



**Universitat de les
Illes Balears**

Facultat de Turisme

Memòria del Treball de Fi de Grau

La Estacionalidad turística y el papel del Tour Operador en Peguera

Antoni Munar Martínez

Grau de Turisme

Any acadèmic 2015-16

DNI de l'alumne: 43169533M

Treball tutelat per Miquel Seguí Llinàs
Departament de Geografia

S'autoritza la Universitat a incloure el meu treball en el Repositori Institucional per a la seva consulta en accés obert i difusió en línia, amb finalitats exclusivament acadèmiques i d'investigació

Paraules clau del treball:
Estacionalidad, Peguera, Mallorca, Tour Operador.

INDICE CONTENIDO

RESUMEN.....	4
ABSTRACT	4
INTRODUCCIÓN.....	5
OBJETIVOS DEL TRABAJO	6
EVOLUCIÓN DEL TURISMO EN MALLORCA	7
MARCO TEÓRICO.....	13
LA ESTACIONALIDAD SEGÚN AUTORES	13
METODOLOGÍA PARA EL CAMPO DE TRABAJO.....	17
ESTACIÓN TURÍSTICA DE PEGUERA	18
TURISMO EN PEGUERA	20
EXPOSICION DE RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS.....	25
CONCLUSIONES SOBRE LA ESTACIONALIDAD TURÍSTICA DE PEGUERA	28
BIBLIOGRAFÍA.....	33

INDICE TABLAS Y GRÁFICOS

GRÁFICOS

Gráfico N° 1 – Plazas hoteleras abiertas en invierno en Mallorca 1975-1983..	35
Gráfico N° 2 – Mapa municipal de Peguera.....	36
Gráfico N° 3 – Hoteles abiertos Peguera invierno 2006-2015.....	37
Gráfico N° 4 – Ocupación hotelera Peguera verano 2004-2015.....	38
Gráfico N° 5 – Ocupación hotelera Peguera invierno 2003-2015.....	39
Gráfico N° 6 – Hoteles abiertos mes de Abril Peguera 2006-2015.....	40
Gráfico N° 7 – Hoteles abiertos mes de Diciembre Peguera 2006-2015.....	41
Gráfico N° 8 – Planta hotelera abierta Mallorca invierno 2004-2015.....	42
Gráfico N° 9 – Hoteles Peguera en garantía con TT.OO. 2000-2015.....	43
Anexo – Plantilla de la entrevista.....	44

RESUMEN

La estacionalidad turística ha sido un fenómeno ampliamente estudiado, tanto en sus causas como consecuencias.

El presente trabajo pretende ofrecer un enfoque diferente sobre la estacionalidad turística que rige desde hace más de una década en la estación turística de Peguera y mostrar cuales han sido y están siendo las principales causas de este fenómeno. Para ello, se han realizado entrevistas a hoteleros y comerciantes, las cuales nos han permitido observar cómo el papel que juega el TT.OO. en la estación turística desde el año 2000 está formos de contrato del TT.OO. muy significativo e influye de manera negativa para conseguir alargar la temporada turística.

ABSTRACT

Tourism seasonality has been a phenomenon highly studied, in its causes and its consequences.

The actual job expect to provide a different standpoint of tourism seasonality which there is from more than a decade at the touristic place of Peguera and show which have been and are being the main reasons of this phenomenon. To make sure, interviews have been carried out at hoteliers and shopkeepers. With these interviews we could see how the role of TT.OO. on the tourism seasonality since 2000 is being very meaningful and includes in a unfavourably way to get a longer touristic season.

INTRODUCCIÓN

La estacionalidad turística hace referencia a la relación entre el mes más alto y más bajo de llegadas de turistas a un destino turístico determinado a lo largo de un año.

Los primeros síntomas que surgieron en Mallorca fue a partir del primer boom turístico, con la llegada del turismo de masas durante la década de los 60.

Si bien es cierto que la literatura y sus autores dan bastantes claves sobre los motivos y los impactos que tiene la estacionalidad sobre una determinada estación turística, en Peguera se han producido causas diferentes, además de las más comunes como el clima o las vacaciones escolares, las que han acentuado el parón turístico durante buena parte del año.

La falta de comunicación, coordinación y cooperación público – privada hace que los establecimientos hoteleros de Peguera abran año tras año menos meses. Los TT.OO. están trabajando mediante la garantía exclusiva de los establecimientos y estos hacen que un gran número únicamente trabaje durante la mitad del año. Consecuencia de ello son resultados muy negativos tanto para el resto de hoteleros, como para la oferta complementaria y los propios trabajadores, los cuales se ven sin trabajo durante gran parte del año, lo que obliga a muchos a buscar un segundo empleo.

OBJETIVOS DEL TRABAJO

El objetivo general a desarrollar en el trabajo es realizar una aproximación a la problemática de la estacionalidad en el destino turístico de Peguera, planteando el problema y, por consiguiente, estableciendo estrategias respecto a las decisiones necesarias para afrontar dicha problemática.

Para ello, se han cumplido con objetivos como:

- Exponer las causas e impactos de la estacionalidad turística a nivel global.
- Mencionar las características y estacionalidad turística de la estación turística de Peguera.
- Exponer medidas para disminuir la estacionalidad turística.
- Analizar los efectos que generan los estímulos que se realizan en temporada baja sobre los comercios locales y hoteles de Peguera.
- Realizar entrevistas a diferentes gestores y/o propietarios de hoteles de diferentes categoría situados en la estación turística de Peguera.
- Realizar entrevistas a comerciantes de Peguera.

EVOLUCIÓN DEL TURISMO EN MALLORCA

La primera campaña de publicidad sobre Mallorca como destino turístico se realizó en 1946, una vez terminada la guerra civil, titulada “Luna de miel en Mallorca”, con la que se consiguió crear mucha expectación y demanda a nivel nacional y aumento de visitantes.

Durante el año 1950 se inició el primer recuento (entonces sólo estimativo) de las llegadas de turistas a las islas Baleares: 98.000, (Barceló, 2000) de los cuales el 23% fueron de nacionalidad extranjera y el 77% restante, española.

Mediante la Ley de Litorales de 1956 favoreció el inicio de una gran actividad de construcción en las zonas costeras que por aquellos años eran ya las más turísticas.

Según los datos de Barceló, 2000:

En el año 1960, Mallorca ya contaba con 361.000 llegadas. Mientras que en Ibiza y Menorca, por su parte, empezaban su andadura con 31.000 y 8.000 respectivamente (Barceló, 2000).

El “paquete turístico” de los TT.OO., en el que se incluía el “vuelo + hotel”, fue un éxito de comercialización en aquella época para Mallorca, lo que supuso el primer *boom* turístico en la isla.

Si tenemos en cuenta la llegada de visitantes a cada una de las islas, podemos decir (de manera estimativa) que a las Islas Baleares, en 1960, llegaban aproximadamente 400.000 turistas, de los que 313.000 eran extranjeros y sólo 87.000 nacionales.

En cuanto a número de plazas turísticas, en 1950 había unas 5.000, de las cuales el 80% eran hoteleras y el 20% extra hoteleras.

En 1960, ya con datos oficiales, había 23.641: 18.641 hoteleras, 4.000 en apartamentos y mil no registradas, propiedad de residentes.

Esto supone un aumento de 14.600 plazas hoteleras en 10 años, o lo que es lo mismo, 1.460 nuevas plazas hoteleras anuales.

En el período 1961-73 se produce el primer “boom” turístico de Baleares (en Mallorca sobretodo) y se alcanza durante el 73 la capacidad de alojamiento de 265.680 plazas (222.680 hoteleras, 43.000 en apartamentos).

Las llegadas en 1973 aumentaron hasta las 2.850.000 en Mallorca.

Aparecen los primeros efectos socio-demográficos de la mano de la masificada oferta y demanda turística y con la consecuente llegada de muchos inmigrantes peninsulares a Mallorca para cubrir puestos de trabajo que los hoteleros ofrecían (Aguiló, 1984).

Durante el periodo hubo un aumento de la población cifrado en 75.000 personas aproximadamente, lo que hizo que aumentara hasta un 57% la población local (Barceló, 2000).

Esta inmigración se concentró principalmente en Palma, pero también las barriadas se aprovecharon de ello. Esta llegada supuso una rápida aceleración de la natalidad, llegando al crecimiento del 23% anual en el periodo 1970-75 (Barceló, 2000).

Durante la etapa 1974-77 se sufrió la primera crisis turística en la isla de Mallorca por la denominada "la crisis del petróleo", la cual causó una subida en los precios muy elevada (Barceló, 2000).

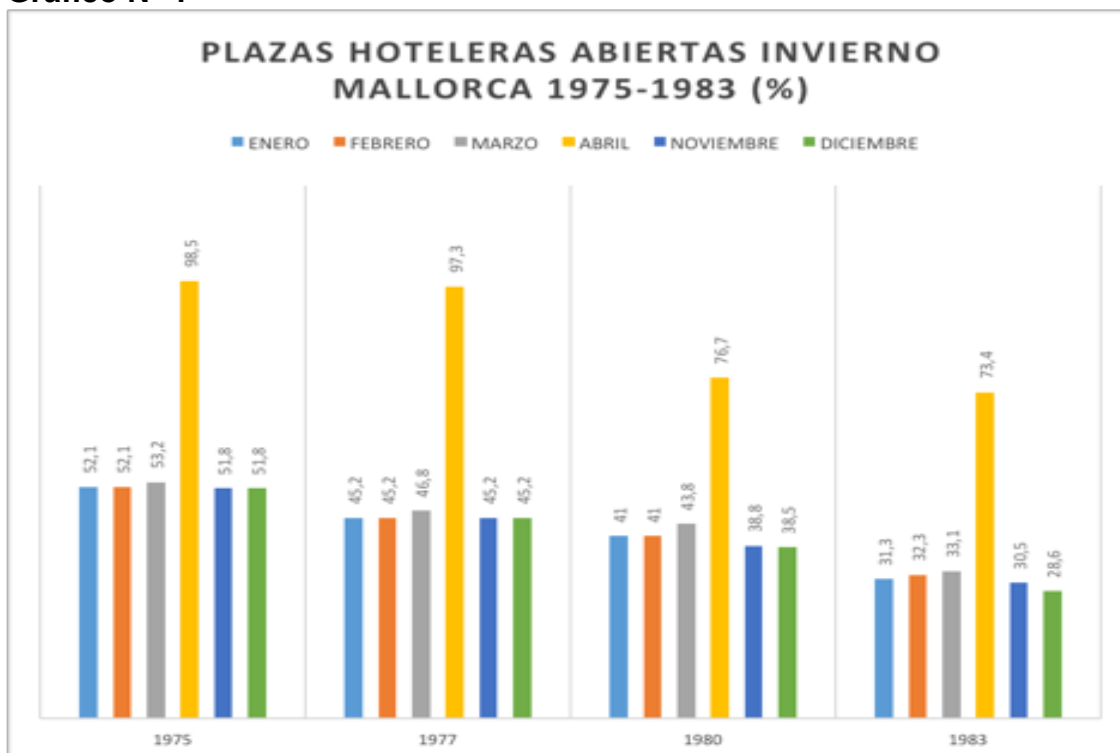
Sin embargo, cabe mencionar que la disminución de llegadas turísticas sólo ocurrió en 1976. Esto viene causado por una inseguridad política causada en España por el fallecimiento del coronel Francisco Franco, hasta el año 75 presidente del estado español.

En el año 1975, en Mallorca durante los meses de Noviembre, Diciembre y el primer trimestre, había el 52.4% de plazas hoteleras ofrecidas, mientras que durante el segundo y tercer trimestre (junto con octubre) se ofrecía el 100% de la planta hotelera. (Aguiló, 1984)

Según los datos de Aguiló (1984), en el año 1977, como podemos observar en el gráfico 1, aparecieron los primeros síntomas de reducción de la temporada turística. Durante los 5 meses de "invierno" del 77-78, la disponibilidad de plazas hoteleras era tan solo del 45%.

No sólo es remarcable ese 7.4% de descenso durante los meses citados en comparación a dos años antes, sino que hay que añadir que, durante los meses de Abril y Octubre, se comenzaron a detectar las no aperturas de algunos establecimientos por falta de demanda seguramente, pero este asunto lo debatiremos más adelante.

Gráfico Nº 1



Fuente: Conselleria d'Economia i Hisenda y Banca March, Guía de Hoteles y Conselleria de Turisme y Toni Munar.

Octubre se cerró con un 93% de hoteles abiertos mientras que en Abril no se llegaba a la apertura total de ellos en la isla (97.8%).

En 1983 (gráfico 1) el porcentaje de plazas hoteleras abiertas sobre la oferta total de Mallorca en Enero, Febrero y Marzo era del 32% , en Abril el 73% ofertado y en Mayo el 86% de plazas disponibles.

La evolución de plazas hoteleras creadas y las ofertadas en la década 1975-1985 no van de la mano ya que se crearon muchas plazas turísticas pero la gran mayoría únicamente se ofertaban durante los meses de Mayo a Octubre. Esto se debe a que la promoción turística que se hacía de la isla era únicamente de sol y playa, y el clima durante los meses de invierno no era el más favorable para este tipo de turismo. (Aguiló, 1984).

En 1978-88 siguió un segundo “boom” turístico, pero irregular, ya que la crisis en 1980 de algunos de los grandes TTOO de Gran Bretaña, así como una crisis económica en 1985, dieron lugar al truncamiento de esa masificación de llegadas desde la propia Gran Bretaña. (Barceló, 2000).

El Govern Balear, en 1984, aprobó el I Decreto *Cladera*, por el que se obligaba en Mallorca a disponer de un solar mínimo de 30m² por plaza turística para edificar. En 1987 se llevó a cabo el II Decreto *Cladera*, que elevó aquella exigencia a 60m² de solar por plaza.

En el período 1989-1992 Mallorca sufre la segunda crisis turística por la “Guerra del Golfo Pérsico”, que supuso una paralización de llegadas alrededor de los 6,5 millones de turistas anuales. Estas cifras se mantuvieron más o menos constantes durante los tres años (Barceló, 2000).

A lo largo de la década de los ochenta, el aumento del tráfico de pasajeros en el aeropuerto de Son Sant Joan fue una constante. De algo más de siete millones en 1980 se pasó a los casi diez millones en 1986 para poco más tarde llegar a superar los quince millones de pasajeros en 1995.

Este hecho es muy notable en las islas menores ya que en Mallorca el número de llegadas fue del 25% durante los meses de invierno o temporada baja y 75% durante los 6 meses de temporada alta.

En Ibiza, Formentera y Menorca, sin embargo, el número de llegadas por temporada fue del 10% en temporada baja y 90% durante los 6 meses que mantenían abierto la mayoría de establecimientos (aproximadamente). La estacionalidad cada vez estaba más presente, sobretodo en las islas menores (Barceló, 2000).

Entre 1993 y el año 2000 tuvo lugar un tercer “boom” turístico en Baleares, originado por el inicio del postfordismo, llegándose a registrar la llegada de 7,1 millones de turistas en 1993 y de los 10,4 millones en el 2000. El aumento de llegadas de turistas aumentaba año tras año, pero no de la misma manera durante todos los meses.

