



**Universitat de les
Illes Balears**

Títol: *Estacionalitat a les Illes Balears*

NOM AUTOR: MARINA SAMPOL COLOM

DNI AUTOR: 43185057G

NOM TUTOR: MACIÀ BLÀZQUEZ SALOM

Memòria del Treball de Final de Grau

Estudis de Grau de geografia

Paraules clau estacionalitat, desestacionalitat, sostenibilitat, globalització, turisme, pressió sobre el medi...

UNIVERSITAT DE LES ILLES BALEARS

Curs Acadèmic 2014-2015

Cas de no autoritzar l'accés públic al TFG, marqui la següent casella:

Índex

Resum	3
Llista de taules	4
Llista de figures	4
1. Justificació i conveniència.	5
2. Objectius.	5
3. Metodologia.	5
4. Indicadors establerts	6
El turisme a les Illes Balears.	6
4.1 Importància del turisme a les nostres Illes.	6
4.2 El turisme sostenible.	7
4.3 L' Impacte del turisme en xifres a l'economia de les Illes Balears.	8
5. L' oferta i la demanda turística a les Illes Balears	9
5.1. Quina ha estat fins ara l'oferta d'allotjaments turístics a les Illes Balears?	9
5.1.1 La demanda turística a les Illes Balears.	11
5.1.2 Tipologia del turisme a les Illes Balears:	11
5.1.3 L'edat del turista.	12
5.1.4 La professió del turista.	12
5.1.5 El nombre de persones amb les qual viatgen.	13
5.1.6 El nombre de vegades que ha viatjat a Balears	13
5.1.7 Lloc d'allotjament	13
5.1.8 Règim d'allotjament	14
5.1.9 La forma de contractar el viatge	15
5.1.10 La despesa mitjana.	15
5.1.11 Les motivacions del viatge	16
5.2 Com veuen els turistes el nostre destí ?	17
5.2.1 Allotjament	19
5.2.2 Sol i platja bon preu.	20
6. Els recursos de les Illes Balears.	21
6.1 Quins són els recursos turístics més utilitzats fins ara?	21
7. Estacionalitat de la demanda a les Illes Balears.	22
7.1 Càlcul d'estacionalitat turística a les Illes Balears.	24
7.2 Evolució mensual de turistes arribats a les Illes Balears.	25
7.3 Índex d'Estacionalitat Turística mensual (IETm) a les Illes Balears.	26
8. Discussió	28
8.1 Que suposa?	28
8.2 La destacionalització.	29
8.3 Com tractar-lo?	31
9. CONCLUSIÓ	31
10. Bibliografia.	34

Agraïments.

Vull agrair en primer lloc el meu director del treball de final de Grau: Macià Blàzquez , per acaptar-me per realitzar aquest treball baix la seva tutela , i destacar la seva tasca de supervisió ,suport i direcció d'aquest treball .A tots i a cada un dels professors tinguts durant el meus anys dedicats a cursar aquest grau. Agrair també la col·laboració de Jaume Garau Taberner i del professor Ivan Murray .

Igualment agrair també a totes aquestes persones que d'una o una altre manera han col·laborat en el projecte. Destacant a la meva família per la confiança i el suport donat.

Resum.

Durant els meus estudis de grau de Geografia he pogut comprovar que es dona molt de pes al turisme de sol i platja a les Illes Balears. Degut a la situació geogràfica que tenim a les Illes i a les infraestructures que posseïm és molt lògic que es desenvolupi aquest tipus de turisme, però si mirem la sostenibilitat i l'estacionalització del turisme en els nostres dies la visió canvia totalment.

Després dels meus estudis i dels meus anys d'experiència en el món de la geografia i part de turisme, he pogut veure que tenim recursos molt bonics i accessibles per els nostres visitants, dels quals no traiem el profit que es mereixen.

En una primera part del treball s'analitzarà l'oferta i la demanda turística actual de les nostres illes per tal de poder entendre la situació en la que ens trobem a dia d'avui. Per tal de fer una promoció diferent de la duta a terme fins ara, també és molt important analitzar quin tipus de turistes visiten la nostre illa en les diferents temporades turístiques i saber de quins recursos disposem.

Una vegada vistos aquests punts, s'analitza la situació d' estacionalitat que envolta el nostre turisme i els motius de per que preocupa tan aquesta situació a les entitats turístiques de les Illes. Anomenarem també les accions que han fet altres entitats en aquest aspecte.

Llista de taules.

Taula 1. Nombre d'establiments al 2014

Taula 2. Índex de satisfacció

Taula 3. Allotjament pels anys 2010 a 2014

Taula 4. Oferta complementària pels anys 2010 a 2014

Taula 5. Valor subsectors 1

Taula 6. Valor subsectors 2

Taula 7. Satisfacció per factors

Taula 8. Voluntat dels turistes per tornar a visitar les Illes Balears pels anys 2010 a 2014

Taula 9. Nombre de turistes arribats a les Illes Balears, 2003-2014

Taula 10. Indicador d'Estacionalitat mensual de les Illes Balears 2003-2014

Llista de figures.

Figura 1. Evolució del nombre de turistes arribats a les Illes Balears 2003-2004

Figura 2. Indicador d'Estacionalitat turística mensual (IETM)

Figura 3. Indicadors de sostenibilitat del turisme

1. Justificació i conveniència.

Està clar que el turisme no es troba en tan mala situació com altres sectors econòmics, degut a la crisi socioeconòmica per la qual estam passant en els últims anys en el nostre país, però si està clar, que es necessita un canvi en la promoció dels seus recursos turístics per tal d'afavorir el seu futur.

El propòsits del projecte es concreten en determinar la problemàtica de l'estacionalitat de les Illes Balears, a partir de l'estudi de l'oferta i la demanda turística, els recursos de les Illes Balears i el càlcul de 'estacionalitat.

2. Objectius.

L'objectiu general d'aquest treball de final de grau és conèixer l'estacionalitat turística de les Illes Balears. Aquest objectiu general, a la vegada es divideix amb els següents objectius específics:

1. Caracteritzar el turisme de les Illes Balears i la seva importància.
2. Estudiar l'impacte del turisme en xifres a l'economia de les Illes Balears,
3. Estudi de l'oferta i la demanda de les Illes Balears.
4. Calcular l'estacionalitat turística de les Illes Balears
5. Fer un estudi de les possibles accions per amortir l'estacionalitat, així com la destacionalització.

3. Metodologia.

La metodologia de treball es concentra amb la recerca de variables demogràfiques, socials, econòmiques i ambientals. Principalment el treball es troba basat amb l'impacte socioambiental del turisme que s'estableix per l'addicció de la pressió demogràfica, el seu nivell de consum. Els àmbits en que es divideix la diagnosi s'estructuren en funció de tres conceptes:

- El de pressió sobre el medi, és a dir, consum d'energia aigua i residus.
- El d'estat de l'entorn.
- La resposta ja sigui privada com publica.

Per poder iniciar el treball s'ha elaborat una recerca prèvia amb fonts orals i informació obtinguda de documents , llibres, entre d'altres.

Una vegada ja obtinguda la recerca el meu objectiu s'ha dividit en tres parts:

-Objectius.

-Discussió.

-Resultats .

Per aquest motiu el primer punt ha anat dirigit a la importància del turisme a les nostres illes, el turisme sostenible i l'impacte del turisme en xifres a l'economia de les Illes Balears.

El segon punt ha estat la recerca principalment en xifres numèriques per poder elaborar taules i gràfiques corresponents, de l'oferta i demanada a les Illes Balears.

Una vegada ja fet la recerca més amplia ha estat l'hora de la discussió principal l'estacionalitat i dels seus antecedents . Inicialment de forma teòrica i posteriorment de forma practica a través d'un càlcul d'estacionalitat turística a les Illes Balear, que m'ha servit per saber el grau d'estacionalitat de les Illes Balears a partir l'índex d'estacionalitat a través de l'obra de Murray.I. Pons. A. Ginard. X(2010) "Estacionalitat turística i índex d'intensitat turística".

Finalment m'he fet la pregunta de com controlar-lo o solucionar-lo, el que ha donat lloc a la discussió de la d'estacionalitat i la resiliència.

El darrer punt ja esta la conclusió del treball, seguit de la bibliografia de les fonts empleades.

4. Indicadors establerts.

El turisme a les Illes Balears.

4.1 Importància del turisme a les nostres illes.

Segons el *Llibre Blanc del turisme de les Illes Balears* (Centre de Recerca Econòmica UIB-"Sa Nostra", 2009), el turisme és una de les bases més importants de l'economia espanyola, però en comunitats autònomes com la de les Balears constitueix el principal motor al voltant del qual giren moltes altres activitats. Sens dubte, la situació climatològica privilegiada i la varietat del nostre paisatge natural han convertit les Illes balears, amb més de deu milions de visitants a l'any, en unes de les principals destinacions turístiques de l'Estat. Si es pren en compte que aquesta realitat té lloc en un territori de menys de cinc mil kilòmetres quadrats i de poc més d'un milió d'habitants, es fa palesa la importància de l'activitat turística no solament en l'àmbit econòmic, sinó també social, ambiental i cultural.

Avui ningú no dubta que l'activitat turística es troba perfectament vertebrada al nostre arxipèlag i s'entén, més o menys directament, per tot el teixit productiu, contribuint a la creació de riquesa, ocupació i benestar.

Ara per ara, les illes, així com la resta de destinacions tradicionals, han d'afrontar bàsicament dos reptes: el de la competència exterior i el de la qualitat i capacitat de la seva pròpia oferta.

D'una banda, la competència exterior exercida per altres destinacions de sol i platja – principalment de la mediterrània- s'ha vist incrementada per la progressiva obertura de nous mercats emergents.

D'altra banda, la qualitat dels serveis d'allotjament, de l'oferta complementària i també de les infraestructures i equipaments públics i privats, esdevé clau per assolir una posició estratègica en el conjunt d'Europa. Més enllà dels recursos turístics tradicionals –fonamentats en el clima i el paisatge-, cal posar en valor altres actius que permetin atreure nous segments de mercat i desenvolupar noves activitats complementàries al turisme vinculades a les noves tecnologies i al coneixement acumulat.

El caràcter madur de sol i platja i la competència a escala internacional suggereixen, a més, avançar en la definició d'una nova cultura política que incideixi en els patrons de producció, consum i conducta dels agents econòmics i socials. El turisme, més enllà d'una xifra macroeconòmica, és un reflex de la societat, la capacitat d'integració de les persones, l'adaptació a les noves tendències i tecnologies i de respecte a l'entorn.

Amb l'objectiu que el turisme continuï sent en el futur la primera referència econòmica i esdevingui generador d'ocupació, rendes i benestar per al conjunt de la societat, és cabdal mantenir un nivell òptim de qualitat exportable a cadascun dels turistes que arriben a l'arxipèlag.

4.2 El turisme sostenible.

Segons *El tercer boom (Indicadors de sostenibilitat del turisme de les Illes Balears 1989-1999)*, cada vegada més hi ha un major consens entre en científics socials i naturals en què el manteniment del capital natural esdevé una condició mínima i necessària per assolir la sostenibilitat.

