



Facultat de Turisme

**Universitat de les  
Illes Balears**

**Memòria del Treball de Fi de Grau**

# Alquileres Turísticos en Viviendas de Alquiler: Llucmajor

Guillem Moll Entrena

**Grau de Turisme**

Any acadèmic 2016-17

DNI de l'alumne: 43213312-S

Treball tutelat per Francisco Sastre Albertí  
Departament de 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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Paraules clau del treball:

Alquiler Vacacional, Alquiler Turístico, Ley Turística, Vivienda vacacional Baleares, Estancias Turísticas, Alquiler Llucmajor.

## Índice

1. Introducción .....	3
2. Marco jurídico. ....	4
3. Estudio .....	6
3.1. Zona de estudio. ....	6
3.2. Estudio del propietario y sus viviendas.....	7
3.3. Estudio de la tipología del turista. ....	10
4. Conclusiones .....	17
5. Bibliografía .....	18

## 1. Introducción

El turismo de las Islas Baleares es uno de los factores más importantes del PIB de la población balear. Es tanto, que en el año 2014 el turismo supuso un 45,5 % del Producto Interior Bruto de las Islas Baleares (Exceltur, et al., 2015).

Si nos centramos en el ámbito de las viviendas de alquiler, el alquiler turístico supone un 11% de la economía balear, hecho que supone una cantidad superior a los 3000 millones de euros (Magro, 2016).

El sector turístico se caracteriza por su alta capacidad de variación y adaptación en un espacio de tiempo relativamente corto. Es por esto que estamos ante uno de los sectores más importantes de la economía balear y por tanto en un sector en constante crecimiento durante los últimos años.

Este trabajo va a consistir en el estudio de uno de los sectores que durante el último lustro han abierto un nuevo paradigma en el sector turístico de las Islas. Los alojamientos turísticos en viviendas de alquiler.

El estudio está enfocado al municipio de Lluçmajor, el más grande de la isla y uno de los cuales en todo su territorio confluyen diferentes tipos de turismo además de diferentes tipos de alojamientos turísticos, entre ellos, el alojamiento turístico en viviendas de alquiler.

Se trata de un tipo de turismo que podríamos considerar “nuevo”, que surge durante la última década con el cambio en la tipología del turismo. Es una modalidad turística que surge de la conocida como el “Bed&Breakfast” con la diferencia de que, en lugar de alojarse en un hotel, los turistas lo harán en viviendas particulares privadas.

Durante la última década ha evolucionado tanto la tipología como la modalidad inicial, haciendo que la base inicial de esta tipología de turismo dónde evolucionara hacia unos nuevos ámbitos que es como lo conocemos hoy en día.

En la actualidad se ha convertido en una nueva modalidad de turismo de cada día más practicado y que se caracteriza por el alojamiento en casas ajenas, pudiendo disfrutar de unas zonas totalmente diferentes a las tradicionales y masificadas zonas turísticas con el añadido de poder contentarse de una forma más selecta de los productos y de la forma de vida de los habitantes locales. Además, es un turismo totalmente autónomo e independiente que se aleja del paquete turístico con excursiones planificadas y grandes grupos de turistas.

En el ámbito económico y como ampliaré más adelante las viviendas de alquiler son hoy en día una oportunidad de negocio para particulares con más de una propiedad, consideradas como segundas viviendas o casas de campo. En la comunidad de las Islas Baleares, hay una comunidad total de 7000 propietarios dedicados al alquiler turístico, afirmando que, por cada 100 estancias turísticas, el alquiler turístico genera un 24% de trabajo indirecto, frente al 11% del sector hotelero (Magro, 2017).

La oferta real de dicha actividad en las Islas Baleares, es desconocida, pero se estiman un total superior a las 45000 viviendas de alquiler de las que solo unas 14000 están registradas y legalizadas. Las 31000 viviendas restantes actúan al margen de la legalidad. (Magro, 2017) Es por eso que des de la comunidad de propietarios solicitan una clara legislación para dicha actividad a pesar de que, en los últimos cuatro meses, se han producido alrededor de 1200 solicitudes de alta para la licencia de alta de la actividad que el alquiler turístico requiere (Ramis, 2017). Como veremos en el siguiente apartado del trabajo, la legislación actual, lleva lugar a la confusión en varios apartados.

El estudio consistirá en tres partes, en primer lugar, el estudio de la zona de Lluçmajor que es donde se realiza el estudio; esta parte consistirá en un análisis de la zona y como se distribuye actualmente la oferta de dicho municipio además de las características que posee. En segundo lugar, la tipología de los propietarios y las viviendas que se ofertan en dicho municipio y que componen la oferta real, basándome en el tipo de oferta y el modo de gestión de dichos propietarios. Finalmente, con el estudio de la tipología del turista que acuden a esta localidad y con la presentación y explicación de las hipótesis de las cuales se basa este trabajo.

Finalmente, los motivos por el cual decidí realizar este trabajo, fueron los siguientes: Se trata de un tema muy complejo y con muchos aspectos a mejorar y a tener en cuenta en las Islas Baleares. Es un tema muy presente actualmente en la comunidad Balear y por ello también desconocido, en temas de estudios e investigaciones y por el cual me motivaron a realizar este tipo de estudio que se basa en una investigación del tipo del cliente de forma más exhaustiva. El alquiler turístico en viviendas de alquiler forma parte de mi economía familiar hecho que hizo que fuera mucho más fácil para mí encontrar dicha información y la motivación de conocer mejor al tipo de cliente y poder aplicar los resultados y mejorar de cara al futuro.