La capacidad de plazas turísticas en el año 2000 sólo aumentó en 51.211, de las cuales 35.860 eran hoteleras, debido a las limitaciones legislativas. A través de los Decreto Cladera se consiguió rebajar la edificación en zonas costeras y parar la construcción de establecimientos turísticos que estaban desaprovechados durante muchos meses del año.

El año 2001 se inicia una nueva crisis económica en España que afecta a Mallorca, la cual dura hasta el 2003. Durante estos dos años las iniciativas ecologistas influyen en las decisiones políticas y la protección del medioambiente y los recursos naturales es mayor.

Se premia el turismo sostenible, se hace hincapié en el reciclaje por parte de las empresas turísticas y se ponen en marcha normativas internacionales con certificado de calidad para los establecimientos en relación a la sostenibilidad turística (Barceló, 2000).

Cabe recordar que la sostenibilidad engloba a las variables: económica, social y ecológica. Si no existe una relación entre las tres no se considerará sostenible, lo cual era objetivo prioritario.

Comenzó la etapa de crecimiento de segundas residencias turísticas, y las quejas, que hoy en día continúan por parte de los establecimientos hoteleros y extra hoteleros reglados, empezaron a efectuarse ya que vieron como su beneficio se reducía.

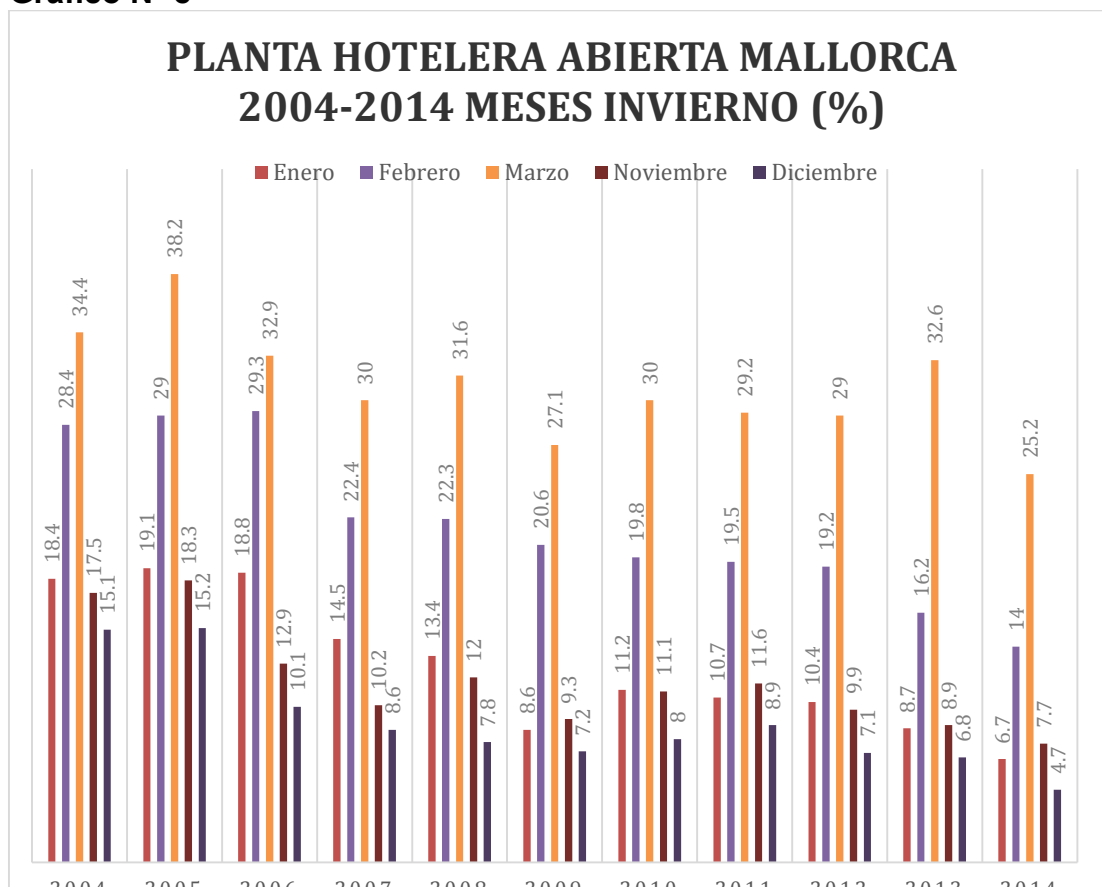
En el año 2005 se registra un récord histórico de llegadas turísticas de 11,6 millones. Este crecimiento se vio otra vez truncado a partir del 2008 cuando las malas prácticas políticas y financieras del país y la CCAA comenzaron a florecer, coincidiendo con la crisis económica mundial.

Desde entonces hasta día de hoy han ido aumentando poco a poco las llegadas de turismo extranjero, pero han ido descendiendo año tras año, las de turismo nacional, con el resultado de una ralentización de la actividad en verano y una mayor estacionalidad en invierno.

Los meses de verano siguen aumentando la ocupación de manera mucho más elevada que durante los meses de invierno, durante los cuales la llegada de turistas va en aumento, pero de manera más plana.

Como se puede observar en el gráfico 8, la planta hotelera ofertada durante la última década ha ido decreciendo en los meses de invierno. Alarmantes datos en los meses de Diciembre, con una planta abierta sobre el total del 4,7% durante el año 2014, mientras que una década atrás se ofertaba más de un 15%. El mes de enero obtiene la misma confirmación ya, que en 2005 se ofertaba un 19% de la planta hotelera en Mallorca y en el año 2014 tan sólo un 6,7%, siendo la caída progresiva y continuada en el tiempo.

Gráfico Nº 8



Fuente: Institut d'Estadística Illes Balears y Toni Munar.

Durante el año 2015, el aeropuerto de Son Sant Joan (Palma de Mallorca), registró el mayor número de llegadas de la historia en la isla. Fueron 23.745.131 viajeros, no turistas, un 2.7% que en el año 2014 y un 19.5% más que en el año 2003.

También es evidente el predominio del avión como medio de transporte con el 95% del total de llegadas.

El reparto de turismo por islas ha sido de un 78% en Mallorca, 16% en Ibiza-Formentera y 6% en Menorca. En Mallorca el turismo genera 55% de su PIB, en Ibiza-Formentera 75% y en Menorca 30% (Barceló, 2000).

Las Islas Baleares han conseguido, en “cien” años de turismo (1912-2016), una cifra de turistas del orden de 358 millones, de los que 285 millones son extranjeros y sólo 75 nacionales (Barceló, 2000).

MARCO TEÓRICO

LA ESTACIONALIDAD SEGÚN AUTORES

La estacionalidad es uno de los principales problemas que presenta la industria del turismo en muchas regiones del mundo. No sólo sufre estacionalidad la industria del turismo sino que también lo padece el sector agrario, entre otros.

En 1973 Baron definió a la estacionalidad como:

“La estacionalidad implica una utilización incompleta y desequilibrada de los medios a disposición de la economía, y esto es similar al desequilibrio del ciclo económico, donde la economía está sobrecalentada o bien bajo pleno potencial en diferentes fases del ciclo.”

No existe una definición de estacionalidad turística en sí, ya que no sólo hay estacionalidad en el turismo, sino en muchos otros sectores, por ejemplo, agricultura o industria de según que material o producto. Zapaterías, fruterías, incluso pescaderías sufren estacionalidad.

Más tarde, en 1975, Baron la volvió a definir como “Los efectos que ocurren todos los años debido a las condiciones climáticas, vacaciones, atracciones especiales o estilo de vida”.

Allock (1994) cree que lo que define la estacionalidad es la concentración masiva de gente en un periodo de tiempo corto durante un mismo año.

Butler y Mao (1994), Baron (1975) y Hartmann (1986) sugieren que la estacionalidad tiene dos dimensiones: la dimensión natural y la institucional, en la que engloban factores sociales y culturales, tanto en la demanda como en la oferta.

Las causas naturales son aquellas relacionadas con el clima, el tiempo y las estaciones del año. Estas variables incluyen diferentes ciclos de temperatura, horas de sol, niveles de lluvia o nieve.

Para Baum y Hagen (1997) aseguraban que los factores naturales pueden hacer un destino poco atractivo, pero no es el único factor que incide en la demanda turística. Además, aseguran que la estacionalidad viene marcada por las vacaciones escolares y las limitaciones de la oferta.

Frechtling (2001), cree que la estacionalidad viene causada por el clima, las vacaciones escolares y profesionales (tales como profesorado y funcionariado) y los efectos del calendario.

Por ejemplo, un complejo en el municipio turística de Peguera durante los meses de Julio y Agosto es elegido por aquellos turistas que les gusta disfrutar del sol, de la playa y los deportes acuáticos, mientras que los centros de nieve como Sierra Nevada, son elegidos por las personas que les gusta la nieve y los deportes como el esquí y el snowboard.

También las vacaciones escolares tienen una gran influencia en la estacionalidad institucional dado que los niños tienen largas vacaciones en verano y es entonces cuando las familias suelen hacer un viaje. A su vez, existen otras causas que pueden ser consideradas como son los eventos: las Olimpiadas, los Mundiales de Fútbol, Rugby, incluso como veremos más adelante, a nivel regional también puede afectar un evento deportivo, religioso o los viajes de estudio.

Además de las ya mencionadas, según Butler (1994), existen otras causas de estacionalidad como pueden ser las modas o las tradiciones.

Commons y Page (2001) sostienen que una de las causas naturales de estacionalidad son las horas de día del destino, la temperatura y la localización geográfica.

Agnew y Viner (2001) aseguraban que el cambio climático tendrá consecuencias mayores para destinos con actividades turísticas al aire libre. Por ejemplo, si desaparece la arena de las playas o el agua del mar no se enfría lo suficiente y procrean animales no favorables, o aumenta el nivel de los ríos y, como estamos viendo estos últimos años en muchos destinos turísticos, también el nivel de riesgo de incendios.

Goulding, Baum y Morrison (2004) citan ejemplos de estacionalidad institucional o cultural, entre los que destacan las vacaciones de los niños en los colegios, los eventos religiosos como Semana Santa o Navidad, la competencia de otros sectores o el cambio en las motivaciones del turista y sus hábitos.

Según Lee, Seers, Galloway O'Mahory y McMurray (2008), las causas de la estacionalidad institucional se deben principalmente a las vacaciones tanto escolares como laborales.

Así pues, llegamos a la conclusión que la estacionalidad es un fenómeno provocado por multitud de factores diversos. Dichos factores no tienen que ser necesariamente específicos del sector turístico, sino que afectan a muchas otras actividades económicas, y tienen su origen tanto en la oferta como en la demanda.

Los impactos que tiene la sostenibilidad sobre el turismo han sido explorados desde las perspectivas de la estacionalidad de la oferta, como son los tour operadores, vuelos, empleo, y de la estacionalidad de la demanda, como por ejemplo los turistas.

Habitualmente las consecuencias de la estacionalidad recaen sobre cuatro grupos: la sociedad, el empleo, el medio ambiente y los costes e instalaciones.

Si nos referimos al medio ambiente y la seguridad del destino, Witt y Moutinho (1995) observan un beneficio a la estacionalidad, asegurando que la temporada baja es el único respiro que tiene la comunidad local y el medio ambiente para recuperarse del impacto de la temporada alta.

La estacionalidad en temporada baja ayuda a los residentes locales a relajarse y fortalecer sus tradiciones sociales que muchas veces son interrumpidas en temporada alta (Butler, 1994).

Sin embargo, Butler (2001) asegura que en temporada alta se crea una gran contaminación y además aumenta el riesgo de terrorismo.

En cuanto al empleo, Commons y Page (2001) aseguran que el trabajo estacional hace que los trabajadores locales de la zona deban ir fuera a buscar trabajo durante el invierno.

Otra consecuencia de la estacionalidad es la calidad del trabajador y la experiencia que tiene. Cuanta más estacionalidad hay (Commons y Page 2001), menos calidad se encuentra en el mercado laboral y con menos experiencia.

Además, aseguran que existen falta de oportunidades de carrera dentro de la empresa, así como la ausencia de compromiso por parte de los trabajadores, consecuencia de los tipos de contratos que tienen y de las no oportunidades laborales que saben que se les va a plantear para ejercer un mayor cargo.

Witt y Moutinho (1995), sin embargo, aseguran que la estacionalidad produce un beneficio para el empleo ya que durante la temporada alta se contrata a más gente por necesidades casuales (1-2-3 meses) o trabajos de media jornada , que ayudan a la gente local a obtener beneficios adicionales.

Y por último y pero no menos importante: los costes. Según Goulding, Baum y Morrison(2004), la estacionalidad hace que los ingresos de la temporada alta deban cubrir los costes fijos de todo el año.

Añaden que, dada la inestabilidad y la incerteza de retorno capital por parte del propietario o gestor afecta también a la propia localidad.

En el sector servicios, dadas las continuas fluctuaciones estacionales, puede haber, por ejemplo, escasez de habitaciones de hotel durante la temporada alta y por otra parte un exceso de habitaciones vacías que dan lugar a consecuencias económicas desastrosas (Mathieson y Wall, 1982).

Así pues, como hemos podido observar, la estacionalidad no supone lo mismo para todo el mundo. Hay mucha gente que elige destinos en temporada baja para disfrutar del descanso de aquella ciudad o localidad, por ejemplo, viajes de estudios, artistas famosos o amas de casa.

Si nos referimos a estrategias que han planteado los autores más influyentes, una de las más claras estrategias a tener en cuenta es la de intentar alargar la temporada alta mediante el desarrollo de un producto turístico poco sostenible sobre la estacionalidad o mediante un sistema de precios estratégico y diferenciador (BarOn, 1975; Sutcliffe and Sinclair, 1980).

Según Lundtorp (1999), el turismo de negocios, reuniones y exhibiciones, más conocidos como MICE, no tienen temporadas altas o bajas ya que no hay una

temporada específica para los negocios, y principalmente porque no se ven influenciados por las condiciones climáticas.

Allcock (1989) asegura que los recursos y las áreas turísticas se deberían aprovechar también en temporada baja ofertando un producto distinto. Por ejemplo, un centro de esquí en invierno podría convertirse en una zona de escalada en verano o un resort de verano realizar itinerarios culturales o acoger viajes de negocios en invierno.

Goulding, Baum y Morrison (2004) apostaron por la diferenciación en el servicio, reduciendo los tiempos de apertura durante las temporadas bajas, consiguiendo reducir costes y aumentar beneficios. Además, ofrecer servicios o productos alternativos.

Witt y Moutinho (1995) apuestan por la concesión de una tasa por parte del estado, por ejemplo, bajando el precio del petróleo para así fomentar el viaje a zonas estacionales.

Como podemos observar, ya son muchos los autores y los años que han pasado desde que se comenzaron a aportar ideas para desestacionalizar.

Adaptarse al cliente que viene en temporada baja y darle lo que necesita, adaptando las instalaciones para ellos hará que se pueda ofertar otro tipo de turismo en temporada climatológica totalmente diferente, por ejemplo, Mallorca en invierno.

Por tanto, para que un destino tenga éxito en su desestacionalización, no sólo debe ofertar lo que el cliente necesita y adaptarse a él, sino que lo debe hacer a un precio competitivo, ya que muy probablemente ya habrá más destinos especializados en ese tipo de turismo, y deberá acompañarle la suerte del factor climático. Si no se goza de buen tiempo es complicado que la temporada turística se alargue o se dirija a según qué tipologías turísticas.

