



**Universitat de les
Illes Balears**

Facultat de Turisme

Memòria del Treball de Fi de Grau

Cambios recientes en la demanda turística en las Illes Balears

Bartomeu March Rosselló

Grau de Turisme

Any acadèmic 2015-16

DNI de l'alumne: 78218652E

Treball tutelat per Catalina Juaneda Sampol.
Departament d'Economia Aplicada.

S'autoritza la Universitat a incloure aquest treball en el Repositori Institucional per a la seva consulta en accés obert i difusió en línia, amb finalitats exclusivament acadèmiques i d'investigació	Autor		Tutor	
	Sí	No	Sí	No
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Paraules clau del treball:

Demanda turística, tot inclòs, alquiler turístic, Illes Balears.

ÍNDICE DE CONTENIDOS:

Portada.....	1
Índice de contenidos.....	2
Índice de gráficos y tablas.....	3
Resumen.....	4
Objetivo del trabajo.....	5
Introducción.....	6
Metodología.....	8
Papel del turismo en las Illes Balears.....	9
Análisis de indicadores.....	10
Fenómenos recientes en la demanda turística.....	21
Conclusiones.....	27
Bibliografía.....	28

ÍNDICE DE GRÁFICOS Y TABLAS

·Gráfico 1: Origen de los visitantes.....	10
·Gráfico 2: Número total de pernoctaciones.....	11
·Gráfico 3: Estancia media de los viajeros por país de origen.....	12
·Gráfico 4: Estancia media por tipo de establecimiento.....	13
·Gráfico 5: Estancia media del turista según temporada.....	14
·Gráfico 6: Gasto medio diario por país de origen.....	15
·Gráfico 7: Gasto medio por persona.....	16
·Gráfico 8: Gasto medio por persona y día según tipo de alojamiento.....	17
·Gráfico 9: Gasto medio por visitante por tipo de alojamiento.....	18
·Gráfico 10: Tipo de alojamiento elegido por los turistas.....	19
·Tabla 1: Organización del viaje de los turistas de Balears en 2013....	20
·Tabla 2: Gasto diario de los turistas en Mallorca en 2009.....	23

RESUMEN:

A raíz de la gran importancia del turismo en las Illes Balears, es esencial comprender los diferentes indicadores que miden la demanda turística, para ello se analizan los cambios que se han producido en los últimos años, en el comportamiento del turismo, especialmente desde el año 2010 hasta la actualidad. Se explican dos fenómenos recientes que están redefiniendo la demanda turística, como son, el todo incluido en las Islas Baleares, y la nueva forma de alquiler turístico vacacional.

ABSTRACT: Due to the great importance of tourism has in the Balearic Islands, it is essential to understand the different indicators that measure the tourism demand, thus, changes that have occurred in recent years, especially from 2010 to nowadays have been analyzed. Two news phenomena as are all-inclusive and the new way of house rental Peer To Peer, are explained.

OBJETIVO DEL TRABAJO:

Para seguir atrayendo a millones de personas a nuestras islas, es clave entender cómo se producen esos movimientos y sus posibles cambios en el tiempo, eso nos permitirá poder prever mejor los cambios y estar mejor preparados cuando ocurran.

Para comprender los cambios que se están produciendo desde hace varios años, vamos a analizar distintos indicadores que indican el comportamiento en general de los turistas y la forma en que demandan los servicios turísticos. Se van a analizar y explicar dos fenómenos relativamente recientes como son el todo incluido ofrecido en los hoteles y la nueva forma de alquiler turístico P2P (Peer To Peer).

INTRODUCCIÓN.

El turismo, definido como tal por la Organización Mundial del Turismo (OMT) es: Un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes, que a la vez pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes. El turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico

Antes de empezar el trabajo, se explican los diferentes tipos de turismo y sus diferencias.

La OMT establece seis tipos diferentes de turismo, que son estos:

·**Turismo emisor**: abarca las actividades realizadas por un visitante residente fuera del país de referencia, como parte de un viaje turístico emisor o de un viaje turístico interno.

·**Turismo interno**: el turismo interno incluye las actividades realizadas por un visitante residente en el país de referencia, como parte de un viaje turístico interno o de un viaje turístico emisor.

·**Turismo nacional**: abarca el turismo interno y el turismo emisor, a saber, las actividades realizadas por los visitantes residentes dentro y fuera del país de residencia, como parte de sus viajes turísticos internos o emisores.

·**Turismo receptor**: engloba las actividades realizadas por un visitante no residente en el país de referencia, como parte de un viaje turístico receptor.

·**Turismo interior**: el turismo interior engloba el turismo interno y el turismo receptor, a saber, las actividades realizadas por los visitantes residentes y no residentes en el país de referencia, como parte de sus viajes turísticos internos o internacionales.

·**Turismo internacional**: incluye el turismo receptor y el turismo emisor, es decir, las actividades realizadas por los visitantes residentes fuera del país de referencia, como parte de sus viajes turísticos internos o emisores, y las actividades realizadas por los visitantes no residentes en el país de referencia, como parte de sus viajes turísticos receptores.

Teniendo ya claro el marco conceptual del turismo y sus diferentes variantes, pasamos a explicar el papel que tiene el turismo en el contexto nacional e internacional.

El papel del turismo a nivel internacional: Para entender la vital importancia de la industria turística a nivel mundial, vamos a extraer algunos datos del informe anual que publica la OMT (Organización Mundial del Turismo) de 2014.

- En 2014 hubo más de 1.100 millones de turistas internacionales. Esta cifra creció un 4.4% respecto del año anterior, lo que se traduce en 48 millones más de turistas. Por regiones las llegadas de turistas se dividen en: Europa un 54% del total, con 584 millones de turistas; Asia y Pacífico un 23%, con 263 millones de turistas; América un 16%, con 182 millones de turistas; África un 5%, con 56 millones y finalmente Oriente Próximo con el 4% y 50 millones de turistas.
- En 2013, el turismo generó unas ganancias de 1409 billones de dólares, suponiendo un crecimiento en términos reales del 5% respecto al año anterior. El turismo internacional representa el 30% de las exportaciones de servicios y un 6% de las exportaciones totales.
- En 2014 el turismo representa 1 de cada 11 empleos directos o indirectos mundiales.
- En 2014, el turismo representó el 10% del PIB mundial, creciendo año tras año.

El papel del turismo a nivel nacional: El sector turístico es esencial en España, ya que en estos años de crisis económica, ha sido uno de los sectores que no ha dejado de crecer y que ha aguantado mejor los vaivenes económicos como certifican los datos siguientes:

- En el año 2015 llegaron a España 68.1 millones de turistas internacionales, lo que supone un incremento del 4.9% respecto al año anterior. Esto posiciona a España en la posición número 3 del mundo, por detrás de Francia y EE.UU.
- En el año 2015 el sector turístico representó el 11.2% del PIB español. Este porcentaje se traduce en una aportación al Producto Interior Bruto de unos 120.000 millones aproximadamente.
- En el año 2015 la industria turística ocupaba a 2.2 millones de personas. Esto supone que este sector aporta el 12.5% del empleo total de la economía española.

METODOLOGÍA:

Para la realización de este trabajo, me he basado, en primer lugar en la recopilación de datos estadísticos para la conformación del análisis de indicadores, para, a continuación, explicar los cambios acaecidos en los indicadores. Después me centré en los dos fenómenos que para mí suponen un nuevo reto en la demanda turística actual y venidera. Para ello he recopilado información, leyendo artículos de destacados entendidos en la materia, e informes de organizaciones como Exceltur, para intentar sintetizar los fenómenos y explicarlos.

