



**Universitat de les
Illes Balears**

Facultat d'Economia i Empresa

Memòria del Treball de Fi de Grau

El lloguer vacacional a habitatges particulars. Estudi d'un cas particular: el Port de Sóller.

Joan Bisbal Mayol

Grau de Administració d'Empreses

Any acadèmic 2016-17

DNI de l'alumne: 43141808H

Treball tutelat per Joan Baptista Garau Vadell
Departament d'Economia i empresa

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
X		

Paraules clau del treball:

Lloguer vacacional, turisme, airbnb, pisos turístics, habitatges particulars, Illes Balears...

Índex

Resum.....	4
Abstract.....	4
1. Introducció.....	5
1.1 Motivació	5
1.2 Objectius	6
1.2.1 Objectius principals.....	6
1.2.2 Objectius secundaris.....	6
1.3. Metodologia.....	7
1.4 Limitacions.....	9
2. Evolució del turisme a les Illes Balears.....	9
3. Causes de l'augment exponencial del lloguer vacacional a vivendes particulars.....	15
4. Conseqüències de l'augment exponencial del lloguer vacacional a vivendes particulars.....	18
5. Estudi del cas: perfil del turista que visita el Port de Sóller	22
5.1. Comparació del perfil de turista allotjat a habitatges particulars amb perfil de turista allotjat a hotels o similars.....	24
6. Conclusions.....	35
7. Bibliografia.....	38
8. Linkografia.....	39
9. Annexes.....	40
9.1 Qüestionari pilot I.....	40
9.2 Qüestionari definitiu.....	42
9.3 Entrevista a Ivan Murray.....	44

Índex de gràfics i taules

Gràfic 1: Turistes a Mallorca i a les Illes Balears 1945-2015.....	13
Gràfic 2: A on s'allotgen els turistes del Port de Sóller?.....	22
Gràfic 3: És la primera vegada que visiten Mallorca?.....	23

Gràfic 4: Turistes segons país de procedència.....	24
Gràfic 5: Per què no han escollit allotjar-se a un hotel?.....	25
Gràfic 6: Que paguen per persona i dia per l'allotjament?.....	25
Gràfic 7: Què inclou el preu de l'allotjament?.....	26
Gràfic 8: Qui els acompanya al seu viatge?.....	27
Gràfic 9: Quants de dies estan a Mallorca els turistes del Port de Sóller segons on estan allotjats.....	28
Gràfic 10: Quantes hores al dia passen els turistes dins el seu allotjament?.....	28
Gràfic 11: Que és el que més valoren els turistes a l'hora d'escollir allotjament?.....	29
Gràfic 12: Quantes vegades han visitat Mallorca segons tipus d'allotjament.....	30
Gràfic 13: Amb quin temps d'antelació fan la reserva?.....	30
Gràfic 14: Com fan la reserva?.....	32
Gràfic 15: Grup d'edat.....	33
Gràfic 16: Salari mensual.....	34
Taula 1: Quants de dies estan a Mallorca el turistes del Port de Sóller?.....	23
Taula 2: Com fan la reserva?.....	24
Taula 3: Quin és el motiu principal per el qual passen les vacances a Mallorca?.....	26
Taula 4: Quin tipus de mitjà de transport utilitzen?.....	31
Taula 5: Què gasten els turistes per dia i per persona fora de l'allotjament?.....	32

El lloguer vacacional a habitatges particulars. Estudi d'un cas particular: el Port de Sóller.

RESUM.

Des de l'any 2008 el turisme arreu del món està vivint un dels canvis més radicals de la seva història. Les tecnologies de la informació i la comunicació han permès l'aparició de canals de distribució p2p (peer to peer) com per exemple Airbnb, que entre d'altres coses, han ofert la possibilitat de viatjar a molts individus que sense aquest tipus de plataforma online probablement no ho farien.

Les Illes no s'han vist excloses d'aquest fenomen tot i dependre en gran mesura de la indústria hotelera i el present treball pretén fer un anàlisi del lloguer vacacional a habitatges particulars a les Illes Balears.

Es farà un repàs de l'evolució del turisme a les Balears per entendre d'una millor manera el moment actual, per passar a analitzar les causes i les conseqüències des de diferents punts de vista de l'augment exponencial del lloguer vacacional. Per arribar a un dels objectius principals d'aquesta investigació, es durà a terme un anàlisi del perfil de turista allotjat a habitatges particulars del Port de Sóller, per poder-lo comparar amb el perfil de turista hotelier.

Per finalitzar, es duran a terme unes conclusions basades en els resultats i informació obtinguda durant el treball d'investigació.

ABSTRACT.

Since 2008 tourism around the world has experienced one of the most radical changes in its history. Information and communication technologies (ICTs) have allowed the emergence of distribution channels p2p (peer to peer) such as Airbnb that, among other things, offered new travelling opportunities for potential customers.

Balearic Islands have not been excluded from this phenomenon despite relying heavily in the hotel's industry. This thesis will therefore tackle the phenomenon of holiday's homes to rent.

This paper will review the development of tourism in the Balearic Islands in order to understand the current situation of the tourism market and then, causes and consequences of the exponential increase in vacation rentals will be examined from different points of view.

To reach one of the main objectives of this research, an analysis of the profile of tourists stayed in private homes will be done in Port de Sóller, in order to compare it with the profile of the tourists that stayed in hotels, also of this town in northern of Mallorca.

Finally, the paper will lead to conclusions supported by the results of the research conducted throughout the research process.

1. Introducció

És la intenció del treball analitzar un dels fenòmens que han portat més polèmica en la història recent del turisme a les Illes Balears, i és el lloguer vacacional a vivendes particulars. Un turisme que, tot i els esforços per part del Govern de les Illes Balears per controlar-lo, sembla que no té límits. Primer de tot, cal saber què s'entén per turisme. Bennàssar el defineix així: “Es la ocupación, actividad o uso del tiempo libre que conlleva el alejamiento temporal de la residencia habitual para recrearse física y psíquicamente, para divertirse de las ocupaciones habituales, para conocer nuevas gentes y países nuevos, descansar y hacer salud”. (Bennàssar, 2001, p. 74)

Per poder entendre la situació que actualment viu el turisme a les Illes Balears, i, concretament, l'origen del lloguer vacacional a vivendes particulars, cal fer un breu repàs de la història del turisme a les illes, per observar quina ha estat l'evolució i els punts clau que ens han portat al moment actual del turisme a les Illes Balears. Per tots és sabut que al llarg del segle XX i XXI, el turisme ha anat evolucionant des d'una activitat considerada luxosa, exclusivament per a rics, a ser un dels fenòmens socioeconòmics més importants de la societat actual que no exclou a cap sector o classe social. Això ha estat gràcies, entre moltes altres causes, que es desenvoluparan al llarg del treball, l'aparició de les companyies aèries de baix cost i les tecnologies de la informació i la comunicació. Aquestes, han permès reduir notablement els costos i assignar els recursos més eficientment.

Com diu Klynhout (2006) la indústria del turisme s'ha consolidat com la principal font d'ingressos de molts països arreu del món i com la indústria que més ràpidament ha crescut els darrers anys en termes d'ingressos de divises i de creació de llocs de treball. Klynhout explica que el turisme internacional és el major generador d'exportacions del món, i és un dels motius principals per el qual es solen fer grans inversions en infraestructures que solen millorar la qualitat de vida de les poblacions locals. Per altra banda, el turisme ajuda a frenar l'emigració de la població de zones rurals a ciutats cada vegada més poblades.

1.1 Motivació

Al llarg dels anys que ha durat el meu grau, me n'he adonat que el que m'interessava especialment era el funcionament de l'economia peculiar de les Illes Balears, caracteritzada sobretot pel sector que sosté a la majoria dels illencs, el turisme.

També he pogut observar com molta gent del meu voltant (família, amics, coneguts), han vist en l'augment exponencial del turisme una bona oportunitat per prosperar econòmicament i deixar enrere la crisi econòmica, destinant la seva pròpia casa, o bé segona residència, al lloguer vacacional.

Fruit del “boom” d'aquest nínxol de mercat, ha sorgit una gran polèmica que enfronta al “lobby” hotelier amb els milers de propietaris que volen obtenir la major plusvàlua possible del seu habitatge.

Així doncs, aquests dos fets són els ingredients principals que m'han portat a triar el tema d'aquest treball. Penso que és una bona oportunitat per investigar sobre el tema i veure de primera mà quina és la situació real del lloguer vacacional a

vivendes particulars.

1.2 Objectius

1.2.1. Objectius principals

Aquest treball de fi de grau constarà de dos objectius principals. El primer: demostrar per què s'ha incrementat tant el lloguer vacacional a vivendes particulars i quines són les conseqüències d'aquest augment. El segon: analitzar quin és el perfil del turista que s'allotja a vivendes particulars al Port de Sóller per poder-lo comparar amb el tipus de turista que decideix anar a altres tipus d'allotjaments. Concretament es centrarà l'atenció en el perfil del client d'hotel per tal de descobrir si es tracta de dos tipus de perfils o bé si els hotels i els particulars lluiten per un mateix perfil de turista.

1.2.2. Objectius secundaris

Els objectius secundaris d'aquest treball són: analitzar l'impacte del turista de lloguer vacacional a Mallorca sobre diferents àmbits i sectors com l'impacte sobre l'ecosistema, sobre els comerciants i residents de l'illa de Mallorca, etc... I per altra banda, analitzar quins són els canals de comercialització que utilitza aquest tipus de turista i si les TIC (tecnologies de la informació i la comunicació) han influït amb el creixement d'aquest tipus de turisme.

Arrel de la meva investigació i mitjançant aquests objectius espero trobar el perfil del turista allotjat a habitatges particulars, el qual serà un turista que valora especialment per damunt de tot la privacitat i la llibertat de sentir-se "com a ca seva". També, espero trobar un tipus de turista que vol poder viatjar i conèixer nous països o ciutats a un cost més econòmic que el que suposaria allotjar-se a un hotel.

Per altra banda, espero descobrir que els motius principals de l'augment exponencial del lloguer de vivendes particulars tant a Mallorca com a la resta d'Espanya han estat, entre d'altres, la primavera àrab i les tensions bèl·liques que han suposat una percepció de falta de seguretat a països com Turquia, Egipte i altres competidors del turisme de sol i platja que majoritàriament tenim al mediterrani. També espero descobrir que el fort increment del lloguer vacacional s'ha degut a l'aparició de les tecnologies de la informació i la comunicació, que han permès a l'usuari tenir més llibertat a l'hora de triar entre diferents opcions d'allotjament, han suprimit intermediaris o han tornat molt més econòmics a causa de la competència, cosa que ha reduït en certa mesura els costos del turista.