Generalment es considera el turisme com una activitat econòmica poc agressiva amb el medi ambient ,és a dir una indústria dèbil, front les indústries pesades. A més, es tracta d'una activitat que extreu serveis de la natura i no productes. Aquest fet motivat que moltes regions del planeta hagin introduït el turisme com a principal estratègia econòmica, on l'entorn està més ben conservat. El turisme a primera vista, implica la important acumulació de divises estrangers i per

tant un creixement econòmic de les destinacions turístiques. A certs indrets com a les Illes Balears, s'ha observat que malgrat el turisme ha estat motor de creixement econòmic i de la millora de la qualitat de vida dels residents, també ha implicat unes grans càrregues o impactes en els territoris i societats receptores .

4.3 L' Impacte del turisme en xifres a l'economia de les Illes Balears.

Segons l' *Informe de Conjuntura Econòmica de les Illes Balears* (2014) podem veure reflectit en xifres l'impacte econòmic que suposa el turisme per les Illes Balears:

- Segons les dades publicades per l'Ibestat , durant els tres primers trimestres del 2014 arriben 12,1 milions de turistes a les Illes Balears , la qual cosa representa un 3,4% més que en el mateix període de l'any 2013.
- El nombre de passatgers arribats a les Illes Balears per via aèria en els primers nou mesos del 2014 presenta un augment d'un 2,7% respecte al mateix període de l'any anterior . Així , fins al mes de setembre arriben més de 13,8 milions de passatgers als aeroports de les Balears ,mentre que els dos principals mercats emissors presenten increments més aviat discrets -Alemanya un 0,8% i el Regne Unit un 1,2% - , altres països , com Suïssa (13,1%) , Itàlia (11,0%) o França (7,3%).
- L'arribada de creueries a les Illes es manté pràcticament estable amb un 0,4 % de variació interanual, situant-se en 33.366.
- Durant el mes d'agost de 2014 , els passatgers que arriben per via marítima a Balears evolucionen positivament , tant pel que fa a les rutes regulars (4,3%) com als que arriben en creuers turístics (4,6%)
- L'any 2014 varen arribar 15.669.763 el que suposa un creixement interanual de l'11,2 %.
- Del total dels turistes alemanys que varen arribar a Balears, el 88,0 % foren a Mallorca .
- Mentre que la majoria de turistes arribats a les Illes durant l'any 2014 es varen allotjar en establiments hotelers i similars, és a la resta d'allotjaments on la variació interanual puja més.
- El mercat alemany es concentra durant la temporada gener-juny principalment a Mallorca (91,7 %), assolint el 38,5 % de la quota de mercat de Mallorca, seguit del mercat britànic amb un 20,8 % de la quota.
- Els aeroports de les Illes tenen cada vegada més entrades de passatgers en companyies de baix cost, així , durant tot l'any 2014 aquestes companyies han transportat a 7,5 milions de passatgers , fet que suposa un augment d'un 8,4% respecte a les xifres acumulades de l'any anterior , segons dades difoses per l'Institut d'Estudis turístics
- Els alemanys suposen aquest mes el 34,5 % de la despesa, els britànics el 28,1 % i el 37,5 % restant es reparteix entre les altres nacionalitats. En el cas dels alemanys

s'aprecia una variació interanual de +4,7 % i una davallada de 8,5 % si observem l'acumulat.

- A l'inrevés passa amb el mercat britànic, que baixa un 3,7 % el mes de juny però puja un 7,6 % en l'acumulat.
- La despesa efectuada en establiments hotelers i similars durant aquest mes ha estat de 1.027,2 milions d'euros, xifra que suposa el 75,2 % del total. El 24,8 % restant repercuteix a la resta d'allotjaments, despesa que ha augmentat un 73,1 % respecte al mateix mes de l'any anterior i un 11,5 % si comparem l'acumulat.
- La despesa mitjana diària durant el juny ha estat de 113,8 €, un 2,7 % menys que el 2013. Destaca la baixada d'un 11,7 % de la despesa efectuada durant aquest mes pels britànics (100,3 €) i del 5,0 % en l'acumulat (92,5 €).
- La despesa mitjana diària efectuada en establiments hotelers i similars ha estat de 121,7 €, un 1,7 % menys que l'any anterior, mentre que la despesa efectuada a la resta d'establiments puja un 5,1 % i se situa en 95,1 €.
- Pernoctacions dels turistes estrangers El total de les pernoctacions realitzades a les Illes Balears (12.009.000) puja un 13,0 % si el comparem amb el juny de l'any passat. I un 7,0 % si observem l'acumulat (29.994.995).
- En els vuit primers mesos del 2014 el nombre de nits passades en hotels i apartaments és de 46,2 milions, un 4,5% menys que en el mateix període del 2013. Amb l'únic excepció del mes d'abril , influït per l'efecte estacional de la Setmana Santa , tots els mesos del 2014 presenten variacions interanuals negatives.
- El nombre de viatgers allotjats en establiments turístics entre gener i agost evoluciona de manera paral·lela al de pernoctacions , però les reduccions registrades són més suaus . Així , en els vuit primers mesos del 2014 hi ha gairebé 7,5 milions de viatgers, un -2,3% respecte dels mateixos mesos del 2013.

5. L'oferta i la demanda turística a les Illes Balears.

5.1 Quina ha estat fins ara l'oferta d'allotjaments turístics a les Illes Balears?

L'oferta d'allotjament legalitzada, segons dades de la Conselleria de Turisme¹, ascendeix a 423.282 places. La Conselleria de Turisme¹ manté el desglossament per tipus d'establiment en el qual s'especifiquen per categories, per nombre de places d'hotels, apartaments, apart hotels, càmping turístics, oferta de turisme rural (hotel rural i turisme interior) i agroturisme, entre d'altres. La distribució de la capacitat d'allotjament a Balears es pot detallar de la següent manera: Hotels 47.1%, apartaments 23%, apart hotels 20.4%, hostel 47.1 i altres amb un 7.4%.

¹Dates estretes de la Conselleria de turisme (Observatori de turisme).

	ILLES BALEARS
	Número de establecimientos
2014	
APARTAMENTOS TURÍSTICOS	856
HOTEL RURAL	46
AGROTURISMO	223
TURISMO DE INTERIOR	87
CAMPING TURÍSTICO	8
HOTEL	734
HOTEL RESIDENCIA	35
HOTEL APARTAMENTO	247
RESIDENCIA APARTAMENTO	6
HOSTAL	121
HOSTAL RESIDENCIA	174
CASA DE HUÉSPEDES	53
FONDA	13
PENSIÓN	1

Taula 1. Nombre d'establiments al 2014. Font: Elaboració pròpia a partir de les dades d'lbestat.

Pel que fa a l'oferta de places legalitzades d'allotjament turístic a Balears, cal destacar l'evolució de les modalitats d'hotel rural i agroturisme, que han registrat augments al voltant de l'11,0% i 8,7% respectivament, en relació amb les places ofertes els anys anteriors. La categoria d'hotel apartament i el turisme d'interior continuen amb la tendència a l'alça detectada anys anteriors i incrementen les places un 2.6% i un 2.5% aproximadament.

D'altra banda, quant a les modalitats que van disminuir la capacitat d'allotjament destacar el càmping turístic (-20,8%).

Igual que en anys anteriors, dintre de la modalitat d'hotels, segueixen predominant els de tres estrelles amb un 63%. Podem dir que la capacitat d'allotjament hoteler de balears per categories queda de la següent manera: H*;3.168 places , H**; 13.651 places H***; 111.142 places , H****; 70.160 places, i H***** 6.613places , H 5 G.L. 1.141 places.

A més de l'oferta legalitzada, Balears compta amb una important oferta de places que estan al marge de les estadístiques oficials i els controls legals establerts. Aquesta oferta la constitueixen bàsicament cases i apartaments de particulars que es lloguen durant els mesos d'estiu a turistes sense estar inscrites en els registres oficials, així com complexes d'allotjament turístic que operen sense estar donats d'alta o sense complir tots els requisits exigits. A aquestes dades caldria afegir les d'aquells establiments legalitzats amb una capacitat real d'ocupació per sobre de la capacitat declarada i registrada a la Conselleria de Turisme.

Aquesta oferta, que denominem "places d'allotjament no legalitzades", varia any rere any en funció de la situació del mercat. Encara que una part important d'aquesta oferta es manté d'un any per

l'altre, s'utilitza en major o menor grau en funció de la situació del mercat. Òbviament no existeixen dades oficials sobre el volum de places no legalitzades.

Sobre la base de diversos contactes amb subsectors turístics i amb professionals de diversos àmbits, i tenint en compte l'evolució d'indicadors turístics objectius com les entrades de turistes, l'estada mitjana etc., des de l'Observatori de turisme de la Conselleria de turisme de les Illes Balears vam estimar que, en els mesos de major activitat, es van arribar a utilitzar fins prop de 120.000 places no controlades per l'Administració turística, amb la qual cosa el volum d'allotjament utilitzat pels turistes va assolir puntes per sobre dels 540.000 llits en el conjunt de Balears.

Des de CAEB, s'ha denunciat aquesta situació per l'impacte negatiu que provoca sobre la competitivitat del sector turístic balear igual que sobre la imatge i la qualitat de servei.

5.1.1 La demanda turística a les Illes Balears.

5.1.2 Tipologia del turisme a les Illes Balears.

¿Quins tipus de turista rebem a les nostres illes?. Perfil del turista en temporada alta vs perfil del turista en temporada baixa.

Per atendre el tema tractat en aquest treball és molt important saber quin tipus de turista visita les nostres illes. Fins ara hem explicat quin tipus d'oferta trobem a les Illes Balears i en concret a Mallorca, però per entendre millor la situació que ens motiva a impulsar un canvi, és imprescindible analitzar també l'oferta. És sabut que el turisme de les Illes Balears està marcat per una forta estacionalitat, tema que tractarem en el següent capítol i de gran importància per el desenvolupament del treball, fet que té com a conseqüència que els turistes que visiten les nostres illes tinguin diferents perfils. D' una banda, trobem els turistes que ens visiten en temporada alta i d' altra banda, tenim els que vénen en temporada baixa. Anem doncs a analitzar cada un d'ells.

A continuació s'analitzarà el perfil del turista de Balears durant la temporada alta enfront del perfil del turista durant la temporada baixa, sobre la base d'un conjunt divers de característiques sociodemogràfiques i econòmiques, com són:

- L'edat del turista
- La professió del turista
- El nombre de persones amb les quals viatja
- El lloc en el qual s'allotja
- El règim d'allotjament.
- La forma de realitzar la reserva
- El nombre de vegades que ha vingut a Balears

- La despesa mitjana realitzada.
- Les motivacions del viatge

Les dades i text que s'exposa a continuació són obtinguts d'una enquesta elaborada per I. Aguiló i A. Sastre durant la temporada alta i la baixa.

5.1.3 L'edat del turista.

Atenent a l'edat del turista existeixen notables diferències entre el turista de temporada alta i el de temporada baixa. El turista que viatja a les Illes Balears durant els mesos estivals (que conformen la temporada alta), es caracteritzen per ser joves, així gairebé la meitat dels turistes en aquesta època tenen menys de 30 anys, i tres quartes parts tenen menys de 45 anys. Tret que no ens sorprèn si tenim en compte que és ja una tradició que les persones ocupades al mercat laboral concentren les seves vacances en l'època estival.

Diferent, quant a edat, és el perfil del turista que viatja a Balears en temporada baixa. S'ha observat que més de la meitat d'aquests turistes tenen una edat superior als 45 anys. Destaca especialment, les diferències quant a l'alt percentatge de turistes amb edat superior als 65 anys que viatgen a Balears en temporada baixa (un 28,8%) enfront del que ho fan en temporada baixa (el 3%). Aquest fet es pot explicar en certa manera perquè les persones majors de 65 anys, en haver abandonat el mercat laboral tenen l'opció de triar la temporada baixa per efectuar les seves vacances.