EL PAPEL DEL TURISMO EN LAS ILLES BALEARS:

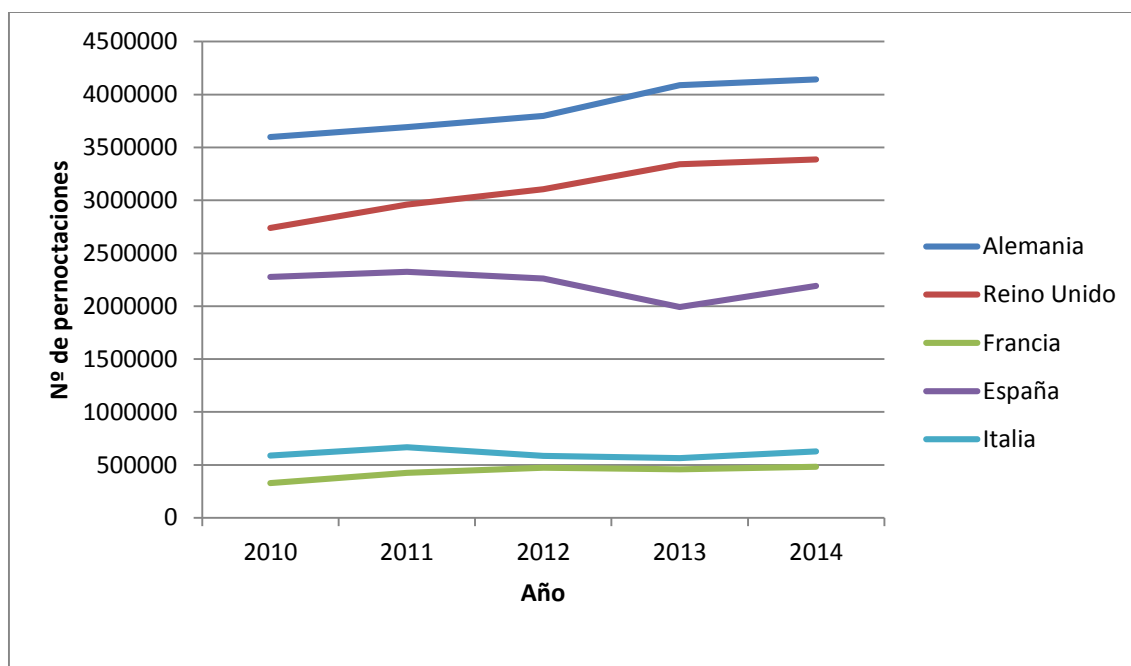
El sector turístico es un sector valiosísimo, casi diría que vital para la economía de las Illes Balears, ya que por importancia es la única industria muy relevante que hay en las islas, tal y como atestiguan los siguientes datos:

- En 2014, el turismo representó el 44.8% del PIB de las Illes Balears, aumentando tres décimas puntuales respecto el año anterior. Esto equivale a una aportación a la economía balear de unos 12.000 millones de euros aproximadamente.
- En 2014 el número de empleos vinculados a este sector era de 150.346, registrando un incremento del 3.1% respecto el año anterior. Este número representa el 32.0% del total de empleos de las Illes Balears, superando los niveles de empleo previos a la crisis económica.
- En 2014 las Illes Balears recibieron a un total de 13.5 millones de turistas, de los cuales unos 11.3 millones fueron viajeros extranjeros y 2.2 millones viajeros nacionales. Esta cifra supone un incremento del 4.06% en la llegada de turistas a las Islas respecto el año anterior; dividiéndose el incremento en un 11% de los turistas nacionales y el 2.8 % en los turistas nacionales.

ANÁLISIS DE INDICADORES DEMANDA EN LAS ILLES BALEARS

Para empezar el análisis es conveniente saber de dónde proceden la mayoría de turistas que nos visitan:

Gráfico 1: Origen de los visitantes:

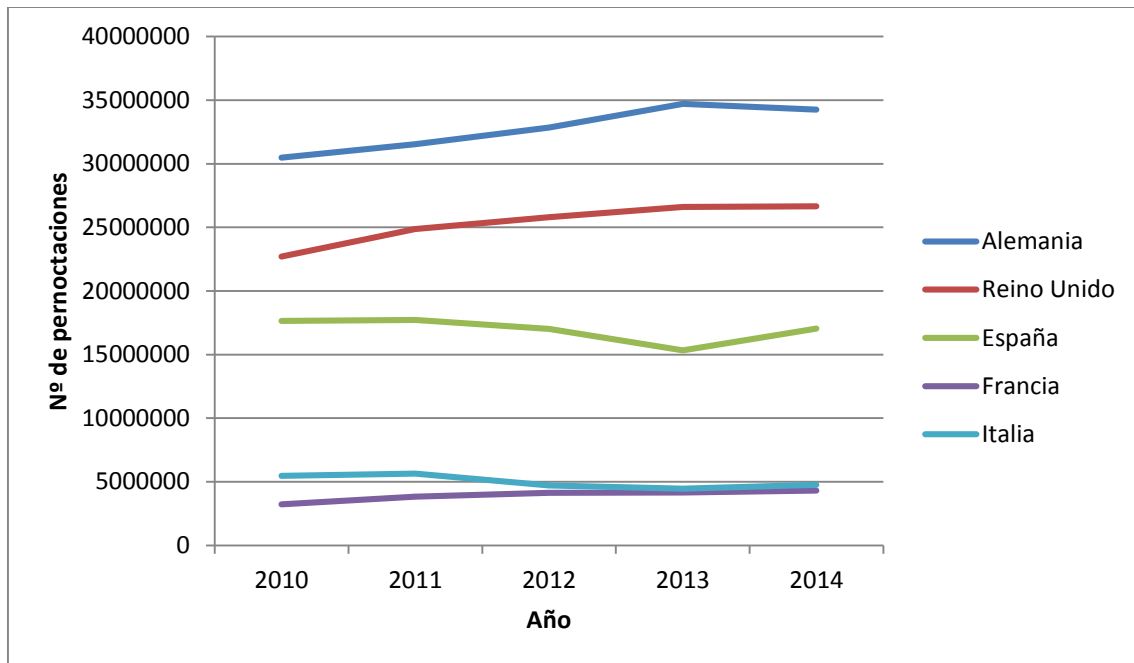


Fuente: Ibestat.

Como se puede apreciar en el gráfico el principal país de origen de los turistas que nos visitan es Alemania con 4.142.874 visitantes en el 2014, seguido por Reino Unido con 3.385.126 visitantes, el tercer mercado emisor sería el español con 2.192.372 visitantes, por último se sitúan Italia y Francia alrededor del medio millón de visitantes. El mercado que más ha aumentado en número de turistas en 2014 en relación con el 2010 ha sido Francia con un 47.2%, seguido de Reino Unido de un 23.5%. El único mercado que sufre un deterioro es el español con una caída del 3.7% desde 2010 a 2014.

A continuación para seguir introduciendo el tipo de turismo que visita las Illes Balears, nos fijamos en el número total de pernoctaciones por país de procedencia:

·Gráfico 2: Número total de pernoctaciones:



Fuente: Ibestat.

En el año 2014, hubo un total de 111.120.490 pernoctaciones. Este gráfico está muy ligado al número de visitantes totales por país, ya que se mantienen los mismos lugares en número total de pernoctaciones cada año.