METODOLOGÍA PARA EL CAMPO DE TRABAJO

Para ésta investigación, se ha optado por recoger, analizar e interpretar datos obtenidos desde el *Institut d'Estadística de les Illes Balears* y la *Asociación Hotelera de Peguera y Cala Fornells*. Se ha utilizado bibliografía científica relacionada con el tema de estudio.

El método utilizado para conocer más sobre la estacionalidad turística que existe en Peguera ha sido a través de entrevistas realizadas a gestores hoteleros y a comerciantes de la propia estación turística, los cuales han dado otro punto de vista muy útil para poder aportar ideas y conocer la opinión de los empresarios locales.

Se han realizado 10 entrevistas, divididas entre oferta hotelera y oferta complementaria de Peguera. Para que el conocimiento sobre el tema sea total, se ha seleccionado a personas que llevan trabajando o residiendo en Peguera desde hace 10 años o más.

ESTACIÓN TURÍSTICA DE PEGUERA

Gráfico Nº 2



Fuente: Ayuntamiento de Calvià

Peguera (también conocido como Paguera) es una estación turística situada en el municipio de Calvià, al oeste de Mallorca, y ha sido apodada desde finales del siglo pasado por muchos como 'la pequeña Alemania', debido a la popularidad de esta zona entre los visitantes alemanes.

Lugar idílico situado en la Sierra de Tramontana, conjunto montañoso que fue nombrado Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO el pasado 2012. Como dato curioso de la bonita ubicación, cabe mencionar que Peguera significa "Horno de Brea" debido a que antiguamente era aquí donde se fabricaba la brea con la resina de los pinos.

La estación turística se sitúa a unos 6 km de Santa Ponça y a poco más de 5 km del pueblo de Andratx.

Peguera está formada por 3 playas principales.

1. Playa Palmira: Esta playa es la más grande de Peguera y el nivel de profundidad es muy reducido al inicio, lo cual hace que sea ideal para familias y deportes.
2. Playa Torà: Es la playa central de Peguera y es ideal para los deportes como el surf o windsurf. A través de un sendero se puede encontrar una fácil conexión con la Playa de La Romana.

3. Playa de La Romana: Es la playa más pequeña de Peguera, ideal para disfrutar de la tranquilidad. Tiene un acceso muy fácil y está comunicada con la Playa de Torá.

Además, Peguera está rodeada de una rica flora y fauna compuesta sobre todo por pinares, y es principalmente un núcleo turístico que atrae por su cantidad de entretenimiento y oferta deportiva, además de por su proximidad a la ciudad de Palma de la cual únicamente se encuentra a 20 minutos, cosa que facilita que sus residentes puedan disfrutar de la calma sin tener que renunciar a estar cerca de todos los servicios que ofrece la capital.

Es una de las localidades más turísticas y con alto valor de en la que encontramos todo tipo de construcciones mallorquinas que han persistido en el tiempo como son:

- Las construcciones de piedra en seco.
- El patrimonio hidráulico
- Las “possessiones”.
- Torres de defensa.

En la zona más al norte de Peguera se encuentra Cala Fornells, una cala pequeña que ofrece los elementos paradisíacos que busca ese cliente que viene a Mallorca buscando lo desconocido, o más bien, lo menos conocido.

La temperatura media en verano ronda los 27 grados mientras que en invierno se sitúa sobre los 14 grados. Julio es el mes más caluroso mientras que el más lluvioso es Diciembre.

TURISMO EN PEGUERA

El desarrollo turístico comenzó a finales de 1940, y el número de hoteles ha crecido desde entonces, construyéndose el último en el año 2000. A día de hoy hay 68 establecimientos hoteleros con más de 10.000 plazas ofrecidas durante los meses de verano.

En la última década, Peguera se ha ido adaptando al turismo activo, intentando alargar la temporada turística apostando por los eventos deportivos y rutas de senderismo organizadas.

Peguera cuenta con 4500 habitantes aproximadamente, la mayoría trabajando en el sector servicios.

La oferta complementaria se encuentra principalmente en el Boulevard de Peguera, el cual no se encuentra en primera línea de playa (donde hay más restaurantes y bares), pero está paralelo al paseo marítimo. Peguera se encuentra en un precio medio, por lo que atrae a visitantes del resto de la zona de Calvià.

La principal fortaleza de Peguera es la seguridad, la cual aporta tranquilidad, sus playas y su entorno, que son aptas para ir con niños y cuentan con todos los servicios.

Por otra parte, Cala Fornells ofrece una experiencia más específica respecto a las playas principales. La tranquilidad es uno de los principales motivos de viaje de los turistas que se hospedan en Peguera

El turismo, como hemos comentado, comenzó a finales de 1940. Como en el resto de la isla de Mallorca, esta estación turística de destino de sol y playa, ha ido acortando su temporada hasta que hace unos años se llegó a niveles de alarma extrema.

La Asociación hotelera *Paguera-Cala Fornells* se creó en el año 1976 con el fin de servir de hilo conductor para la comunicación entre hoteles y la gestión de la zona turística de una manera eficaz para todos.

A partir de entonces, y como analizamos posteriormente, se han ido tomando diferentes estrategias para intentar alargar la temporada turística y no caer en una estacionalidad que está aumentando a pasos agigantados.

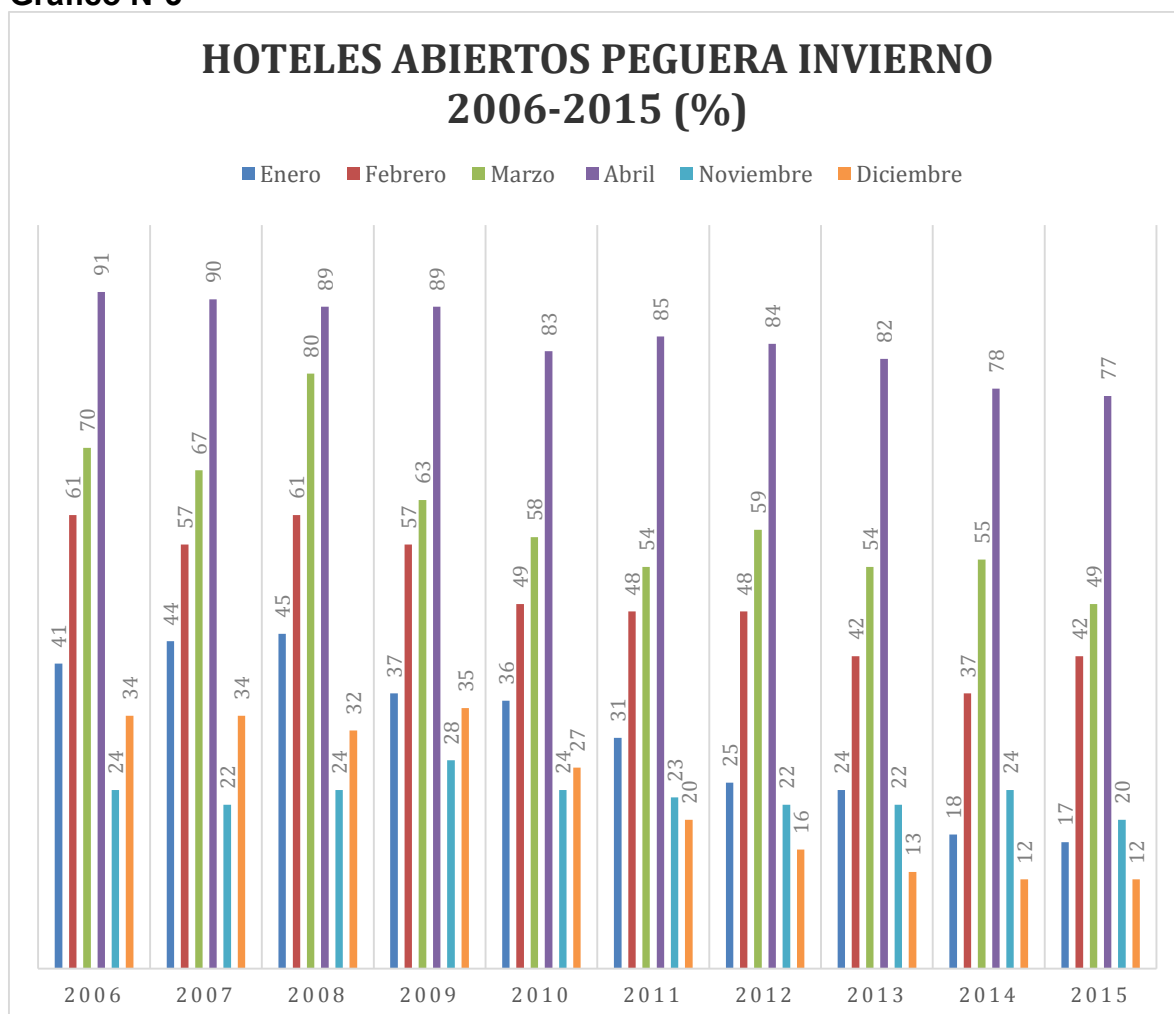
Hace 30 años, los hoteles de Peguera permanecían abiertos durante gran parte del año, muchos de ellos no cerraban y la clientela era muy diferente a la de hoy en día. La duración de la estancia media era mucho más larga, los clientes más fieles y esto daba pie a que se pudieran organizar más eventos, como los torneos que se realizaban en el *Tennis Academy* de Peguera o itinerarios de senderismo donde turistas extranjeros realizaban excursiones guiadas a lugares de buena conexión desde la estación turística como Es Capdellà, Andratx o Galilea, entre otros.

Sin embargo, ya no estamos ante estos años de bonanza. Como hemos comentado, hay a disposición más de 10.000 *camas*, lo que supone un enorme esfuerzo para conseguir que Peguera tenga una ocupación (en verano) tan elevada como en las estaciones turísticas vecinas como son Magaluf, Palmanova o Santa Ponça.

Si bien es cierto que la estación turística de Peguera fue durante los años 90 un gran ejemplo en busca de la desestacionalización, ya que especializó su oferta para poder operar durante el invierno (calefacción, salas climatizadas, etc.), hoy en día ya no es así y muchos hoteles optan por cerrar 6 meses y abrir otros 6, lo que acentúa aún más la estacionalidad.

Como podemos observar en el gráfico 3, el mes de Enero del año 2007 había un 44% de planta hotelera de Peguera abierta, con una ocupación del 44,2 % (gráfico 5), mientras que en el mes de Enero del año 2015 sólo hubo un 17% de plazas ofertadas y un 15% de ocupación. En apenas 8 años ha descendido el porcentaje de hoteles abiertos en Peguera durante el mes de Enero un 17% y la ocupación casi un 30%.

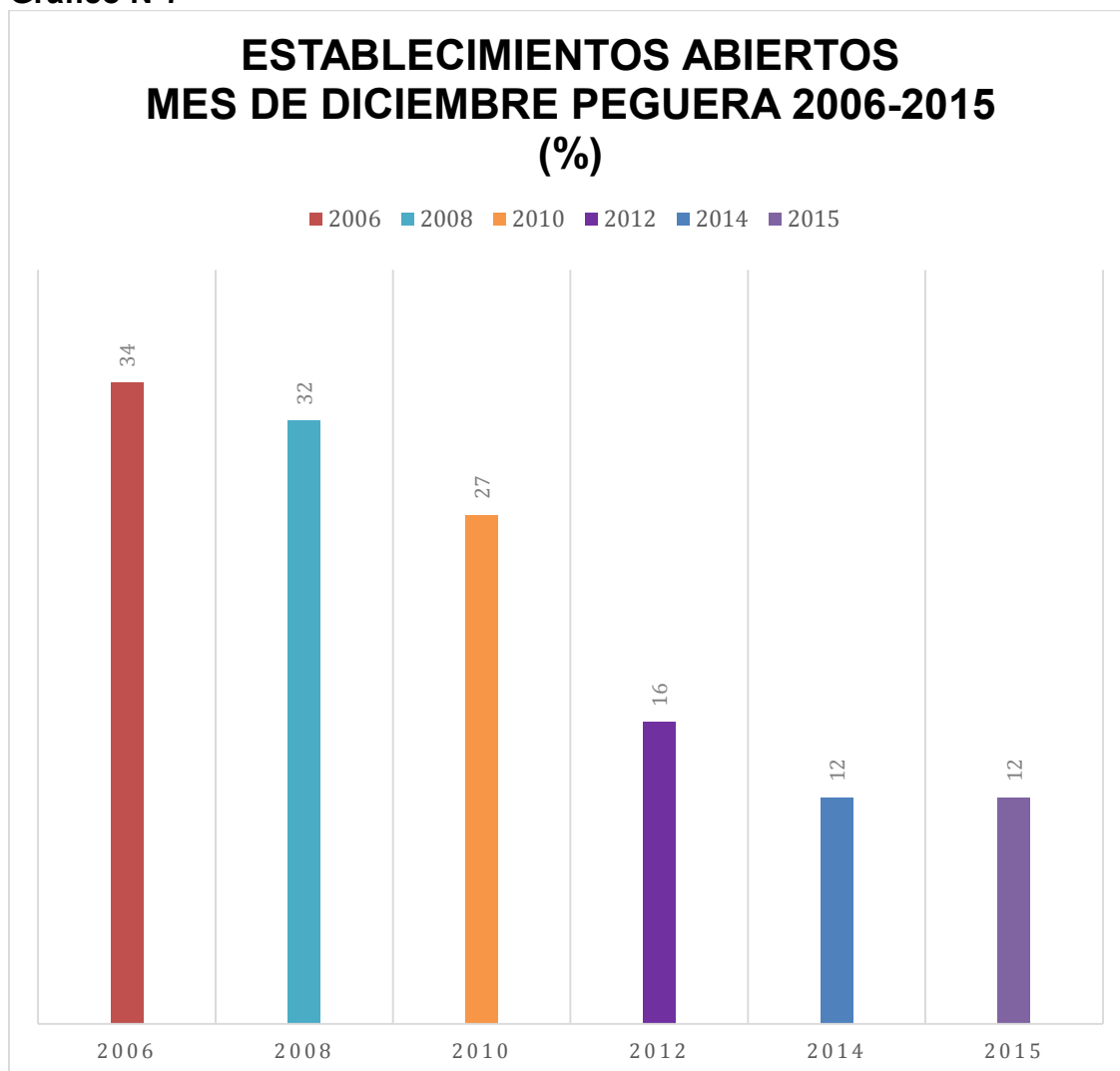
Gráfico N°3



Fuente: Asociación hotelera Paguera-Cala Fornells y Toni Munar

El mismo caso vemos durante el mes de Diciembre en el gráfico 7. En el año 2006 había un 34% de la planta hotelera abierta mientras que durante este último mes del 2015 hemos podido observar cómo permanecían cerradas las puertas de hasta un 88% de los hoteles.