A manera de conclusió, en el que a edat es refereix, detectem una clara diferència quant a l'edat del turista en temporada alta que és molt jove, i el de temporada baixa, que és molt major, destacant l'important volum de persones retirades.

5.1.4 La professió del turista.

Existeixen diferències destacables entorn de la professió del turista que viatja a Balears durant la temporada alta o baixa.

Així, durant la temporada alta el major percentatge de turistes són persones en actiu (un 27,3%), seguit de professionals liberals i estudiants. Aquestes tres categories, per si soles, representen més de la meitat de turistes que viatgen durant els mesos que conformen la temporada turística alta. En l'extrem oposat se situen els jubilats, que representen tan sols un 2,2% del total de turistes en aquesta època de l'any.

Totalment diferent és el perfil professional del turista que viatja a Balears durant la temporada baixa. Els jubilats representen gairebé una quarta part dels turistes; en ordre d'importància relativa li seguiria el grup de professions liberals i empleats; si bé aquestes dues últimes categories professionals presenten un ordre d'importància relativa diferent quan es compara la temporada alta i baixa. En efecte, proporcionalment el nombre de turistes que desenvolupen professions

liberals és major durant la temporada baixa, en tenir, en principi, més possibilitats de triar el moment de prendre vacances; mentre que el percentatge d'empleats és considerablement superior durant la temporada alta, fet que s'explica en gran mesura per la menor opció que sol tenir l'empleat de triar el moment de gaudir de les seves vacances.

També destaca el baix percentatge d'estudiants que viatgen a Balears durant la temporada baixa, que representa tan sols un 2,6%, xifra, que tal com s'ha comentat, contrasta amb l'elevat percentatge d'estudiants que escullen passar les seves vacances en Balears durant l'època estival, moment en el qual no tenen classes. Aquestes dades estan en consonància amb l'apuntat en l'epígraf anterior quan s'analitzava el perfil atenent a l'edat del turista.

5.1.5 El nombre de persones amb les qual viatgen.

Atenent al nombre de persones que viatgen, tenen en comú que, tant en temporada alta com a baixa, el major percentatge es dona, en primer lloc, en el tram d'aquells que ho fan acompanyats per una altra persona i per aquells que viatgen sols. Durant l'època hivernal més de la meitat dels turistes ho fan amb una altra persona, i més d'una tercera part ho fa sola, sumant entre ambdues parts el 87% dels turistes que viatgen a Balears en temporada baixa; mentre que durant els mesos d'estiu, el nombre de turistes que viatja amb una altra persona és del 38,3% i el que ho fa en solitari és del 21,5%, sumant, per tant, entre tots dos un 27,2% punts percentuals per sota del que ho fan en temporada baixa.

Un tret a destacar és que aquells que viatgen tres o quatre persones juntes és comparativament elevat durant la temporada alta, representant més del 31 %, mentre que en temporada baixa no arriba al 11%.D'igual manera s'observa com aquells que viatgen 5 o més persones es dona en major mesura durant la temporada alta.

A manera de resum, pel que fa al nombre de persones amb les quals es viatja, destacar com durant la temporada alta la majoria ho fa sola o acompanyada per un altre turista, en la temporada baixa aquesta és la realitat predominant.

5.1.6 El nombre de vegades que ha viatjat a Balears.

A Balears els índexs de repetició entre els turistes són molt elevats; si bé és durant la temporada baixa quan aquest índex és molt superior. Així, el percentatge de turistes que durant la temporada baixa han repetit la seva visita com a mínim per quarta vegada és d'aproximadament 50%, sent el percentatge dels primers visitants del 10,7%.

Durant la temporada alta el 31% dels turistes viatjaven a les Illes per primera vegada, encara que també destaca el fet que el 24,8 % ja ho hagi fet almenys en quatre ocasions.

Així, la conclusió a la qual s'arriba és que el turista en temporada baixa té un major grau de repetició, en altres paraules, es podria considerar que el turista de temporada baixa té un major grau d'experiència i coneixement del producte turístic balear.

5.1.7 Lloc d'allotjament.

Balears ha vingut caracteritzant-se en les últimes dècades per la creació d'una oferta hotelera important per atendre a la demanda de turistes creixent que escollia Balears per passar les seves vacances. De fet 423.282 places conformen l'oferta turística a Balears, sent la gran majoria places hoteleres. Resulta del tot interessant conèixer si el turista que viatja a les Illes Balears mostra una especial preferència per aquest tipus d'allotjament, o per una altra possible fórmula.

La primera observació a destacar és que tant durant la temporada baixa com a la temporada alta, entre les diferents alternatives d'allotjament, el turista mostra una clara preferència per allotjar-se en un establiment hotelier. Preferència que és una mica més accentuada durant la temporada alta (un 55,3%) enfront de la temporada baixa (47,5%).

No obstant això, cal indicar que el turista que viatja durant els mesos d'hivern mostra una preferència considerable per allotjar-se a casa d'amics i en menor mesura en cases de la seva propietat; així més del 34% trien aquestes dues formes d'allotjar-se; mentre que el turista que viatja en temporada alta mostra una preferència relativament superior per altres categories d'allotjament, com són els apart hotels i apartaments.

Així doncs, mentre a l'estiu els turistes s'allotgen en més del 83% en establiments reglats (hotels, apartaments turístics i apart hotels), en temporada baixa ho fan en un 60%. Aquest tret pot interpretar-se com el fet que el turista d'estiu és un turista més vacacional i el d'hivern és més residencial.

5.1.8 Règim d'allotjament.

En relació amb el tipus de serveis contractats existeixen importants diferències respecte al turista que viatja a Balears en temporada alta i baixa. De l'anàlisi fet destaca que el turista de temporada alta ho fa en més del 44% en règim de mitja pensió, tot i que aquest percentatge es redueix al 23,3% en els mesos d'hivern. Per contra, més del 43% de turistes que viatgen en temporada baixa ho fan havent contractat únicament el transport. Aquesta circumstància és d'especial consideració per al sector del transport, i això explica en gran mesura la circumstància que en els últims anys les companyies d'aquest sector hagin considerat que existeix un nínxol de mercat amb potencial a Balears.

Un aspecte que resulta d'actual interès és el relatiu a la preferència que en els últims temps mostra el turista que visita Balears per el "tot inclòs". Aquesta preferència és major durant la temporada d'estiu que la d'hivern. En part l'explicació a aquestes diferències, es deu al fet que en molts casos el turista que ho fa en temporada alta ho fa amb la família i resulta més còmode i

econòmic fer ús d'aquesta fórmula, que en els últims anys es comença a imposar en la indústria turística balear. Referent a això, resulta d'interès destacar que aquesta fórmula de demanda turística coneguda com de el "tot inclòs" compte, segons els experts amb notables probabilitats d'anar implantant-se pel fet que els productes no comercialitzables, emmarcats bàsicament dins de l'oferta complementària, estan sotmesos a un creixement en els preus derivat del creixement en els costos, que al llarg del temps motiven un decreixement de la demanda. El turista, a la vista que els preus de l'oferta complementària resulten relativament cars pel que fa a altres destinacions i també pel que fa als del seu propi país d'origen, mostren una bona acceptació de l'oferta del tot inclòs.

5.1.9 La forma de contractar el viatge.

Els inicis de la indústria turística a Balears ha anat lligada a l'actuació desenvolupada pels tou operadors els quals comercialitzen, tradicionalment els seus paquets turístics mitjançant les agències de viatges. No obstant això, en els últims anys com a conseqüència d'un conjunt de factors, entre els quals cal destacar el major grau de coneixement sobre el producte turístic que té el turista del lloc – explicat pel relatiu elevat grau de repetició, indicat anteriorment-, i la incorporació de les noves tecnologies al món turístic, estan fent possibles canvis importants quant a la forma de contractar el viatge.

En la temporada alta la fórmula més utilitzada amb diferència, segueix sent la tradicional; això és, el turista que viatja a Balears en temporada alta en més d'un 60% ho fa contractant els serveis via agència de viatges . Mentre que durant la temporada baixa la fórmula que s'està imposant és fer-ho via internet.

Això porta a la necessitat que el sector públic i privat hagin de tenir present la incorporació de les noves tecnologies. En efecte, cal ser conscients que el turisme és una activitat immersa en una competència que podem denominar global en el que al manteniment de la competitivitat depèn a més de la satisfacció de les exigències de la demanda, de competir amb les innovacions i de la contínua incorporació de les oportunitats que sorgeixen el desenvolupament tecnològic, i, sens dubte, l'aparició d'internet és un aspecte que, de ben segur, està revolucionant el perfil del turista que visita Balears. No obstant això, les agències de viatge segueix sent en més d'una tercera part la fórmula habitual de contractar el viatge per part del turista durant la temporada alta.

D'igual manera un tret diferent és que mentre en els mesos d'hivern gairebé un 10% dels turistes no ha efectuat prèviament cap tipus de reserva abans d'arribar a l'illa, aquest percentatge es redueix a la meitat en la temporada alta. Això, ve explicat bàsicament perquè durant els mesos d'hivern les probabilitats de trobar-se amb el cartell de "complet" són molt menors que a l'estiu.

5.1.10 La despesa mitjana.

El turista en temporada alta efectua una despesa proporcionalment major (en un 14%) que en temporada baixa. No obstant això, la composició de la despesa és diferent entre ambdues

temporades. La despesa a Balears és un 20% superior en temporada baixa que en l'alta. De la despesa efectuada a Balears, la despesa en allotjament és un 5,6% més alt en temporada baixa que en temporada alta.

De la despesa fora de l'allotjament, el turista en temporada baixa gasta més que el de temporada alta en menjars i begudes, excursions i cotxes de lloguer i altres conceptes, mentre que en diversions, el turista en temporada alta gasta un 79,3% més que en temporada baixa.

5.1.11 Les motivacions del viatge.

Una de les qüestions bàsiques a analitzar és la motivació que impulsa al turista a escollir Balears com a destinació turística. Segons dades del CITTIB , el principal motiu d'escollir les Illes Balears com a destinació turística segueix sent

l'oci i les vacances , tant per al mercat espanyol , alemany i britànic .

Segons el Llibre Blanc del Turisme de les Illes Balears , les motivacions canvien segons la temporada .

Durant la temporada alta i mitjana , el clima és la principal causa per escollir les Illes Balears com a destinació turística. Durant la temporada baixa , els turistes donen més importància a la qualitat de l'entorn i la facilitat de trasllat . Mentre els de temporada alta, després del preu, consideren com a molt determinant a la seva decisió de venir a Balears a passar les seves vacances, les platges (un 52,2%), els turistes de temporada baixa valoren també la tranquil·litat.

El preu, en qualsevol cas segueix sent una variable relativament determinant per a la seva elecció, una mica més rellevant en el cas de la temporada baixa que alta.

S'analitzen altres motivacions recollides del Llibre Blanc del Turisme de les Illes Balears s'elabora un rànquing de motivacions per temporades de l'any 2014.

A més, el motiu del viatge es desglossa en funció de la temporada en què es realitza:

- Temporada alta: comprèn els mesos d'estiu de juny a setembre.
- Temporada mitja: són els mesos immediatament anteriors i posteriors a la temporada alta (març, abril, maig i octubre).
- Temporada baixa: són els mesos de hivern (gener-febrer i novembre desembre).