El líder sigue siendo Alemania superando las 34 millones de pernoctaciones al año en las Islas lo que significa un 30% sobre el total de pernoctaciones. En el caso de España se puede observar que sufrió un declive en el año 2013, pero en el 2014 ya muestra una clara recuperación.

En lo que respecta al Reino Unido se mantiene estable en alrededor de unas 26 millones de pernoctaciones. En el caso de Francia e Italia, están muy a la par, ya que Italia ha ido reduciendo poco a poco el número total de pernoctaciones, al contrario de Francia que iba aumentando.

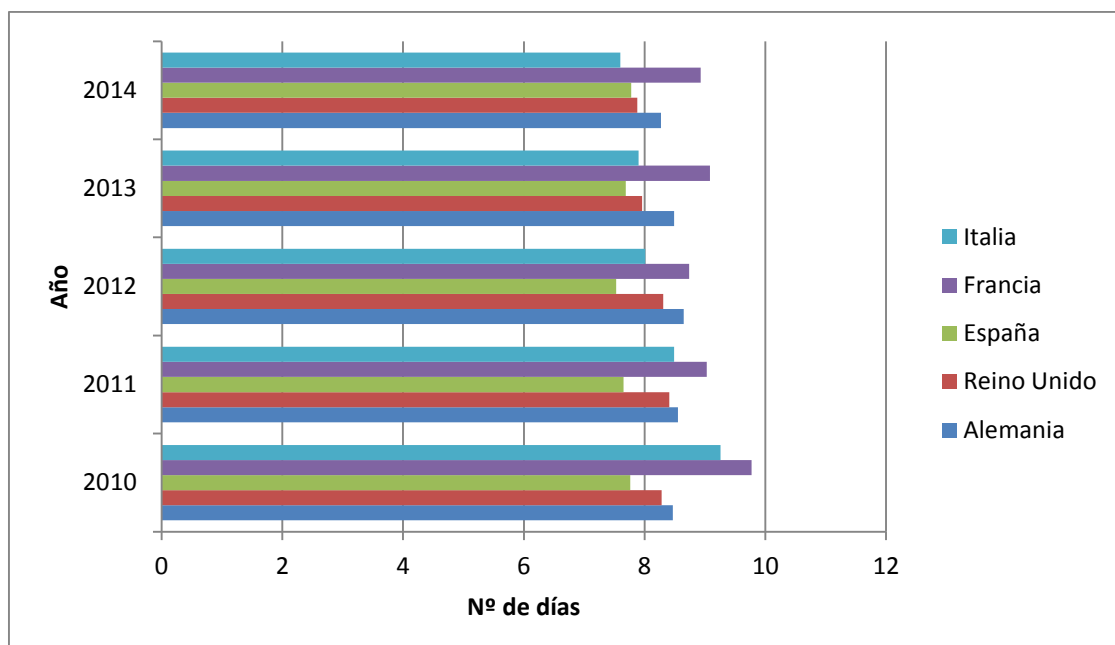
ESTANCIA MEDIA DE LOS VIAJEROS:

Este indicador es muy importante ya que nos indica el número de días que permanecen los turistas en las Illes Balears, podemos distinguir dos tipos:

-Por país de origen: Es decir la tendencia que tienen los viajeros que proceden de ese destino, en el número de días que pernoctan en las Islas Baleares.

-Por tipo de alojamiento: Es decir, dependiendo del tipo de alojamiento, cuanto tiempo pasan en la comunidad.

Gráfico 3: Estancia media de los viajeros por país de origen.

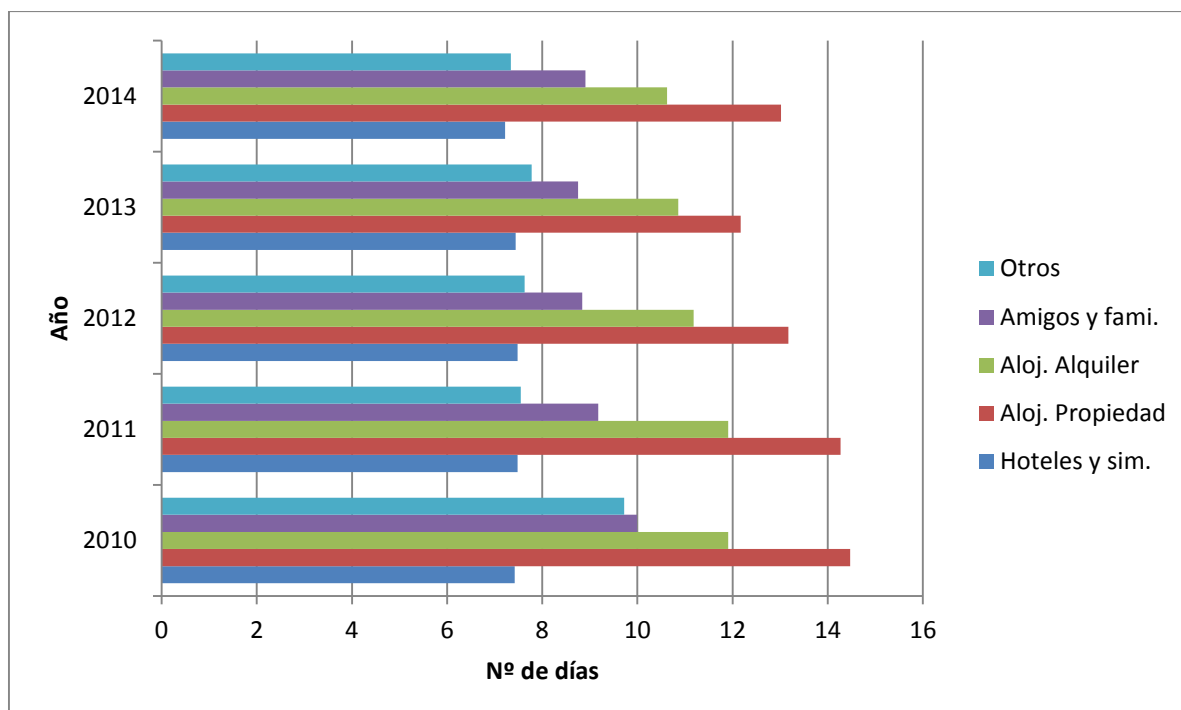


Fuente: Ibestat.

En este gráfico se puede observar una clara posición dominante de los visitantes franceses en cuanto a la duración total de su estancia en las Islas Baleares, ya que cada año son los que más tiempo se alojan.

En segundo lugar se posiciona Alemania, con una estancia media de 8 días. Destaca el caso de Italia, que pasa de un segundo lugar en número de días en 2010 a la cuarta posición en 2014, con un descenso de casi un día y medio entre ambos años. En el caso español, se ve que va aumentando paulatinamente el número de días que se quedan en las Islas de 2010 a 2014, podría ser un reflejo de la recuperación de la economía doméstica, ya que ello se traduciría en un mayor nivel de renta disponible para viajar.