Espero demostrar que aquest increment també es degut a que la indústria del turisme segueix creixent a tot el món, consolidant-se com una font important de riquesa per a tots els països. Cada vegada més, es té una concepció diferent del turisme. Ja no és vist com un luxe sinó que està a l'abast de quasi tothom, gràcies, entre d'altres, a l'aparició tant de companyies aèries de baix cost, com noves plataformes online i canals de distribució. Ha ajudat també el màrqueting que s'ha anat fent de certes zones o països.

1.3 Metodologia

Per aconseguir els objectius que m'he proposat, faré una revisió de la literatura més recent, però sobretot hauré de recórrer a notícies i articles d'opinió, ja que el tema a tractar es molt recent. Es durà a terme una entrevista amb el doctor en geografia per la UIB, Ivan Murray per obtenir el màxim punts de vista sobre l'impacte que està exercint el turista allotjat a vivendes particulars sobre les Illes Balears.

És important assenyalar que quan durant aquest treball es faci referència a lloguer vacacional a vivendes particulars, no es diferenciarà entre totes les modalitats de vivendes particulars per tal de facilitar l'estudi i englobar dins un mateix concepte el nou model de turisme que està donant lloc a importants debats dins tots els àmbits de la societat.

Qüestionari

Per altra banda, una part important del meu treball consistirà en obtenir fonts d'informació primària quantitativa i per això duré a terme una sèrie d'enquestes a peu de carrer per analitzar el perfil del turista allotjat a vivendes particulars. Per dur a terme les enquestes el que s'ha fet en primer lloc és un pilotatge de 30 enquestes per observar si hi havia errors en la formulació de les preguntes i per obtenir el màxim d'opcions de resposta per part dels turistes.

Al finalitzar el primer pilotatge, s'han pogut observar bastants errors en quan a la formulació de les preguntes, i sobretot en l'ordre amb que es presentava l'enquesta. Les preguntes classificatòries s'han passat al final del qüestionari, s'han afegit opcions de resposta, i s'han eliminat certes preguntes.

Un dels objectius principals del primer pilotatge era obtenir a través d'una pregunta oberta els motius principals pels quals els turistes allotjats a vivendes particulars no triaven allotjar-se un hotel. Una vegada recopilades les 30 enquestes, es farà la mateixa pregunta al qüestionari final però la pregunta ja serà mixta de resposta múltiple, deixant un espai per les possibles respostes no contemplades, que a l'hora d'analitzar les enquestes amb el software Dyane, es tindran en compte.

En quan a la llibertat de resposta de les preguntes formulades, 9 de les 19 preguntes del qüestionari final són preguntes mixtes de resposta múltiple, amb l'objectiu principal d'obtenir una màxima varietat de respostes i donar certa llibertat a l'enquestat. També s'ha fet una pregunta tancada de resposta múltiple, la número 5, ja que els motius per els quals els turistes passen les vacances al Port de Sóller poder ser múltiples.

Segons el tipus d'informació obtinguda, el qüestionari consta de dues preguntes filtre, concretament les preguntes 9 i 10, que segons Vich (2015), "serveixen per ratificar la coherència de les respostes obtingudes". Com es pot observar, la pregunta 4 demana als turistes allotjats a vivendes particulars per què no han elegit allotjar-se a un hotel. Si un turista contestés l'opció 2 (un hotel és més car) no tindria sentit que a les preguntes 9 i 10 on es demana el que més es valora a l'hora de triar allotjament, aquest turista en concret no seleccionés com a primera o segona opció, que l'allotjament sigui econòmic. D'aquí el motiu d'aquestes dues preguntes.

Quan es va fer el primer pilotatge es va veure que hi havia certes preguntes que no es podien respondre per part dels turistes allotjats a habitatges en propietat o bé allotjats a pisos i apartaments d'amics o familiars. Concretament, no té sentit que aquests individus responguin les preguntes 2, 3, 4, 9, 10, 13 i 15 del qüestionari definitiu.

Mètode d'entrevista

Les enquestes s'han dut a terme mitjançant la tècnica quantitativa Ad-hoc, que segons Vich (2015) "és la més bàsica i més habitual de les formes d'aconseguir informació quantitativa primària".

Seguint aquesta tècnica, la totalitat de les enquestes han estat personals, en les quals hi ha hagut un contacte directe entre l'entrevistador i l'entrevistat, ja que ni l'enquesta postal o telefònica em servien per assolir els meus objectius. Aquestes enquestes s'han fet als carrers més concorreguts del Port de Sóller on la presència de turistes era elevada.

Els principals avantatges que m'ha proporcionat aquest tipus d'enquesta han estat:

- Elevat percentatge de respostes. S'ha d'aclarir que aquest elevat percentatge de respostes era de la gent asseguda, no tant elevat ha estat el percentatge de respostes de gent que caminava o estava dreta.
- No s'ha permès la influència de terceres persones en el qüestionari.
- Capacitat per recolzar a l'entrevistat en cas de dubte.
- Capacitat per comprovar si l'enquestat responia aleatòriament o no, eliminant així les enquestes que es feien ràpida i aleatòriament.
- S'ha pogut remarcar a l'entrevistat que la pregunta "monthly income level" era totalment anònima, i que en cas de sentir-se incòmodes al respondre aquesta pregunta, tenien una resposta que indica clarament "No answer".

Entre els inconvenients es podrien remarcar els següents:

- Els entrevistats mostraven una certa reticència a respondre, ja que es podrien pensar fàcilment, degut a la zona turística on es trobaven, que estava venent un producte o servei, o bé que interrompia el seu moment de calma. Això s'ha solucionat explicant de forma molt ràpida que el que estava fent era analitzar el perfil del turista per el meu treball de fi de grau, i que agrairia molt la seva ajuda.
- Elevat percentatge de rebuig per part de la gent d'avançada edat. Per aquest motiu, només es va introduir un grup d'edat a partir dels seixanta anys.
- Ha suposat una gran quantitat de temps. Cada enquesta suposava uns 4 minuts, sumats als minuts de trobar a una persona disposada a fer una enquesta, el nombre d'enquestes per hora mai superava les 8. El que ha suposat una càrrega de 16 hores aproximadament.

Mètode de mostreig

El mostreig de conveniència ha estat l'elegit per dur a terme l'estudi del perfil de turista allotjat a vivendes particulars i poder-lo comparar amb el perfil de turista que s'allotja a hotels. És un mètode de mostreig on la selecció dels components de la mostra és subjectiva, depèn de l'investigador (Vich, 2015).

S'ha triat aquest mètode perquè redueix notablement el cost del mostreig i de la presa d'informació (Vich, 2015).

Mida mostral

La mesura mostral que es pretenia a l'inici del treball eren 125, finalment s'han realitzat 126 enquestes. Aquestes s'han realitzat de forma aleatòria tot i que mostrant preferència per les persones que estaven assegudes i relaxades, ja que s'ha comprovat que les persones que estaven caminant o dretes estaven poc o gens disposades a realitzar una enquesta. Si l'enquesta la realitzaven dues o més persones alhora, s'advertia que no estava permès influir en les respostes de l'altra persona.

Temporalització i localització de les enquestes

Les enquestes s'han realitzat entre el 21 d'abril i 1 de maig de 2017 a un únic indret geogràfic, el Port de Sóller, amb l'objectiu d'aconseguir un estudi fidedigne i uns resultats precisos d'una zona en concret.

Software d'anàlisis empleat

El software que s'ha utilitzat per analitzar les enquestes ha estat el programa informàtic "Dyane versió 4".

1.4 Limitacions

Una de les primeres limitacions de l'estudi realitzat sobre el perfil del turista allotjat a vivendes particulars al Port de Sóller és el nombre d'enquestes realitzades. Al haver-ne fet 126, s'haurà de tenir en compte a l'hora de treure conclusions al respecte. En segon lloc, una altra limitació és la falta de literatura recent sobre el lloguer vacacional a vivendes particulars. És un fenomen molt actual i a data de març de 2017 la immensa majoria de llibres sobre la història o evolució del turisme arriben fins l'any 2005, i en casos excepcionals fins el 2009, data en la qual encara no era molt habitual per part dels mallorquins o illencs destinar el teu propi habitatge o bé una segona residència al lloguer vacacional.

2. Evolució del turisme a les Illes Balears

Tal com assenyala Barceló i Pons (2000), les Illes començaven el segle XX recuperant-se d'una crisi econòmica que afectava a tot l'Estat espanyol. Davant aquesta situació, els empresaris i polítics mostraran una interès per fomentar la recuperació econòmica. És aquí on sorgeix la figura d'Enric Alzamora, president de la Cambra de Comerç entre 1903 i 1906.

El president Alzamora va anuncià el 1905 en una conferència a la Cambra de Comerç, la creació de la "Sociedad del Fomento del Turismo de Mallorca" que com bé diu el nom, la seva finalitat principal seria donar a conèixer els atractius turístics de l'Illa de Mallorca, tant als ciutadans mallorquins com a la resta del món. Les persones encarregades de dirigir aquesta nova societat no estaven vinculades al negoci turístic sinó que eren persones amb un especial estima per l'illa de Mallorca, tal i com explica Barceló (2000). Segons Barceló (2000) les primeres empreses que es dedicaven a organitzar viatges, avui conegudes com

agències de viatges, es varen crear l'any 1912, i el primer lloguer de cotxes, anomenat "Garage Balear", dirigit per Miquel Bestard, es va obrir el 1907.

A partir de la societat creada per Enric Alzamora, junt amb la iniciativa privada que veia en el turisme una important oportunitat de negoci, la imatge turística de Mallorca va començar a consolidar-se. Aquest procés es va veure interromput per la Primera Guerra Mundial que va comprendre des de l'any 1914 fins el 1918. (Barceló, 2000)

La primera època del turisme 1920-1936

A partir dels anys 30, ja s'observava certa preocupació al voltant del turisme, degut a que ja s'estava convertint en el motor econòmic de l'Illa de Mallorca. Així es pot comprovar a l'article publicat per Antoni Parietti Coll a la revista "La Nostra Terra" que duia per títol: "Turisme. El problema més gran i més urgent per Mallorca" on ja es parlava de turistes en forma de nombres i estadístiques. (Barceló, 2000)

El nombre de turistes allotjats a hotels durant l'any 1930 varen ser 20.168, que pràcticament es doblaren al cap de 5 anys. (Barceló, 2000)

Tot i les xifres, que feien intuir que el turisme s'anava a convertir amb una font d'ingressos molt important per a tots els mallorquins, el sector econòmic més important durant els anys trenta encara era el sector primari. Els mallorquins vivien principalment de l'agricultura i la pesca. Així ho demostra Barceló (2000) quan assenyala que els ingressos produïts pel turisme l'any 1933 varen ser 30 milions de pessetes, pels 87 milions de pessetes del sector agrari.