En analitzar el principal motiu dels turistes a l'hora d'escollir la nostra comunitat com a destinació turística, el motiu d'oci i vacances segueixen sent el prioritari. En termes generals, el 92,1% dels turistes que ens visiten ho fan per motius ociosos, tant per al mercat espanyol, alemany i britànic.

El segueixen altres motius, encara que aquests són de menor importància: treball i negoci, suposa el 4,2%, estudis, suposa un 0,3%; salut i familiar, un 2,2%; i, altres motius, un 1,3%.

Per nacionalitats, cal destacar que el nombre de turistes espanyols que es desplacen per motius de treball i negoci dupliquen la mitjana general (9,2%), igual que per als motius de salut i familiar (4,6%), enfront del 2 , 2% del general.

En el punt següent, analitzarem més detingudament però, les motivacions dels turistes de la temporada alta.

5.2 Com veuen els turistes el nostre destí ?

Després de conèixer l'oferta i la demanda de les Illes Balears passarem a analitzar l'opinió i valoració dels consumidors dels turistes. Per tal de mantenir la competitivitat d'un producte és molt important saber l'opinió del consumidor, en aquest cas, la dels turistes.

Per dur a terme aquest anàlisi he consultat una entrevista realitzada a 400 turistes l'estiu de l'any 2014 , duta a terme per la Fundació Gadeso (agost 2014), la qual ha conclòs amb els resultats que s'exposen a continuació.

Per poder tenir una primer aproximació a l'opinió dels turistes que visiten les Balears i Mallorca, a taula número 1 s'ofereixen, a més de les valoracions dels quatre grans blocs en què s'ha dividit el producte turístic(allotjament, oferta complementària, serveis públics i entorn mediambiental), un índex sintètic i global que permet, d'un sol cop d'ull, observar la tendència a la baixa, lenta però continuada , que sofreix la nostra principal activitat econòmica. L'any 2014 aquest índex continua disminuint i se situa en un molt millorable **4.8 sobre 10**.

Si s'observen les dades per cada un dels distints factors, es pot comprovar com la satisfacció dins el sector de l'allotjament és l'única que assoleix nivells relativament adequats, encara que vagi disminuint any rere any. Per part seva, la denominada oferta complementària, els serveis públics i l'entorn mediambiental presenten indicadors globals negatius, el que és més preocupant, amb un empitjorament continuat des de fa uns anys.

Tot això fa necessari un treball conjunt que impliqui a les administracions públiques i al sector privat orientat millorar cada un dels factors d'aquets producte turístic.

Índex de satisfacció					
	2010	2011	2012	2013	2014
Allotjament	5,8	5,9	6,2	6	5,9
Oferta complementària	4,5	4,4	4,6	4,4	4,2
Serveis públics	4,5	4,8	4,8	4,6	4,5
Entorn mediambiental	4,5	4,4	4,6	4,6	4,4
Índex Sintètic	19,3	19,5	20,2	19,6	19

Taula 2. Índex de satisfacció. Font: Elaboració pròpia a partir de les dades de "Gadeso".

A la taula es reflecteixen els nivells de satisfacció global i per cada un dels quatre blocs, però per poder realitzar una avaluació més acurada és precís analitzar més detingudament cada un d'aquets blocs o subsectors. En aquesta pàgina s'examinarà els factors que els conformen i, com es pot veure, la majoria experimenten baixades en les valoracions. Això obliga a adoptar mesures integrals de millora si el que volem es mantenir la competitivitat del nostre producte turístic.

Allotjament	2010	2011	2012	2013	2014	Indicadors
Personal	6,2	6,6	6,6	6,5	6,3	Adequat
Preu-qualitat	6,5	6,2	6,5	6,2	6,1	Adequat
Restauració-bar	6,4	6,4	6,2	6	5,8	Millorable
Comoditat	6,1	5,5	6	5,9	5,8	Millorable
Neteja	6	6	6,1	6	5,8	Millorable
Instal·lacions	5,5	5,8	5,7	5,6	5,5	Millorable
Índex sintètic	5,2	5,2	5,3	5,2	5,0	Millorable

Taula 3. Allotjament pels anys 2010 a 2014. Font: Elaboració Pròpia a partir de les dades de "Gadeso"

Com es pot comprovar, tots els factors que componen el producte "allotjament" experimenten en els darrers anys una continua baixada en les seves valoracions. L'ítem preu-qualitat es mantén en nivells adequats donada la significativa baixada que ha experimentat els preus en els darrers anys.

Oferta complementària	2010	2011	2012	2013	2014	Indicadors
Serveis platja	5,5	5,3	5,3	5,4	5,2	Millorable
Oferta lúdica	5,6	5,2	5,7	5,5	5	Millorable
Oferta gastronòmica	4,5	4,5	4,7	4,4	4,1	Molt Millorable
Oferta comercial	3,5	4	3,7	3,5	3,4	Deficient
Equipaments esportius	4,8	4,7	4,8	4,6	4,4	Molt Millorable
Preu-qualitat	3,5	3,2	3,3	3,1	3	Deficient
Índex sintètic	4,6	4,5	4,6	4,4	4,2	Molt Millorable

Taula 4. Oferta complementària pels anys 2010 a 2014. Font: Elaboració pròpia a partir de les dades de "Gadeso".

L'oferta complementària continua sent el nostre gran punt feble, concretat bàsicament en la sensació de preus excessius i en una oferta comercial i gastronòmica repetitiva i obsoleta. D'aquí el continuant descens en a valoració global en aquest cabdal subsector.

Serveis públics	2010	2011	2012	2013	2014	Indicadors
Assistència sanitària	5,8	5,9	6	5,7	5,5	Adequada
Transports	4,5	4,4	4,7	4,6	4,4	Molt millorable
Informació	4,5	4,8	4,5	4,5	4,3	Molt millorable
Equipaments culturals	4,5	4,4	4,2	4,3	3,9	Deficient
Seguretat ciutadana	4,7	4,5	4,6	4,3	4,2	Molt millorable
Índex sintètic	4,8	4,8	4,8	4,7	4,5	Molt millorable

Taula 5. Valor subsectors. Font: Elaboració pròpia a partir de les dades de “Gadeso”.

La seguretat ciutadana continua essent un assignatura pendent, especialment a determinades zones amb un cert nivell de degradació urbana. Continuen sent molt millorables el transport públic, l'escassa oferta cultural i l'accés a la informació.

Entorn ambiental	2010	2011	2012	2013	2014	Indicadors
Aigües marines	5,5	5,3	5,1	5,3	5,2	Millorable
Contaminació atmosfèrica	5,6	5,2	5,2	5,2	5,1	Millorable
Entorn urbà i paisatgístic	4,5	4,5	4,4	4,3	4,2	Molt millorable
Neteja	4,2	4,5	4	3,9	3,7	Deficient
Contaminació acústica	4,8	4,7	4,4	4,2	4	Molt millorable
Índex sintètic	5,0	4,9	4,7	4,7	4,6	Molt millorable

Taula 6. Valor subsectors 2. Font: Elaboració pròpia a partir de les dades de “Gadeso”.

Encara que hauria de ser un dels nostres principals valors, aquest bloc presenta unes valoracions molt millorables, especialment pel que fa als entorns urbans i paisatgístics, la contaminació acústica i la neteja a certes zones turístiques.

5.2.1 Allotjament.

Amb l'objectiu d'aprofundir en l'anàlisi, a continuació es reflecteix l'opinió dels turistes en referència als diferents tipus d'allotjament i en base al conjunt de factors que componen l'oferta. Val dir que, a nivell global, s'ha registrat una continuada baixada de la satisfacció dels turistes que visiten les illes envers l'oferta d'allotjament existent a les Balears.

Satisfacció per factors							
	Personal	Preu-qualitat	Restauració	Comoditat	Neteja	Instal·lacion	Satisfacció global
Hotel	5,3	6,3	4,3	4,9	4,6	4	4,9
Apt. turístic	5,7	5,8		5	4,6	4	5
Allotj. residencial		6,1		5,2			5,7
Hotel rural	6,9	6	6,5	6,9	7	6,9	6,8
Agroturisme	7,1	5,8	6,7	7	7,1	7	6,8
Mitjana	6,3	6,1	6,1	5,8	5,8	5,5	5,9

Taula 7. Satisfacció per factors. Font: Elaboració pròpia a partir de les dades de “Gadeso”.

La satisfacció de les persones que s'allotgen a hotels rurals i a agroturismes continua sent elevada, encara que experimenti una lleugera baixada en referència a la investigació 2013. A

l'altre costat de la balança es situen els visitants que han optat per altres formes d'allotjament: hotel tradicional, apartament turístic o les diverses fórmules d'allotjament residencial.

El motiu d'insatisfacció relativa a aquest darrer tipus de turisme és que, amb excessiva freqüència, aquesta oferta es mou fora dels canals clàssics de comercialització. Amb freqüència, la insatisfacció ve motivada perquè l'oferta que han rebut i visualitzat a través d'internet no correspon a la realitat. Per això, sembla necessària l'existència d'un control més acurat d'aquest tipus d'ofertes extra-hoteleres, per evitar la sensació d'una certa "estafa" turística, que repercuteix negativament en l'opinió dels visitants.

En qualsevol cas, i encara que sigui necessari rehabilitar i reordenar l'oferta d'allotjament, s'han d'elaborar estratègies globals, doncs és inútil oferir un hotel o un apartament de qualitat si no va acompanyat d'una facilitat de comunicacions, d'uns entorns adients i, sobretot, d'una oferta complementària adequada.

Donat el seu creixement, en els darrers anys ha hagut un gran interès per el tot inclòs, que rep unes valoracions cada cop més negatives, encara que hi ha força desviació entre les puntuacions màximes i mínimes. Per altra banda, crida l'atenció un 58 % dels turistes afirmen que han utilitzat aquest tipus de contractació per primer cop a Mallorca, i que cada vegada siguin menys els turistes que tornarien a contractar el tot inclòs, influenciats bàsicament pel el factor preu, mentre que un 41% diu que dependria sobretot o de les característiques de l'establiment, hotels que ofereixen el tot inclòs sense estar preparats.

5.2.2 Sol i platja bon preu.

Lògicament, és rellevant conèixer les motivacions a l'hora de les Illes Balears i més concretament Mallorca com a destinació vocacional. Com es pot veure al quadre adjunt, l'ordre de les motivacions no experimenta canvis significatius però, en qualsevol cas, és interessant avaluar certs canvis d'intensitat.

D'altra banda, és important conèixer el nivell de fidelització dels nostres visitants, no només les seves xifres de repetició de visita, sinó també en la voluntat dels turistes de tornar a visitar les nostres illes.

En %	2010	2011	2012	2013	2014
Preu	64,2	66,3	63,7	65,8	67
Sol i platja	50	55	49,8	50	51,8
Diversió	23,8	26	25,2	23,6	22,7
Coneixement anterior	24,2	24,8	23,7	20,4	16,4
Recomenació amic	17	18	16,8	11,3	9,6
Recomenació agència	8	7,8	8,2	7,9	8,1
Tranquil·litat i descans	3,5	4,8	2,1	4,5	3,2
Altres	11	8,9	10,1	8,8	13,9

Taula 8. Voluntat dels turistes per tornar a visitar les Illes Balears pels anys 2010 a 2014. Font: Elaboració pròpia a partir de les dades de "Gadeso".