-Gráfico 4: Estancia media por tipo de establecimiento:



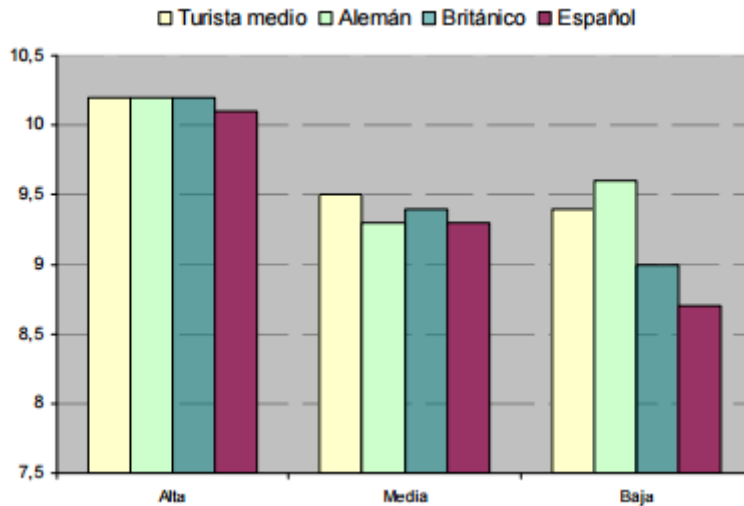
Fuente: Ibestat.

En este gráfico podemos observar la estancia promedio dependiendo del tipo de alojamiento elegido para pasar las vacaciones. Como se puede observar el alojamiento que cuenta con una estancia más prolongada es el alojamiento en propiedad, al que se dedica una media de 13 días en 2014, y que se ha reducido en un día desde 2010.

La segunda opción con una estancia más prolongada es la de alojamiento en alquiler, que ha ido disminuyendo en los últimos 5 años. En el caso de alojarse en otros tipos de establecimientos, se ve una clara reducción, pasando de una estancia de casi 10 días en 2010 a la 7.34 días.

En el caso de los hoteles, es peculiar, ya que aunque es el alojamiento más elegido por los visitantes (tiene el mayor número total de pernoctaciones), es el que cuenta con una estancia menor, que se sitúa alrededor de los 7 días.

-Gráfico 5: Estancia media del turista según temporada:



Fuente: Cámara de comercio de Mallorca

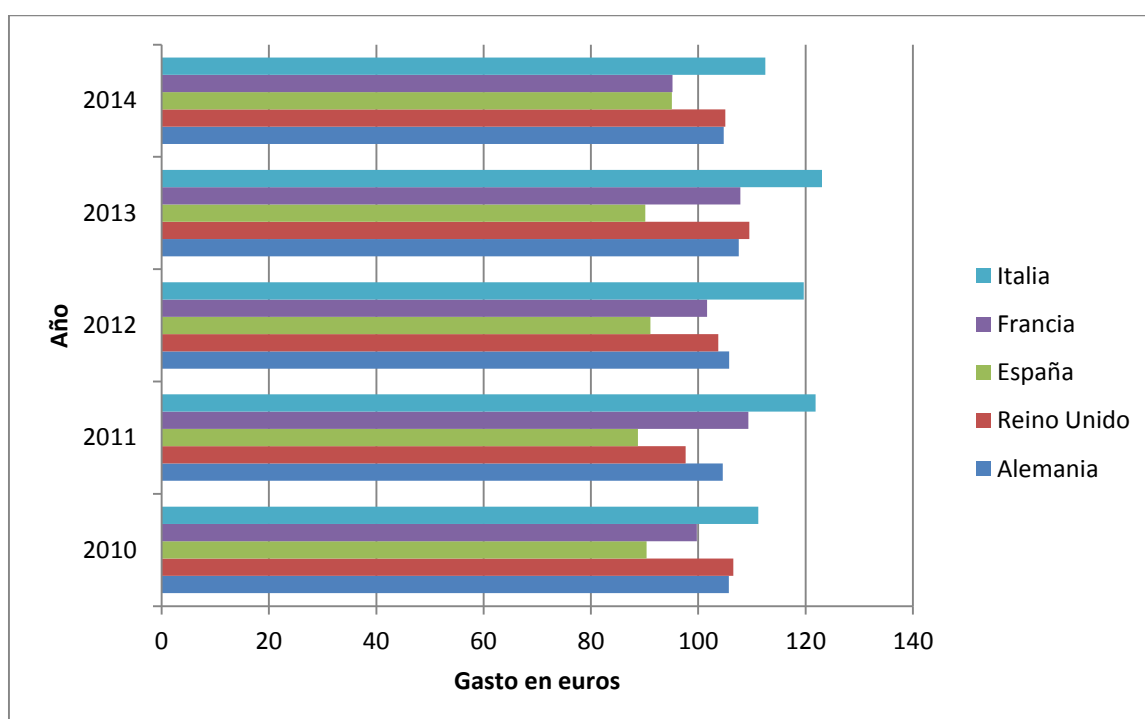
Tal y como recoge la Cámara de Comercio de Mallorca en su “Estudio sobre Productos Turísticos emergentes en las Illes Balears”, también es importante hacer una distinción de la estancia media durante las diferentes etapas de la temporada turística, ya que hay importantes variaciones.

En el gráfico del año 2008 se puede observar, que la estancia media de todos los tipos de turistas en temporada alta se sitúa alrededor de 10,2 días. Durante la temporada media, la estancia media se reduce hasta alcanzar los 9 días aproximadamente. Finalmente en temporada baja, es donde se observan mayores variaciones, el turista que más pernocta es el turista alemán con más de 9 días de media, en contraste con el turista español que se acorta bastante hasta los 8.7 días.

GASTO MEDIO:

Esta es una de las variables más importantes a la hora de medir la demanda turística, ya que nos indica el desembolso medio de los turistas, dependiendo de su país de origen o el lugar donde se hospeden. Es muy útil, para que las empresas sepan a qué sector o tipo de turista tienen que dirigir su interés para conseguir captar y atraer los diferentes tipos de clientes.

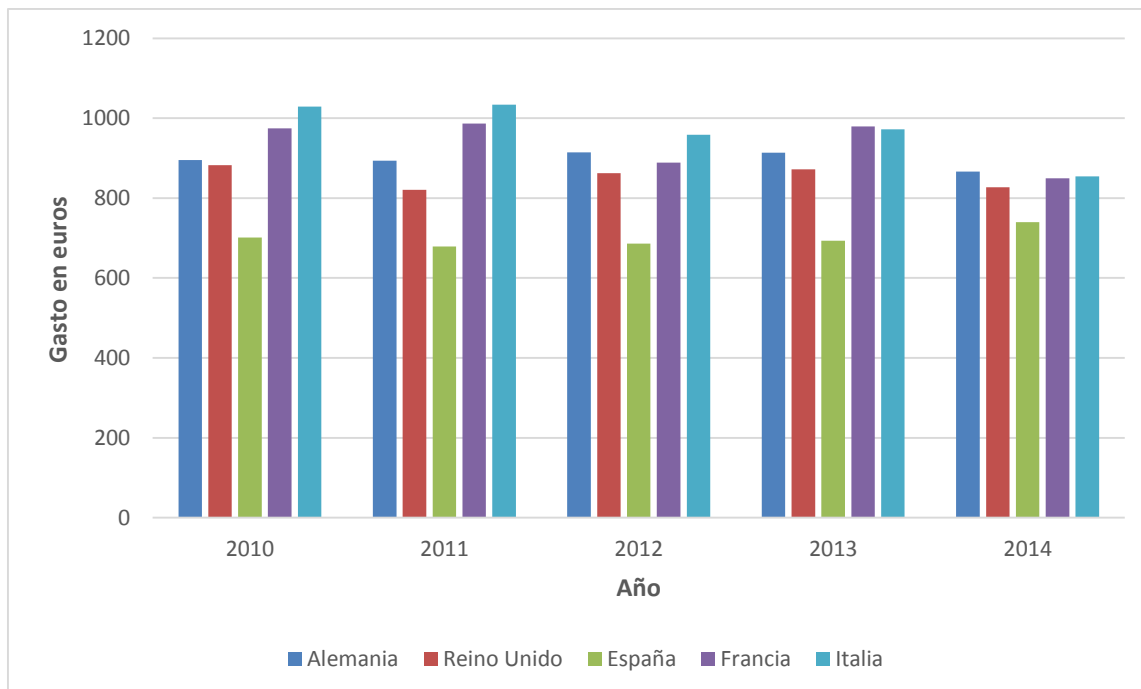
-Gráfico 6: Gasto medio diario por país de origen:



Fuente: Ibestat.