## 2. Marco jurídico.

En el estado español y según contempla en el artículo 148.1.18 de la Constitución Española de 1978, dispone que, las Comunidades Autónomas podrán asumir las competencias en materia de: “promoción y ordenación del turismo dentro de su ámbito territorial”. Por lo tanto, podemos resumir que las Comunidades Autónomas son las que tienen la autoridad y el deber de regular y promocionar cualquier tipo de actividad turística

En el ámbito de la comunidad autónoma de las Islas Baleares, el artículo 24 del estatuto de Autonomía reconocen la actividad turística como un elemento económico estratégico de la comunidad y por ello establece el fomento y la ordenación.

De esta manera, hay que remontarse al capítulo III del título II de la Ley 14/2000, de 21 de diciembre dónde se establecen que son objeto de regulación, planeamiento, ejecución y gestión, los Planes de Ordenación Territorial y los Planes de Intervención en ámbitos turísticos.

Es por ello que actualmente la comunidad autónoma de las Islas Baleares se rige fundamentalmente por la ley 8/2012 de 19 de Julio. Se trata de la Ley General Turística que, actualmente, regula y establece los ámbitos del turismo en las Islas Baleares entre ellos el alojamiento turístico en viviendas vacacionales.

En dicha ley hace referencia a las viviendas de alquiler en el artículo 49 del capítulo IV, capítulo nombrado como “Empresas comercializadoras de estancias turísticas en viviendas” dónde se establecen una serie de características reguladoras destacadas que explicaré a continuación de forma esquemática:

1. Se consideran empresas comercializadoras de estancias turísticas aquellas que comercializan el uso de viviendas que tienen la disposición y la configuración de viviendas unifamiliares aisladas o pareadas.
  - a. En este caso y como especifica en un artículo más adelante, quedan excluidos las viviendas independientes que se encuentran en edificios plurifamiliares o adosados sometidos al régimen de propiedad horizontal
2. Las estancias que se comercialicen tienen que consistir en el cese temporal del uso y disfrute de la vivienda por lo que queda terminantemente prohibido el cese independiente de habitaciones o partes de la vivienda a diferentes clientes de manera simultánea.
3. Además de los servicios turísticos descritos en otros artículos de la ley, el propietario debe ofrecer un servicio de asistencia telefónica de atención al turista/usuario de 24 horas.
4. Se puede establecer la obligatoriedad que las viviendas comercializadoras se sometan a planes de calidad.

De estos cuatro artículos podríamos destacar por encima de todos y debido a la controversia que está creando actualmente el primer artículo al cual he hecho referencia, por el hecho de no posibilitar el alquiler de viviendas independientes en edificios plurifamiliares o adosados.

A día de hoy, el actual Gobierno Insular, presentó en diciembre del 2016 un anteproyecto de ley, que en un principio y según se explica en sus primeras páginas se realizó para aumentar la posibilidad de comercialización estancias turísticas en viviendas independientes en edificios plurifamiliares o adosados.

Resumiendo, el anteproyecto de ley establece que, si pueden proceder a la comercialización, siempre y cuando así lo determinen los estatutos de la comunidad donde se encuentra la vivienda.

Hay que recordar que se trata de un anteproyecto de ley que a día 15 de mayo de 2017 no está aprobado por el Parlamento Balear y por tanto esta resolución no es válida y es por ello que las estancias turísticas en viviendas de alquiler deben ajustarse a la ley 8/2012 anteriormente descrita.

### 3. Estudio

Este estudio y como bien indiqué en la introducción se basa en la investigación del tipo de turista y propietario que se encuentran en la zona de Lluçmajor para así poder contrastar las tres hipótesis que planteo por este trabajo:

- La primera hipótesis es si Lluçmajor como destinación turística cumple con las expectativas anteriormente creadas por los turistas.
- La segunda hipótesis consiste en si Lluçmajor es una de las primeras destinaciones elegidas en primer lugar al visitar Mallorca y alojarse en viviendas de alquiler.
- La tercera hipótesis se centra en si una vez los turistas deciden alojarse en viviendas de alquiler, si repetirían en este tipo de alojamiento en el mismo municipio.

Para la realización del estudio de investigación, se ha procedido a la realización experimental de una encuesta estadística para así poder contrastar las hipótesis planteadas para el estudio.

En este estudio han participado una muestra total de 136 encuestados entre los cuales compartían dos características básicas para la realización de este estudio:

- Turistas en la zona de Lluçmajor
- Alojados en viviendas de alquiler

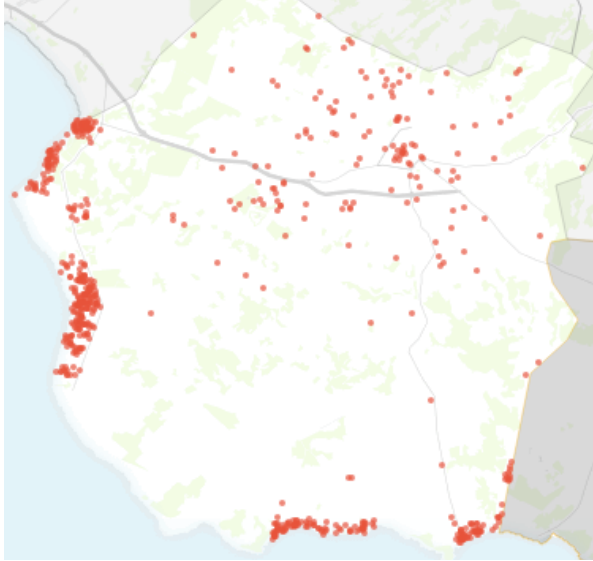
De estos 136 encuestados se ha obtenido una ratio de respuesta del 62,5% al obtener un total de 85 respuestas.