Ja en les darreres investigacions el preu passà a ser la primera motivació adduïda pels turistes.

L'any 2014 degut als efectes de la crisi socioeconòmica que estam patint, la intensitat és encara més de dos terços dels visitants afirmen que el preu és un factor fonamental a l'hora de triar destinació.

Dins aquest factor hi podem incloure les facilitats de comunicació amb els principals mercats emissors i la presència a les illes de les companyies aèries de baix cost.

No obstant això, el sol i la platja continua sent motiu determinant per visitar les illes. La diversió, sobretot relacionada amb la nit, continua en la tercera posició, seguida de prop pel coneixement anterior.

Fidelització d'un client té un doble aspecte. Per una part si ja ha estat a les illes, i la mateixa zona; per altra costat, si té voluntat de continuar utilitzant-lo. L'índex de repetició manifesta en els darrers anys una clara tendència de disminució, sobretot si ens referim a zones concretes. Aquesta disminució és lògica, en part per la presència d'altres destinacions, però també per a baixada de valoració del nostres productes, les illes.

El mateix ocorre en la voluntat de repetició, on es reflecteix la continua baixada de la intenció de tornar a la mateixa zona, molt marcada per l'obsolescència de determinades zones .

6. Els recursos de les Illes Balears.

6.1 Quins són els recursos turístics més utilitzats fins ara?

Quan es parla de turisme a l'illa de Mallorca, el primer que ens ve al cap és el turisme de sol i platja. Fins el moment, el que més s'ha explotat a Mallorca és la seva costa, oferint als visitants platges d'arena fina i un clima extraordinari durant la seva estada.

Consultant pàgines i pàgines Web a on trobar informació per fer turisme a Mallorca, a la majoria de casos, exceptuant les pàgines oficials del govern de les Illes Balears, he pogut comprovar que sempre es ven el mateix tipus d'activitat turística. A mode de resum podem dir que el més venut és:

- Turisme de sol i platja promocionant tota la costa de la illa, sense cap tipus d'excepció.
- Turisme cultural per la ciutat de Palma
- Cicloturisme
- Vida nocturna
- Senderisme per la Serra de Tramuntana

Si cerques informació en general, sobre que visitar les Illes Balears , pots trobar a mode molt resumit, una petita explicació de la gastronomia i alguna que altra recomanació. Tot i que s'ha de dir que per els residents a les illes, si que trobem informació sobre rutes, gastronomia i productes diferents dels de sol i platja. La qüestió és que has de conèixer a on cercar per trobar aquesta informació, ja que no està enfocada al turisme de manera específica.

Consultant el Plan de marketing para las Islas Baleares 2009-2012 (Conselleria de turisme, 2008) realitzat per la Conselleria de Turisme podem trobar que alguns dels indicadors de l'activitat turística que anomena són els següents:

- Predomini del turisme de sol i platja, però amb altres sectors en fase de desenvolupament. Amb un model cimentat i a un cost inferior a les destinacions competidores, que es basa principalment en la creació de paquets, unificant l'oferta de transport i l'oferta hotelera.

- No obstant això a Mallorca es troben ja en fase de desenvolupament l'oferta d'altres sectors turístics com per exemple; nàutica, meetings o golf. L'oferta d'aquests sectors ja es troba definida i organitzada i té un cert grau de presència en els sistemes de vendes europeus. El volum de clients i sobretot la seva aportació al posicionament de Mallorca com a destinació turística diversa és encara escàs.

- La situació d'altres sectors turístics com a naturalesa o cultura és ben diferent.

Aquests sectors turístics es troben encara en una fase molt inicial del seu cicle de vida i per tant és necessari realitzar importants esforços per regular, estructurar i posar en valor aquesta oferta. Ara com ara, Mallorca no està posicionada com a destinació de naturalesa o de cultura.

7. Estacionalitat de la demanda a les Illes Balears.

Per tal d'entendre una mica més el meu interès per dur a terme una promoció diferent de les Illes Balears, anem ara a analitzar un dels problemes més greus que pateix el nostre destí: la temuda estacionalitat.

Per el que trobem a l'article *Diferencias en el perfil del turista de la temporada alta y baja en Baleares* (Sastre A., Payeras.), igual que en moltes altres regions, el turisme balear s'ha caracteritzat pel predomini del model de turisme de masses, model Fordista de desenvolupament econòmic; que les seves principals característiques: falta de diferenciació del producte, rigidesa alta estandardització, han estat contínuament presents. Aquest model, al principi, sembla haver obtingut resultats positius, principalment en termes de creixement econòmic i creació d'ocupació .. No obstant això, en els últims anys, s'està assistint a profundes transformacions en l'entorn econòmic mundial degut a, fonamentalment, als canvis estructurals que la majoria de sectors estan experimentant. Els consumidors són ara més sofisticats, exigents i tenen altres prioritats. El sector turístic no és una excepció i així, els viatgers són més experimentats, estan més informats i manifesten motivacions més complexes i variades que en dècades passades. Els canvis en l'estructura de la població, l'aparició de nous valors i estils de vida, nivells més alts d'educació, major disponibilitat de renda i temps lliure, juntament amb el ràpid desenvolupament de les noves tecnologies, han evolucionat cap a un model turístic més diferenciat i flexible, en el context del desenvolupament post-fordista.

En aquest entorn canviant, exigent i més competitiu en el qual operen les empreses turístiques, sorgeixen noves prioritats i, amb elles la necessitat de desenvolupar noves estratègies que contemplin el repte de la competitivitat. La superació del mateix redundarà, en últim terme, en un increment de la qualitat de vida dels agents econòmics i, en general, en la societat.

Per poder atendre a la nova demanda, resulta imprescindible conèixer quins són els trets que li caracteritzen. En altres paraules, és necessari analitzar el perfil del turista, doncs, sobre la base d'aquest coneixement, els agents privats i públics podran efectuar una planificació turística amb majors probabilitats d'èxit.

No obstant això, l'anàlisi de la demanda turística balear compta amb un tret característic: la seva elevada estacionalitat. En efecte, la demanda turística no és homogènia durant tot l'any, sinó que és en els mesos d'estiu quan es produeix una gran concentració, és la coneguda com a temporada alta; això és conseqüència que es dona per haver implantat el model turístic conegut com a 'model de sol i platja'. Cert és que en els últims anys a Balears s'han pres un conjunt divers de mesures de política i estratègia turística tendents a reduir la estacionalitat de la demanda turística.

Així mateix, aquesta estacionalitat ha contribuït a modelar un model sociolaboral que se sustenta en el treball de poca qualitat i temporal, i que tan sols pot mantenir-se gràcies a una forta dosi d'intervenció pública que es fa càrrec dels costos socials de l'empresa privada. L'estacionalitat turística, i els seus impactes, ha estat objecte d'estudi per part de nombrosos autors i aplicat a múltiples casos d'estudi.

Segons l'estudi realitzat d' Estacionalitat turística i índex d'intensitat turística (CITTIB, 2008) l' estacionalitat, el turisme residencial, la sobre oferta, una destinació madura i una planta turística amb problemes d'obsolescència, són les qüestions que més s'han analitzat en la cerca d'una sortida rendible al sector turístic. És per això pel que es deuen realitzar esforços ininterromputs a reestructurar el mercat i renovar i adaptar les instal·lacions i les infraestructures urbanes amb la finalitat d'abordar els problemes que afecten al turisme en les Balears.

Segons l'article *Anàlisis de la Rentabilidad del sector turístico en las Islas Baleares. Políticas de refluotamiento* (Martorell O., Mulet C. 2009)., cal tenir en compte que més del 80% dels turistes que visiten les illes Balears ho fan durant el període comprès entre maig i setembre. Les desiguals temporades dins d'un mateix any afebleix l'estructura productiva d'un sector turístic que, com a conseqüència, sofreix un minvament de rendibilitat de les seves empreses, causada per la dificultat d'amortitzar amb la seva explotació les inversions realitzades i mantenir un grau d'ocupació òptim durant tot l'exercici, la qual cosa condueix a una infrautilització dels recursos i infraestructures disponibles.

La supremacia del sector turístic col·loca, doncs, a l'economia balear en el seu conjunt en una situació massa vulnerable davant les possibles crisis o oscil·lacions d'una activitat que genera, per si sola, més de dos terços de la riquesa de la regió . L' estacionalitat obliga al sector turístic a obtenir nivells de rendibilitat extraordinaris durant la temporada alta per poder sufragar els febles resultats de la temporada baixa.

7.1 Càlcul d'estacionalitat turística a les Illes Balears.

La qüestió de l'estacionalitat ha estat sempre relacionada amb el negoci del turisme de masses. Així, les societats receptores i els territoris d'acollida del turisme de masses experimenten processos de forta intensificació temporal. La denominada estacionalitat, que en el cas dels destins de sol i platja coincideix majoritàriament amb l'estiu, repercuteix en tots els àmbits de la vida social i la configuració i adaptació de les extensions exosomàtiques de l'organisme social.

Això són, fonamentalment, equipaments i infraestructures. Així mateix, aquesta estacionalitat ha contribuït a modelar un model sociolaboral que se sustenta en el treball de poca qualitat i temporal, i que tan sols pot mantenir-se gràcies a una forta dosi d'intervenció pública que, tal com diria l'economista institucionalista nord-americà Karl William Kapp (1966) , es fa càrrec dels costos

socials de l'empresa privada. L'estacionalitat turística, i els seus impactes, ha estat objecte d'estudi per part de nombrosos autors i aplicat a múltiples casos d'estudi (Baum, 1999; Baum i Lundtorp, 2001; Koenig i Bischoff, 2004).

El càlcul de l'estacionalitat ha ocupat també nombroses pàgines i preocupacions. En el cas espanyol es poden destacar nombrosos treballs al respecte (Ramón i Abellán, 1997; López modelació de l'anàlisi que permeti explicar l'estacionalitat (Butler i Mao, 1997) Bonilla i López Bonilla, 2006) . Finalment, pel que fa a les Balears l'estudi de l'estacionalitat turística també ha estat objecte d'atenció per part de diversos autors (Aguiló i Sastre, 1984; Rosselló et al., 2004; Capó et al., 2006).

Les Illes Balears són una de les principals destinacions del turisme de sol i platja de la Mediterrània i per aquest motiu es veuen absolutament afectades pel fenomen. És per aquesta raó que es creu necessari el seu estudi i la seva caracterització.

7.2 Evolució mensual de turistes arribats a les Illes Balears.

Aquest indicador aporta les dades corresponents a l'evolució total dels turistes arribats a les Illes Balears, per introduir aquesta dimensió a partir de les estadístiques realitzades pels organismes oficials.

La taula que es pot observar a continuació mostra el nombre total de turistes arribats a Balears durant els dotze mesos de l'any entre 2003 i 2014. Si ens fixem amb la diferència que hi ha entre l'inici i el final del període, veiem que el 2014 varen arribar 14.051.584 turistes més que el 2003, indicant un increment aproximat del 27,68%. El segon valor més alt apareix el 2013 amb un total de 13.711.532 arribades, Tots els anys del període analitzat han superat la barrera dels 10 milions de turistes pel conjunt de l'arxipèlag.