En este gráfico se refleja el gasto medio diario por persona y país de origen. Como se puede observar, el país con un mayor gasto es Italia con una media en 2014 de 112.48 €, siendo su punto más alto el año anterior con 123.07 €. El país que menos gasto diario tiene es España, aunque en los últimos años está teniendo un repunte. En el caso de Francia, es significativo ya que ha sufrido una disminución de casi 12 € de 2013 a 2014, situándose al nivel de gasto español. En el caso de Reino Unido, también se ha producido una ligera bajada en el gasto de 2013 a 2014. Finalmente los alemanes, se mantienen muy parejos en el gasto a través de los años, situándose alrededor de los 105 € por persona y día.

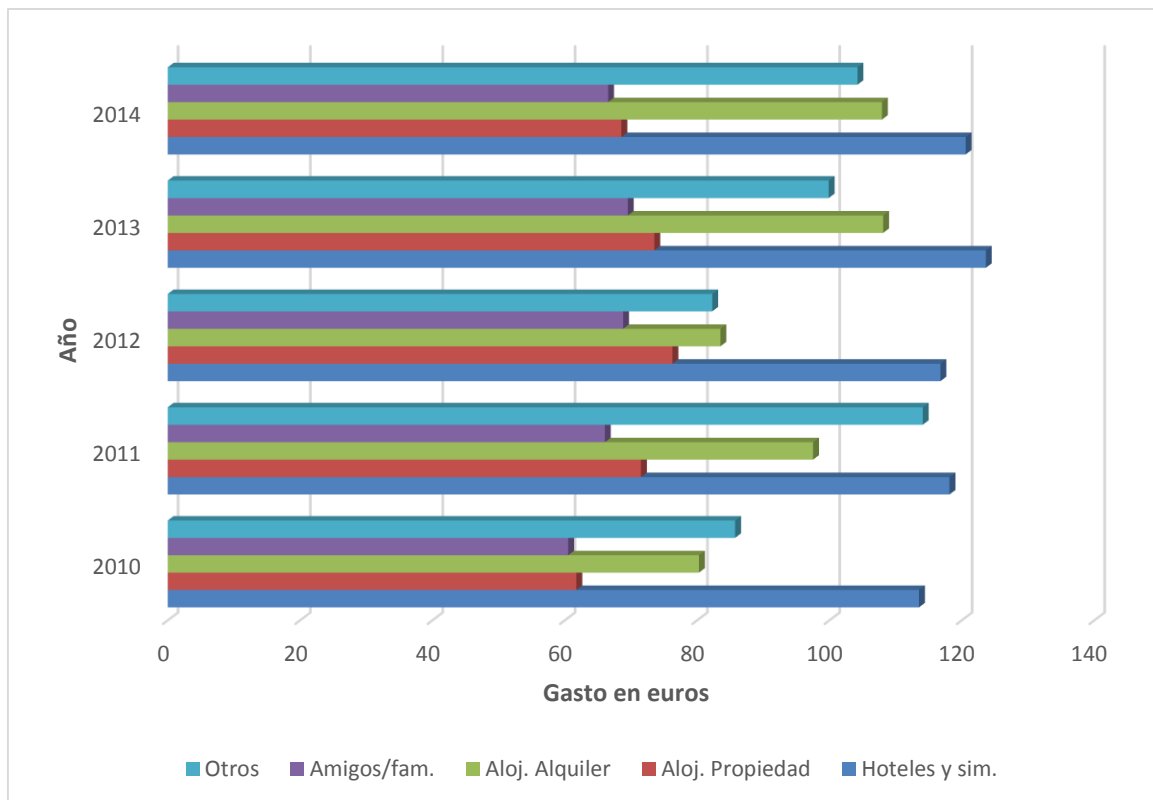
-Gráfico 7: Gasto medio por persona:



Fuente: Ibestat

Este gráfico está estrechamente relacionado con el anterior, ya que en él se observa el gasto medio por persona durante el total de su estancia en las Islas Baleares. Como en el anterior, los visitantes que más gastan son los italianos, seguidos por los alemanes en el año 2014. Los visitantes que menos gastan son los españoles con una media en el último año de 739€, se puede ver que hay una ligera recuperación desde el año 2011, hasta este año, ha habido un aumento del gasto medio en los turistas españoles. El caso de Reino Unido también se ha reducido en una pequeña proporción su gasto del último año respecto al del año 2013.

-Gráfico 8: Gasto medio por persona y día según tipo de alojamiento:



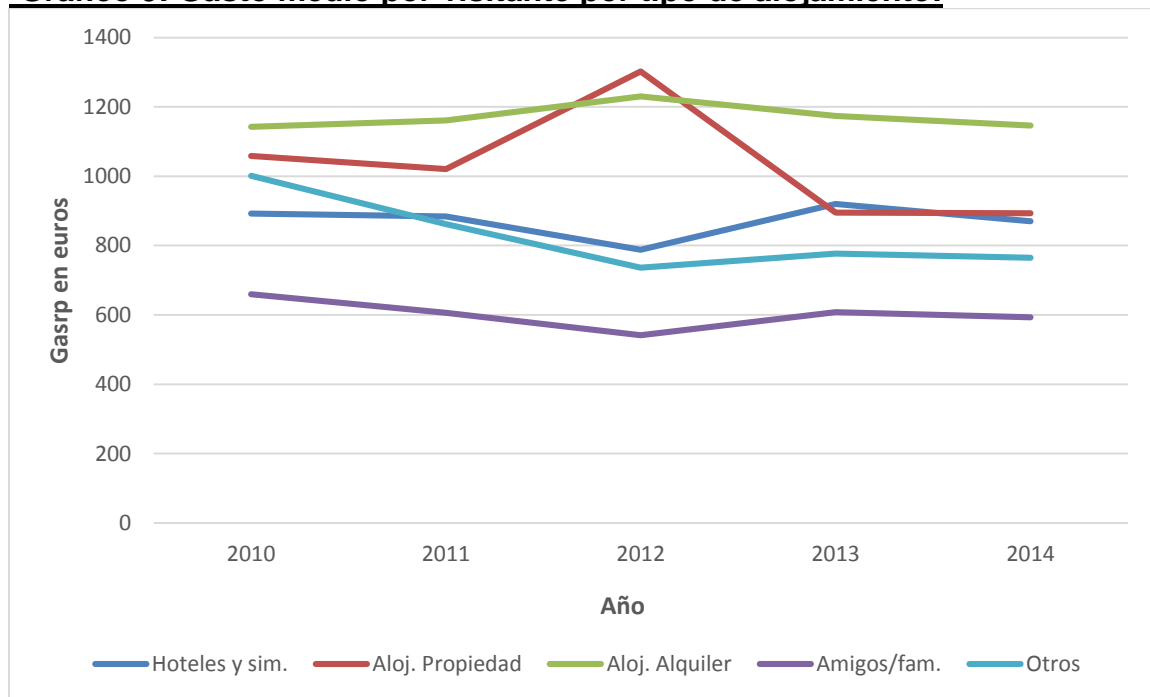
Fuente: Ibestat.