Tot i així, aquesta estructura econòmica va anar canviant progressivament; els actius agraris anaven perdent pes alhora que el sector terciari augmentava espectacularment. El 1960 els actius agraris suposaven el 38.35% del total dels actius, i el 1973 tan sols el 18.9%. Per altra banda el sector terciari passava d'un 31.66% el 1960 al 50.80% el 1973. S'havia transformat la estructura econòmica i social a les Illes Balears. (Barceló, 2000)

Els anys difícils 1936-1951

L'època de creixement turístic es va veure interrompuda per la Guerra Civil a Espanya, i la Segona Guerra Mundial. Durant aquest època varen ser notables les dificultats per obtenir matèries primeres i recursos energètics que, junt a la menor afluència de turistes, provocaren una forta crisi en les activitats turístiques. (Barceló, 2000)

Com explica Miquel Alenyà en una entrevista concedida a IB3 televisió, a l'any 1941, en plena postguerra, es va decidir tancar l'emblemàtic Grand Hotel, que va ser en el seu moment el primer hotel de les Illes inaugurat el 1903 per l'empresari Juan Palmer, i el més luxós de tot l'Estat. El motiu del tancament va ser que no venia cap turista a causa de la Segona Guerra Mundial. Fernández, J. (2016).

Per contrarestar els efectes d'aquesta crisi, el Foment del Turisme va decidir llançar una campanya per atreure el turisme nacional anomenada "Luna de miel en Mallorca". Segons Barceló (2000), l'any 1945 visitaren l'illa de Mallorca 53.134 turistes, dels quals només un 1.3% del total eren estrangers. La campanya va ser exitosa entre els ciutadans espanyols, ja que 6.000 d'aquests turistes eren parelles.

El 1946 foren 61.514 els que visitaren l'illa i el percentatge de turistes estrangers continuava sent minúscul, un 2%. Amb tot, a l'any 1950 el nombre de turistes havia augmentat considerablement; 98.000 turistes arribaren a Mallorca, dels quals 22.000 eren estrangers (un 22% aproximadament), sobretot francesos, com apunta Barceló (2000).

Cal destacar l'augment exponencial que comença a notar el transport aeri durant aquesta dècada, ja que si bé l'any 1943 només mogueren l'1.7% dels passatgers, el 1950 ja significaren el 30.3%. (Barceló, 2000)

El boom del turisme, 1951-1973

A partir del 1951 comença el procés de recuperació econòmica a Europa, i Espanya surt del seu aïllament polític. Aquests dos fets ajudaren a recuperar la demanda turística, que es consolidà amb el Pla d'Estabilització de 1959. El turisme ja començava a créixer exponencialment, i el 1952 el nombre de turistes que visitaren l'illa ja eren 134.490 dels quals ja eren més de la meitat els procedents de fora d'Espanya (53.63%), i el 1959, gairebé el 80% dels 321.000 arribats, eren estrangers. No va ser fins el decenni de 1951 a 1960, etapa en la qual s'inicià una transformació econòmica i social definitiva a Mallorca, a causa del desenvolupament de les activitats turístiques, tal i com assenyala Barceló (2000).

Explica Bardolet (2006) que en acabar la II Guerra Mundial, la gent treballadora d'Europa va començar a tenir vacances pagades, normalment durant l'estiu, tot i que en aquella època Mallorca encara no estava al seu abast per via aèria, sinó només per via marítima. El 18 de maig del 1946 va arribar el primer vol xarter estranger a Mallorca, segons Mateo Cladera (2005). Així que, a partir dels anys seixanta, degut a la novetat del transport aeri, els nous hotelers a Mallorca, la feina d'immigrants espanyols i residents, i evidentment la promoció per part dels touoperadors d'un destí de sol i platja, varen donar lloc al boom turístic i al naixement del turisme de masses. Però, segons Bardolet (2006), les Balears mai s'han convertit en un destí de temporada hivernal ja que els touoperadors sempre han tingut altres destins més càlids per canalitzar els seus clients durant l'hivern.

Tot i que segons Miquel Alenyà, el fet fulminant que va provocar el naixement del boom turístic, de l'afluència creixent de turistes durant els anys seixanta, va ser no només la devaluació de la pesseta, que permetia als europeus comprar béns i serveis a preus molt avantatjosos, sinó que a Europa s'havia iniciat a principis dels seixanta una fase de prosperitat econòmica. Fernández, J. (2016).

Aquest turisme, que ja s'havia convertit en turisme de masses, aviat va començar a deixar petjada, i entre l'any 1960 i el 1973, es passa de 361.000 a 2.849.632

turistes que visitaren l'illa de Mallorca. Un augment del 789% en tan sols 13 anys, tal i com explica Barceló (2000).

En quan als hotels, comenta Barceló (2000) que el 1950 a les Balears hi havia 174 establiments hotelers amb 4.054 llits, que es convertiren en 710 hotels i 27.772 llits el 1961. La capacitat d'allotjament el 1963 era de 789 establiments i 38.512 llits, que amb 10 anys passaren a ser 1484 establiments amb una capacitat de 164.106 llits.

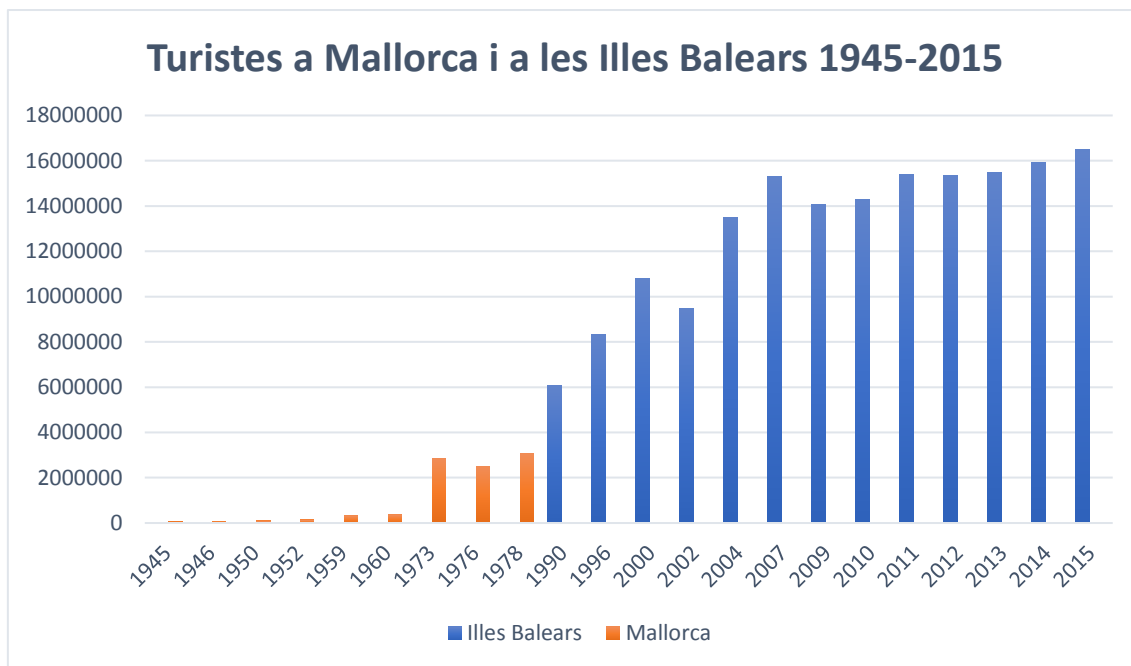
Durant aquest període de 1960-1973, comenta Barceló (2000) que l'aeroport de Son Sant Joan passarà de moure 637.419 passatgers, a moure'n 7.096.716. La població mallorquina no donava abast per cobrir tots els llocs de feina que s'anaven creant gràcies a les activitats turístiques i al sector de la construcció. Això donà lloc a un augment de la immigració de peninsulars que venien amb l'objectiu de trobar noves oportunitats laborals. Durant el període 1960-1975, el nombre d'immigrants procedents de la península va ser 74.341, el que suposava el 57% del creixement absolut de la població. (Barceló, 2000). Expliquen Hernández i Joan (2009) que hi havia pobles sencers de la península que immigraven cap a Mallorca, com és el cas d'Orellana, un poble d'Extremadura. Segons Hernández i Joan (2009), molts dels immigrants peninsulars vivien a barris que es van fer en l'època del boom turístic (anys 60) com Verge de Lluc, o Son Gotleu. Molta gent obria nous negocis, i alguns mallorquins feien hotels a zones costaneres que en aquell temps no tenien gaire valor, però que en uns anys es convertirien en autèntiques "mines d'or".

Tant aquest augment de població com l'augment exponencial de la demanda turística provocaren una gran i creixent ocupació del sòl, però l'eufòria absoluta que vivia el creixement del turisme va fer que els plans d'ordenació urbanística fossin molt permissius i semblava que l'objectiu principal era legalitzar el desordre enlloc de controlar-lo, segons apunta Barceló (2000).

Evidentment no tot eren aspectes negatius, ja que aquesta eufòria de la demanda turística va venir acompanyada d'un augment de la riquesa dels mallorquins. Diu Barceló (2000) que la renda per càpita dels mallorquins passà de 486.479 pessetes (pessetes de l'any 1993) l'any 1960, a 1.248.593 pessetes l'any 1973. I només destaca aquesta dada Barceló, sinó que assenyala que el 1960, s'avantatjava a la renda per càpita del conjunt de l'Estat en un 10,54%, però aquesta diferència s'havia triplicat l'any 1973, passant a ser un 32.21% superior.