Gráfico N°7



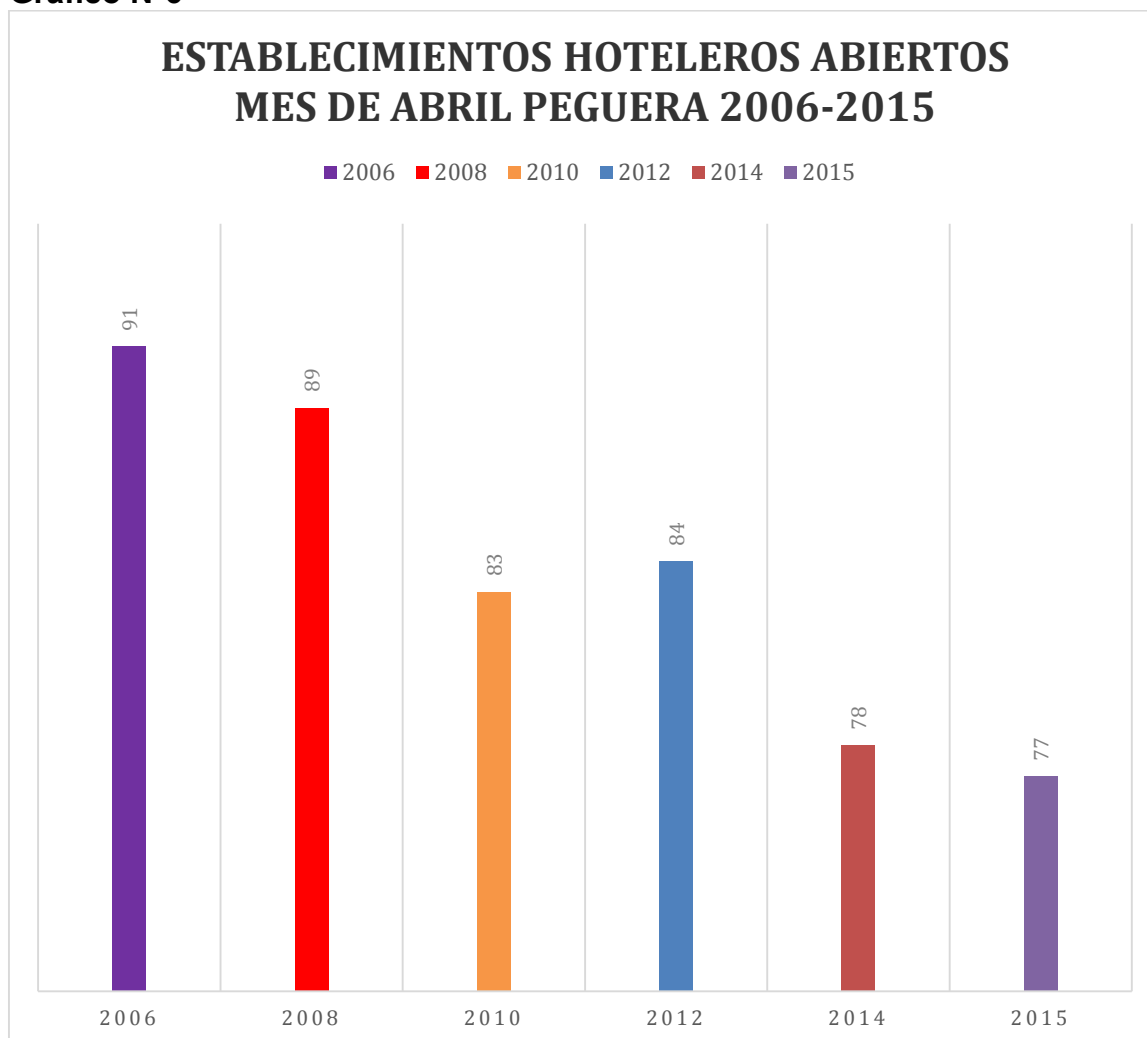
Fuente: *Asociación hotelera Paguera – Cala Fornells* y Toni Munar.

Si seguimos revisando mes a mes, el mes de Abril, además de Diciembre, es el más alarmante. Desde el año 2006 y hasta el año pasado, ha habido cada año más número de establecimientos con sus puertas cerradas. Si en el año 2006 únicamente permanecía cerrado un 9% de la planta hotelera, en Abril 2015 sólo se ofertaba el 77%, como podemos observar en el gráfico 6.

Además de todos los datos analizados en invierno, cabe destacar que Peguera es un destino que siempre le ha costado tener ocupaciones del 100% durante el verano, como se puede observar en el gráfico 4. Se puede ver como el mes de Junio del año 2004, con una ocupación del 97% de media, ha sido el mes

récord de Peguera en los últimos 12 años, aunque el verano del 2008 fue el que mejor media registró, con un 90% de ocupación en los meses de Junio, Julio, Agosto y Septiembre.

Gráfico N°6



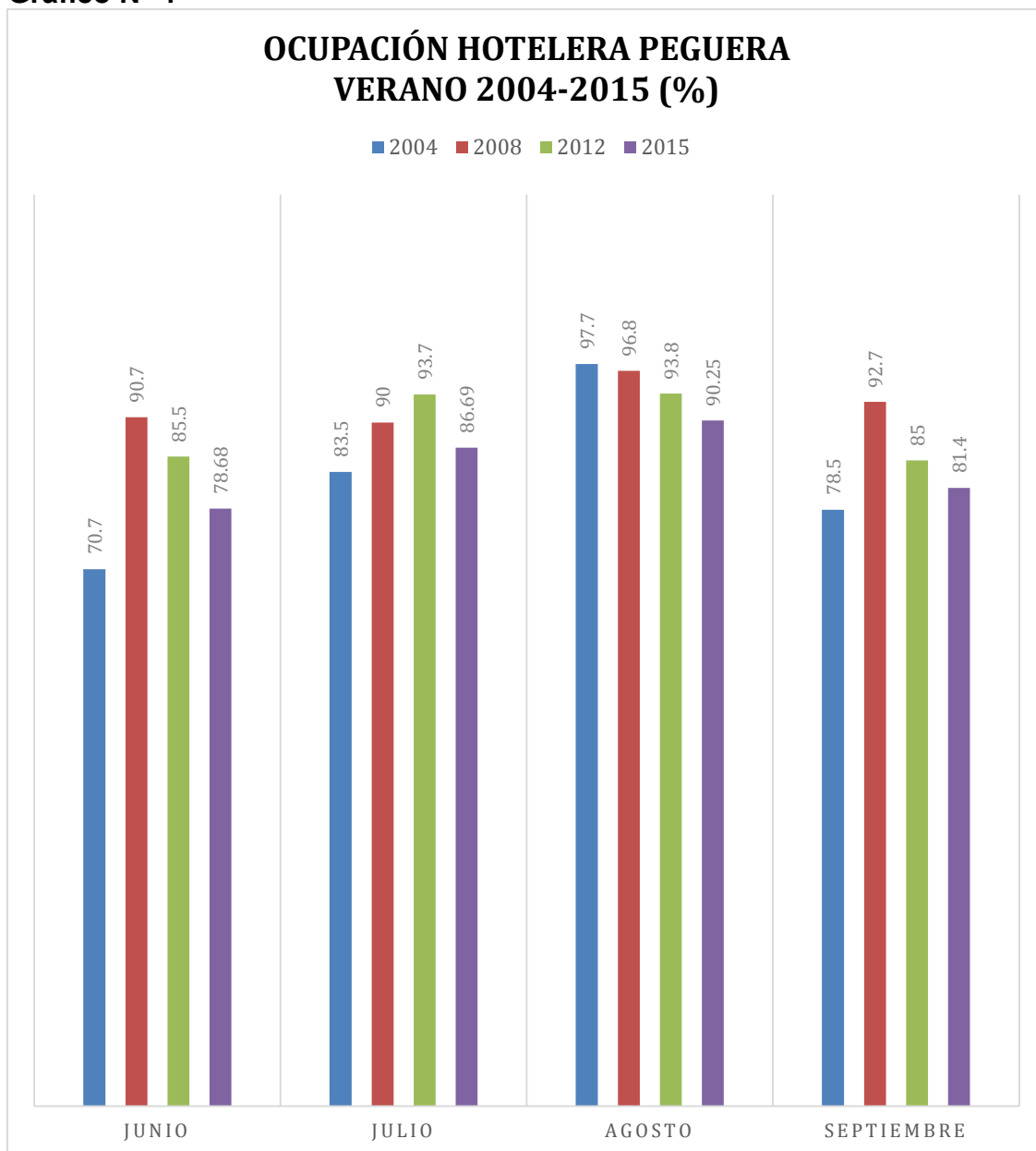
Fuente: *Asociación hotelera Paguera – Cala Fornells y Toni Munar*

A consecuencia de esto, la oferta complementaria de la estación se ha visto afectada, ya que al no haber hoteles abiertos, no llegan turistas y, por tanto, no pueden permanecer con los comercios abiertos durante los meses de invierno ya que no les es viable.

Como hemos podido ver en los gráficos, la alarma extrema ha llegado a Peguera hace una década aproximadamente, y a partir de entonces se han buscado alternativas al turismo de sol y playa para alargar la temporada turística, siendo el enfoque principal el deporte, o como les gusta llamar a los hoteleros de Peguera, el turismo activo. A continuación se exponen los

resultados de la entrevista realizada a hoteleros y comerciantes de Peguera, todos ellos con más de 10 años de experiencia de trabajo en la estación.

Gráfico N° 4



Fuente: Asociación hotelera Paguera-Cala Fornells y Toni Munar

EXPOSICION DE RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS

El enfoque de la entrevista va dirigido a poder conocer qué origina la estacionalidad y como ha ido evolucionando, cuáles son sus causas y qué impactos genera sobre Peguera la estacionalidad que sufre hoy en día.

Sobre qué puede originar la estacionalidad en Peguera, los entrevistados nos responden con mucha seguridad que es el clima el que origina que en invierno cada vez se cierre antes, pero los TT.OO. no ayudan a que la temporada se alargue ya que no confían en el clima de Noviembre a Febrero. También las estancias del turista de hoy en día, en comparación a hace 20 años, son mucho más cortas y los hábitos han cambiado.

Otra respuesta al surgimiento de la estacionalidad es la falta de promoción de la isla durante el invierno, como señala Maria Peña (Hotel Cala Fornells) y una gran falta de coordinación público – privada para intentar alargar la temporada turística.

El clima, como bien aclaran todos los hoteleros, es estupendo, con temperaturas y días que invitan durante Noviembre y Febrero a mantener un nivel de ocupación adecuado y así no tener que hacer un parón tan largo.

Todos los entrevistados nos aseguran que les gustaría trabajar los 12 meses teniendo un mes de vacaciones y así no cerrar el establecimiento. Como nos cuenta Alejandro Garrido (Hotel Villamil), los costes de apertura y cierre son mucho más grandes que mantener el hotel abierto todo el año, siempre y cuando la ocupación responda. Como esto hoy en día no es posible, se busca trabajar 9-10 meses.

Además, más de la mitad creen que la planta hotelera no está capacitada hoy en día para trabajar 12 meses, y que, por tanto, todos necesitan un parón invernal.

Miguel Ángel Jiménez (Restaurante La Gritta), “Es verdad que llega final de temporada y queremos descansar, pero es psicológico. Lo que queremos realmente es trabajar y no cerrar las puertas”.

Si hablamos del tiempo ideal que sería un parón o cierre de los establecimientos, el 100% nos asegura que son necesarios entre 45 y 60 días para descansar los trabajadores y para que el hotel y los comercios se pongan al día renovando sus instalaciones.

Biel Esteve (Autos Balears), nos asegura que no hay un cambio generacional de turistas. Esos clientes fieles que vienen hace años tienen hijos, pero estos, como muchos jóvenes, buscan viajar a diferentes lugares cada año, no son tan fieles como el turista antiguo. También nos comenta que el turista mayor gasta menos, no sale a cenar, no sale de noche y, además, van falleciendo y no hay quien supla a ese cliente.

Hace ya unos años que Peguera se puso en marcha con el proyecto de turismo activo, buscando alargar la temporada turística. Para ello, había que realizar reformas y adaptarse al tipo de clientela.

Xisco Porcel (Paguera Treff 1946): “Veíamos que si no generábamos un producto para poder atraer a turistas durante los meses de menos turismo iba a ser difícil revertir la situación de cerrar cada vez antes. Se pensó en deporte porque en otras zonas está funcionando perfectamente no sólo en Mallorca, sino en Canarias también, y decidimos tirarnos de cabeza con la ayuda de la Asociación hotelera y nadie más.”

Más del 80% de los entrevistados que trabajan en hotel, nos aseguran que han adaptado los menús al tipo de clientela, han flexibilizado los horarios para este tipo de turista y han realizado reformas en sus instalaciones. Las más comunes, un taller para bicicletas y un guarda-bicicletas.

A pesar del cambio, aún queda recorrido, ya que las estancias son muy cortas, en fechas muy concretas y no ayudan a alargar como gustaría la temporada en noviembre o febrero.

Toni Cardona (Peguera Beach): “El tema deporte está dando resultados, pero no es una cantidad suficiente para el volumen de hoteles que tenemos aquí en Peguera”.

María Peña (Hotel Cala Fornells): “Sí que da resultados, siempre es bueno y ojalá hubiera más ideas como estas, pero al final no es suficiente, son estancias para períodos muy concretos de un día o fin de semana, pero bueno, si hubiera más ideas como estas podríamos salvar las temporadas bajas, está claro”.

Las ayudas de la administración pública han sido efectivas y sin ella no se hubiese podido llevar a cabo. El ayuntamiento de Calvià ha participado activamente en la organización de eventos deportivos durante el invierno junto con la Asociación Paguera – Cala Fornells, lo que ha ayudado a sacar adelante esta medida en busca de alargar la temporada turística.

Alejandro Garrido (Hotel Villamil), cree que las administraciones públicas no están interesadas ya que sólo se promociona el sol y playa pero no la Mallorca de temporada baja. Cada uno busca por su lado lo que puede para salvar las temporadas bajas.

Todos los entrevistados aseguran que les gustaría trabajar todo el año, pero teniendo en cuenta que no se puede ni se está preparado, lo ideal es trabajar 9 o 10 meses.

Así como ha ido acortándose la temporada, los contratos de los trabajadores también han ido cambiando. Ahora son en todos los hoteles fijos discontinuos, pero María Peña (Hotel Cala Fornells), nos aclara que antes no era así: “La gran mayoría ahora son fijos discontinuos, siempre lo han sido. De todas formas, antes teníamos casi todo el año abierto y tengo 7 fijos. Ese es el problema de cerrar durante 3 meses. Y esto viene de los años anteriores que

había buenas temporadas en invierno y podía tener personal todo el año contratado”.

Por último, el papel del TT.OO. está jugando un papel vital para la estacionalidad en Peguera.

Como nos cuenta Catalina Bosch (Hostal Oasis), “Los TT.OO. han trabajado muy poco y no han ayudado en nada. Hemos preparado programas de deporte en Peguera para traer turismo nuevo y lo único que nos han dicho es que para darse a conocer hay que pagar y ponerse en sus folletos. Se les dice que hay vuelos para traer gente y en 4-5 años tendremos tenistas, triatletas, ciclistas, etc. Ellos dicen que sí, pero piden mucho dinero para venderlo y promocionarlo”.