#### 3.1. Zona de estudio.

Lluçmajor es una localidad situada al sud-oeste de Mallorca siendo el municipio más grande en cuanto a superficie se refiere contando con 327,3 km<sup>2</sup> y una densidad de población de 107,1 hab./km<sup>2</sup>.

Al ser uno de los municipios más grandes cuenta con varios núcleos de población distribuidos por toda la geografía de Lluçmajor. Entre ellos cabe destacar los núcleos de El Arenal y Urbanizaciones, s'Estanyol y Cala Pí.

Originariamente, las zonas turísticas del municipio las podíamos encontrar en El Arenal y Cala Pí. La primera de ellas fue y es en la actualidad, junto a la playa de Palma uno de los centros neurálgicos del turismo de la isla, sufriendo a lo largo de la historia, desde los años 60 unas variaciones en cuanto al número de turistas y a la tipología del turista que ahí se aloja. Mientras tanto, Cala Pí se ha mantenido siempre por el turismo de ocio y de un ámbito más familiar.



*Foto ofrecida por InsideAirbnb.com*

En la actualidad y debido a los constantes cambios de la tipología del turismo y del turista en la Isla, Lluçmajor se ha convertido, en uno de los municipios donde en los últimos años ha aumentado más el número de estancias turísticas en viviendas de alquiler, llegando a superar en tan solo 10 años, las 600 viviendas ofertadas (Slee, T., Murray, C., 2017).

Cómo se puede observar en la imagen superior la composición de los alojamientos turísticos en el municipio va sufriendo un cambio distribuyéndose por gran parte del municipio, pero manteniendo los núcleos descritos en párrafos anteriores como los centros del turismo de Lluçmajor.

En el mapa aparecen todas las viviendas que se comercializan en el portal Airbnb.com destinadas a estancias turísticas. Como ya he comentado anteriormente sólo en el municipio son un total de 687 viviendas con las cuáles podemos destacar tres tipos de fenómenos que se producen en este municipio.

En primer lugar, encontramos el tipo de vivienda de costa. Viviendas situadas en urbanizaciones de la costa del municipio centrándose en Arenal, Son Verí, Cala Pí, s'Estanyol, que se puede apreciar de izquierda a derecha, bordeando la costa en la imagen superior.

En segundo lugar, tenemos las viviendas situadas a las afueras de los núcleos urbanos, como podemos ver, tienen una ubicación desorganizada entorno a todo el municipio. Son casas de campo, la mayoría de ellas reformadas y conservando el estilo rural.

En tercer lugar y a diferencia de otros municipios encontramos que en el mismo núcleo urbano de Lluçmajor es donde encontramos el menor número de viviendas de alquiler para estancias turísticas. A diferencia de otros municipios como Palma y Calvià, el núcleo urbano es dónde se concentran el mayor número de viviendas dedicadas a estancias turísticas

### 3.2. Estudio del propietario y sus viviendas

Como bien sucede en el sector turístico, durante todos estos años, los propietarios han ido sucediendo y cambiando su tipología en cuanto al alquiler turístico se refiere.

Es por ello que podemos distinguir a diferentes tipos de propietarios que constituyen la oferta de las estancias turísticas en viviendas de alquiler:

En primer lugar, nos encontramos al propietario que no se dedica expresamente a esta actividad y que por lo tanto se desentiende totalmente de la gestión de la vivienda. Esto conlleva a delegar dicha gestión a una empresa especializada. En el mayor de los casos, este tipo de agencias se encargan de la publicidad del anuncio, el recibimiento de los clientes con su consecuente atención a lo largo de su estancia. Es por ello que la agencia paga una parte proporcional al dinero recibido, pero recibiendo ellos una mayor cantidad por el desempeño del trabajo

En segundo lugar, nos encontramos al siguiente tipo de propietarios, entre ellos muy parecido con el primer tipo. Estos se caracterizan por la gestión mixta de la propiedad. La gestión mixta se basa en la combinación entre propietario y agencia repartiéndose entre ambos los trabajos a realizar. En este caso se pueden llevar a cabo dos tipos de remuneración, la primera, sería igual a los primeros propietarios dónde la agencia recibe una mayor cantidad por su actividad mientras que el propietario recibe una cantidad menor; en segundo lugar, serían los propietarios los que pagarían a la agencia por la práctica de dicha actividad que en todo caso sería menor que la actividad realizada por los propietarios.

Por último, tenemos al tipo de propietario menos común que, por circunstancias laborales han visto en el alquiler turístico una oportunidad de negocio y hacerlo su actividad laboral habitual. Son ese tipo de propietarios los cuales se encargan de la gestión además de la limpieza, recibimiento del cliente, etcétera, entre otras actividades que el alquiler turístico requiere.

Para finalizar con la clasificación del tipo de propietarios, hay que añadir que el alquiler turístico ofrece, no tan solo un beneficio económico a particulares que ofertan sus propiedades para estancias turísticas. El alquiler turístico implica un incremento en el número de visitantes a una misma ciudad que, ha visto en los últimos años, en el caso de Lluçmajor un aumento en el número de turistas procedentes de los alquileres turísticos, no tan solo del municipio sino de municipios de los alrededores. Por lo tanto, podemos resumir que las estancias turísticas en viviendas de alquiler suponen una oportunidad económica para un gran número de la comunidad residente.

En cuanto al tipo de vivienda se refiere y según mis propias investigaciones en diferentes páginas web referentes del sector como serían Airbnb, Booking, Homeaway y Housetrip, quedan unas tipologías bastante claras en cuanto a la organización y el tipo de vivienda que se oferta en el municipio.