La crisi de 1973 i la recuperació

El 1973 hi va haver una forta pujada del preu del petroli que va desembocar en una crisi econòmica als països industrialitzats. Aquest fet va desencadenar una baixada del nombre de turistes, que havien perdut poder adquisitiu. Es va passar dels 2.849.632 turistes l'any 1973 a 2.479.355 el 1976, i no es notaria una recuperació fins l'any 1978 quan n'arribaren 3.063.154. (Barceló, 2000)



Font: Bartomeu Barceló i Conselleria d'Innovació, Recerca i Turisme. Elaboració pròpia.

Tot i haver alts i baixos durant aquesta dècada, el nombre de turistes seguia creixent, i el 1986 s'havien superat els 4 milions, i els 8 milions l'any 1996.

En quan a la capacitat d'allotjament, el 1973 hi havia 1.484 establiments hotelers amb 164.106 llits i el 1992 s'havia reduït el nombre d'establiments hotelers en benefici dels apartaments turístics. Les dades de l'any 1992 són: 1.191 establiments hotelers però amb una capacitat de 203.644 llits i 491 apartaments amb 63.377 llits. (Barceló, 2000)

Segons Hernández i Joan (2009), a finals dels anys 70, coincidint amb l'inici de l'era democràtica, el turisme canvia. Es pot dir que comença una nova era, un turisme diferent. Es començaven a construir cada vegada més hotels, apartaments, "chiringuitos" per rebre la gran quantitat de turistes que venien, tot i que les infraestructures seguien igual. Sorgia un teixit de negocis i feines relacionades amb el turisme com per exemple llocs d'oci nocturn, bars, negocis de lloguer de cotxes, agències de viatges, souvenirs, "golondrines". Cada vegada més gent vivia del turisme.

Un dels canvis més importants segons Barceló (2000) durant aquesta època, és que els hotels deixaren d'estar majoritàriament concentrats a la ciutat de Palma i els empresaris i hotelers començaren a diversificar una mica les seves zones, per tal d'expandir-se cap a la Part Forana. Tot i així, Palma seguí sent la ciutat turística capdavantera a Mallorca, seguida per Sóller i Pollença. I continuen Hernández i Joan (2009) explicant que durant aquests anys les cadenes hoteleres balears prosperaven i s'expandien a altres països, mentre que començaven a sorgir els primers moviments juvenils per protegir el territori i l'ecosistema.

Durant aquests anys, explica Barceló (2000) que el sector terciari va adquirir cada vegada més importància en el conjunt de la societat en detriment del sector primari. Però el més important de tot és que la Part Forana, que es resistia a adoptar aquesta nova estructura social i econòmica, també es va anar apropant

als comportaments urbans de Palma. Les diferències entre Palma i la Part Forana anaren desapareixent i el sector de l'agricultura i pesca quedarà a l'illa de Mallorca com una activitat econòmica gairebé decorativa; concretament, l'any 1993 aquest sector representarà l'1.97% del PIB.

Durant els anys vuitanta els majoristes de viatges internacionals forçaven la competència de preus amb destinacions més barates; els competidors eren el nord d'Àfrica, l'est d'Europa... Però les Illes varen aconseguir crear noves formes d'atreure turistes i el turisme seguí augmentant, gràcies entre d'altres coses al sorgiment de noves formes de turisme com són l'agroturisme, el senderisme, l'ecoturisme, cicloturisme, viatges de l'imsero, etc.(Hernández, Joan, 2009)

A mesura que s'entrava a la dècada dels noranta va créixer molt el turisme de segona residència, ja que els preus dels passatges eren molt assequibles i el preu de les cases era molt barat. Així que molts estrangers adquirien una residència a Mallorca. (Hernández, Joan, 2009)

Entrada al segle XXI

Entrats al segle XXI, el turisme balear va patir moments de crisi: el turisme del tot inclòs, on els majoristes oferien unes vacances gairebé més barates que el cost, pel que el turista pràcticament no sortia de l'hotel. (Hernández, Joan, 2009)

Porcel (2006), citant la seva novel·la "Olympia a medianoche" (2004) explica que entrats al tercer mil·lenni, el mercat turístic de les Illes era tan rentable com històric i que a les Balears, al haver de rebaixar tant els preus per arribar als 12 milions de turistes anuals, el benefici depenia del manteniment de la massificació, perquè el més mínim error percentual significava problemes. Explica Bardolet (2006) que les Illes han passat de rebre 98 mil turistes l'any 1950 a casi 12 milions l'any 2005 i de representar un PIB del 2% generat pel turisme l'any 1950 a un 58% l'any 2005.

Bardolet (2006) explica que fins acabada la II Guerra Mundial els espanyols eren els que sustentaven el turisme de les Illes, però que a partir d'aquest moment fins acabada la dècada dels 60, l'hegemonia va passar als francesos, per passar després als turistes britànics que varen "dominar" el turisme de les Illes fins l'any 2005 quan es varen veure sobrepassats pels alemanys.

Quan va arribar el moment de l'euro tots els preus començaren a pujar, que junt als problemes econòmics i laborals dels països europeus, va suposar un menor poder adquisitiu dels turistes de les Illes Balears. A tot això se li sumaren la fi de les guerres als Balcans i al Golf, que suposaren un clima de pau a destins turístics competidors, fet que provocà una disminució del turisme a les Illes. (Coll, 2006)

A partir del segle XXI, a causa dels nous competidors, dels preus cada vegada més baixos i de la inversió que feien els hotelers a altres destins turístics, les Illes es varen veure obligades a millorar les infraestructures per no perdre quota de mercat i oferir un servei de millor qualitat. Es varen construir carreteres segures i s'han fet esforços per tenir uns espais públics més nets, entre moltes altres mesures (Coll, 2006).

Amb tot, les Illes Balears tornarien a patir una petita crisi, que coincideix amb el començament de la crisi econòmica mundial, cosa que es veurà reflectida amb la reducció del nombre de turistes que visitaren les Illes. Es passa de 15.3 milions de turistes l'any 2007, a 14 milions l'any 2009.

Un dels fets importants que marcarà el turisme de les Illes Balears és la primavera àrab i la falta de seguretat i pau a l'Orient mitjà i a països competidors com podrien ser Turquia, Egipte, o el nord d'Àfrica. Aquesta sèrie de conflictes bèl·lics han fet que el turista demandant del que es coneix com la triple S (sun, sand & sea) tingui menys oferta turística, menys destins, per tant el mediterrani és un dels grans beneficiats d'aquesta situació. Això ha provocat que des de 2010 el nombre de turistes a les Illes Balears segueixi augmentant any rere any sense interrupcions.

L'any 2008, el 74% dels turistes rebuts a les Illes s'allotjaven a hotels, 10 punts percentuals per sobre de la mitja espanyola. Tot i que era l'allotjament no hoteler el que creixia amb més força. Respecte al 2007, aquest tipus d'establiments varen créixer un 18,2%. Una dada significativa que aniria en augment a mesura que passessin els anys, és que el 55% dels turistes que visitaren les Illes Balears, ja no contractaren cap paquet turístic. (FRONTUR, 2008)

Segons l'informe de Frontur, l'any 2012, el percentatge de turistes allotjats a hotels va ser molt similar al de l'any 2008, un 72%. Per altra banda, la vivenda alquilada va créixer gairebé un 50% respecte a l'any 2011. És a dir, l'augment començava a ser exponencial. (FRONTUR, 2012)

3. Causes de l'augment exponencial del lloguer vacacional a vivendes particulars

A partir de l'any 2005 ja es començava a intuir la importància que tindria internet respecte als sistemes tradicionals de comercialització turístics. Així ho demostra Ruiz (2005) quan explica que la recent revolució d'internet ha romput d'arrel l'estructura econòmica tradicional de la indústria turística. Les compres a darrer moment, l'auge del turisme individual, l'impacte de les aerolínies de baix cost, el turisme residencial i el més important de tot, que el client s'organitza personalment el seu propi paquet turístic a través d'internet, suposa un canvi radical en el turisme a nivell mundial.

Segons Ruiz (2005), actualment el client té tanta oferta disponible, tants de destins, que pot configurar el seu oci d'una manera molt més personalitzada i satisfactòria, adequada al seu poder adquisitiu, sense necessitat d'adquirir els serveis dels antics intermediaris com eren les agències de viatges.

A partir d'aquest moment, el poder del client damunt les empreses turístiques comença a ser immens. Comenta Ruiz (2005) que l'aparició d'internet accessible per a tothom ha afectat tant al turisme d'alt poder adquisitiu com al de mig i baix, ja que internet s'ha convertit en una eina que serveix per descobrir nous destins, ofertes, webs que permeten comparar tot tipus de serveis turístics i veure les ressenyes d'altres usuaris, cosa que permet fer una mica més tangible el servei que s'adquirirà.

Una vegada Europa estava en plena crisi econòmica, a partir de l'any 2008, el sector turístic es prepara per un dels canvis més radicals de la seva història que revolucionarà la forma de viatjar dels nous turistes. Aquest canvi serà el sorgiment de nous canals de comercialització i distribució turístics anomenats p2p (peer to peer), que es duen a terme entre particulars a través d'una pàgina web que fa d'intermediària a un cost molt reduït. El consumidor final pot ajustar el seu paquet turístic exclusivament al seu gust, sense necessitat d'haver-se de moure de davant l'ordinador.

Una de les empreses més importants d'aquest sector és Airbnb. Una iniciativa empresarial que va sorgir a Califòrnia (EEUU) l'any 2008 per un grup de joves que no tenien diners per pagar el seu apartament i varen decidir transformar la seva sala d'estar en una habitació amb matalassos inflables i complementar-ho amb un berenar casolà. D'aquí ve el nom de Airbnb: air bed and breakfast, que significa matalàs inflable i berenar.

Al cap de 8 anys aquesta empresa estava valorada en 9000 milions d'euros i a la seva base de dades té més de 2 milions d'apartaments arreu de tot el món, segons informa García (2016).

Aquests canals directes de distribució no han aturat de créixer pel que fa a la quota de mercat, restant protagonisme als canals de distribució tradicionals com les agències de viatges i els touroperadors. Les expectatives són que segueixin creixent, a causa de la cada vegada més forta presència en el món contemporani del comerç electrònic, les xarxes socials i diferents pàgines web que permeten tangibilitzar els serveis a través de les ressenyes i experiències d'altres usuaris.