María Peña (Hotel Cala Fornells), cree que los TT.OO. son los que marcan el final y el principio de la temporada turística en una estación turística como Peguera y se necesita de la cooperación conjunta, aunque asegura que no lo ponen fácil. Cada año más hoteles están dando su gestión exclusiva a los TT.OO., lo que hace que la temporada se acorte cada vez más.

María también nos aclara que la falta de recambio generacional, que venga una persona desde abajo con ilusión de sacar el hotel adelante se está echando en falta en muchos hoteles y familias propietarias de estos. A la vez también afecta a la estacionalidad ya que los tour operadores se lanzan a por la gestión de hoteles que, en muchos casos, no tienen recambio generacional.

CONCLUSIONES SOBRE LA ESTACIONALIDAD TURÍSTICA DE PEGUERA

Teniendo en cuenta todas las aportaciones recibidas por parte de los entrevistados, he podido llegar a las siguientes conclusiones:

Como la gran mayoría de personas que viven en la isla, siempre se ha pensado que durante los meses de invierno no hay prácticamente turismo en las estaciones más turísticas debido al **clima** del que goza Mallorca.

El clima del que dispone Peguera, como ya hemos comentado, es idóneo para la práctica del deporte y el senderismo durante dichos meses. El clima se ha convertido en otro recurso natural más para Peguera y para Mallorca, pero el inconveniente es que sólo se ha utilizado para promocionarlo durante los meses de verano.

Si bien es cierto que los meses de Diciembre y Enero gozan de temperaturas que rozan los 14 grados de media, los meses de Noviembre y Febrero superan con creces dicha marca, la cual fija la temperatura mínima para la práctica del ciclo turismo, senderismo y golf, entre otros tipos de turismo activo. (Seguí, 2013)

Obviamente, cuando nos habla de tener una ocupación adecuada en Noviembre y Febrero, no se apoya únicamente en el buen clima, sino que también se necesita de la cooperación de todos los demás agentes participantes en el proceso del viaje.

Las temporadas de sol y playa en Peguera, según el óptimo climático, son de Abril hasta Noviembre, ambos incluidos, mientras que para el disfrute del ciclo turismo, senderismo y golf, lo son desde el mes de Octubre hasta Mayo (Seguí, 2013).

Por tanto, vemos que en Peguera se podría operar durante los 12 meses si tenemos en cuenta el factor climático, lo que no puede ser una excusa para la estacionalidad que sufre.

Los **cambios de hábitos** en la manera de viajar también han influido sobre la estacionalidad de la estación turística. Como nos afirma Alejandro Garrido (Hotel Villamil), “tenemos un tipo de turista que ha cambiado mucho. Los clientes no son tan fieles, les gusta variar más, tienen menos pereza a realizar vuelos más largos ya que la comunicación y los desplazamientos han mejorado mucho y aquel que tiene más dudas con el clima, viajan al Caribe donde tienen el clima asegurado en invierno y además, por el mismo precio. Todo junto hace que la estacionalidad sea cada vez más acentuada”.

Durante los años 90, cuando en Peguera se apostó por acomodar las instalaciones para su uso y disfrute durante el invierno, los turistas se hospedaban durante 2 o 3 meses ya que les costaba lo mismo un hotel en Peguera que estar en su casa en Alemania o Inglaterra con la calefacción encendida. Desde el cambio a Euro esto ya no es así, y las estancias son más cortas o directamente dejan de venir (M. Ángel Jiménez, Restaurante La Gritta).

Falta de **promoción** de la isla **para los meses de invierno** por parte de las Administraciones públicas. Cuando el *Govern* Balear se desplaza a ferias y congresos del turismo, sigue promocionando nuestra isla únicamente como sol y playa.

Para alargar la temporada turística se necesita darle importancia al invierno, demostrar que tenemos buen clima para el disfrute de muchos otros tipos de turismo que no son el de sol y playa y que estamos preparados para recibirlos y la isla se ha adaptado.

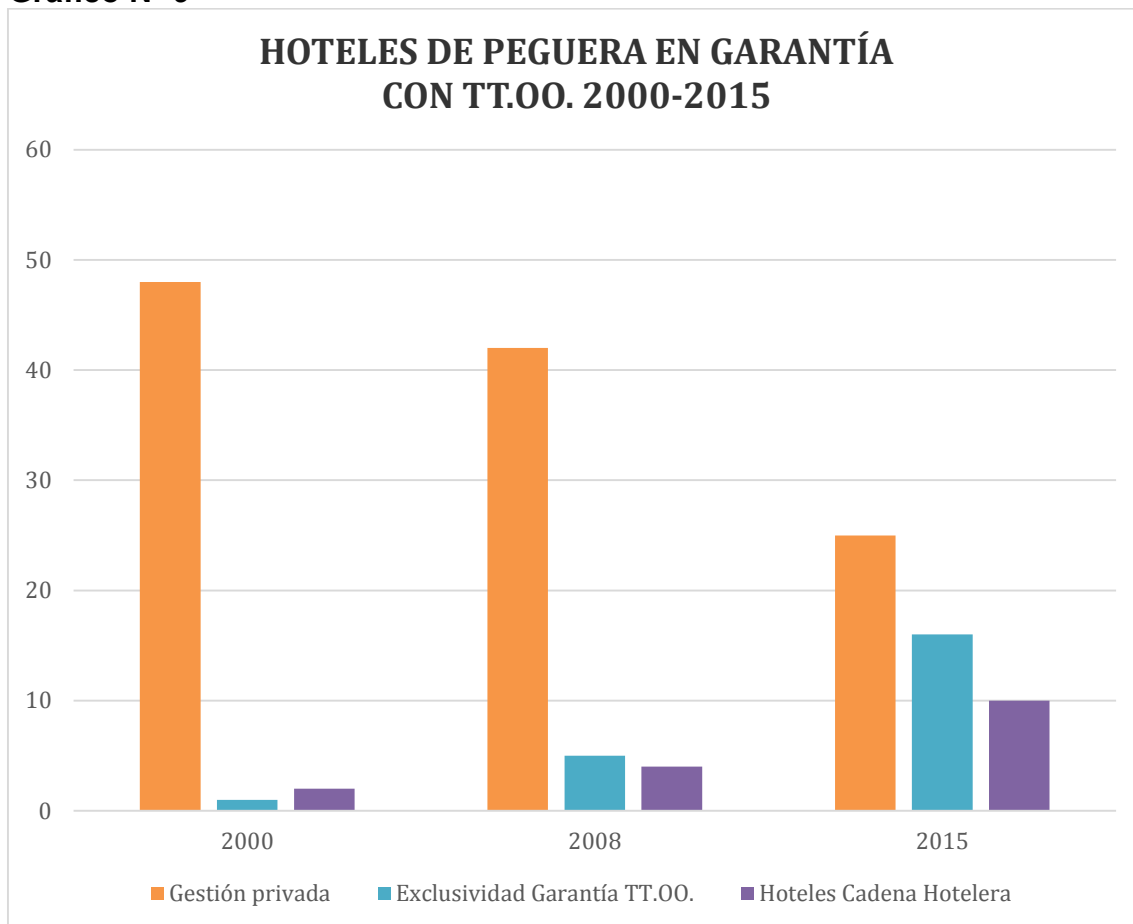
A Mallorca ya se la conoce como la isla de las playas maravillosas, pero no como aquella isla en la que se disfrutaban de rutas ciclo turistas espectaculares, excursiones a pie de valor cultural e histórico incalculable y muchas otras actividades que se pueden realizar y que dotamos de los recursos necesarios para hacerlo, pero los que deben promocionarlo lo hacen de una manera equívoca a mi entender.

En el *Govern* cada año hacen ver que la estacionalidad es contra lo que se está luchando, intentando alargar la temporada turística de estaciones como Peguera, pero realmente hacen poco para conseguirlo ya que cuando se dirigen a las ferias internacionales promocionan las playas y no la tranquilidad, belleza natural y los recursos que tenemos para poder atraer a ciclistas, senderistas y triatletas, entre otros.

El papel del TT.OO., desde que éstos son gestores, deciden cuando abrir y cerrar. Además, no ayudan a la promoción invernal de la isla y ponen pegas para que en el mes de Noviembre o Febrero se pueda operar en Peguera de manera óptima. El clima y las instalaciones hoteleras acompañan, pero no hay coordinación público – privada.

En Peguera, como podemos observar en el gráfico 9, cada año más hoteles están dando la exclusividad de la gestión de los establecimientos a los principales TT.OO. alemanes. En tan sólo 15 años se ha pasado de tener 1 hotel gestionado por un TT.OO. a que a día de hoy haya un total de 17.

Gráfico N° 9



Fuente: Toni Munar

Esta práctica cada vez es más dañina para la estación turística de Peguera ya que un TT.OO. lo que busca es rentabilidad, y cuando un destino ya no le interesa, cierra sus puertas y se marcha a otro. En Peguera es muy habitual que los operadores turísticos concluyan la temporada a finales de Octubre. El por qué es muy sencillo: en el Caribe o las Islas Canarias se aseguran el clima que en Peguera a partir de Noviembre no pueden asegurar a sus clientes.

El problema no es sólo que den por finalizada la temporada turística en Octubre, sino que ponen pegadas para poder promocionar la estación turística durante los meses de invierno.

Como bien nos aseguraba Miguel Ángel Jiménez (Aldea Cala Fornells II), para poder incluir Peguera en los folletos y promociones de viaje durante el invierno, los hoteleros deben pagar una cantidad alta de dinero, que obviamente no están dispuestos ya que no te aseguran la clientela.

Otro gran problema es que las compañías aéreas negocian con el TT.OO. y éstos deciden cuando termina la temporada turística de una región y cuando empieza en otra. A partir de ahí, los vuelos dejan de ser tan frecuentes y se encarecen mucho durante los meses de invierno, haciendo imposible que el turista que quiere venir lo pueda hacer por un precio módico.

A consecuencia de esto último, los hoteles cierran sus puertas a finales de Octubre y las abren, como hemos visto en el análisis, cada vez más tarde.

No hay **cambio generacional** en la gestión de los hoteles de propiedad individual. Las familias residentes se están dando por vencidas estos últimos años (Gráfico 9) y los TT.OO. tradicionales se están aprovechando de ello.

Las consecuencias son año tras año peores, ya que no sólo es preocupante que menos hoteles abran en invierno, sino que es una rueda que avanza de forma continuada. La falta de coordinación entre hoteleros, compañías aéreas, TT.OO. y administración pública hace que no se de importancia a Peguera durante los meses de invierno.

Al no haber un cambio generacional que continúe con el trabajo que han luchado tantos años los familiares, éstos últimos ceden la gestión del hotel a un TT.OO. para no vender lo que tanto les ha costado mantener y seguir consiguiendo un mínimo beneficio.

Supongamos el caso de que un turista alemán se dirige a una oficina de un tour operador turístico tradicional en Alemania que gestiona uno o varios hoteles de Peguera. El cliente le pide recomendación de hoteles en nuestro destino. El tour operador le ofrecerá todos los hoteles de Peguera con los que trabaje con garantía, obviamente, y hasta que dichos establecimientos no estén llenos, el tour operador no le ofrecerá al cliente ningún otro hotel que no sea uno de los que gestionan ellos en exclusividad. Una vez éstos estén llenos, le ofrecerá los hoteles que trabajan con ellos mediante contratos anuales.

Estos últimos que trabajan con contratos anuales son todos los demás hoteles de Peguera que no están siendo gestionados por TT.OO. sino por gente residente en Mallorca, muchos de ellos familias que llevan más de 30 años trabajando para sacar adelante el negocio y que al no tener un recambio generacional (por falta de interés u otros motivos) y no tener los recursos ni conocimientos suficientes para buscar nuevos clientes, publicitarse, darse a conocer en redes sociales, etc. se ven forzados a dar la gestión del hotel a un TT.OO. y así no vender su negocio.

Otra de las consecuencias de la estacionalidad ya anteriormente citadas es la falta de vuelos a la isla en los meses de invierno por los acuerdos ya mencionados entre tour operador y compañías aéreas.

Ahora supongamos que un turista quiere viajar a Peguera durante el mes de Diciembre. Se dirige a una oficina de un tour operador tradicional y pide precio del paquete vuelo + hotel. Obviando que únicamente abre el 8% de la planta hotelera y no hay mucho que ofrecer, el TT.OO. tiene sus hoteles de Peguera (los que gestiona en garantía exclusiva) cerrados, y por tanto, no se los puede ofrecer.

Al no haber prácticamente vuelos porque el TT.OO. ya no trabaja con las compañías aéreas en Mallorca durante los meses de invierno, el viaje se le va a hacer mucho más caro que si intenta viajar en el mes de Mayo. Además, el cliente durante el mes de Mayo ya encontrará mucha variedad de vuelos y hoteles.

¿Por qué? Pues, porque los TT.OO. ya habrán iniciado su temporada en Peguera y la estampa de vuelos será mucho mayor a un precio mucho menor.

Consecuencia: Cada vez se abre más tarde y se cierra antes, lo que convierte a Peguera en una estación turística fantasma durante 4 meses en la que prácticamente no hay vida y los trabajadores residentes se ven obligados a buscar un segundo empleo.

BIBLIOGRAFÍA

- Aguiló, E., i Sastre, A. (1983). La estacionalidad del turismo en Baleares.
- Viner, D., & Agnew, M. (1999). *Climate change and its impacts on tourism* (p. 49). Norwich: Climatic Research Unit, University of East Anglia.
- Baum, T. (2001). *Seasonality in tourism*. Elsevier.
- Baum, T., & Lundtorp, S. (2001). Seasonality in tourism: An introduction. *Seasonality in tourism*, 4.
- Bonilla, J. M. L., & Bonilla, L. M. L. (2006). La concentración estacional en las regiones españolas desde una perspectiva de la oferta turística. *Revista de estudios regionales*, (77), 75-106.
- Butler, R. W. (2001). Seasonality in tourism: Issues and implications. *Seasonality in tourism*, 22.
- Chung, J. Y. (2009). Seasonality in tourism: A review. *E-Review of Tourism Research (eRTR)*, 7(5), 82-96.
- de Andalucía, J. (2013). Plan Estratégico contra la estacionalidad. *Consejería de Turismo y Comercio*.
- Fariña, M. L. P. El turismo y sus impactos en las Islas Baleares.
- Fernández-Morales, A. (2003). Decomposing seasonal concentration. *Annals of Tourism Research*, 30(4), 942-956.
- Fernández, J. A. A. (2009). Los debates sobre la percepción social del turismo en las Islas Baleares. *Nimbus: Revista de climatología, meteorología y paisaje*, (23), 5-24.
- i Pons, B. B. (2000). Historia del turisme a Mallorca. *Treballs de la Societat Catalana de Geografia*, (50), 31-55.
- Jang, S. S. (2004). Mitigating tourism seasonality: A quantitative approach. *Annals of Tourism Research*, 31(4), 819-836.
- Koenig, N., & Bischoff, E. E. (2004). *Seasonality research: the state of the art*. European Business Management School.
- Kozak, M., & Rimmington, M. (2000). Tourist satisfaction with Mallorca, Spain, as an off-season holiday destination. *Journal of travel research*, 38(3), 260-269.
- Lee, C., Bergin-Seers, S., Galloway, G., & McMurray, A. (2008). Seasonality in the tourism industry. *Impacts and strategies*. Gold Coast: CRC for Sustainable Tourism Pty Ltd.