Este gráfico representa el gasto medio diario por visitante según el tipo de establecimiento donde se aloja. Como se puede observar, el mayor desembolso lo realizan los visitantes que se hospedan en los hoteles y similares, los cuales en el último año se han situado en un gasto medio de 120€ por persona y día. Los segundos que más gastan son los que se alojan en alojamientos de alquiler como pueden ser las villas turísticas o apartamentos. En cuanto a los que se alojan en propiedad y en casas de amigos y familiares, al no tener que pagar por pasar la noche (usualmente), realizan un menor gasto. Para destacar también el gasto medio en el año 2011 por los visitantes que se aloja en otras categorías ya fueron los segundos que más gastaron, muy cerca de los clientes de los hoteles y similares.

Este gráfico tiene mucha importancia, ya que se refleja el gasto turístico no sólo en los establecimientos donde se alojan los turistas sino que también incluye la llamada oferta complementaria (restauración, ocio, compras...). Sirve para intentar captar el tipo de cliente con un mayor poder adquisitivo, como es el caso del turismo ruso, aunque no aparece en el gráfico.

Para la captación de los visitantes de países con un mayor poder adquisitivo, es vital el promocionar de manera adecuada las Illes Balears, en el país emisor, por ejemplo mediante las ferias de turismo que se celebran cada año en diversos lugares del mundo. Intentar mostrarles que tenemos mucho que ofrecer, para intentar que nos escojan como su próximo destino de vacaciones.

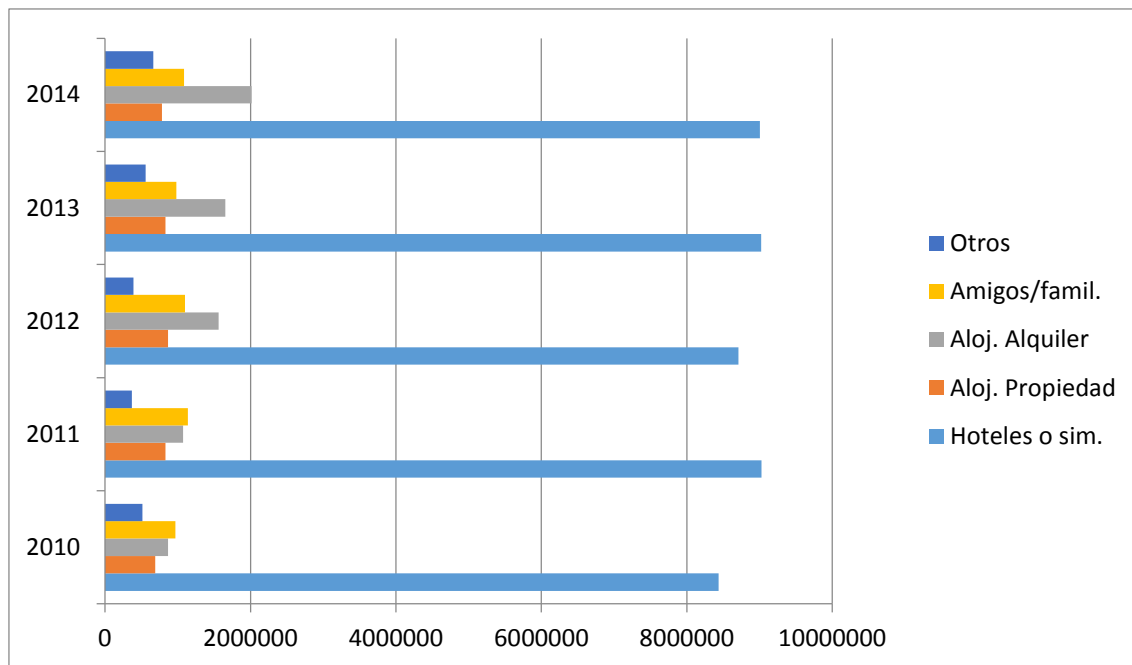
·Gráfico 9: Gasto medio por visitante por tipo de alojamiento:



Fuente: Ibestat.

Como se puede observar, en este gráfico encontramos el desembolso promedio de los visitantes según el tipo de alojamiento donde se hospedan. Si estudiamos el gráfico se observa que el mayor nivel de gasto lo tienen los visitantes que se hospedan en alojamientos de alquiler, con unos 1146€ de media. En segundo lugar encontramos a los visitantes que se alojan en propiedad, estos tuvieron un gran repunte del gasto en el año 2012 superando incluso a los alojamiento de alquiler, para luego sufrir una grave disminución al año siguiente que los situó incluso por debajo del gasto de los visitantes que se alojan en hoteles y similares. En cuanto a los visitantes que se hospedan en otros ha sufrido un descenso de unos 200€ de media desde el año 2010 a 2014. Finalmente, los visitantes que se alojan en casas de familiares y amigos tienen un comportamiento bastante lineal, con una media de gasto situada en los 600€.

-Gráfico 10: Tipo de alojamiento elegido por los turistas:



Fuente: Ibestat.

Como se puede observar en el gráfico la gran mayoría de los visitantes, un 66.4 % de los visitantes en el año 2014 decidieron hospedarse en un hotel o similar (aparthotel, hostel, etc). La segunda opción preferida por los visitantes y que va creciendo cada año es hospedarse alquilando un apartamento o vivienda vacacional, en el año 2010, esta opción estaba por debajo de alojarse en casa de amigos o familiares, pero en el año 2014 se puede ver que prácticamente ha duplicado a la opción de los amigos y familiares. Por último se puede observar que el alojamiento en propiedad sigue manteniendo una proporción similar cada año.

ORGANIZACIÓN DEL VIAJE.

En este apartado, se analiza la forma en que organizan el viaje los turistas, y su repercusión en la demanda.

- Tabla 1: Organización del viaje de los turistas de Balears en 2013:

Organización del viaje	Español	Alemán	Británico
Con paquete turístico	13.9%	66.0%	65.9%
Sin paquete turístico	86.1%	34.0%	34.1%

Fuente: Ibestat.

En la tabla se puede observar el porcentaje de turistas que prefieren venir con paquete turístico organizado según país de origen. En el caso de origen español es el que menos prefiere venir con un paquete turístico, ya que sólo es elegido por un 13.9% de los turistas. Esta tendencia viene creciendo desde años precedentes, ya que en 2010 eran un 16.2%.

En el caso de los turistas alemanes que nos visitan, se refleja que dos de cada tres prefieren venir con paquete turístico ya comprado, frente al casi 1 de cada tres que prefiere no hacerlo. Es una tendencia al alza la preferencia por el paquete turístico, ya que en 2010 era la opción de un 63.8% de los alemanes. El caso de los turistas británicos, llama la atención, ya que tiene unos porcentajes prácticamente idénticos al de los alemanes, siendo la opción preferida la de viajar con paquete turístico.

La tendencia es cambiante según los años, ya que hay fluctuaciones importantes, por ejemplo en el año anterior, 2012, la opción con paquete turística fue elegida por un 68.2% de los turistas. En contraposición a tan sólo dos años antes, que fue la opción preferida del 61.2% de los turistas británicos, una diferencia de 8 puntos en tan sólo dos años.

FÉNOMENOS RECIENTES EN LA DEMANDA TURÍSTICA.

En los siguientes apartados se va a hacer especial referencia a 2 fenómenos relativamente recientes como son el aumento del todo incluido como opción de alojamiento y la nueva forma de alquiler turístico.