Referent a les variacions mensuals, la màxima aflluència turística està clarament compresa entre maig i setembre (ambdós inclosos) amb xifres molt superiors a la resta. Cal destacar l'agost com el mes amb major nombre d'arribades en cada un dels anys, i el gener i el desembre els de menys activitat. També assenyalar que a partir del mes d'abril i en alguns casos del mes de març ja es produeix una important pujada de visitants, coincidint així amb les festes de Setmana Santa en la transició entre la temporada baixa i l'alta. Igualment, amb el mes d'octubre podem observar un fet similar però a l'invers; de manera que tot i que es veu una gran disminució en el nombre d'arribades respecte al setembre, encara es manté una considerable diferència si el comparem amb el mes de novembre, coincidint amb la finalització de la temporada alta. Per acabar, destacar que la distribució de turistes en els diferents mesos de l'any presenta pautes molt similars entre un any i altre. Inter anualment, destaca l descens del l'any 2009 situant-se en 11.779.128 arribades.

Evolució del nombre de turistes arribats a les Illes Balears 2003-2014

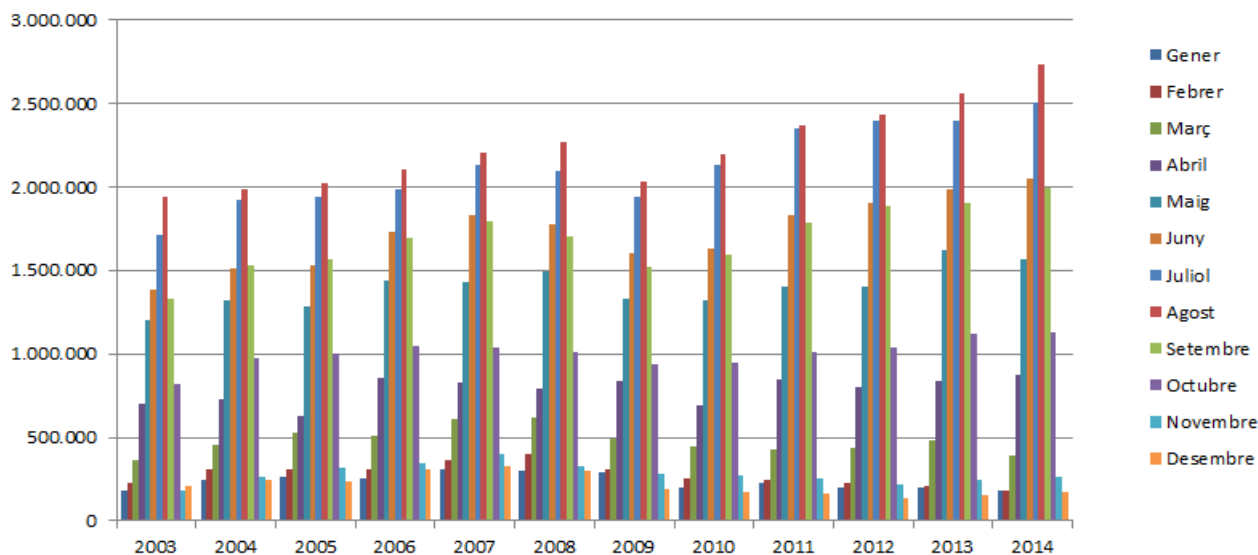


Figura 1. Evolució del nombre de turistes arribats a les Illes Balears 2003-2014. Font: Elaboració pròpia a partir de les dades d'Ibestat.

Nombre total de turistes arribats a les Illes Balears, 2003-2014												
	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Gener	179.584	242.600	264.284	256.793	312.301	303.532	290.427	197.095	223.673	203.110	199.451	182.299
Febrer	225.562	312.754	307.147	310.955	360.358	399.254	309.212	250.393	246.221	223.079	211.033	185.724
Març	363.031	451.658	524.748	505.999	606.826	622.492	489.658	442.136	423.721	438.798	481.096	393.044
Abril	698.696	725.707	627.634	853.943	830.379	787.805	837.911	689.973	844.851	797.420	839.936	875.220
Maig	1.203.578	1.322.513	1.285.197	1.439.759	1.433.165	1.498.020	1.329.160	1.322.538	1.401.364	1.402.508	1.621.637	1.563.841
Juny	1.387.163	1.514.449	1.528.666	1.731.228	1.827.537	1.779.177	1.606.247	1.634.201	1.827.291	1.907.609	1.984.992	2.053.232
Juliol	1.714.252	1.922.948	1.940.777	1.990.694	2.135.354	2.099.236	1.943.096	2.130.492	2.353.234	2.393.352	2.396.116	2.505.054
Agost	1.941.982	1.983.645	2.026.888	2.102.551	2.204.666	2.268.319	2.033.286	2.192.056	2.373.356	2.430.722	2.561.276	2.731.148
Setembre	1.330.772	1.529.721	1.566.200	1.694.772	1.799.186	1.703.291	1.524.876	1.593.269	1.784.132	1.885.423	1.904.534	1.998.440
Octubre	823.736	973.568	998.280	1.043.922	1.036.051	1.014.739	939.583	946.899	1.011.011	1.034.798	1.117.327	1.127.703
Novembre	182.796	261.198	319.557	341.707	398.230	324.507	282.875	272.118	256.539	215.626	243.011	265.226
Desembre	212.068	245.922	236.810	305.506	331.193	303.529	192.797	175.813	161.184	135.613	151.123	170.653
Total	10.263.220	11.486.683	11.626.188	12.577.829	13.275.246	13.103.901	11.779.128	11.846.983	12.906.577	13.068.058	13.711.532	14.051.584

Taula 9. Nombre de turistes arribats a les Illes Balears, 2003-2014. Font: Elaboració pròpia a partir de les dades d'Ibestat.

7.3 Índex d'Estacionalitat Turística mensual (IETm) a les Illes Balears.

L'Índex d'Estacionalitat Turística compara la distribució, en aquest cas mensual, dels turistes al llarg de l'any amb una potencial distribució homogènia dels mateixos.

A partir de les dades de turistes mensuals del conjunts de les illes (Mallorca, Menorca i Eivissa - Formentera) recollides en els anuaris elaborats pel CITTIB (El Turisme a les Illes Balears) calculem l'IET de cada mes. Les dades de turistes entrats resulten de la suma de l'apartat

“entrada mensual de turistes per via aèria” i “entrada mensual de turistes per via marítima”.

Posteriorment s’aplica la següent fórmula:

$$IET_{mes} = \frac{n^{\circ} \text{ turistes}_{mes}}{(n^{\circ} \text{ turistes}_{any}/12)}$$

D’aquesta manera, els valors inferiors a 1 es trobarien per sota de la mitjana i els superiors a 1 per sobre, quan més dispersió entorn a 1 trobem, més marcada serà l’estacionalitat.

Observant el gràfic i la taula que ve a continuació, es pot veure com a les Illes Balears es pot observar una tendència en la reducció de l’estacionalitat entre 2003 i 2007, mentre que torna haver un augment marcat des de el 2008 fins els 2014 moment en que aquesta s’inverteix i augmenten de nou les diferències entre els mesos que presenten un IET més alt i els que el presenten més baix.

Per a tots els anys trobem el màxim al mes d’agost i el mínim als mesos de gener i desembre excepte per l’any 2003 que el novembre coincideix amb el gener, l’any 2008 que el gener coincideix amb el desembre ,i l’any 2012 que el febrer coincideix amb el novembre, sense cap màxim ni mínim relatiu a cap altre mes. És a dir, que l’índex va augmentant de gener a agost i va disminuint d’agost a desembre (excepte pel 2003 que augmenta lleugerament entre novembre i desembre), amb una pendent bastant homogènia entre tots els mesos. Tot exceptuant d’abril a maig quan observem una forta pujada del valor de l’índex i de juny a juliol on l’índex minva el seu creixement.

Com es pot observar el gràfic a mesura que passen els anys augmenta l’estacionalitat, de cada vegada és més notable la diferència entre els mesos d’estiu i els mesos d’hivern.

Indicador d’Estacionalitat Turística Mensual de les Illes Balears,2003-2014												
	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Gener	0,21	0,25	0,27	0,24	0,28	0,28	0,30	0,20	0,21	0,19	0,17	0,16
Febrer	0,26	0,33	0,32	0,30	0,33	0,37	0,32	0,25	0,23	0,20	0,18	0,16
Març	0,42	0,47	0,54	0,48	0,55	0,57	0,50	0,45	0,39	0,40	0,42	0,34
Abril	0,82	0,76	0,65	0,81	0,75	0,72	0,85	0,70	0,79	0,73	0,74	0,75
Maig	1,41	1,38	1,33	1,37	1,30	1,37	1,35	1,34	1,30	1,29	1,42	1,34
Juny	1,62	1,58	1,58	1,65	1,65	1,63	1,64	1,66	1,70	1,75	1,74	1,75
Juliol	2,00	2,01	2,00	1,90	1,93	1,92	1,98	2,16	2,19	2,20	2,10	2,14
Agost	2,27	2,07	2,09	2,01	1,99	2,08	2,07	2,22	2,21	2,23	2,24	2,33
Setembre	1,56	1,60	1,62	1,62	1,63	1,56	1,55	1,61	1,66	1,73	1,67	1,71
Octubre	0,96	1,02	1,03	1,00	0,94	0,93	0,96	0,96	0,94	0,95	0,98	0,96
Novembre	0,21	0,27	0,33	0,33	0,36	0,30	0,29	0,28	0,24	0,20	0,21	0,23
Desembre	0,25	0,26	0,24	0,29	0,30	0,28	0,20	0,18	0,15	0,12	0,13	0,15

Taula 10. Indicador d’Estacionalitat mensual de les Illes Balears 2003-2014. Font: Elaboració pròpia a partir de les dades d’Ibestat.

Indicador d'Estacionalitat Turística mensual (IETm), 2003-2014.

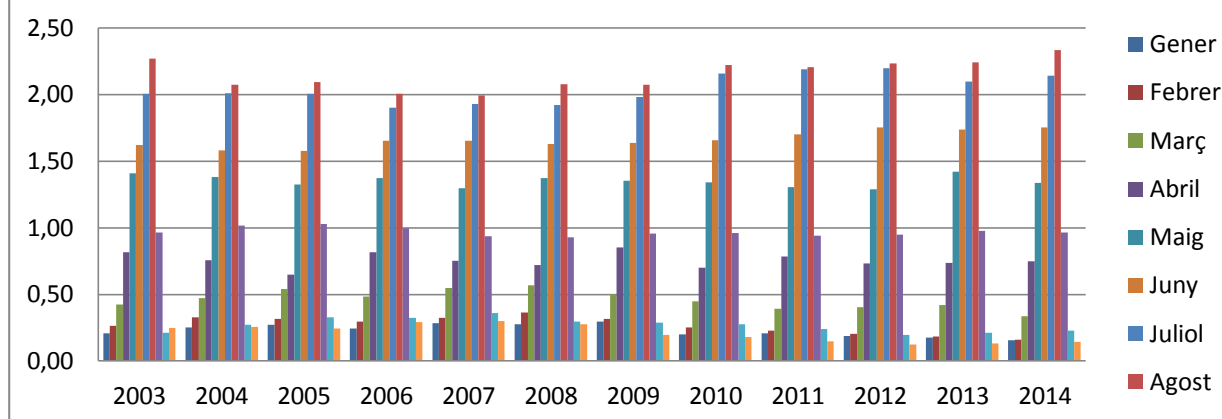


Figura 2. Indicador d'Estacionalitat turística mensual (IETM), 2003-2014. Font: Elaboració pròpia a partir de les dades d'Ibestat.