López Bonilla, J. M., & López Bonilla, L. M. (2007). Variabilidad estacional del mercado turístico en Andalucía. *Estudios y perspectivas en turismo*, 16(2), 150-172.

Martín, M., María, J., De Dios, J. A., & Molina Moreno, V. (2014). Impacts of seasonality on environmental sustainability in the tourism sector based on destination type: An application to Spain's Andalusia region. *Tourism Economics*, 20(1), 123-142.

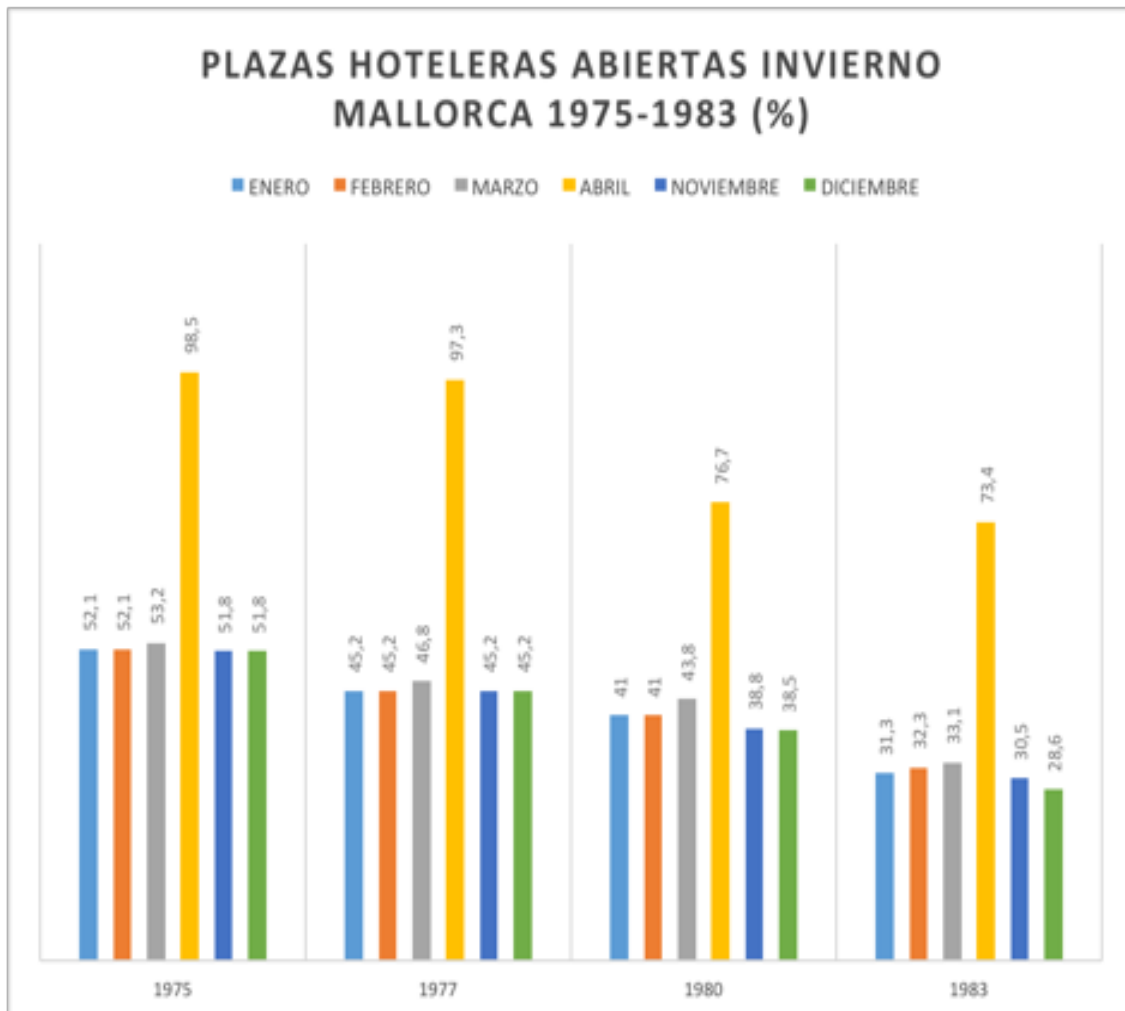
Nadal, J. R., Font, A. R., & Rossello, A. S. (2004). The economic determinants of seasonal patterns. *Annals of Tourism Research*, 31(3), 697-711.

Ramis, M. À. C., & Llinás, M. S. (2014). El papel del clima en la estacionalidad turística y la configuración de productos turísticos emergentes. El caso de Mallorca. *Cuadernos de turismo*, (33), 15-30.

Ramón, A. B., & Abellán, M. J. (2014). Estacionalidad de la demanda turística en España. *Papers de turisme*, (17), 45-73.

GRÁFICOS

Gráfico N° 1



Fuente: Consellería d'Economía i Hisenda y Banca March, Guía de Hoteles y Consellería de Turisme y Toni Munar.

Gráfico Nº 2

PEGUERA Cala Fornells

Ítem	Descripció	Ítem	Descripció	Ítem	Descripció	Ítem	Descripció	Ítem	Descripció
C/ ALPIA	3020	C/ COL·LEGI PARQUE VÍLAGO	3250	C/ GARRETERES	8080	C/ L'UM	17	C/ MORIS	37
C/ AMFILLERS	30	C/ LES CAPELLES	3050	C/ GARIBAY	33	C/ OLIVE TINA	32	C/ NARBONNA	36
C/ BAL	30	C/ LA NINA DE CALA FORNELLS	3040	C/ GARCIA ALBERT	33	C/ MARIBARR	38	C/ NÚRS	39
C/ BALAGUÉ	3020	C/ PA TORREBARB	3060	C/ JARDINERMANRONS	3344	C/ MARIST	39	C/ ORNÉS	39
C/ BEL TURÓ	30	C/ OCTAVINS	3040	C/ JOAN MIR	3360	C/ MALIBRICA	32	C/ PALMERES	33
C/ BELLA VISTA	30	C/ OFI	30	C/ JORDAN BARCELON	35	C/ MANUEL FERRER	34	C/ PALMERS	33
C/ BORDADA	30	C/ ORIBERNA	3240	C/ JOSÉ SEVILLA	3374	C/ MARGESIVA	33	C/ PARELL	33
C/ BOT	3020	C/ OFORIÀ	30	C/ JOSE MARIA PERAL	3374	C/ MATEU MARTE	36	C/ PASTOR	33
C/ CALDERA	30	C/ OMBRE GARDIANS	30	C/ JUAN VALERA	3374	C/ MARCE RODRIGUEZ	33	C/ PASTOR	33
C/ CALA FORNELLS	3020	C/ OFORIÀ	3050	C/ OLIVERA	30	C/ MARIE MARIE	34	C/ PASTOR	33
C/ CALVA	30	C/ OLIVETS	3240	C/ OLIVERA	30	C/ MARGA	33	C/ PALMERES	33
C/ CALVA	30	C/ OLIVETS	3240	C/ OLIVERA	30	C/ MARIBARR	38	C/ PALMERES	33

Hoteles

H	N	Hotel	Tel.	Adreça
H 01	N 01	AMIC	971 881 535	C/ CALVA
H 02	N 02	AVILA	971 881 535	C/ CALVA
H 03	N 03	BANERSON	971 881 535	C/ CALVA
H 04	N 04	BELLA VISTA	971 881 535	C/ CALVA
H 05	N 05	CALA FORNELLS	971 881 535	C/ CALVA
H 06	N 06	CLAYTON	971 881 535	C/ CALVA
H 07	N 07	CLAYTON	971 881 535	C/ CALVA
H 08	N 08	CLAYTON	971 881 535	C/ CALVA
H 09	N 09	CLAYTON	971 881 535	C/ CALVA
H 10	N 10	CLAYTON	971 881 535	C/ CALVA
H 11	N 11	CLAYTON	971 881 535	C/ CALVA
H 12	N 12	CLAYTON	971 881 535	C/ CALVA
H 13	N 13	CLAYTON	971 881 535	C/ CALVA
H 14	N 14	CLAYTON	971 881 535	C/ CALVA
H 15	N 15	CLAYTON	971 881 535	C/ CALVA
H 16	N 16	CLAYTON	971 881 535	C/ CALVA
H 17	N 17	CLAYTON	971 881 535	C/ CALVA
H 18	N 18	CLAYTON	971 881 535	C/ CALVA
H 19	N 19	CLAYTON	971 881 535	C/ CALVA
H 20	N 20	CLAYTON	971 881 535	C/ CALVA
H 21	N 21	CLAYTON	971 881 535	C/ CALVA
H 22	N 22	CLAYTON	971 881 535	C/ CALVA
H 23	N 23	CLAYTON	971 881 535	C/ CALVA
H 24	N 24	CLAYTON	971 881 535	C/ CALVA
H 25	N 25	CLAYTON	971 881 535	C/ CALVA
H 26	N 26	CLAYTON	971 881 535	C/ CALVA
H 27	N 27	CLAYTON	971 881 535	C/ CALVA
H 28	N 28	CLAYTON	971 881 535	C/ CALVA
H 29	N 29	CLAYTON	971 881 535	C/ CALVA
H 30	N 30	CLAYTON	971 881 535	C/ CALVA
H 31	N 31	CLAYTON	971 881 535	C/ CALVA
H 32	N 32	CLAYTON	971 881 535	C/ CALVA
H 33	N 33	CLAYTON	971 881 535	C/ CALVA
H 34	N 34	CLAYTON	971 881 535	C/ CALVA
H 35	N 35	CLAYTON	971 881 535	C/ CALVA
H 36	N 36	CLAYTON	971 881 535	C/ CALVA
H 37	N 37	CLAYTON	971 881 535	C/ CALVA
H 38	N 38	CLAYTON	971 881 535	C/ CALVA
H 39	N 39	CLAYTON	971 881 535	C/ CALVA
H 40	N 40	CLAYTON	971 881 535	C/ CALVA
H 41	N 41	CLAYTON	971 881 535	C/ CALVA
H 42	N 42	CLAYTON	971 881 535	C/ CALVA
H 43	N 43	CLAYTON	971 881 535	C/ CALVA
H 44	N 44	CLAYTON	971 881 535	C/ CALVA
H 45	N 45	CLAYTON	971 881 535	C/ CALVA
H 46	N 46	CLAYTON	971 881 535	C/ CALVA
H 47	N 47	CLAYTON	971 881 535	C/ CALVA
H 48	N 48	CLAYTON	971 881 535	C/ CALVA
H 49	N 49	CLAYTON	971 881 535	C/ CALVA
H 50	N 50	CLAYTON	971 881 535	C/ CALVA

Apartaments turístics

A	N	Apartament	Tel.	Adreça
A 01	N 01	ALBAZANERES	971 881 535	C/ CALVA
A 02	N 02	ALBAZANERES	971 881 535	C/ CALVA
A 03	N 03	ALBAZANERES	971 881 535	C/ CALVA
A 04	N 04	ALBAZANERES	971 881 535	C/ CALVA
A 05	N 05	ALBAZANERES	971 881 535	C/ CALVA
A 06	N 06	ALBAZANERES	971 881 535	C/ CALVA
A 07	N 07	ALBAZANERES	971 881 535	C/ CALVA
A 08	N 08	ALBAZANERES	971 881 535	C/ CALVA
A 09	N 09	ALBAZANERES	971 881 535	C/ CALVA
A 10	N 10	ALBAZANERES	971 881 535	C/ CALVA
A 11	N 11	ALBAZANERES	971 881 535	C/ CALVA
A 12	N 12	ALBAZANERES	971 881 535	C/ CALVA
A 13	N 13	ALBAZANERES	971 881 535	C/ CALVA
A 14	N 14	ALBAZANERES	971 881 535	C/ CALVA
A 15	N 15	ALBAZANERES	971 881 535	C/ CALVA
A 16	N 16	ALBAZANERES	971 881 535	C/ CALVA
A 17	N 17	ALBAZANERES	971 881 535	C/ CALVA
A 18	N 18	ALBAZANERES	971 881 535	C/ CALVA
A 19	N 19	ALBAZANERES	971 881 535	C/ CALVA
A 20	N 20	ALBAZANERES	971 881 535	C/ CALVA
A 21	N 21	ALBAZANERES	971 881 535	C/ CALVA
A 22	N 22	ALBAZANERES	971 881 535	C/ CALVA
A 23	N 23	ALBAZANERES	971 881 535	C/ CALVA
A 24	N 24	ALBAZANERES	971 881 535	C/ CALVA
A 25	N 25	ALBAZANERES	971 881 535	C/ CALVA
A 26	N 26	ALBAZANERES	971 881 535	C/ CALVA
A 27	N 27	ALBAZANERES	971 881 535	C/ CALVA
A 28	N 28	ALBAZANERES	971 881 535	C/ CALVA
A 29	N 29	ALBAZANERES	971 881 535	C/ CALVA
A 30	N 30	ALBAZANERES	971 881 535	C/ CALVA
A 31	N 31	ALBAZANERES	971 881 535	C/ CALVA
A 32	N 32	ALBAZANERES	971 881 535	C/ CALVA
A 33	N 33	ALBAZANERES	971 881 535	C/ CALVA
A 34	N 34	ALBAZANERES	971 881 535	C/ CALVA
A 35	N 35	ALBAZANERES	971 881 535	C/ CALVA
A 36	N 36	ALBAZANERES	971 881 535	C/ CALVA
A 37	N 37	ALBAZANERES	971 881 535	C/ CALVA
A 38	N 38	ALBAZANERES	971 881 535	C/ CALVA
A 39	N 39	ALBAZANERES	971 881 535	C/ CALVA
A 40	N 40	ALBAZANERES	971 881 535	C/ CALVA
A 41	N 41	ALBAZANERES	971 881 535	C/ CALVA
A 42	N 42	ALBAZANERES	971 881 535	C/ CALVA
A 43	N 43	ALBAZANERES	971 881 535	C/ CALVA
A 44	N 44	ALBAZANERES	971 881 535	C/ CALVA
A 45	N 45	ALBAZANERES	971 881 535	C/ CALVA
A 46	N 46	ALBAZANERES	971 881 535	C/ CALVA
A 47	N 47	ALBAZANERES	971 881 535	C/ CALVA
A 48	N 48	ALBAZANERES	971 881 535	C/ CALVA
A 49	N 49	ALBAZANERES	971 881 535	C/ CALVA
A 50	N 50	ALBAZANERES	971 881 535	C/ CALVA

Tabletes d'interès

Ítem	Descripció	Tel.	Adreça
112	Santa Ponga Peguera	971 881 556	C/ CALVA
113	Santa Ponga Calvià	971 881 525	C/ CALVA
114	Santa Ponga Peguera	971 881 556	C/ CALVA
115	Santa Ponga Peguera	971 881 556	C/ CALVA
116	Santa Ponga Peguera	971 881 556	C/ CALVA
117	Santa Ponga Peguera	971 881 556	C/ CALVA
118	Santa Ponga Peguera	971 881 556	C/ CALVA
119	Santa Ponga Peguera	971 881 556	C/ CALVA
120	Santa Ponga Peguera	971 881 556	C/ CALVA

