¿Por qué no hay cicloturismo de alforjas en Mallorca? No lo hemos buscado o la isla no está ideada para este tipo de turismo.

Bibliografía

- *El cicloturismo en Balears, 1998.* CAEB.
- *Estudio sobre productos turísticos emergentes en las Illes Balears.* Cámara de Comercio Mallorca.
- *Los eventos deportivos como elementos dinamizadores de las economías turísticas: el caso de la Mallorca312 – Iberostar Playa de Muro.* Dra. Maria Antònia Garcia y Dra. Margarita Alemany Hormaeche , UIB.
- *El cicloturismo como oferta turística en Mallorca.* Xisco Lliteras.
- *El turismo sobre dos ruedas sorteja la crisis.* Diario de Mallorca, 12/04/2009.
- *El papel del clima en la estacionalidad turística y la configuración de productos turísticos emergentes. El caso de Mallorca.* Miquel Àngel Coll Ramis y Miguel Seguí Llinás, UIB.



GRACIAS POR SU ATENCIÓN

Xisco Lliteras

- Director Mallorca312
- Vicepresidente de la Federació de Ciclisme de les Illes Balears

Email: direccion@mallorca312.com

Twitter: [@XiscoLliteras](https://twitter.com/XiscoLliteras)