8. Discussió.

8.1 Que suposa?

El que suposa l'estacionalitat es pot separar en dues vessants la socioeconòmica i la mediambiental:

Per part de la socioeconòmica es pot destacar l'estacionalitat laboral, a les Illes Balears la situació laboral està molt marcada per l'estacionalitat sobretot a causa del pes que el mercat laboral que té a l'activitat turística, tot i que des de el punt de vista laboral hi ha alguns matisos, amb la desestacionalització es vol un lloc de feina estable en el sector turístic durant tot l'any i no tant sols en els mesos de temporada turística alta a on es creen nous llocs de feina de durada mitjana d'Abril a Octubre a més que afecta al preu d'habitatge, la distribució de la riquesa, la taxa de població activa i la taxa d'atur com es pot veure a la figura "Indicadors de sostenibilitat del turisme any 2013." i l'evolució dels salaris.

Molt relacionat amb el manteniment del turisme i la tasca dels touroperadors, agències de viatge és vendre una imatge de platges idíl·liques, arena fina i blanca, i aigües cristal·lines, per tant un paisatge propi d'un paradís, però paradoxalment aquests aspectes són els més maltractats per la presència humana i mala gestió de l'administració. Una de les problemàtiques més greus és la regeneració de les platges, la construcció de les infraestructures (ports, carreteres...) ha destruït els sistemes dunars que són els encarregats de portar els sediments necessaris per a la regeneració, això provoca que s'ha de fer de forma artificial extreuen l'arena del fons marí o pedreres. Les conseqüències són destrucció d'hàbitats naturals submergits, especialment les praderies de posidònia oceànica i tota la vida depèn d'elles, altres impactes són l'erosió del fons

marí, l'augment de la turbulència de l'aigua, canvi de la de sedimentació. Per altre banda la massificació produeix un augment de residus que s'han de gestionar com per exemple la col·locació de dutxes que té a veure amb l'aigua. No cal dir la gran despesa econòmica que suposa per l'administració pública que suposa a més de l'ambiental.

Per la part mediambiental, s'han de destacar tres indicadors ambientals importants que són l'aigua, energia i els residus que afecten a la petjada ecològica

Pel que fa a l'indicador de l'aigua segons Blàzquez & Murray & Garau, 2002 l'aigua és un dels elements fonamentals quan es parla de la sostenibilitat, a les Illes Balears el consum de l'aigua ha augmentat cosa que es deu pel un major consum d'aigua per càpita és a dir persona i dia, i per un increment de la població, tenint en conta que els mesos de major afluència turística coincideixen amb els mesos de major pressió sobre aquest recurs.

Indicador energètic, el qual es basa en els recursos d'origen fòssil, Blàzquez & Murray & Garau, 2002 ,en els mesos de temporada turística hi ha un augment de l'explotació dels recursos per augment del consum energètic per càpita i per un població, fou en el 1994 quan va començar un boom energètic que coincidí amb el tercer boom turístic com es pot veure a la figura "Indicadors de sostenibilitat del turisme any 2013."

Indicador producció de residus, com es pot veure en la figura posterior de Jaume Garau Taberner. Indicadors de sostenibilitat del turisme any 2013. a partir del mes d'Abril coincidint quan comença la temporada turística hi ha un augment de la producció dels residus tenint un pic en els mesos de juliol i agost i després va caient de forma notable fins l'inici de la següent temporada turística.



Figura 3. Indicadors de sostenibilitat del turisme. Font: Jaume Garau Taberner. Indicadors de sostenibilitat del turisme any 2013.

8.2 La destacionalització.

En els darrers anys hi ha hagut molt d'intents de fer una promoció diferent de la de sol i platja a les Illes Balears, per tal de fer front a l'estacionalitat. El Govern de les Illes Balears, a través de la Conselleria de Turisme i esports ha posat en marxa alguns plans per tal d'atreure turistes durant la temporada baixa de les illes.

Troblem diferents entitats, tan públiques com privades, que han fet propostes de desestacionalització, tal com: INESTUR (Institut d'estratègia turística de les IB), ATB (Agència de turisme de les IB), Universitat de les Illes Balears (UIB), Hosteltur (revista dedicada al turisme), Fundació Mallorca Turisme, Foment del turisme de Mallorca, etc. A mode d'exemple podem anomenar el portal oficial de turisme www.illesbalears.es creat per el Govern de les Illes Balears, d'on he tret algunes idees per dur a terme la proposta d'aquest treball o la pàgina d'empresa privada www.mallorcaweb.com, a on es dona informació sobre els recursos que trobem a les nostres illes, per tal d'informar als turistes dels diferents motius que hi ha durant tot l'any per visitar-nos.

Per altra banda, la revista Hosteltur ha realitzat concursos per tal de crear idees per desestacionalitzar el turisme a les Illes, i donar així alternatives a tot el vist fins ara en turisme. La feina duta a terme fins ara és molt complexa i molt llarga.

Es poden anomenar infinitats de propostes i estudis de desestacionalització per el turisme de les Illes Balears com és l'exemple d'Artà.

Degut a que Mallorca constitueix en el seu conjunt una destinació amb multitud d'opcions que possibiliten crear nous productes i noves experiències turístiques, una de les accions més recents dutes a terme és El pla de competitivitat turística de Mallorca diversa. Artà sorprèn (Consell de Mallorca, 2009) Aquest pla és un instrument que té una doble vessant territorial: insular i municipal. L'objectiu comú és dur a terme una sèrie d'activitats innovadores que permetin diversificar l'oferta turística insular i assegurar fluxos de visitants durant tot l'any, tant a les àrees turístiques consolidades com a d'altres amb potencial de desenvolupar-se turísticament.

L'àmbit d'actuació s'articula igualment en una doble vessant. El Consell de Mallorca, sota la denominació de Mallorca Diversa, gestiona el Pla en tot allò relatiu a l'illa en el seu conjunt. El Pla de Competitivitat turística de Mallorca Diversa reflecteix els principals productes turístics estratègics en els quals s'han de concentrar els esforços per impulsar i per consolidar el posicionament de Mallorca en el mercat turístic nacional i internacional.

L'Ajuntament d'Artà, d'altra banda, s'encarrega de dur a terme el seu projecte al seu àmbit municipal i s'articula sota la denominació Artà Sorprèn.

L'objectiu d'aquest pla és: desestacionalitzar el turisme, especialitzar-se, diferenciar-nos d'altres destinacions, innovar la comercialització i orientar-se cap al consumidor. L'estratègia es basa en

oferir un producte orientat a la demanda principal, especialitzat segons l'estil de vida dels diferents mercats emissors afavorint la sinergia entre els diferents sectors. Els productes turístics potenciaran els recursos propis de l'illa de Mallorca en diferents èpoques de l'any com element diferenciador i els comercialitzarà amb estratègies innovadores. He trobat adequat anomenar aquest Pla ja que la meua proposta té en part, alguns objectius en comú i penso que s'ha de tenir clar els antecedents amb els que contem abans de posar en marxa qualsevol tipus de proposta. (Consell de Mallorca, 2009).

Ja per acabar aquest apartat, voldria anomenar el Plan de márketing para las Islas Baleares 2009-2012 (Conselleria de turisme, 2008), el qual també té com a objectius sortir de la dependència que es té del turisme de sol i platja i dur a terme algunes propostes com ara el desenvolupament del turisme de golf, el turisme nàutic, el turisme de cultura o el turisme relacionat amb la naturalesa. Ens trobem doncs, que el tema tractat fins ara, és objectiu des de fa molt de temps i esta present en molt d'àmbits diferents.

8.3 Com tractar-lo?

Una qüestió important sobre la desestacionalització és com es pot tractar? Si bé es vera és un tema amb dues vessants a discutir ja que la pressió sobre el medi ambient que es te durant els mesos d'estiu no es assumible durant tot l'any ja que el medi ambient, els recursos naturals i la població necessiten la resiliència, és a dir tenir un temps per sobrepassar el mal rebut durant la temporada turística, però també es necessari tenir una sortida econòmica durant la resta d'any. Per tant eliminar l'estacionalització no es pot defensar perquè no és sostenible però si que es necessita una millora perquè no sigui tant marcada durant tot l'any, es poden proposar nous tipus de turisme sempre i quant aquest nou turisme aprofiti les instal·lacions i equipaments que ja es disposen per tal de no crear una nova pressió sobre zones naturals o nous destins. Tot i que és important tenir turisme de cap a cap d'any no s'ha de deixar de banda la identitat del destí, els elements estètics, paisatgístics, culturals, entre altres.

Un exemple clar és el ciclisme, de cada vegada més en els darrers anys s'està donant importància al turisme de ciclisme amb dues competicions anuals, és una bona opció per mitigar la desestacionalització però s'ha de tenir present de que s'hauria d'utilitzar els equipaments i recursos disponible de les Illes Balears per tenir sostenibilitat.

9. Conclusió.

A manera de conclusió m' agradaria comentar diferents aspectes. Voldria començar per explicar algunes reflexions que he anat fent a mida que realitzava aquest treball.

Per començar, he de dir que no ha estat fàcil trobar informació actualitzada de dates turístiques,

enquestes, estudis, tesis realitzades, etc, per fer el marc teòric del treball, fet que m'ha sorprès, ja que es suposa que si el turisme és una de les forces econòmiques que mou les Balears, la informació hauria de ser extensa, correcte i actualitzada. A la majoria de casos no era així, és per això que es pot veure que algunes de les dades aportades són d'alguns anys anteriors.

Disposem de moltes avantatges: el clima, els recursos naturals i paisatgístics, la cultura, les infraestructures, l'experiència professional, el nom de destí turístic difós arreu del món, etc. Doncs, per que no intentar millorar la situació a través d'una promoció diferent a la feta fins ara?. És curiós, però el primer que vaig fer abans de començar a fer aquesta proposta va ser consultar quins recursos s'oferien a través d'Internet. Per això me vaig posar a la pell d'una persona que vol visitar Mallorca per primera vegada i no la coneix de res. Vaig cercar guies i propostes per fer activitats a l'hora d'arribar a l'Illa (el mateix que faig jo quan me'n vaig de viatge a un altre país) i el que vaig trobar a la majoria dels casos era sempre el mateix. Si cerques una guia per venir a les Illes, sempre s'ofereixen els mateixos recursos, entre ells, el més destacat, clar està, és el de sol i platja. No és estrany que els mercats emissors no s'interessin per res més que les nostres platges si nosaltres no les donam a conèixer moltes altres coses. És veritat que el turisme rural, cultural, de reunions, de golf, etc, s'ha intentat difondre en els últims anys, però no és exactament al que jo me referia quan pensava en promocionar de manera diferent la illa, és per això que vaig decidir dur endavant aquest projecte i donar a conèixer Mallorca a través de la nostra cultura, gastronomia, turisme d'interior i artesanía.

Per una altra banda i ja des de una reflexió feta des de el treball s'ha de dir que, la principal font d'ingressos monetaris de les Illes Balears prové del sector turístic, cada any milions de turistes visiten les Illes Balears sobretot en els mesos de Maig, Juliol, Agost i Setembre. En el 2014 arribaren 12,1 milions de turistes a les Illes Balears tenint present els que arribaren per port com per avió. Els turistes sobretot els del nord el destí que cerquen per gaudir de les seves vacances és poder anar a un paradís a on el que predomini siguin les platges d'aigua cristal·lina, arena fina i dies de sol per tant els touoperadors s'encarreguen de vendre aquesta imatge per atreure més turistes a les Illes Balears.