Por un lado, tenemos las casas ubicadas por toda la geografía de Lluçmajor, las que en el apartado del estudio de la zona hemos nombrado como las casas de campo que están distribuidas de manera desigual por todo el municipio, en este caso suelen ser casas de campo reformadas que cuentan con dos o tres habitaciones por vivienda. Se caracterizan por el estilo rústico. A este tipo de viviendas hay que añadirles las viviendas ubicadas en el extremo sur del municipio pertenecientes a las urbanizaciones de Cala Pí y s'Estanyol que son viviendas unifamiliares más comúnmente conocidas como "chalets".

Por otro lado, nos encontramos las viviendas ofertadas en la zona este del municipio que serían las pertenecientes a la zona de el Arenal. Se tratan en gran



parte de ellas a excepción de unas cuantas viviendas ofertadas, de viviendas plurifamiliares en construcciones de propiedad horizontal, echo que, si recordamos en el apartado descrito anteriormente del marco jurídico, son un tipo de viviendas no permitidas ante la ley. Aun así, este tipo de viviendas forman la mayor parte de la oferta de viviendas de alquiler para estancias turísticas del municipio (Hinojosa, 2015).

Finalmente, y retrocediendo al estudio de la tipología del propietario, he realizado una encuesta, la cual no he llevado a cabo en este estudio, pero que sería también una parte interesante para conocer exactamente las características que predominan en los propietarios dedicados al alquiler turístico en viviendas vacacionales en un futuro.

Se trata de un cuestionario estándar, adaptable a cualquier tipo de municipio cómo, por ejemplo:

1. Para conocer mejor que perfil de propietario se dedica a este tipo de actividad.

Es l'única a terme actualment?

- 2. Si se dedica totalmente y desde cuando a la realización de este tipo de actividad y en que magnitud

Quantament com a lloguer vacacional?

Quants d'anys fa que et dediques al lloguer de habitatges vacacionals?

**Edat**  
 Texto de respuesta corta

**Nacionalitat**  
 Texto de respuesta corta

**Ocupació**

- Empleat extern
- Autònom
- Funcionari
- Desempleat
- Otro...

**Adreça**

- Lluçmajor
- S'Arenal i Urbanitzacions
- Cala Pi, S'Estanyol, Son Bled
- Afores de un nucli urbà

Es l'única a terme actualment?

Sí

No

Quantament com a lloguer vacacional?

- 1
- 2
- 3
- 4
- Més de 4

Quants d'anys fa que et dediques al lloguer de habitatges vacacionals?

Administres tu mateix la gestió de l'activitat?

- Sí
- No
- Parcialment



- 3. Como se produce la gestión y con qué medios y si cuenta con todo el proceso legal realizado.

...

En cas afirmatiu a l'anterior resposta, a través de quins portals web realitzes l'oferta ?

- Airbnb.com
- Booking.com
- Homelidays.com
- Homeaways.com
- Wimdu.es
- Housetrip.com
- Fincallorca.com



Comptes amb la llicència corresponent per dur a terme l'activitat turística?

- Sí
- No

El teu habitatge es tracte d'un habitatge individual en vivenda plurifamiliar?

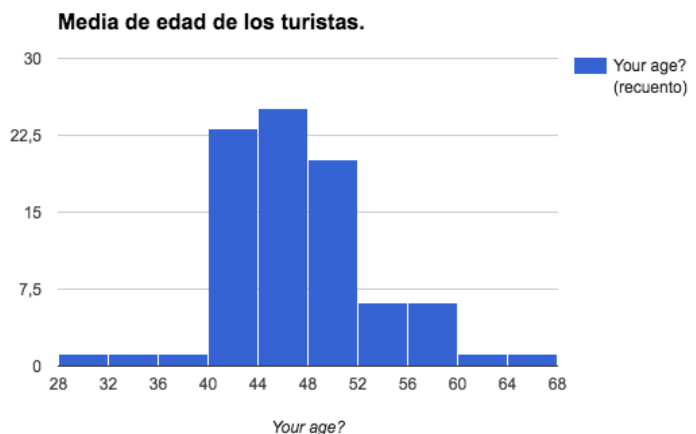
- Si
- No

Has rebut algún tipus d'inspecció per part de la Conselleria de Turisme ?

### 3.3. Estudio de la tipología del turista.

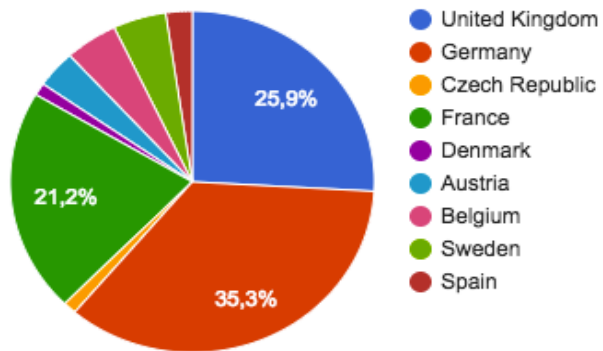
Tal y como mencione al principio del apartado, este estudio se ha realizado mediante una encuesta a turistas que se alojan en el municipio de Lluçmajor y además en viviendas de alquiler destinadas al uso turístico. Dicha encuesta ha servido para establecer unas características claras sobre la tipología del turista, presentadas a continuación de manera esquemática además de la gráfica que se muestra a la derecha de cada afirmación:

- Son turistas de una media de 46 años de edad

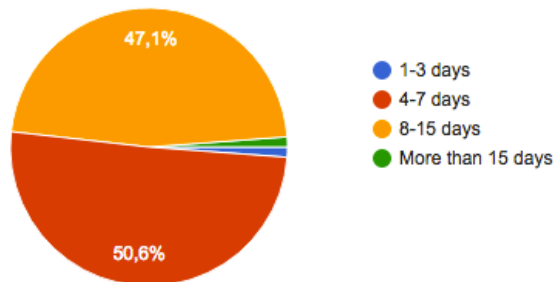


- Con un 35,3 % los turistas alemanes junto con un 25,9% de los turistas británicos, seguidos de los turistas franceses con un 21,2% son la nacionalidad que más visitan el municipio en este tipo de alojamiento.