En un entorn com són les Illes Balears, on la demanda turística seguia en augment, i l'explotació hotelera de les zones costaneres ja era màxima i per tant l'oferta es veia superada per la demanda, molts de propietaris veren en el nou boom turístic una oportunitat per fer negoci o treure'n uns ingressos addicionals: destinar la seva vivenda particular o segona residència, al lloguer turístic. Les tecnologies de la informació i la comunicació varen ser un instrument clau per a què aquest negoci es pogués dur a terme, ja que d'una forma molt senzilla i intuïtiva, un propietari illenc podia publicar la seva vivenda particular a qualsevol canal de distribució com podrien ser Airbnb o Homeaway. El turista podia saber a on anava gràcies a les imatges de l'habitatge publicades pel propietari i així gaudir del turisme illenc a preus notablement més reduïts que els que haurien d'afrontar pagant un hotel, o un altre establiment, gràcies al que es coneix com economia col·laborativa.

El creador d'Airbnb ho té clar quan diu que: "Ens agrada la idea de viure a un lloc, més que la de viatjar a un lloc". Doncs bé, aquesta és la nova tendència de turisme que ha sorgit a la segona dècada del segle XXI. Arrel d'això, molts turistes cerquen allotjar-se a una vivenda enlloc d'un hotel, ja que resulta més còmode i econòmic. Evidentment el perfil de turista que s'allotja a hotel no ha desaparegut ni va camí de fer-ho, però qui ha agafat un fort protagonisme és el perfil de turista que utilitza el lloguer vocacional.

Així com expliquen Groizard i Nilsson (2017) en el seu informe "Mito y realidad del alquiler vacacional en las Islas Baleares" fa uns anys les famílies nombroses s'adonaven que era més còmode allotjar-se a un apartament que no pas a un hotel, però les dificultats per trobar-ne un eren importants ja que no existia un

mercat tan ben organitzat com l'hoteler. Davant aquesta ineficiència de mercat, moltes famílies renunciaven a les seves vacances. Aquí es quan, segons els professors, apareix el gran èxit de Airbnb com a plataforma líder dins el lloguer vacacional entre particulars. Airbnb aconseguí superar aquesta ineficiència creant i organitzant un mercat en el qual es posava en contacte anònimament a les dues parts. I és gràcies a aquesta tecnologia que el mercat s'ha ampliat, havent nous turistes que abans no viatjaven.

Aquest fet, junt a l'augment de la demanda turística a Espanya i concretament a les Illes Balears, ha fet que molts de propietaris vulguin llogar la seva vivenda per temporada per moltes raons. Per una banda la crisi econòmica i, com explica Muñoz (2012), la percepció de poca protecció jurídica que tenien alguns, remarcant alguns, propietaris davant els seus inquilins, afavorí l'augment sense control ni regulació de vivendes particulars destinades al lloguer turístic ja que llogant-lo turísticament el propietari s'assegurava el pagament de l'estància. Per altra banda, el comportament del propietari era previsible ja que destinarà la seva vivenda al mercat que li atorgui una major plusvàlua, i aquest era, i és, el sector turístic. Entre d'altres coses, gràcies a la falta de regulació, taxes i impostos que sofrien aquestes vivendes no regulades. Altres raons que motivaven al propietari a destinar la seva vivenda al lloguer turístic era per exemple una major flexibilitat per utilitzar la pròpia vivenda durant temporada baixa.

Segons Ivan Murray (comunicació personal, 23 abril 2017) aquest fenomen ja es donava als anys 30, quan encara hi havia pocs hotels i bastant de turistes passaven les vacances a cases o pisos. Però aquest nou boom que apareix a finals de la primera dècada del segle XXI no només és dona per interessos dels propietaris, sinó que hi ha un fort augment del volum total de turistes que venen al mediterrani, en part, a causa de les revoltes populars, tant a Europa com al Nord d'Àfrica, la primavera àrab... En definitiva, un clima d'inestabilitat política a l'altra part del mediterrani que fa que tots els fluxos turístics demandants del que es coneix com la Triple S (sun, sand & sea) siguin reconduïts cap al que Murray anomena la piscina d'Europa, referint-se al Mediterrani, on la percepció de seguretat és molt més alta.

A més d'això, Murray (comunicació personal, 23 abril 2017) afirma:

Bona part d'aquell parc immobiliari que s'havia aixecat amb perspectives especulatives comencen a trobar un nou nínxol de negoci. Ses polítiques públiques afavoreixen, com que s'ha de fer qualsevol cosa per saltar-se la crisi i s'únic sector que queda competitiu dins l'economia espanyola és el turisme, perquè un sector ha estat desmantellat, i el sector immobiliari, la joia de la corona també cau, llavors tot es va concentrant dins el sector turístic. Comença una creixent competitivitat entre diferents ciutats i territoris per atreure el major nombre de turistes, i comencen posar-se a l'abast tots aquests habitatges que hi havia a disposició de l'acollida de turística. El 2008 apareix una plataforma online, Airbnb, que s'aprofita de tot aquell discurs que apareix durant la crisi que diu: bé, ha fallat el capital, ha fallat l'estat, es comença a parlar dels comuns, com una lluita contra el procés de privatització que hi havia davant sa crisi, ses economies col·laboratives, el famós "do it by yourself", que era una de ses

demandes dels col·lectius més antisistema i això es reciclat per part del capital i apareix tot aquest nou muntatge.

4. Conseqüències de l'augment exponencial del lloguer vacacional a vivendes particulars.

Per altra banda, les conseqüències d'aquest augment notable de turistes que s'allotgen a vivendes particulars no han passat desapercebudes per molts col·lectius ecologistes als que s'hi ha sumat el lobby hoteler. Els darrers mesos s'han publicat molts articles advertint dels suposats efectes negatius del lloguer vacacional a les Illes Balears. Ha arribat a ser de tal magnitud el debat a peu de carrer sobre aquest tema, que el Govern de les Illes Balears ja té preparada una nova llei que segons Biel Barceló hauria d'entrar en vigor a principis de juny de 2017. Groizard i Nilsson (2017) en el seu informe fan un anàlisi breu d'aquesta llei en la que es contempla:

- Restringir l'oferta agregada: fixant un límit de places turístiques. Segons els dos professors, aquesta mesura provocarà una reducció dels ingressos de les famílies de classe mitja i baixa alhora que una pujada dels preus dels negocis ja establerts de manera arbitrària.
- Prohibir el lloguer vacacional a certes zones.
- Restringir el període de lloguer: a Palma es podria limitar a dos mesos a l'any el període en que una vivenda pot ésser destinada a lloguer vacacional. Fet que segons Groizard i Nilsson provocaria que l'estacionalitat del turisme de les Illes s'agreugés.
- Llicència i gestió de places: La comercialització de les places turístiques es veuria sotmesa a la concessió d'una llicència temporal la qual només duraria 5 anys en el cas dels habitatges sotmesos al règim de propietat horitzontal.
- Altres restriccions com per exemple la prohibició de comercialitzar turísticament habitacions, obligació dels comptadors d'aigua, i antiguitat mínima de l'habitatge de 5 anys per evitar l'especulació urbanística.

Segons Murray (comunicació personal, 23 abril 2017), una de les conseqüències més evidents és que a mesura que han anat passant els anys, cada vegada es destina menys vivenda a l'ús residencial per destinar-la a una funció turística. El que comporta aquesta situació és, en primer lloc, l'augment del preu del lloguer de llarga durada al haver una contracció de l'oferta i una major demanda. Això condueix a una vulnerabilitat extrema de les classes treballadores de les Illes Balears, que veuen que mentre els seus salaris són dels més baixos d'Espanya, el preu dels habitatges és dels més cars. Així com explica Neus Suñer (2017), el lloguer de Palma s'ha encarit un 40,8% en només cinc anys.

Aquestes classes treballadores es veuen expulsades dels nuclis de les ciutats o pobles més turístics de les Illes, per tant s'hauran de desplaçar a altres barris. Això, tal i com explica Murray (comunicació personal, 23 abril 2017), el que provoca és un nou conflicte entre la gent que viu a aquests barris i els que arriben, alhora que pugen els preus del lloguer de l'habitatge. Per tant és un procés de continu desplaçament habitacional i una situació d'extrema vulnerabilitat.

Un dels problemes principals que el Govern de les Illes vol eradicar amb la nova llei, és la gran quantitat de pisos turístics il·legals que actualment estan a l'abast de qualsevol turista. Segons Suñer (2017), només a Mallorca, els pisos turístics ocupen unes 123.000 places. Tots aquests pisos alimenten l'economia submergida i no contribueixen fiscalment com fan la resta de places turístiques legalitzades. Fruit d'aquest nou boom turístic, l'entitat ecologista Terraferida, el mes de març de 2017 publicà un informe on especificava la quantitat d'allotjaments que ofería el portal web Airbnb. Concretament 14.858 allotjaments només a Mallorca que suposen 109.133 places, dels quals només 350 tenien llicència o estaven en tràmit de aconseguir-la. No només faciliten aquestes dades sinó també l'augment d'estàncies del 2016 respecte al 2015, passant d'unes 550.283 a 1.153.772, un increment del 109% tal com explica Agencias Palma (2017).

Una de les illes més afectades per aquest fenomen és l'illa d'Eivissa. Segons Pauné, Quelart, Fajardo, Andrés (2016), Vicente Torres, president del Consell d'Eivissa va reconèixer que una de les conseqüències de la bombolla del preu del lloguer són els problemes per cobrir els llocs de feina, inclús de serveis bàsics com puguin ser l'educació o la sanitat, ja que aquesta gent es probable que renunciï al seu lloc de feina a causa de les grans dificultats per trobar una vivenda a preus assequibles.

Per acabar, Murray (comunicació personal, 23 abril 2017) comenta una de les grans contradiccions que es troben quan es parla dels beneficis que aporten aquests tipus de turistes al petit i mitjà comerç. Explica que no es pot negar que aquests turistes facin despesa als pobles, però el que produeix al mateix temps és que la població resident no pugui anar a comprar a aquests tipus de negocis ja que s'han anat direccionant i enfocant cap aquests nous segments.

En resum, al ser un fenomen tan actual, i amb poques dades fidedignes a l'abast, no es poden afirmar amb total seguretat quines són o seran les conseqüències del lloguer vacacional, el que si es pot fer es reflectir el punt de vista que les entitats ecologistes ofereixen al respecte. Segons aquestes entitats, les conseqüències negatives atribuïdes al lloguer vacacional són les següents:

- Augment del preu del lloguer de llarga durada a causa d'una contracció de l'oferta.
- Desplaçament poblacional a causa de la gran dificultat per trobar vivenda.
- Augment del preu de la vivenda, productes i serveis.
- Destrucció del teixit social.
- Augment de l'economia submergida.
- L'habitatge va perdent la seva funció social.
- Major vulnerabilitat de les classes treballadores que viuen de lloguer.