Índex de Carrers

AJUNTAMENT DE CALVIÀ MALLORCA

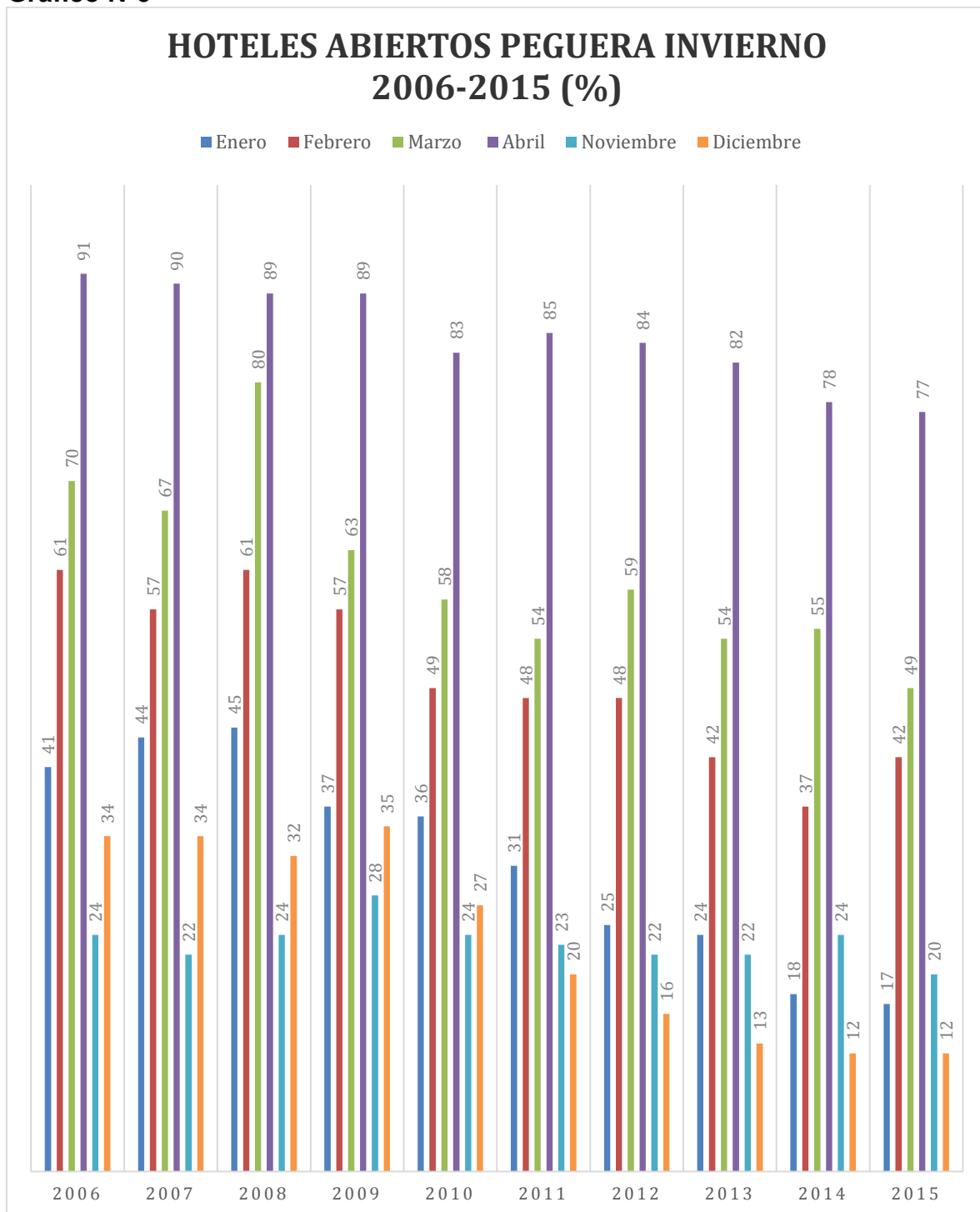
DEPARTAMENT D'EDIFICIS

C/ de Juli Perera Sants, Junta 1
 07194 CALVIÀ (MALLORCA)
 Tel. (+34) 971 153 150
 Fax. (+34) 971 153 100
 e-mail: ajuntament@calvia.es
 www.calvia.es

Fuente: Ayuntamiento de Calvià

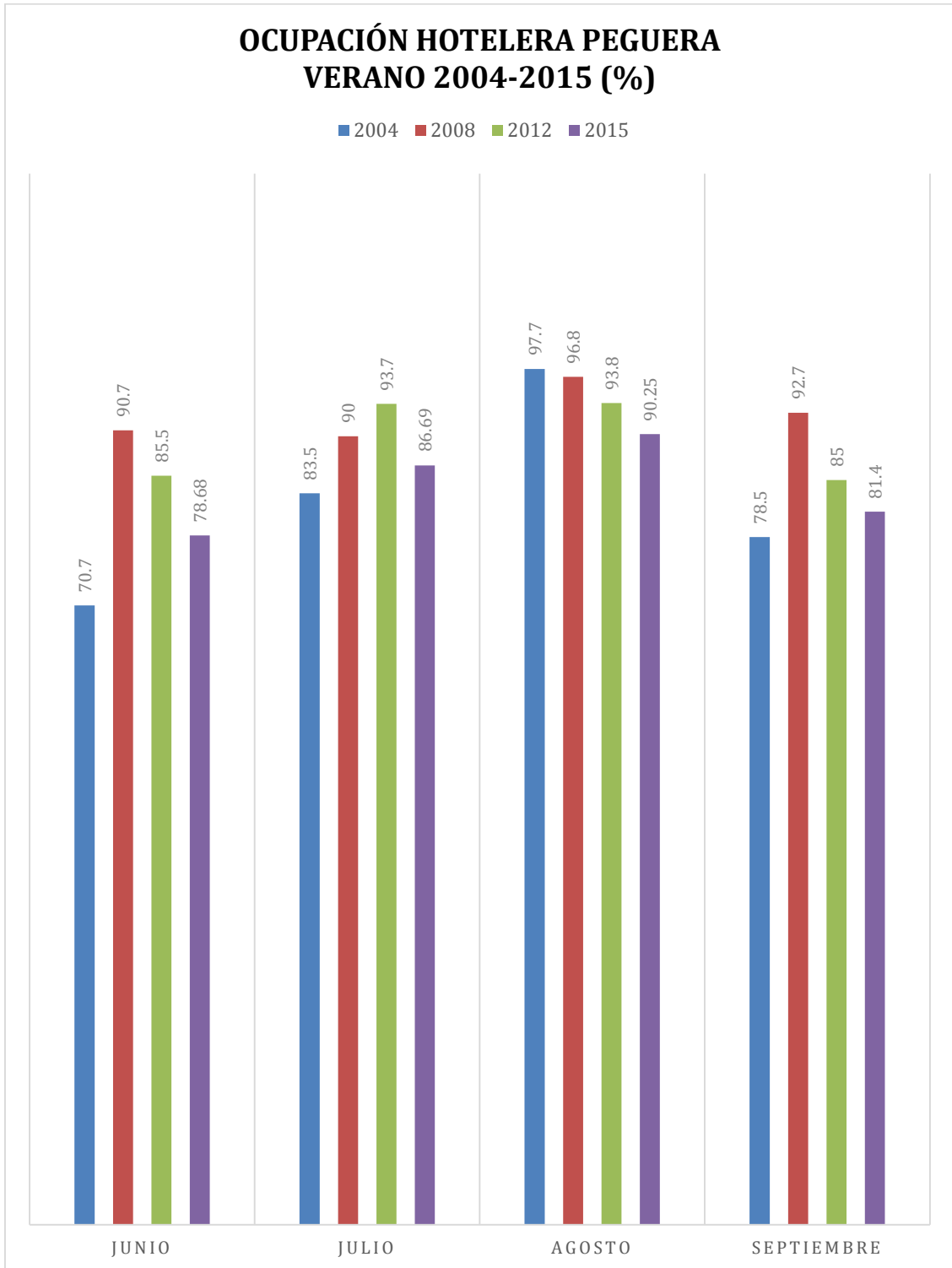
36

Gráfico N°3



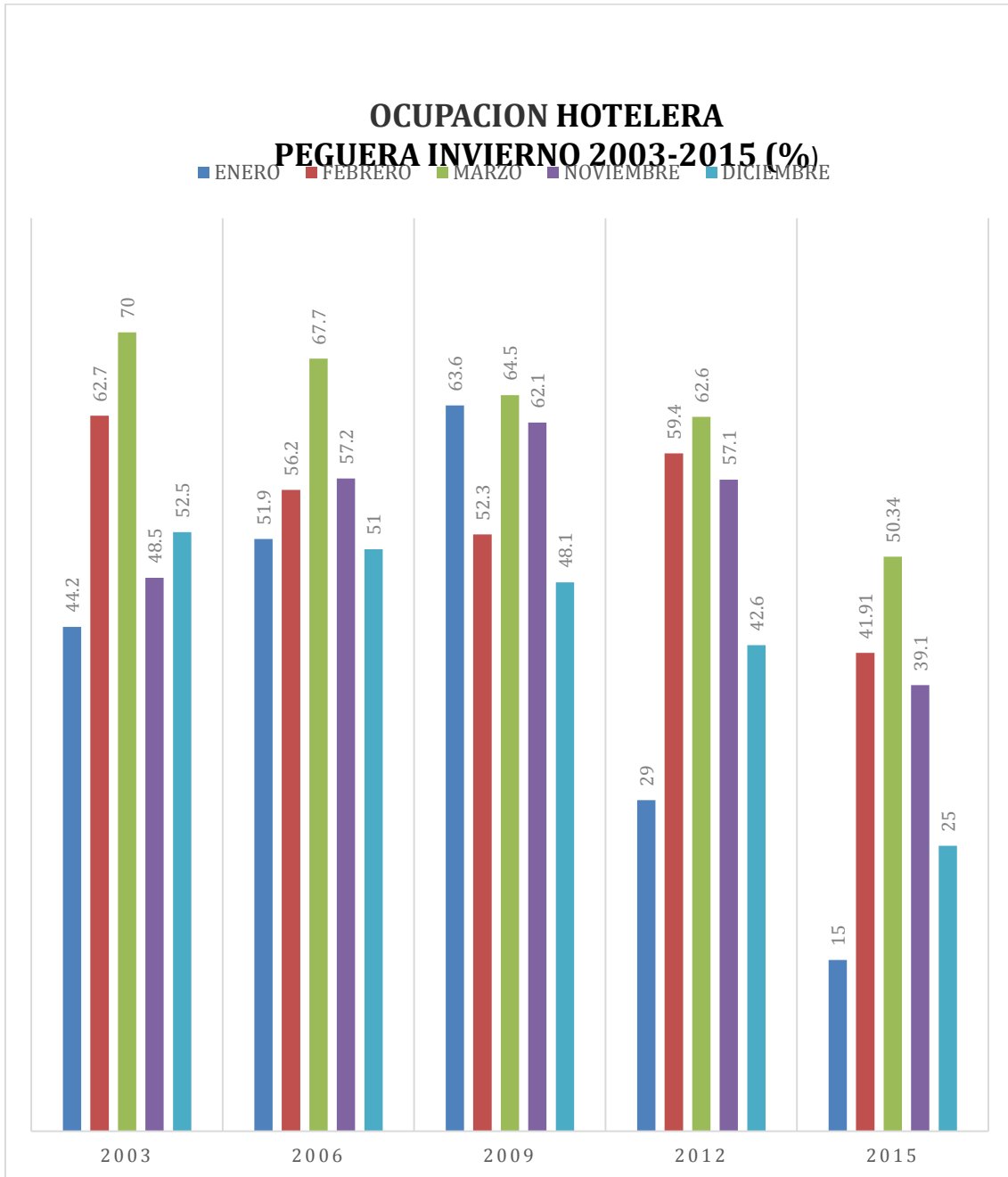
Fuente: Asociación hotelera Peguera-Cala Fornells y Toni Munar

Gráfico N° 4



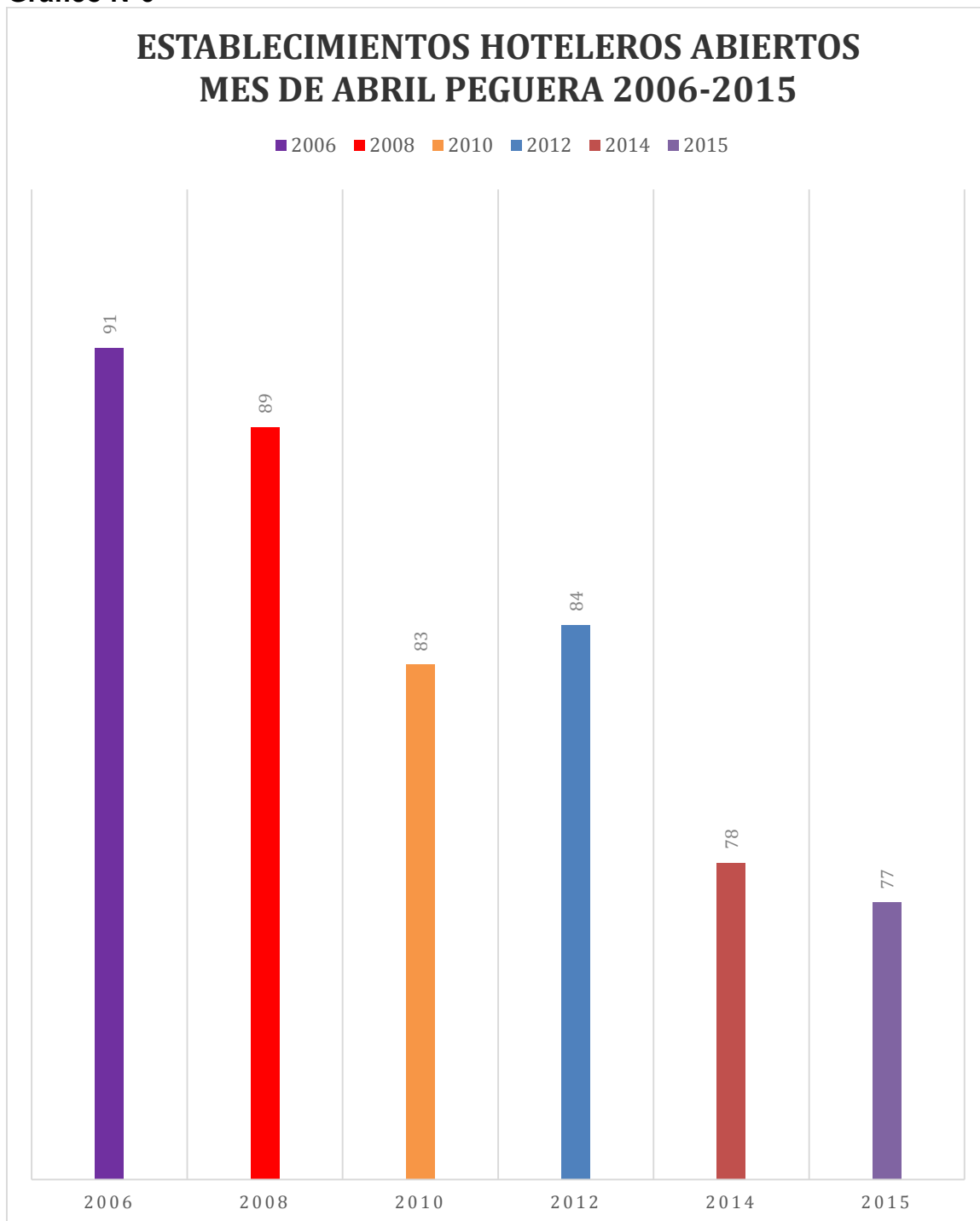
Fuente: Asociación hotelera Paguera-Cala Fornells y Toni Munar