-El papel del todo incluido en la demanda turística:

Como hemos visto anteriormente (Tabla 1) , la mayoría de los turistas británicos y alemanes (un 66%), que visitan las Illes Balears, lo hacen con un paquete turístico previo. De estos estos turistas una parte grande, viajan con la modalidad del todo incluido, modalidad que ha ganado popularidad en los últimos años y que genera debate en torno a su impacto en la economía turística.

Para empezar, podemos definir el todo incluido como: la modalidad de viajes en la que se incluye en un precio cerrado, los servicios de billete de avión, traslado hasta el hotel, alojamiento, alimentación, y otros servicios complementarios.

Según un informe de Fortalezas y debilidades del todo incluido de Tourism Intelligence International, (2000), hay una serie de ventajas y desventajas en el Todo incluido.

Estas son las ventajas e inconvenientes más importantes a mi juicio:

-Ventajas:

- Los turistas pueden planificar mejor sus vacaciones, conociendo cuál será el coste de sus vacaciones.
- Elimina el intercambio monetario entre el hotel y los huéspedes.
- Simplifica las relaciones entre el hotel y los huéspedes, minimizando la inversión necesaria para gestionar las facturas de los clientes.
- Los turistas se sienten protegidos en un ambiente bien planificado y organizado.
- Son más fáciles de vender para las agencias de viajes, que además obtienen comisiones por el precio completo del paquete.

-Desventajas:

- Escasa tendencia a gastar fuera del presupuesto.
- Elimina los incentivos económicos para los trabajadores.
- Conduce a cotos turísticos cerrados; limita la participación local y la interacción de los turistas con la población local.
- Se pueden limitar las conexiones externas al hotel (por ejemplo, taxis, restaurantes).
- No permite aprovecharse de otros clientes (de excursiones, cruceros o comidas de empresa), como hacen los hoteles convencionales.

Para saber los factores que motivan a los turistas a elegir la opción del todo incluido, podemos citar a Wineaster Anderson, Catalina Juaneda, Francisco Sastre (2008), en el que se realiza una encuesta para saber los factores motivacionales para la elección del todo incluido para los turistas. Hay 18 factores por los que se les preguntó, divididos en tres apartados: Conveniencia y relajación/seguridad y protección/economía de recursos.

Los que tuvieron mayor aceptación o grado de conformidad fueron los siguientes:

-Conveniencia y relajación:

-No necesidad de organizar la excursión por cuenta propia, cuenta con un 78.4% de aceptación

-Más apropiado para la familia: tiene un grado de aceptación del 77.6%.

-Seguridad y protección:

-Transporte fiable: Cuenta con un 70.8% de conformidad.

-No tener dudas con los estándares de higiene: Están de acuerdo el 67.6%.

-Economía de los recursos:

-Recibir un alto valor por el dinero: Tiene un grado de aceptación del 81.01%.

-Tener más tiempo para relajarse: Cuenta con un grado de aceptación del 80.9%.

A partir de estos factores, se puede extrapolar que los turistas eligen el todo incluido, principalmente por un factor económico, ya que es el que mayor grado de conformidad tiene, seguido por el de la conveniencia al tratarse de un paquete cerrado.

Como bien indican Eugeni Aguiló y Jaume Rosselló (2012), hay que diferenciar entre los turistas que podemos llamar genuinos del todo incluido, y los turistas accidentales del mismo. Sólo el 23% de los genuinos vendría a Mallorca si no hubiese la modalidad del todo incluido. En cambio, al estar el todo incluido muy relacionado con el factor precio, más del 70% de los demás turistas no tenían el todo incluido como motivo principal para visitar la isla de Mallorca.

En 2009, se realizó una encuesta a 1500 turistas que pasaron por el aeropuerto de Palma, cuando dejaron la isla. Un 19.9% de los mismos, afirmó haber utilizado la fórmula del todo incluido.

Como se ha dicho antes, el factor precio es importante para los turistas que eligen la modalidad de todo incluido. En la siguiente tabla se refleja el gasto extra diario de los turistas según la modalidad.

Tabla 2: Gasto diario de los turistas en Mallorca en 2009.

	Todo incluido	Sin todo incluido
Gasto extra en el alojamiento	6.88 €	8.55€
Gasto extra fuera del alojamiento	7.68€	17.79€
Total	14.56€	26.34€

Fuente: Aguiló y Rosselló (2012).

Tal como se puede observar en la tabla, hay una diferencia notable entre el gasto que realizan los turistas con paquete de todo incluido y los que no. La diferencia es de casi 12€ por turista y día. Como se puede apreciar, la diferencia radica en el gasto que realiza cada tipo de turista fuera del lugar de alojamiento, la llamada oferta complementaria.

ELECCIÓN DEL ALOJAMIENTO.

En esta sección se analizará el tipo de establecimiento u opción preferida de los turistas que visitan las Illes Balears para hospedarse, y su impacto en el resto de la sociedad.

Hay nuevos retos que van a tener que afrontar las Illes Balears y el resto del mundo en cuanto a las nuevas formas de comercialización turística, basadas sobre todo en el P2P (Peer to Peer), que están teniendo un avance asombroso recientemente y obligará a redefinir el tipo de alojamiento que demandan los clientes y como se adaptará la oferta tradicional a esta nueva demanda.

Las viviendas de alquiler turístico:

Según datos del INE, en el año 2014 ya había disponibles en España un total de 2.7 millones de plazas disponibles en viviendas de alquiler turístico no regladas, prácticamente doblando a las plazas regladas de los establecimientos que suponen 1.4 millones de plazas aproximadamente.

El negocio se realiza principalmente en Internet, mediante páginas especializadas que ponen en contacto a los usuarios que ofrecen sus viviendas para alojamiento turístico y a los posibles clientes, mediante plataformas online. Las principales plataformas son según el informe de Exceltur llamado *Alojamiento turístico en viviendas de alquiler. Impactos y retos asociados.* (2015)

Las siguientes:

Airbnb con el 27% de la oferta, seguida por *HomeAway* con un 24%, *Niumba* con un 14% y *Wimdu* con un 12% de la oferta turística.

La mayor parte de esta oferta no reglada se concentra en destinos urbanos muy turísticos, en el caso de España en lugares como: Barcelona, Palma, Madrid, Sevilla, Málaga, etc. Asimismo este tipo de alquileres surgen dentro de los barrios más céntricos y turísticos de la ciudad, cambiando la tipología de los barrios.

Es precisamente, la utilización de viviendas y apartamentos tradicionalmente utilizados para uso residencial, que se han ido convirtiendo en alojamiento para alquiler turístico no reglado, está provocando problemas y tensiones entre los vecinos de las zonas afectadas.

Estos cambios de uso están provocando impactos importantes, tal y como recoge el informe de Exceltur antes mencionado. Se pueden dividir en 5.

1. Un deterioro de la calidad de vida y los niveles de convivencia ciudadana de la población local:

El cambio de uso en las viviendas vecinas está empeorando la calidad de vida de la población, según afirman un 58% de los vecinos. Las razones pueden estar en que los turistas que se alojan tienen diferentes ritmos de vida al de la población local, ya que están de vacaciones. Esto provoca un aumento del nivel de ruido, lo que hace difícil conciliar el descanso para los vecinos.

Entre otros problemas se encuentran una disminución del nivel de seguridad (ya que se entregan las llaves para poder acceder a la finca), problemas de limpieza al haber más gente utilizando el espacio común del edificio, ya que el alquiler suele implicar una mayor cantidad de personas por casa respecto al uso residencial.