Per altra banda, Groizard i Nilsson (2017) no creuen que totes aquestes conseqüències assenyalades per les entitats abans mencionades puguin ser directament i únicament atribuïbles al lloguer vacacional. Ho desmenteixen a través d'un estudi que s'ha realitzat estudiant les dades de Airbnb que s'han extret de la base de dades AirDNA. Han desmentit el que creuen que són els vuit mites associats a Airbnb i al lloguer vacacional:

- I. **Augment insostenible de les pernoctacions turístiques:** Segons Groizard i Nilsson (2017), els principals causants de l'augment exponencial de les pernoctacions turístiques a les Illes Balears i Espanya són la caiguda de la oferta dels destins de sol i platja alternatius com serien Tunísia, Egipte i per altra banda la primavera àrab i el terrorisme que, precisament, no afavoreixen la seguretat a aquests països. L'estudi demostra que per cada plaça que ofereix Airbnb, s'ofereixen 5,2 places hoteleres de mitja a Balears. Per tant s'ha d'analitzar qui contribueix amb més força a la saturació turística, ja que les dades demostren que la contribució potencial d'Airbnb a la saturació turística és certament limitada en termes agregats.
- II. **Economia submergida i frau fiscal:** Segons els dos professors, aquesta afirmació el que intenta es deslegitimar aquesta activitat econòmica. Expliquen que el que reclamen els propietaris és més seguretat i claredat jurídica, ja que si dubten de la legalitat de la seva activitat, és evident que hi haurà una major evasió fiscal. Groizard i Nilsson (2017) expliquen que la llei de Turisme aprovada a Balears l'any 2012, exclou del lloguer turístic els habitatges plurifamiliars que s'anunciessin a través de canals de comercialització turístics, sense especificar clarament quins eren aquests, i oferissin serveis turístics. Davant la por a les elevades sancions per part de l'administració, molts d'aquests habitatges es troben operant dins l'economia submergida. A través d'Airbnb, el mes d'agost de 2016, es generaren a les Illes ingressos totals de 60 milions d'euros i l'ingrés mitjà d'un habitatge durant la temporada va ser de 4.744 euros a Mallorca.
- III. **Gentrificació:** Els dos professors, Nilsson i Groizard tampoc creuen que al lloguer vacacional se'l pugui acusar d'expulsar als residents dels centres urbans. Conclueixen que els centres històrics de moltes ciutats ja s'estava despoblant abans de l'arribada d'Airbnb. Expliquen a més que, entre d'altres, les causes són els problemes de trànsit, l'encariment de les reformes dels edificis antics, l'absència d'aparcaments, etc...El que si és cert, segons els professors, és que hi ha una afluència d'inversió al centre històric que està servint per renovar un parc d'habitatges que estava quedant obsolet.
- IV. **Encariment del preu de la vivenda (de venda i lloguer):** Nilsson i Groizard (2017) expliquen que el preu de l'habitatge lliure va caure un 26% a Balears entre 2008 i 2013 i des de llavors els preus han augmentat un 15%. Per tant, actualment els preus encara són inferiors als d'abans d'explotar la bombolla immobiliària. Expliquen també, que actualment l'atur està baixant a Espanya i a les Illes i amb ell augmenten les rentes del treball, la població creix netament i el crèdit hipotecari torna a estar disponible i és barat. Tot això està reactivant la demanda d'habitatges però tot i així l'oferta d'aquests queda estancada per tres motius: el primer, perquè hi havia excedents d'habitatge que s'havia de treure al mercat; segon perquè no hi havia finançament bancari per construir nova vivenda fins el 2014, i en tercer lloc, la política de contenció urbanística existent a les Balears. Apart d'això, la ràtio de propietaris de vivenda a Espanya està disminuint a causa de l'enduriment de les regles de concessió de crèdits hipotecaris per adquirir habitatges. Fet que ha provocat que s'estigui expulsant a molts de demandants d'habitatge al mercat de lloguer. Per

tant, segons Nilsson i Groizard, no es pot donar tota la responsabilitat de l'augment dels preus de lloguer al lloguer vacacional.

- V. **Reducció de l'oferta d'habitatge de lloguer de llarga temporada:** Expliquen Groizard i Nilsson (2017) que s'ha de tenir en compte que tant els preus del lloguer com el preu de venda augmenten per una raó: perquè augmenta la demanda d'habitatge. S'ha de tenir en compte també, segons Groizard i Nilsson (2017), que els preus del lloguer estan creixent a ciutats d'Espanya on la influència de Airbnb o la presència de lloguer vacacional es pràcticament nul·la. Els dos professors afirmen que la immensa majoria dels habitatges que es destinen al lloguer vacacional, són habitatges que el propietari utilitza durant una part de l'any i, per tant, mai podrien ser destinades al lloguer de llarga estada. D'aquí s'extreu que no s'observi un augment de l'oferta d'habitatges destinats al lloguer de llarga estada. Per finalitzar la desmitificació d'aquest punt, argumenten els dos professors que segons els estudis realitzats, l'alta rentabilitat que s'atribueix al lloguer vacacional només s'observa en habitatges específics d'Eivissa. El que no neguen els dos professors és que el lloguer vacacional pot dificultar l'accés a la vivenda als treballadors de temporada de serveis públics o bé turístics.
- VI. **Destruir el paisatge i l'especulació en sòl rústic:** El que defensen Groizard i Nilsson (2017) en aquest cas és que precisament el tipus de turista que s'allotja en zones protegides com, per exemple, la Serra de Tramuntana són els que més valoren el paisatge i els que, a través dels seus recursos, permeten al propietari dur a terme un manteniment del paisatge i la natura que d'altra forma no es podrien permetre a causa de l'elevat cost que té el manteniment de finques i cases rurals.
- VII. **Negoci i competència deslleial amb els hotels:** Segons Groizard i Nilsson (2017) Airbnb ha creat un nou mercat diferent al de l'hotel. Molts dels turistes allotjats a habitatges particulars probablement no viatjarien si no tinguessin aquesta opció, i almenys una part d'aquests no és competència per els hotels. És més, afegixen que aquest tipus de turisme arriba a indrets i pobles on no arriba la planta hotelera i per tant es distribueixen més equilibradament, fet que ajuda a distribuir geogràficament els ingressos que obté la comunitat local de la despesa dels turistes. Remarquen Nilsson i Groizard (2017) que el 73,3% dels propietaris només alquila una propietat i el 13% n'ofereix dues. Per tant, és excessiu afirmar que Airbnb sigui un negoci dut a terme per professionals de l'especulació. És una font de socialització de la riquesa que genera el turisme i un negoci molt poc professionalitzat que beneficia especialment a les famílies de classe mitja i baixa.
- VIII. **La riquesa generada, genera poc valor afegit i va fora de Balears:** Nilsson i Groizard (2017) afirmen que és cert que hi ha un 15% de comissió que cobra Airbnb que no arriba a Balears, així com tampoc ho han fet els guanys que han generat els hotelers durant anys i anys. Però el 85% restant serveix per remunerar al propietari que en la majoria dels casos és resident.

Afirmen Groizard i Nilsson (2017) que Airbnb estaria ajudant a reduir l'estacionalitat, ja que els propietaris d'aquests habitatges no han de fer front als elevats costos fixes d'obrir en temporada baixa que en canvi si que han d'assumir els hotels, ja que si no tenen una demanda alta que compensi els seus costos,

no obriran. Els habitatges destinats a lloguer vacacional no tenen aquest problema, ja que poden posar a l'abast el seu habitatge davant petits canvis a la seva demanda.

En resum, aquest nou tipus de turisme estaria contribuint en major mesura a augmentar la productivitat, reduir l'estacionalitat i diversificar el turisme de sol i platja, que qualsevol política aplicada en anterioritat a les Illes Balears (Groizard, Nilsson, 2017).

5. Estudi del cas: perfil del turista que visita el Port de Sóller

Fitxa tècnica

Àmbit geogràfic: Port de Sóller

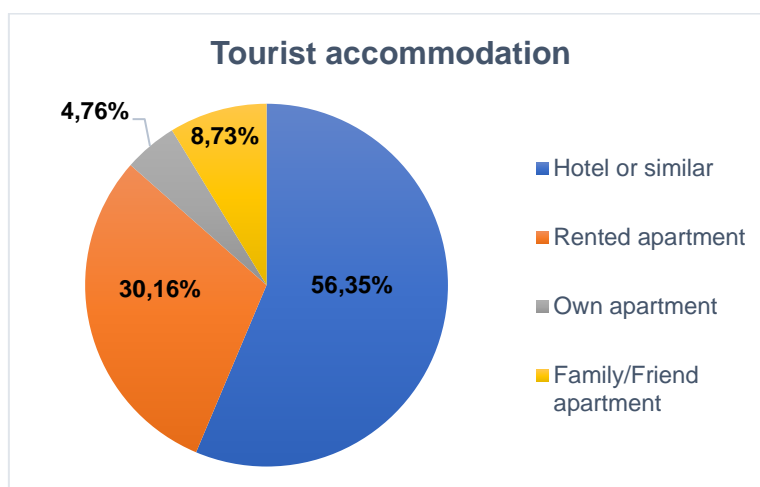
Recollida d'informació: A través d'enquestes personals a peu de carrer.

Univers d'anàlisi: Qualsevol turista major de 18 anys.

Mida de la mostra: 126 enquestes.

A continuació es farà un anàlisi general de les dades més significatives del turista, sense fer una discriminació pel que fa a l'allotjament que hagin escollit.

Gràfic 2: A on s'allotgen els turistes del Port de Sóller?



Font: Elaboració pròpia.

Com es pot veure el gràfic, més d'un 30% del turistes enquestats s'allotjaven a apartaments llogats, i un 56,35% estaven a hotels o similars. Gairebé un 9% s'allotjaven a pisos de familiars o amics i només un 4% tenien un habitatge en propietat. Aquí es pot comprovar el pes que tenen els lloguers vacacionals en temporada baixa al Port de Sóller.