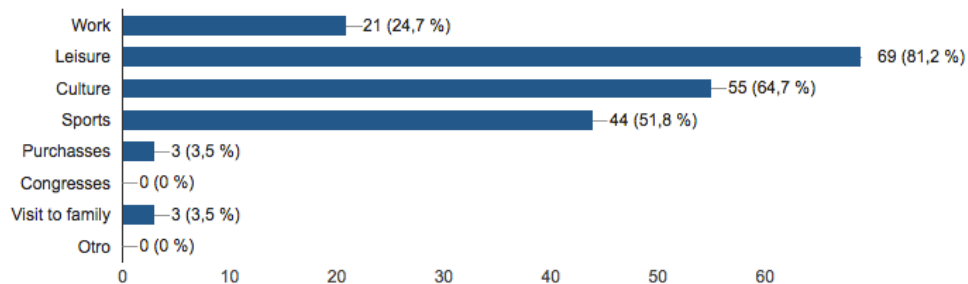
Which is your home country ?



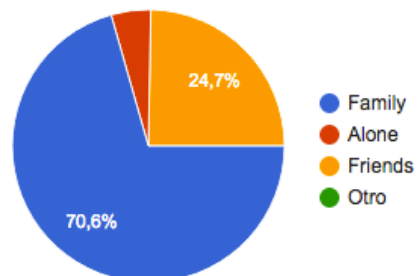
- Con una duración del viaje de mas de 4 días y menos de 15 como se puede apreciar en el grafico.



- El motivo del viaje suele ser por motivos de: Ocio, Deporte, Cultura o Trabajo; predominando entre ellos el Ocio como motivo principal de su estancia en la isla.



- Los turistas suelen viajar acompañados en su gran mayoría de familia o amigos como se puede observar en el gráfico.



A continuación, una vez conocido el perfil del turista voy a presentar todas las hipótesis que anteriormente describí en la explicación del estudio y, los resultados que la investigación ha supuesto sobre dichas hipótesis.

En primer lugar, tenemos la hipótesis de: *Llucmajor como destinación turística, cumple con las expectativas anteriormente creadas por los turistas.*

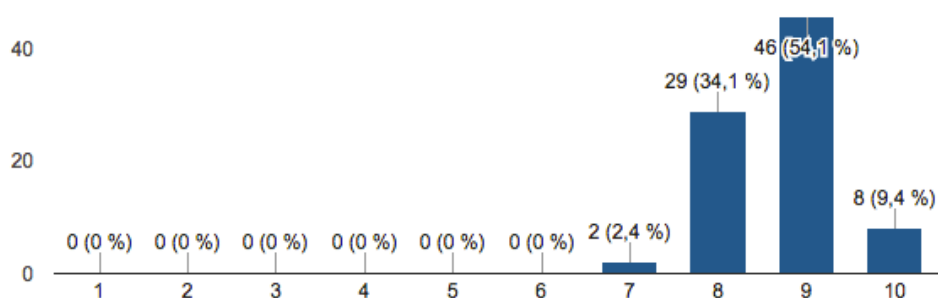
La expectativa son una parte muy importante de los viajes porque desde el momento en que los turistas potenciales empiezan a pensar en una destinación, se crean unas percepciones basadas en información, imágenes y experiencias anteriores de los turistas, las cuáles crean la expectativa de la destinación. Este se trata de un proceso largo que se produce hasta el inicio del viaje. (Gisolf, 2010)

Por lo tanto y siguiendo con la hipótesis de si Llucmajor cumple o no con las expectativas realizadas anteriormente, realicé la siguiente pregunta, con un rango de cumplimiento de las expectativas, que serían la comparación entre la expectativa creada y la real, del 1 al 10. Siendo el número 1 como un nivel muy bajo de cumplimiento y 10 con un nivel alto de satisfacción:

Before travel, you create an expectation of Llucmajor and the zone. After that you can compare the expectation with the reality. How would you rate it? (from 1 as bad, to 10 as exactly what you expected.)



El resultado que este estudio condujo, lo podemos observar en la gráfica situada a continuación de este párrafo.



Con este resultado podemos afirmar que la hipótesis de si Llucmajor cumple o no con las expectativas de los turistas o no, es cierta.

Cuando una expectativa creada está muy cerca de la expectativa real, estaremos ante un caso de autenticidad simbólica donde expectativa creada no difiere de la expectativa real. (Gisolf, 2010) En este caso podemos decir que Llucmajor, tiene un alto grado de autenticidad en cuanto a la información que hacemos llegar a los turistas a través de los canales de comunicación.

En segundo lugar, tenemos la hipótesis de: *Llucmajor es una de las primeras destinos elegidas en primer lugar al visitar Mallorca y alojarse en viviendas de alquiler.*

Ante esta hipótesis, realice para conocer las características de los turistas y sus preferencias, dos tipos de preguntas. Dos preguntas que sirven para contestar la hipótesis además de encontrar nuevas preferencias por los turistas. En primer lugar, la pregunta era la siguiente:

Is it your first time in Mallorca ? \*

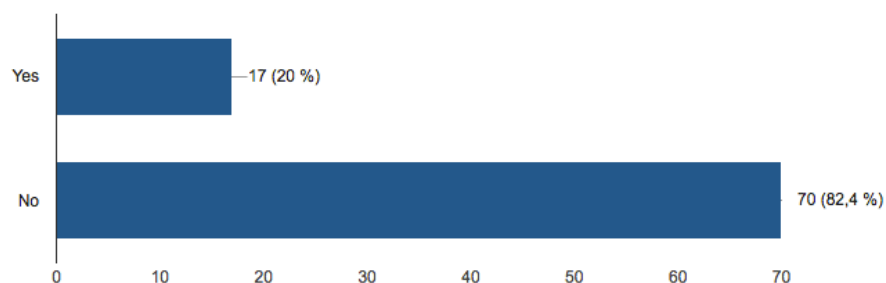
Yes

No

Esta pregunta era para conocer si era la primera vez que los turistas visitaban la isla. En caso de que la respuesta fuera que SI, entonces podemos confirmar la hipótesis con tan solo una pregunta, al ser el estudio basado en turista que recordemos, compartían la característica que eran usuarios de viviendas de alquiler y en segundo lugar que se alojaban en viviendas de Llucmajor.

Las respuestas obtenidas las podemos observar a continuación dónde podemos ver que un número bajo de los encuestados era la primera vez en Mallorca y que muchos de ellos ya habían visitado la isla. Por lo tanto, tenemos que descartar la hipótesis de que Llucmajor es una de las primeras destinos que eligen los turistas al visitar la isla por primera vez y alojarse en este tipo de alojamiento.

Más allá de conocer si era una de las primeras destinos por los turistas y ante la posibilidad que en la anterior pregunta no fuera, la primera vez que los



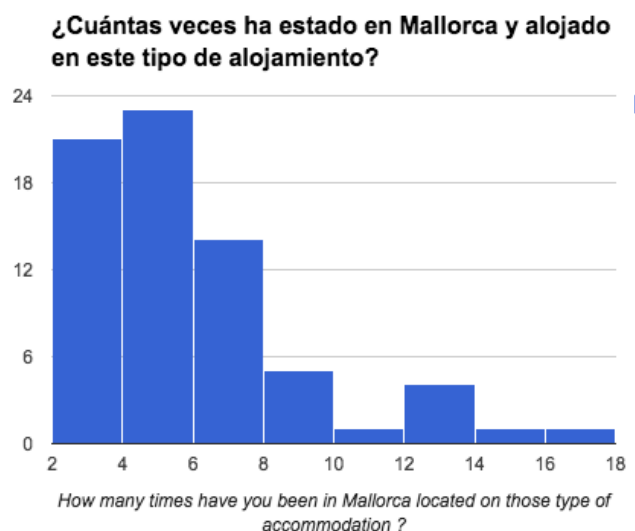
turistas, visitaban la isla, la siguiente pregunta que realice me sirvió para conocer cuántas veces de media venían los turistas a la isla y en esa ocasión elegían Llucmajor. Por ejemplo: Un turista alemán de 45 años de edad es la 2ª vez que visita Mallorca. En su 2ª visita es cuando decide alojarse en el municipio de Llucmajor.

How many times have you been in Mallorca located on those type of accommodation ?

Texto de respuesta corta

El margen de respuesta obtenido, que se puede observar a continuación a modo de gráfica, me sirvió para afirmar que, de media, los turistas que visitan la isla en este tipo de alojamiento, tienen que visitar la isla una media de 4 veces para alojarse en la localidad de Lluçmajor.

Por último, para conocer cuáles eran las primeras preferencias de los turistas



ante este tipo de situación, realice una pregunta que guardaba relación con la anterior pregunta descrita anteriormente de cuantas veces los turistas habían estado en la isla y al mismo tiempo alojados en este tipo de alojamiento. La pregunta estaba formulada de la siguiente manera:

El resultado ofrecido ante este tipo de pregunta dio lugar a poder determinar de una manera bastante precisa, cuáles de ellas eran una de las primeras preferencias. Como se puede observar a continuación, la zona de “Serra de Tramuntana” y “Palma” son las dos zonas que primero eligen y repiten los turistas al visitar la isla.

Finalmente, para concluir con el apartado del estudio, la última hipótesis tiene relación con la fidelidad del consumidor, es cierto que es un tema más relacionado con los ámbitos de marketing y el comportamiento del consumidor pero que en una menor medida podemos aplicar al ámbito del turismo. no existe una definición clara sobre el ámbito de la fidelización y su medición pero que se pueden enfocar de varias formas diferentes (Jacoby y Chestnut, 1978):

- El enfoque conductual, que ve la fidelidad como una conducta relacionada en la repetición de la compra o el consumo del producto o la destinación como indicador de fidelidad y que al final se puede llevar a cabo el estudio del porque se produce esta fidelidad
- El enfoque actitudinal que entiende la fidelidad como una actitud positiva hacia un producto o destinación determinado. Proceso generado por la evaluación del consumidor ante el destino, llamado a ser un producto, el cual permite el estudio de la conducta de repetición

Por último y para establecer una definición completa del termino “fidelidad”, la fidelidad de los clientes se percibe desde el punto de visto, como la solidez de la relación entre una actitud concreta de una persona y el hecho de repetir como cliente (Jafari, 2000)

Como anteriormente describía, la última hipótesis era, si una vez alojados en este tipo de alojamiento, volverían a alojarse, es decir, repetirían en Lluçmajor como misma destinación.