Gráfico Nº 5



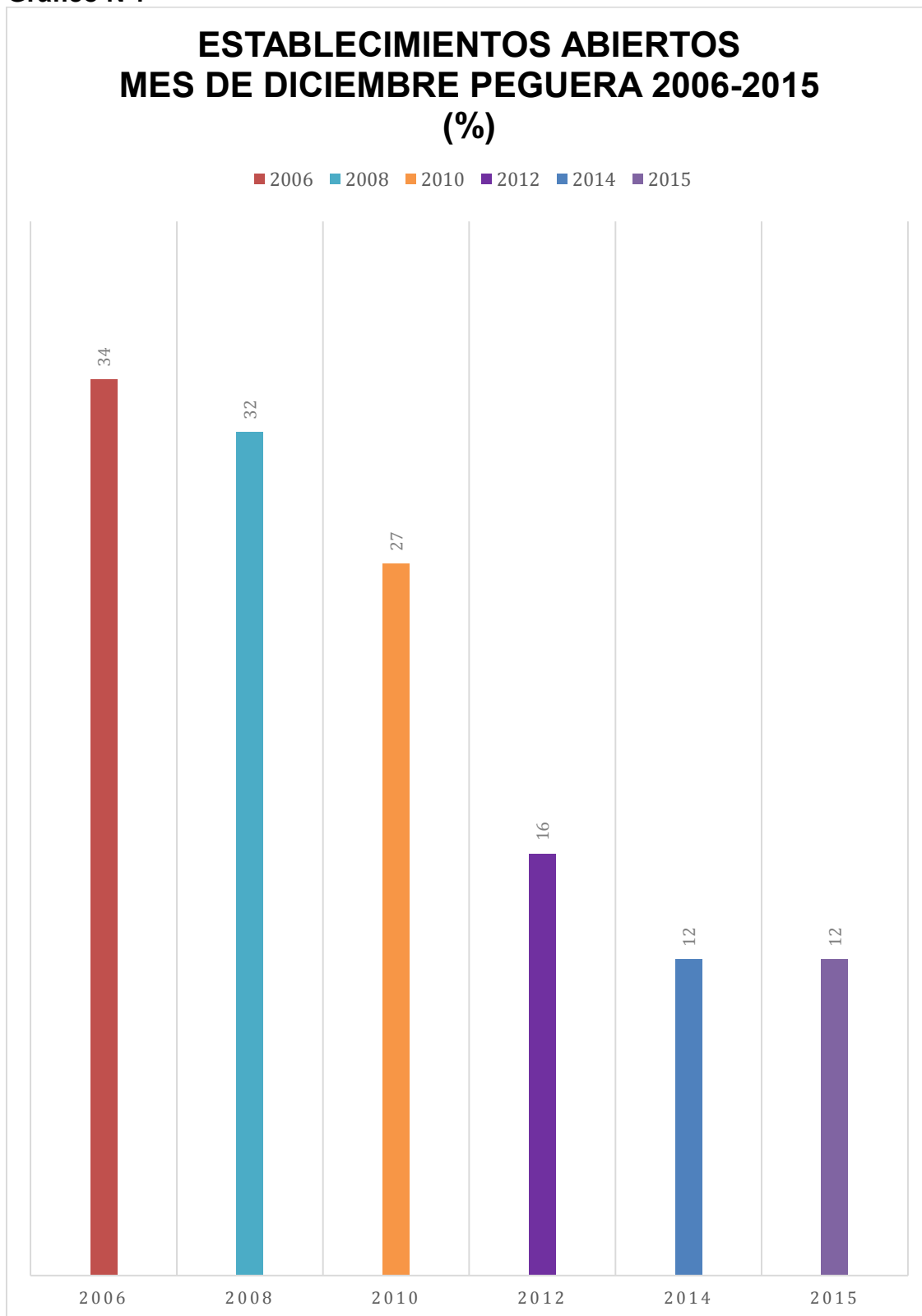
Fuente: *Institut d'Estadística de les Illes Balears* y Toni Munar

Gráfico N°6



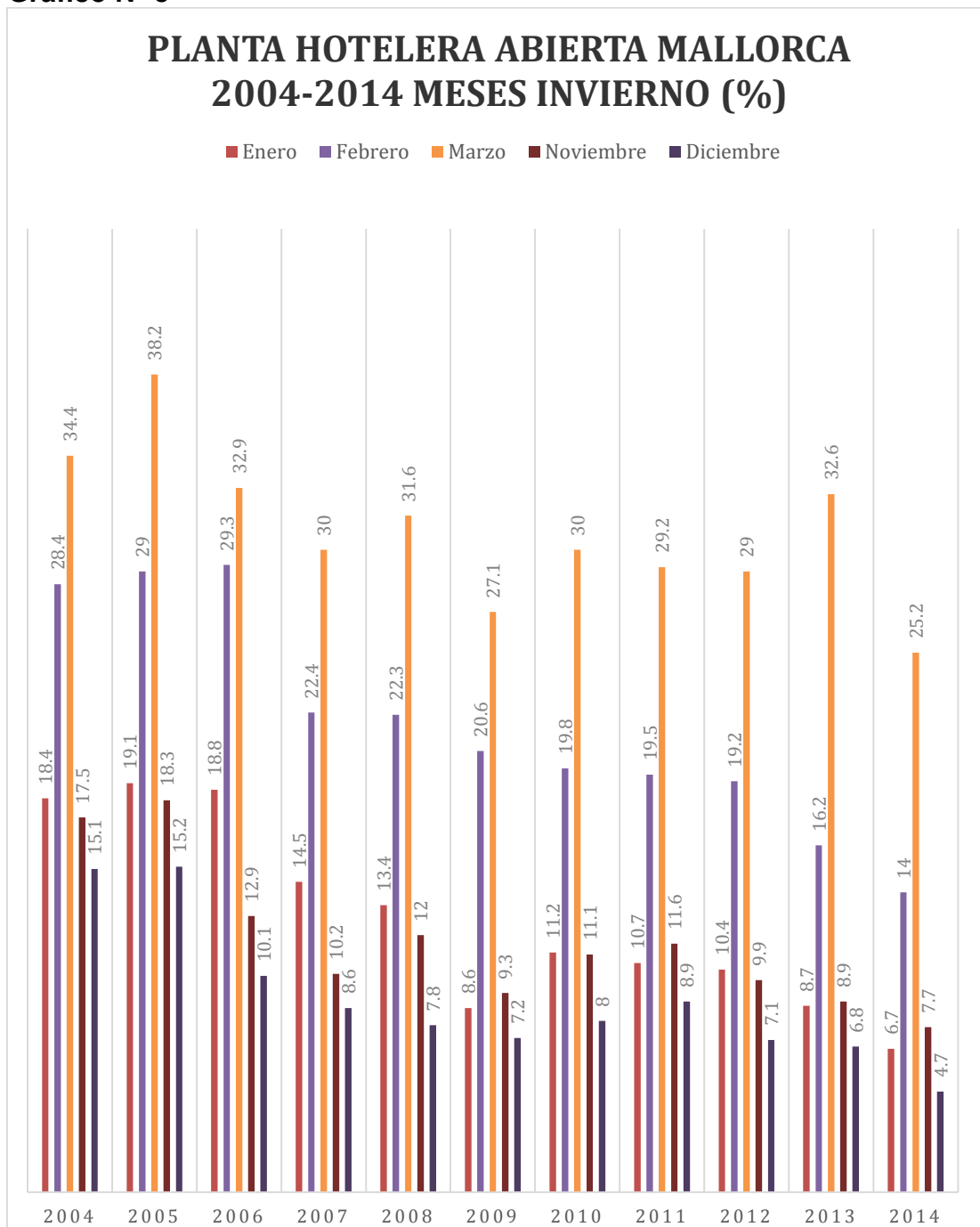
Fuente: *Asociación hotelera Paguera – Cala Fornells y Toni Munar*

Gráfico N°7



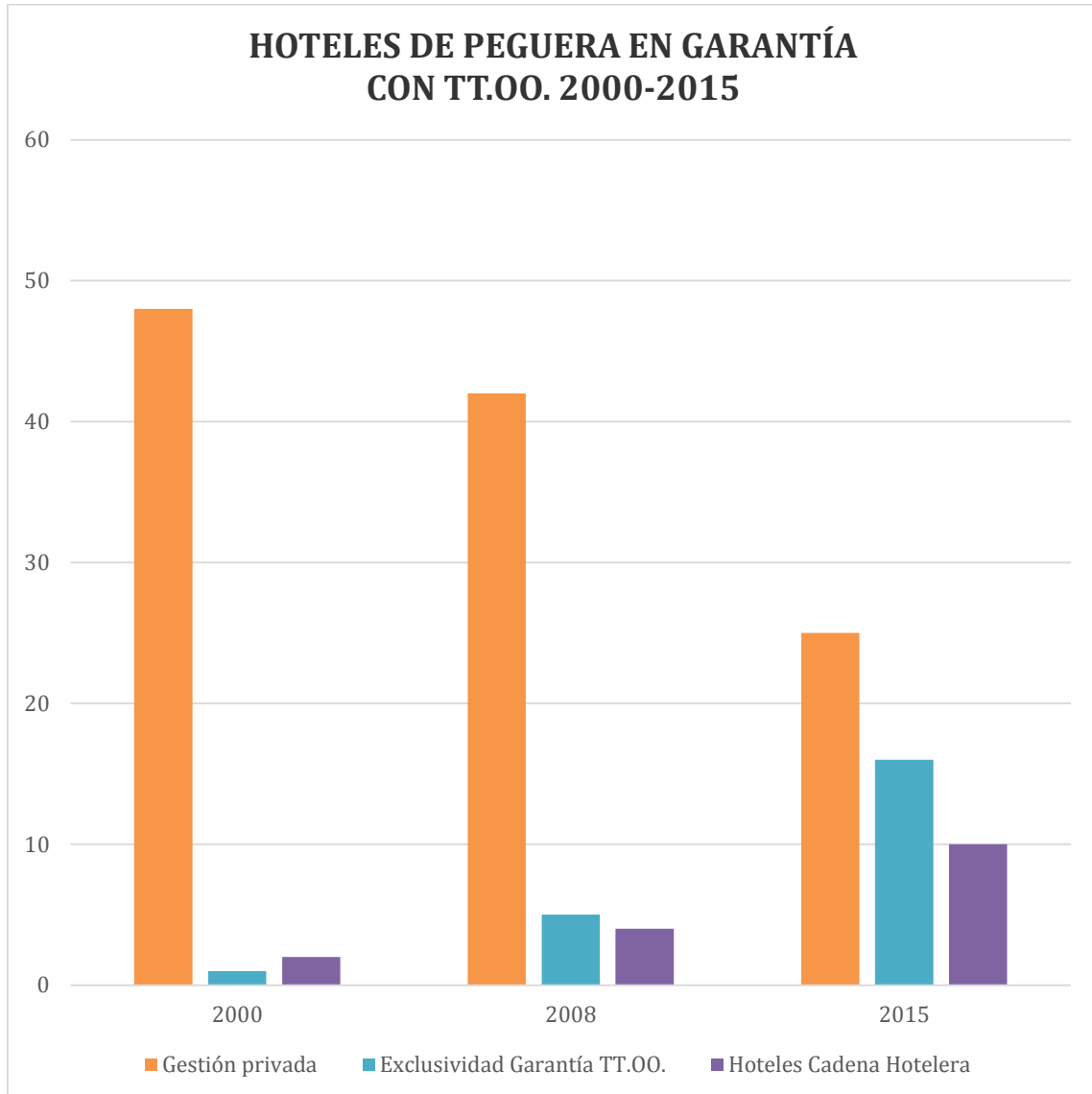
Fuente: *Asociación hotelera Peguera – Cala Fornells y Toni Munar.*

Gráfico Nº 8



Fuente: Institut d'Estadística Illes Balears y Toni Munar

Gráfico N° 9



Fuente: Toni Munar

ANEXO I – PLANTILLA DE ENTREVISTA

Entrevista realizada a X del hotel X

Breve introducción de la categoría, plazas y situación que dispone el hotel.

1. ¿Cuántos años lleva en el mundo de la hostelería y del turismo?
2. Peguera sufre estacionalidad, pero ¿Qué es lo que la origina?
3. A los hoteleros (propietarios) y sus empleados, ¿Les viene bien un parón?
 - 3.1 ¿Cuántos meses son para usted los necesarios?
4. ¿Y a Peguera como estación turística? (comunidad local y el paisaje natural)
5. ¿Qué tipo de clientela se hospedaba hace 15-20 años en los hoteles que permanecían abiertos durante todo el año? ¿Qué actividades realizaban? ¿Para qué venían?
6. Durante estos últimos años se está intentando alargar la temporada turística con el deporte, sobretodo triatlón y ciclismo. ¿Está dando sus frutos, o realmente es una clientela de estancias muy cortas, lo cual no compensa? (Challenge, ITF Tennis, K42,...)
 - 6.1 Entonces, ¿Qué estrategias le parece que se deberían o podrían llevar a cabo?
7. ¿En qué medida las administraciones públicas están ayudando para poder alargar la temporada turística? Realmente ¿están interesadas?
 - 7.1 ¿Cuáles han sido sus intervenciones que usted sepa o haya notado?
 - 7.2 ¿Qué políticas cree que deberían llevar a cabo?
8. ¿Cuáles son los últimos cambios o mejoras realizados por el hotel (en cuanto a instalaciones, contratos con tour-operadores especializados en un determinado nicho de mercado,...) en busca de la *desestacionalización*?
 - 8.1 ¿Durante qué meses realiza esas mejoras?
9. Hace más de 40 años que se habla de la estacionalidad. ¿Por qué cree que hasta hace muy poco no se han puesto en marcha para solucionar esta alarmante situación?

10. Los contratos de los empleados ¿Han cambiado a medida que han pasado los años y la temporada se ha ido acortando? (Antes fijos, ahora discontinuos...)
11. ¿Y el tipo de turista, ha cambiado?
12. ¿Cuál cree que es para usted la imagen que tiene un turista que viene en verano sobre Peguera?
 - 12.1 ¿Y la del turista que viene en invierno?
13. ¿Cree que existen otras alternativas por las que se podrían apostar para conseguir alargar la temporada? (Referido a alargar la temporada el 80-90 % de hoteles, no un 10% del total).
 - 13.1 ¿Cuántos son para usted los meses deseables para tener abierto?
14. Que una mayoría de hoteles estén trabajando en garantía con TTOO o que estén gestionados exclusivamente por los grandes operadores turísticos mundiales, ¿Afecta a la estacionalidad? ¿Busca lo mismo un hotelero local que un extranjero como Neckermans o Alltours?
15. Estos últimos, ¿miran más la calidad a largo plazo o la cantidad a corto plazo?