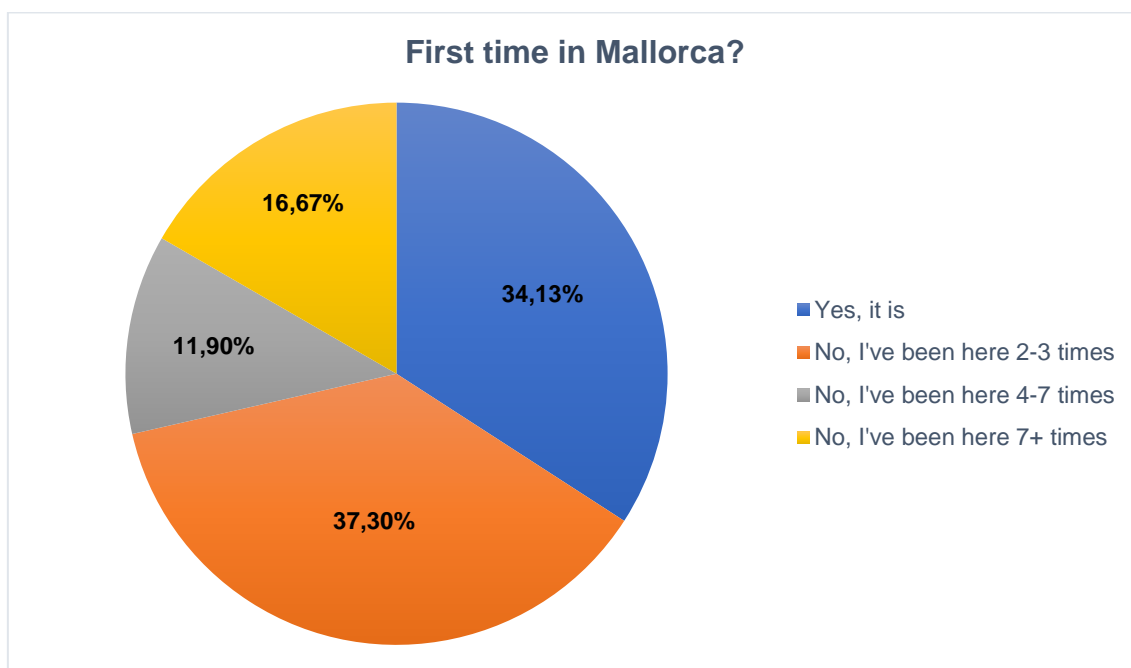
Taula 1: Quants de dies estan a Mallorca el turistes del Port de Sóller?

Codi	Significat	Freqüència	%
1	1-4 days	38	30.16
2	5-7 days	49	38.89
3	8-9 days	17	13.49
4	10+ days	22	17.46
Total freqüències		126	100.00

Font: Elaboració pròpia

Com es pot observar en la taula 2, quasi un 70% dels turistes estan menys d'una setmana a Mallorca. I només un 17,46% hi estan 10 o més dies.

Gràfic 3: És la primera vegada que visiten Mallorca?



Font: Elaboració pròpia

Com es veu reflectit al gràfic, un 34,13% dels turistes enquêtats a finals d'abril de 2017, no havien visitat mai l'illa de Mallorca i un 16,67% eren turistes que havien estat a Mallorca més de set vegades.

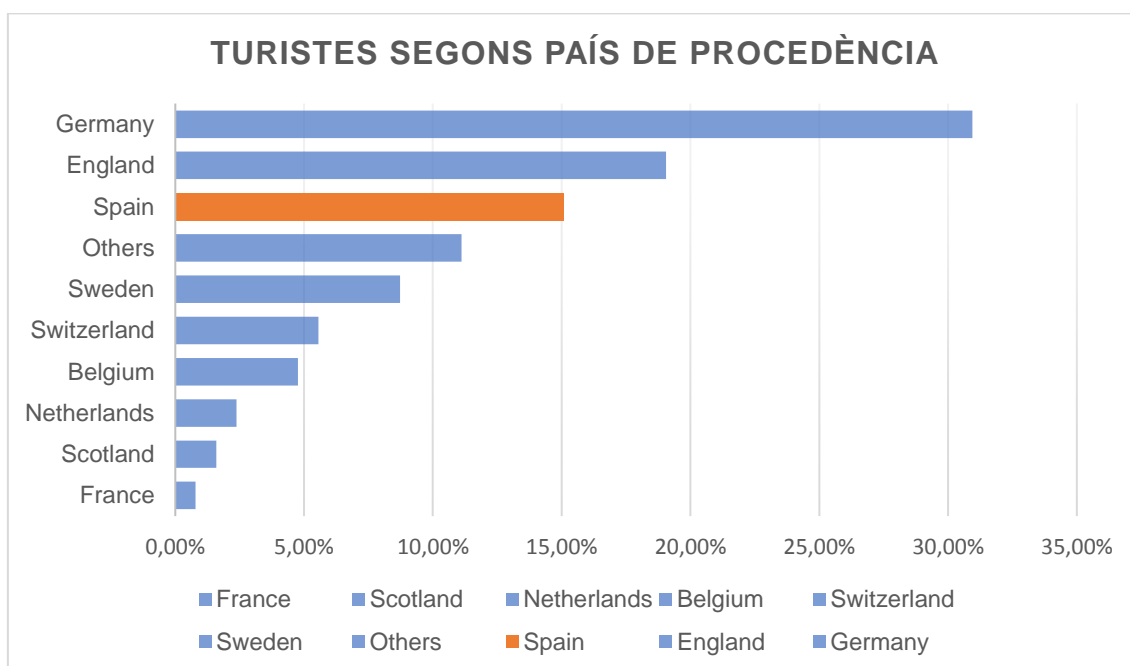
Taula 2: Com fan la reserva?

Codi	Significat	Freqüència	%
1	p2p channel or internet	76	69.72
2	Travel agency	28	25.69
3	Others	5	4.59
Total freqüències		109	100.00

Font: Elaboració pròpia

Tal i com es veu reflectit a la taula 4, gairebé un 70% dels turistes han fet la seva reserva a través d'un canal p2p com podrien ser Airbnb o Homeaway, o bé per internet, i un 25,69% ho han fet a través d'una agència de viages.

Gràfic 4: Turistes segons país de procedència.

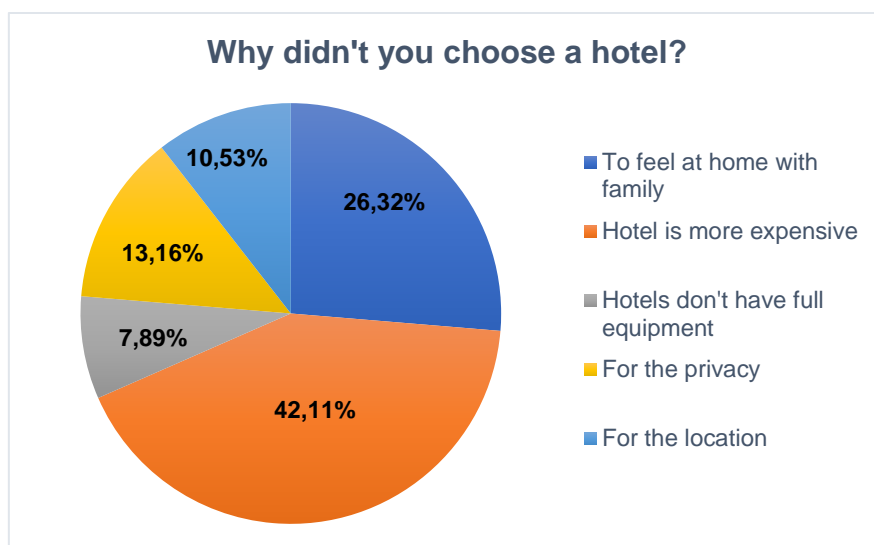


Font: Elaboració pròpia

Com es pot comprovar al gràfic 5, el país que més turistes aporta al Port de Sóller és Alemanya amb quasi un 31% dels turistes, seguit per Anglaterra i Espanya.

5.1. Comparació del perfil de turista allotjat a habitatges particulars amb perfil de turista allotjat a hotels o similars.

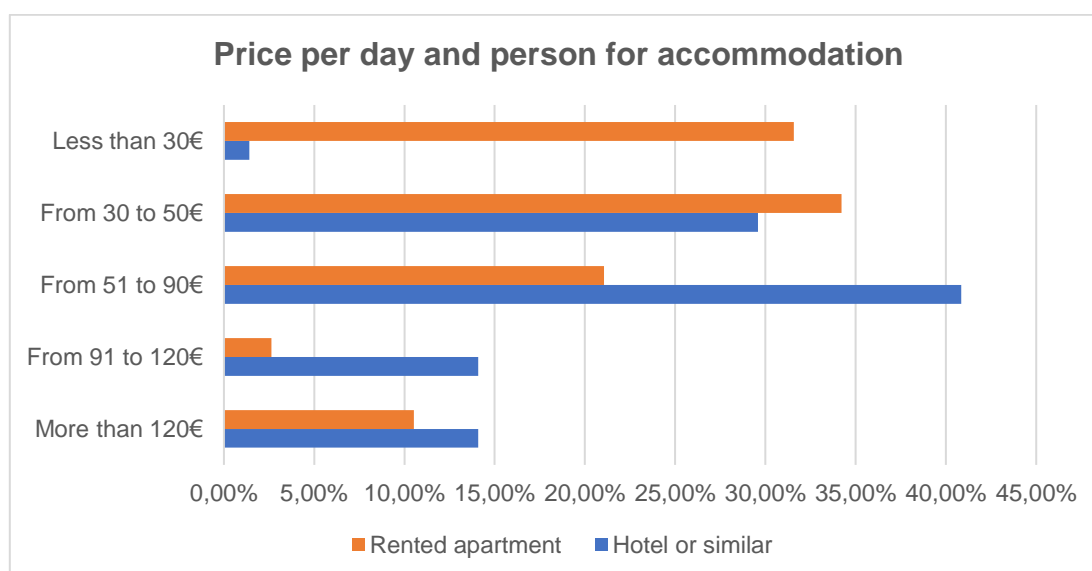
Gràfic 5: Per què no han escollit allotjar-se a un hotel? (Pregunta per els turistes allotjats a lloguers vacacionals)



Font: Elaboració pròpia

Un dels objectius del treball era analitzar perquè havia augmentat tant el lloguer vacacional a les Illes Balears. Al gràfic número 6 es pot comprovar que una de les causes és el preu que els turistes allotjats a lloguers vacacionals creuen que haurien d'assumir si s'allotgessin a hotels, ja que més d'un 40% pensa que un hotel seria més car. Per altra banda, un significatiu 26,32% no s'ha allotjat a un hotel per sentir-se com a casa amb la seva família (una de les filosofies del creador d'Airbnb), i un 13,16% no ho ha fet per falta de privacitat.