Malgrat el turisme ha estat el motor de creixement econòmic i millora de l'activitat de vida dels residents també a implicat unes grans carregues o impactes en el territori i societats receptores que no han estat comptabilitzats dins de les estadístiques econòmiques tradicionals com és el PIB, aquest desenvolupament turístic i terciari a generat que algunes regions deslocalitzin les activitats dures ja que per conservar el turisme s'ha de tenir una conservació de l'entorn i no la conservació ecològica. Tot i que de manera directa no es fa un mal en el medi ambient per la contaminació si que indirectament s'està fent un mal bé ja que es gaudeixen dels seus productes i costums, per tant residents i turistes haurien d'assumir la responsabilitat de les distribucions econòmiques i ecològiques, no s'ha de mirar només els beneficis sinó també tenir en conta la càrrega que du associada.

Els turistes el que demanen per visitar les Illes Balears és un destí amb sol i platja, però en els darrers anys també s'han desenvolupat i agafat força altres tipus de turisme com és el rústic, de muntanya i ciclotours, per tant tenint la oferta fermada per la demanda els hotelers preparen els seus equipaments i instal·lacions de cara al que els turistes volen, es pot trobar una gran varietat d'hotels per categories (de 1 a 5 estrelles) depenent del nivell de vida de cada un, edat, gustos generals, professió, cultura i educació.

Realitzant un anàlisi es pot veure un patró comú de les característiques dels turistes que visiten les Illes Balears a més de la motivació del viatge. A partir d'aquestes dades es pot fer una aproximació de com els turistes veuen el nostre destí, de forma numèrica tenim un 4.8 sobre 10 (en el 2014), tot i que la dada es alarmant s'ha de dir que aquesta valoració numèrica ha millorat respecte anys anteriors gràcies a l'allotjament perquè l'oferta complementaria la visió és negativa en respecte als espais ambientals i els serveis públics.

No s'ha de deixar de dir que la major referència que es fa és al turisme és els dels mesos d'estiu, el nostre producte estrella és el sol i platja, molts autors critiquen l'estacionalitat del turisme que gaudim i que és la nostre fonts d'ingressos, tot i que si es mira per la part econòmica seria favorable tenir turisme tot l'any, s'ha de pensar que les Illes Balears no estan preparades per tenir tanta pressió ja que necessita recuperar-se i s'haurien de fer noves instal·lacions i equipaments provocant la impossibilitat de tenir resiliència com a la regeneració de les platges, les dunes..., a més de que suposaria sacrificar part de la nostre illa per donar cabuda a diferents tipus de turisme durant els mesos d'hivern, cultura i identitat. L'afirmació anterior es pot demostrar amb l'índex d'Estacionalitat Turística mensual (IETm) a on els valors inferiors a 1 estan per sota de la mitjana i els supera a 1 per sobre, quan més dispersió entorn a 1 trobem, més marcada serà l'estacionalitat com és el cas dels mesos de maig, juny, juliol, agost i setembre que són els mesos amb un valor superior a 1 arribant quasi al valor de 2, per tant l'estacionalitat està molt pronunciada coincidint amb els mesos de sol i platja, a més, dels mesos que tenen una major demanda. L'anàlisi de la demanda turística balear compta amb un tret característic: la seva elevada estacionalitat. En efecte, la demanda turística no és homogènia durant tot l'any, sinó que és en els mesos d'estiu quan es produeix una gran concentració, és la coneguda com a temporada alta; això és conseqüència que es dona per haver implantat el model turístic conegut com a 'model de sol i platja'. Cert és que en els últims anys a Balears s'han pres un conjunt divers de mesures de política i estratègia turística tendents a reduir la estacionalitat de la demanda turística. En aquesta demanda predomina el perfil de turistes entre 18 i 45 anys, d'un nivell adquisitiu mitjà, per contrarestar el turisme de temporada baixa, és un turisme que es situa a l'índex amb un valor menor a 1 concentrat en els mesos de març, abril, octubre i novembre, predominant el perfil de turistes majors de 45 anys amb un poder adquisitiu mitjà-alt motivats per conèixer la gastronomia, els paisatges i zones naturals.

L'estacionalitat a la qual s'ha fet referència, és un factor que sempre hi ha estat present a les Illes Balears durant el període de temps estudiat, si bé, cal destacar que en l'arribada de la crisi econòmica del 2007, aquesta estacionalitat es veu afectada negativament i fora ser un fet aïllat, afectà a tots els mesos mostrant una baixada del nombre de visitants a les Illes. A partir del 2011 fou quan es comença a recuperar tot i de forma pausada fins en el 2013 que es poden veure valors superiors en el nombre de turistes que havia abans del període de la crisi econòmica.

10. Bibliografia.

- Adrover M., Albertí M., Cabellos A., Ibáñez M., Lladó M., Morales M., Priego F., Roldán P., Villalonga M., Vives A., 2011. Conjuntura econòmica de les Illes Balears. Govern de les Illes Balears. [http://www.caib.es/sacmicrofront/archivopub.do;jsessionid=73D07767E5D1AAAC208A176FB39C3481?ctrl=MCRST227ZI117903&id=117903] (consultat 4/05/2015).
- Bosch A., Riera A., Ripoll A., Rosselló J., 2005. Estrategias de especialización y diferenciación de la planta hotelera en las Baleares. Cuadernos de Turismo n. 016. Universitat de Murcia. Murcia, Espanya. Pàgines 49-63.
- Centre de Recerca Econòmica UIB-“Sa Nostra”, 2009. Llibre blanc de les Illes Balears. Cap a una nova cultura turística. 1^a edició.
- Conselleria de turisme i esports de les Illes Balears. Observatori de turisme.[http://www.caib.es/sacmicrofront/contenido.do?mkey=M10072911244127834137&lang=ES&cont=33206]. (consulta 04/05/2015).
- El pla de competitivitat turística de Mallorca diversa. Artà sorprèn (Consell de Mallorca, 2009):
 - [http://www.conselldemallorca.net/?&id_parent=6196&id_section=6203&id_son=6242].
- El turisme a les Illes Balears. Dades informatives (2003-2014). CITTIB, Conselleria de Turisme, Govern de les Illes Balears, Palma de Mallorca.
 - [http://www.caib.es/sacmicrofront/archivopub.do?ctrl=MCRST865ZI79214&id=79214] (consultat: 10/05/2015).
- López, J. M., López, L. M. y Sanz, B. (2009). Las dimensiones de la búsqueda en la compra online del turista. Administrando en entornos inciertos, (16), 45-56.
- Luque, T. y Castañeda, J. A. (2007). Internet y el valor del negocio. Mediterráneo económico, (11), 397-415.
- Jaume Garau Taberner . Propuesta de dos índices para la medición de la competitividad de de los destinos de sol y playa del mediterráneo: avance de resultados desde el punto de vista de la demanda. Departament d'Economia Aplicada Universitat de les Illes Balears. (consulta 7/07/2015).

- Martorell Cunill, O, Mulet Forteza, C. (2009). Análisis de la Rentabilidad del sector turístico en las Islas Baleares. Políticas de reflatamiento. Universitat de les Illes Balears. Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa. Vol. 15, Nº 2, pp. 77-92. (Traduït amb softcatalà).
- Murray. I; Pons, A; Ginard, X (2010) "Estacionalitat turística i índex d'intensitat turística. In Murray, Ivan (coordinador) (2010). Els indicadors de sostenibilitat socioecològica de les Illes Balears (2003-2008) Palma: Universitat de les Illes Balears : 163-191. Consulta dia 27-07-2015.
- Blàzquez Macià, Murray Ivan, Garau J.Maria (2002) El Tercer Boom. Indicadors de Sostenibilitat del turisme a les Illes Balears 1989-1999.
- Páez Ceballos D., Robles A., Sabater R., Salinas M., 2009. El sector turístic a les Illes Balears. Treball d'Economia Aplicada. Facultat de Ciències Econòmiques i Empresarials. Universitat Pompeu Fabra.
- [<http://repositori.upf.edu/browse?value=P%C3%A1ez+Ceballos%2C+Daniel&type=autor>] (consultat 10/05/2015).
- Plan de màrKeting de las Islas Baleares 2009-2012. Conselleria de turisme,2008.[<http://www.plataformadecontractacio.caib.es/DocumentoAdjuntoView?idLicita cion=13010&idTipoDocumento=19>] (consultat: 25/03/2015). (Traduït amb softcatalà)
- Quaderns Gadeso. Anàlisi de la realitat socioeconòmica de les Illes Balears. N. 194. Agost 2014. L'opinió dels turistes (XV). Com veuen els turistes Mallorca (V)?. Necessitat de millorar el producte Turístic. [http://www.gadeso.org/sesiones/gadeso/web/14_revista/ca_10000168.pdf]. (consultat: 5/05/2015).
- REIAL DECRET 1686/2007, de 14 de desembre, per el qual s'estableix el títol de Tècnic Superior en gestió d'Al·lotjaments turístics i es fixen les ensenyances mínimes. BOE núm. 13. Dimarts 15 de gener de l'any 2008.
- Sastre A., Payeras. A (sense data). Diferencias en el perfil del turista de la temporada alta y baja en Baleares. Departamento de Economía aplicada de la Universitat de les Illes Balears. UIB [dmi.uib.es/~cmanresay/entornos/Practica/PerfilTurista.doc] (consultat: 5/05/2015). (Traduït amb softcatalà)
- ATB (Agència de turisme de les IB): www.caib.es (consultat 21/06/2015).
- Cooper C., Fletcher J., Fyall A., Gilbert D., Stephen W., (2007). El turismo: teoria y pràctica. Ed. Síntesis. Madrid.
- Fernández J., Vasilica M., Pérez L., Sastre A., Cavalcanti J., Izquierdo J., González F., Iguanzu F., Campo J., Truyols T., Mesa R., Martín T., Comas B., Martínez P., Canalis X., Alfonso Y., Gómez J., García J.L., Acciniaso G., Martínez E., Posada V., Aimar V., (juliol 2009) Ideas para minimizar la estacionalidad en turismo . Hosteltur:
- [http://www.hosteleria.org/attachments/033_DESESTACIONALIZACION.pdf] (Consultat: 17/05/2015).

- Foment del turisme de Mallorca: www.fomentdemallorca.com (consultat 10/05/2015).
- Fundació Mallorca Turisme: www.mallorcaturisme.com (consultat 10/05/2015).
- Hosteltur : www.hosteltur.com (consultat 10/05/2015).
- Situación actual y perspectivas del turismo en las Illes Balears Bases para una contribución a la reflexión sobre su futuro. Cambra de comerç. Cercle d'economia de Mallorca (abril 2003). [www.cambramallorca.com/documentos/Desp_324.pdf] (consultat 18/05/2015).
- Turisme i societat a les Illes Balears. Govern de les Illes Balears. Ibatour 2002. Grup Serra.
- Victoria Botín V., Moratal M., Ribas M., Solivellas R.,(2010). El turisme a les Illes Balears. Anuari 2010. Conselleria de Turisme i Treball. [<http://www.caib.es/sacmicrofront/archivopub.do?ctrl=MCRST865ZI98132&id=98132>] (consultat: 18/05/2015).
- Conselleria de Turisme de les illes Balears: www.illesbalears.es (consultat 10/05/2015).
- www.mallorcaweb.com (consultat 10/05/2015).