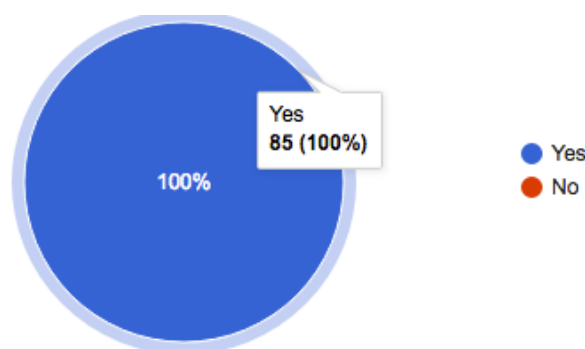
El estudio de esta última hipótesis la realice igual que las dos anteriores, mediante la encuesta explicada al inicio de este apartado con la siguiente pregunta, formulada a los turistas alojados en este tipo de alojamiento en el municipio de Lluçmajor:

Las respuestas obtenidas ante esta pregunta, no dan lugar a la duda ante una gran fidelidad del turista al municipio de Lluçmajor, ya que la totalidad de los encuestados, aseguró que volverían a la zona para alojarse. Como se puede observar en el gráfico a continuación.

Will you repeat in the same zone, accommodated on an ETV? \*

Yes

No



Para establecer más detalladamente la actitud de los turistas, procedí a la realización de una pregunta comparativa ante otras destinaciones. La pregunta, la cual podéis ver a continuación intenta determinar si ante otra destinación de Mallorca, cuál es la preferencia que expresan los turistas.

If have you been in Mallorca before and in another zone located, will you come back to Lluçmajor or will you choose another zone?

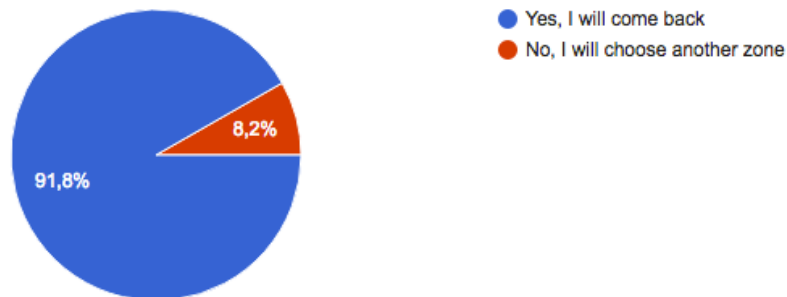
Yes, I will come back

No, I will choose another zone

El resultado que este ofreció fue muy parecido a la pregunta anterior de si volverían a Lluçmajor y se alojarían en este mismo tipo de alojamiento. En esta ocasión podemos observar donde hay un ligero cambio de las preferencias ante

una posibilidad de elección de otra destinación y podemos ver que un 91,8% de los encuestados elegirían en primer lugar Lluçmajor ante un 8,2% que elegirían otra destinación. Ante este comportamiento podemos afirmar la hipótesis de que Lluçmajor no es una de las primeras destinaciones de los turistas y pero sin embargo, una vez conocida la destinación, si volverían al mismo destino. Este factor tiene relación con la primera hipótesis y la autenticidad del destino.

Profundizando en el estudio, una vez conocida la actitud de los turistas, realice una segunda pregunta, para conocer su comportamiento y los motivos que los llevaban a actuar de esta manera.

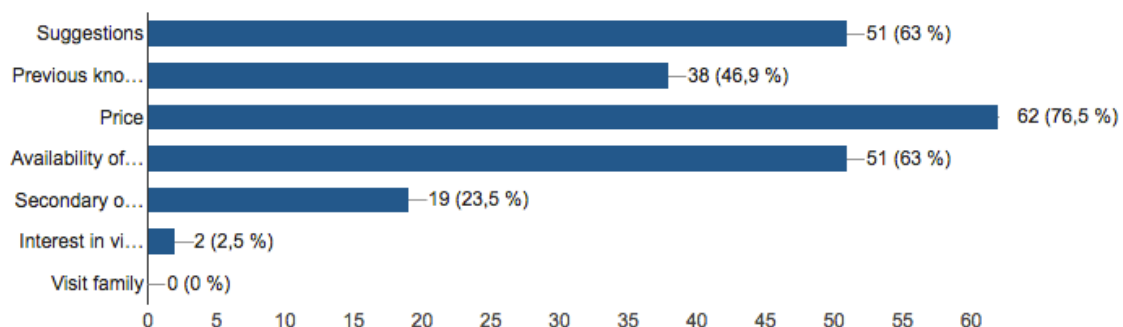


Para la formulación de esta pregunta, seleccioné siete características por las cuales los turistas pueden decantarse a elegir una destinación u otra

If you will repeat the zone, order from major to minor the factors that makes you come back to Lluçmajor and accommodate on an ETV

- Suggestions
- Previous knowledge
- Price
- Availability of time
- Secondary offer
- Interest in visit new places
- Visit family

Como se puede observar en la gráfica a continuación, los motivos por los cuales llevan a repetir en la destinación, que destacan sobre las otras opciones son:





- El precio, si lo comparamos con otros municipios de la isla y al ser una localidad con una oferta relativamente nueva, donde lleva pocos años en el mercado, esto hace que los precios sean muy competitivos e inferiores.
- Las sugerencias del lugar, aspecto que podríamos relacionar con la primera hipótesis, donde otros turistas expresan su opinión y comparten sus vivencias y que hacen que turistas potenciales vuelvan para vivir también una sensación similar.
- La disponibilidad, este factor tiene relación con el anterior y se debe al mismo motivo de su poco tiempo en el mercado, además, se puede relacionar con la segunda hipótesis donde, como ya expliqué anteriormente, Lluçmajor no es una de las primeras destinos elegidas por el turista.

Por tanto, podemos proceder a la afirmación de forma clara de dicha hipótesis, donde los turistas si volverían a alojarse al municipio en una vivienda destinada al alquiler turístico

#### 4. Conclusiones

Como resultado del estudio realizado y presentado anteriormente, podemos proceder a la afirmación de las diferentes hipótesis presentadas cuyo resultado nos permite establecer de manera clara una distinción y unas características notables en cuanto a las ideas presentadas.