2. Una expulsión de población residente local por el encarecimiento de la vivienda:

Al alquilar las viviendas para uso turístico (usualmente en estancias por días o semanas) los propietarios del inmueble obtienen unos niveles de rentabilidad superiores a los que obtienen alquilando la propiedad para un uso prolongado en el tiempo (el contrato tradicional, superior a seis meses o un año).

Esta dinámica se está traduciendo en una expulsión de la población residente que antes alquilaba los inmuebles, al no poder hacer frente a los altos alquileres que predominan en estas zonas. A la vez, esta mayor demanda de uso turístico está incrementando el precio de la vivienda para uso comercial, haciendo muy difícil a la población local poder adquirir uno de estos inmuebles.

3. No supone una demanda nueva o un turista distinto:

Según una encuesta realizada por Nielsen, la comercialización de viviendas turísticas, no supone una demanda distinta a la tradicional, o un turista que antes no acudía al destino al no haber ese tipo de oferta.

El motivo principal para elegir este tipo de alojamiento es el presupuesto más ajustado del turista, ya que los alojamientos no reglados tienen unos costes más bajos, lo que resulta en poder ofrecer precios más asequibles que la oferta reglada.

Esto se puede observar en el nivel de renta de los turistas que usan cada modalidad de alojamiento:

Entre los turistas con un nivel de ingresos mensuales inferior a 2.500 euros el 55% elige la opción no reglada frente al 45% que elige lo contrario.

Por la otra parte, los turistas con un nivel de ingresos mensuales superior a 2500 euros, el 55% elige la opción de alojamiento reglada, frente al 45% que prefiere la opción no reglada.

4. El alojamiento no reglado tiene una menor capacidad de generación de renta y empleo:

El gasto medio de los turistas que se hospedan en la oferta reglada en los años 2013 y 2014 a nivel español, es de 88.8 euros por día, frente a los 51.9 euros por día de los usuarios de la oferta no reglada. En el caso de Palma, es un poco superior, ya que los usuarios de la oferta no reglada gastan 65.3 euros diarios frente a los usuarios de oferta reglada que gastan 95.4 euros diarios.

Estas estadísticas se traducen en un menor nivel de ingresos de los distintos sectores turísticos, incluyendo a la oferta complementaria. Esto implica una menor generación de puestos de trabajo y distribución de la riqueza.

5. Los derechos de los consumidores no están garantizados:

Al ser una comercialización de viviendas no regladas, los derechos que todos los consumidores tienen al acudir a un establecimiento reglado puede que no se cumplan, ya que una gran parte de estas viviendas están operadas por particulares y ya sea por desconocimiento o negación no cumplen con los derechos íntegros de los usuarios.

Esta falta de regulación puede inducir a una mala publicidad del destino, ya que al surgir algún problema, los usuarios pueden sentirse estafados o engañados si no se soluciona de forma efectiva. Hay que decir que estos problemas también se pueden dar en la oferta tradicional, pero al estar reglada, está más controlada, por tanto los usuarios pueden ejercer mejor sus derechos.

Soluciones:

Como se puede comprobar es una situación compleja, que no es de fácil solución. Lo que parece claro, es que la actividad debería ser regulada, para intentar conciliar el desarrollo turístico y la residencia de los vecinos. Para esto se puede utilizar las diferentes regulaciones que se dan en alguna de las ciudades más importantes del mundo:

-París: El ayuntamiento exige el cambio de uso de la vivienda de uso residencial a uso de alojamiento turístico.

-Miami: Se ha delimitado una zona de la ciudad donde las viviendas pueden ser usadas para el alquiler turístico, fuera de ellas es ilegal.

-Nueva York: Sólo se permite el uso turístico en aquellos bloques donde la totalidad del mismo sea de uso turístico, prohibiendo hacerlo en todos los demás.

CONCLUSIONES:

El análisis de los indicadores que se extraen a partir de las estadísticas turísticas, puede ser una buena herramienta para poder prever los cambios que se están produciendo y se van a producir en el futuro en las Illes Balears, en cuanto a la demanda turística. Esto puede ayudar a diseñar las políticas adecuadas para estar preparados frente a los cambios, y poder así seguir atrayendo a millones de turistas cada año, que son el pilar de la economía de las islas.

Se debe prestar una gran atención a los fenómenos recientes, ya que hoy día gracias a Internet y las nuevas tecnologías asociados a los teléfonos móviles, hacen que la irrupción de nuevas demandas, supongan nuevos retos tanto para el sector turístico como para las administraciones públicas. Es especialmente relevante el caso de la comercialización turística P2P, que va a tener que ser regulada de alguna manera, ya que tal y como se describe en el trabajo está revolucionando todo el sector. Sea cual sea la solución, no va a ser fácil, ya que hay muchos factores a tener en cuenta.

BIBLIOGRAFÍA:

- OMT. Organización Mundial del Turismo. (2015).
http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/unwto_annual_report_2014.pdf
(Consulta: 15 Abril 2016).

- Ibestat. Indicadores de demanda turística-Islas Baleares. (2016).
<http://www.caib.es/sacmicrofront/contenido.do?mkey=M10072911244127834137&lang=ES&cont=27712>
(Consulta: 3 Marzo 2016).

- TourSpain. Estadísticas de demanda turística. (2016).
<http://estadisticas.tourspain.es/es-ES/turismobase/Paginas/default.aspx>
Consulta (5 Abril 2016).

- Exceltur. (2015). Alojamiento turístico en viviendas de alquiler. Impactos y retos asociados.
<http://www.exceltur.org/wp-content/uploads/2015/06/Alojamiento-tur%C3%ADstico-en-viviendas-de-alquiler-Impactos-y-retos-asociados.-Informe-completo.-Exceltur.pdf>
(Consulta 9 Abril 2016).

- Joaquín Alegre. Llorenç Pou. (2006). *El paquete turístico de todo incluido: Un análisis de sus implicaciones económicas para el caso de las Islas Baleares*.
http://dea.uib.es/digitalAssets/128/128276_9.pdf
(Consulta 7 Abril 2016)

- Impactur. (2014). Estudio del Impacto económico del turismo sobre la economía y empleo en las Illes Balears.
<http://www.exceltur.org/wp-content/uploads/2015/10/IMPACTUR-Baleares-2014-informe-completo.pdf>
(Consulta 8 Abril 2016).

- Cámara de comercio de Mallorca. (2010). Estudio sobre Productos turísticos emergentes en las Illes Balears.
http://www.cambramallorca.com/documentos/Desp_1862.pdf
(Consulta 19 Marzo 2016)

- Wineaster Anderson, Catalina Juaneda, Francisco Sastre. (2008). *Influences of pro-all inclusive travel decisions*.
(Consulta 28 Abril 2016).

- Eugeni Aguiló y Jaume Rosselló. (2012). *The new all-inclusive board formula in mature destinations-from motivation to satisfaction*.
(Consulta 27 Abril 2016).

·Instituto de Estudios Turísticos. (2012). Informe Anual 2011.

[http://estadisticas.tourspain.es/es-ES/estadisticas/egatur/Anuales/Movimientos%20Tur%C3%ADsticos%20en%20Fronteras%20\(Frontur\)%20y%20Encuesta%20de%20Gasto%20Tur%C3%ADstico%20\(Egatur\)%202011.pdf](http://estadisticas.tourspain.es/es-ES/estadisticas/egatur/Anuales/Movimientos%20Tur%C3%ADsticos%20en%20Fronteras%20(Frontur)%20y%20Encuesta%20de%20Gasto%20Tur%C3%ADstico%20(Egatur)%202011.pdf)

(Consulta 9 Abril 2016)