En primer lugar, podemos afirmar que el municipio de Lluçmajor cumple con las expectativas creadas anteriormente a los clientes. Según podemos apreciar en el estudio, dentro de un rango de entre uno y diez, ofreciendo el valor de “diez” a la alta relación entre expectativas creadas y autenticidad en la realidad, podemos ver que los clientes ofrecen una media de entre ocho y nueve puntos al municipio de Lluçmajor. Esto se debe a la alta autenticidad que transmite el municipio a través de los medios de comunicación. De esta manera los clientes se crean la imagen real e ideal para una destinación al ser muy alta, la relación que se mantiene entre imagen preconcebida anteriormente de los turistas a imagen real a su llegada al municipio. En una destinación turística, es un factor muy a tener en cuenta y con una relación muy estrecha con la fidelidad en la destinación.

En segundo lugar, desmentiremos la segunda hipótesis al referirse si el municipio de Lluçmajor era una de las primeras destinos que elegían los turistas para visitar Mallorca y acomodarse en este tipo de alojamiento. Recordamos que el alquiler vacacional es una modalidad relativamente joven en toda la isla y más aún en el municipio de Lluçmajor. Es por eso que zonas como la del norte de Mallorca o Palma con más años dentro del mercado, son zonas mucho más conocidas y que tienen un sector del mercado más amplio. De esta manera la hipótesis es falsa ya que como bien se observa en el estudio estadístico, los turistas que se alojan en Lluçmajor en una vivienda de alquiler, anteriormente han visitado la isla una media de 4 veces.

En tercer lugar y ante la hipótesis de si los turistas repetirían en el mismo municipio y con el mismo tipo de alojamiento, resultó ser cierta. Ante la

simplicidad de dicha hipótesis y con un resultado 100% en los encuestados, realice una segunda pregunta comparativa para observar la reacción de los turistas ante la situación de tener que elegir si alojarse en otros municipios de la isla o volver a Lluçmajor. El resultado obtenido fue muy similar a la primera pregunta, pero con una pequeña diferencia donde el 8% de los encuestados aseguraron que escogerían otra zona de la isla antes que Lluçmajor. Aun así, podríamos concluir que Lluçmajor que los motivos que llevan a los turistas a visitar una vez más el municipio son el precio, ya que es inferior a otros municipios; la oferta secundaria debido a que en los alrededores se encuentra los centros neurálgicos del turista como las playas más importantes y la ciudad de Palma; la disponibilidad que se puede encontrar en este municipio, al ser un municipio nuevo, en este tipo de mercado, la disponibilidad que ofrecen las viviendas de alquiler es más alta que las destinaciones más demandadas, de esta forma, los clientes pueden organizar mejor el periodo de sus estancias. Finalmente, concluiremos en que se trata de un tipo de turismo, nuevo y que no tan solo en el municipio de Lluçmajor sino también en las Islas Baleares, ha experimentado un crecimiento muy elevado en un espacio de tiempo muy reducido, echo que en numerosas ocasiones se ha puesto en duda la legislación turística actual, que a día de hoy no está muy bien definida en el ámbito del alquiler vacacional se refiere.

## 5. Bibliografía

Exceltur, Govern Balear. (2015). Estudio del Impacto Económico del Turismo. Octubre 10, 2015, de *Impactur* Sitio web: <http://www.exceltur.org/wp-content/uploads/2015/10/IMPACTUR-Baleares-2014-informe-completo.pdf>

Gisolf, Marinus C. (2010). Las Expectativas. octubre 21, 2010, de *Tourism theories* Sitio web: <http://www.tourismtheories.org/?p=863&lang=es>

Hinojosa, Vivi. (2015). En Baleares dos de cada tres viviendas vacacionales no están registradas. Septiembre 09, 2015, de *Hosteltur* Sitio web: [https://www.hosteltur.com/112727\\_baleares-dos-cada-tres-viviendas-vacacionales-no-estan-registradas.html](https://www.hosteltur.com/112727_baleares-dos-cada-tres-viviendas-vacacionales-no-estan-registradas.html)

Hosteltur. (2017). Terraferida afirma que Airbnb ofrece 78.543 plazas en la isla. Marzo 27, 2017, de *Hosteltur* Sitio web: [https://www.hosteltur.com/121211\\_es-mapa-alquiler-turistico-mallorca.html](https://www.hosteltur.com/121211_es-mapa-alquiler-turistico-mallorca.html)

Magro, A. (2017). El alquiler turístico genera 3.000 millones al año y exige ser legal. Mayo 8, 2017, de *Diario de Mallorca* Sitio web: <http://www.diariodemallorca.es/mallorca/2016/09/08/alquiler-turistico-genera-3000-millones/1148025.html>

Martin, Diana. (2009). CARACTERIZACIÓN DE LAS FORMAS DE FIDELIDAD DEL TURISTA A UN DESTINO. Junio, 2009, de *TURYDES* Sitio web: <http://www.eumed.net/rev/turydes/05/dma.htm>

Ramis, Margalida. (2017). Más de 1.200 viviendas se dan de alta en la Isla en cuatro meses para alquilar a turistas. Mayo 09, 2017, de *Ultima Hora* Sitio web: <https://ultimahora.es/noticias/local/2017/05/09/266060/mas-200-viviendas-dan-alta-isla-cuatro-meses-para-alquilar-turistas.html>

Slee, T., Murray, C. (2017). Inside Airbnb: Mallorca, Adding Data to the Debate. Abril 20, 2017, de *Inside Airbnb* Sitio web: <http://insideairbnb.com/mallorca/?neighbourhood=Llucmajor&filterEntireHomes=false&filterHighlyAvailable=false&filterRecentReviews=false&filterMultiListings=false#>