Gràfic 6: Que paguen per persona i dia per l'allotjament?

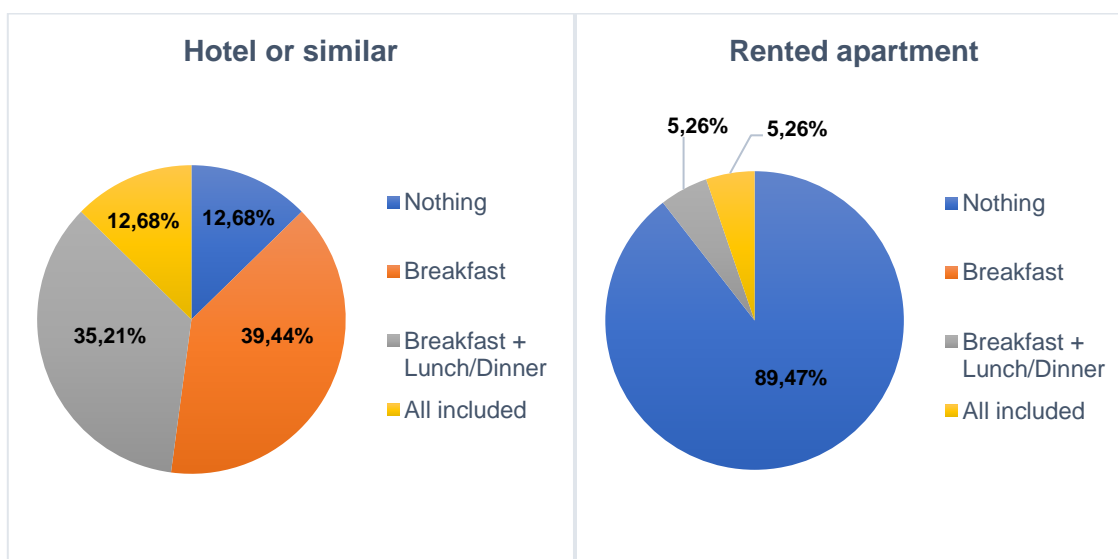


Font: Elaboració pròpia

A aquest gràfic queda reflectit un altre dels motius per el qual el lloguer vacacional ha augmentat de forma exponencial els darrers anys. Es pot comprovar com un 65,79% de turistes allotjats a habitatges, paguen 50€ o menys

per persona i dia. Per altra banda, en canvi, només un 31% dels turistes allotjats a hotels paguen aquesta quantitat, tot i que com veurem més endavant, la immensa majoria inclogui esmorzar. En quan al lloguer vacacional, s'observa com també existeix un mercat de lloguer turístic destinat al luxe o a classes altes, ja que un 10,53% dels turistes paguen més de 120€ per persona i dia, un percentatge similar al que presenten els hotels o similars.

Gràfic 7: Què inclou el preu de l'allotjament?



Font: Elaboració pròpia

Com era previsible, queda de manifest una de la raó per la qual el lloguer vacacional és més econòmic des del punt de vista del consumidor, ja que quasi el 90% d'aquests lloguers el berenar no ve inclòs al preu per dia de l'apartament. El que fa el turista es renunciar a un dels serveis que els hotels o similars ofereixen en un 87,32% dels casos, per tal que les vacances siguin més assequibles. Es pot veure com un 12,68% dels hotels o similars ofereixen un paquet de tot inclòs, que podria anar destinat a grups com l'imsero.

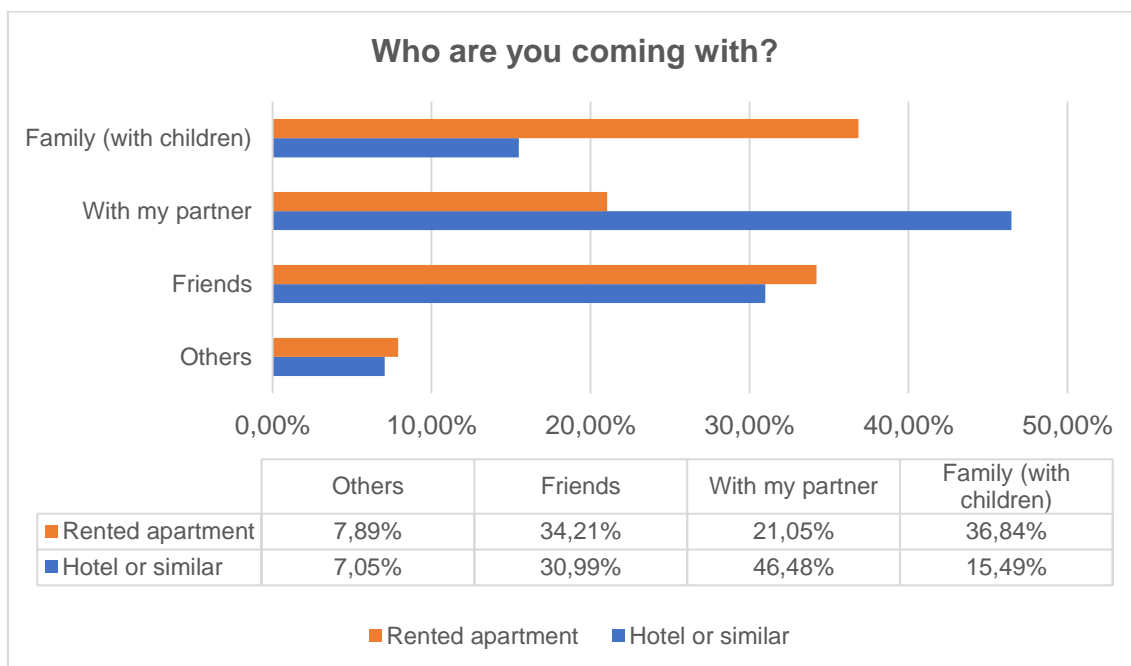
Taula 3: Quin és el motiu principal per el qual passen les vacances a Mallorca?

	Total mostra		Hotel or similar		Rented apartment	
	Freqüència	%	Freqüència	%	Freqüència	%
Triple S (sun, sand & sea): Vacation	70	55,56	35	49,30	22	57,89
Business	2	1,59	2	2,82	0	0,00
Cultural	34	26,98	21	29,58	11	28,95
Visiting family	16	12,70	3	4,23	8	21,05
Sport tourism	40	31,75	29	40,85	11	28,95
Party	4	3,17	2	2,82	2	5,26
Total	166	(126)	92	(71)	54	(38)

Font: Elaboració pròpia

Aquesta pregunta va ésser plantejada com a pregunta de resposta múltiple, ja que molts turistes que visiten les Illes no només ho fan per un motiu o objectiu. Es pot comprovar com destaquen dues tendències tant al perfil de turista hotelier, com al perfil de turista de lloguer vacacional. En els dos casos les respostes més assenyalades foren: turisme de sol i platja, i en segon lloc, esport. No queden enrere els turistes que plantegen les vacances a Mallorca com un viatge cultural.

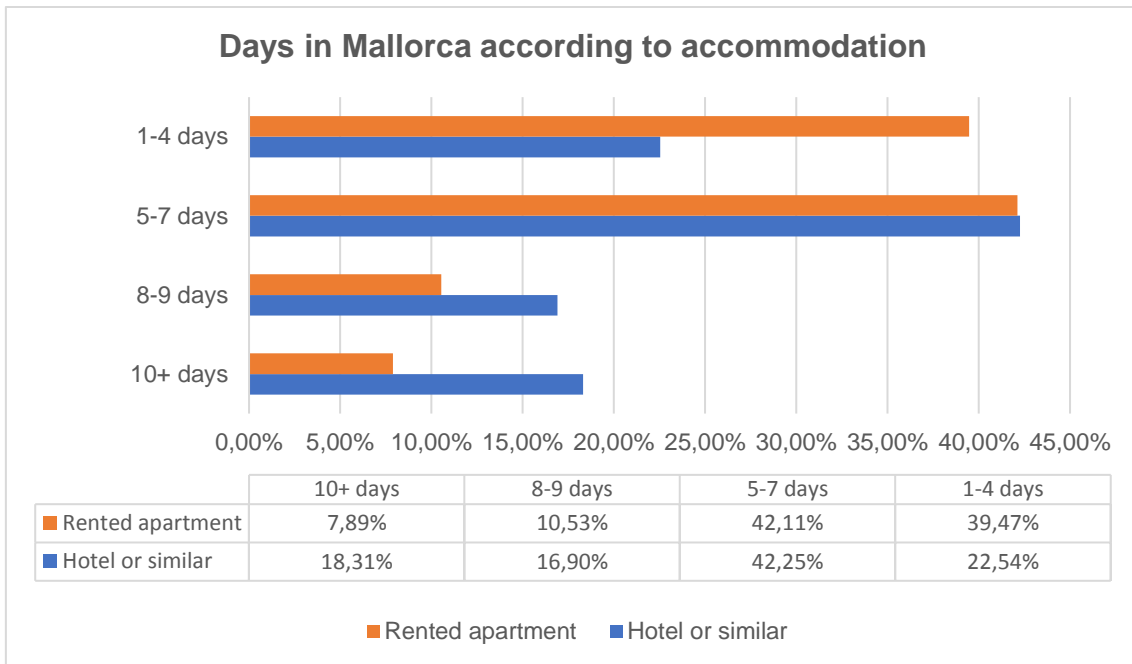
Gràfic 8: Qui els acompanya al seu viatge?



Font: Elaboració pròpia

Aquest gràfic permet observar unes dades molt significatives i és que el col·lectiu que predomina als pisos turístics són famílies amb fills. Concretament aquest col·lectiu representa un 36,84%. Se'n parlarà a les conclusions però d'aquí es pot extreure que moltes famílies han de recórrer a la opció més econòmica del mercat (pisos turístics) si volen gaudir d'unes vacances. En canvi, aquest col·lectiu només representen un 15,49% del total de turistes allotjats a hotels. També és destacable dins el lloguer vacacional el turista que viatja amb amics. Un cop més, es veu com al poder dividir el preu de l'allotjament amb molts individus, l'opció preferida és el lloguer vacacional. De la taula s'extreu que l'hotel és l'opció més desitjada per les parelles, representant quasi la meitat dels turistes allotjats a hotels o similars, per només el 21,05% de turistes allotjats a pisos turístics.

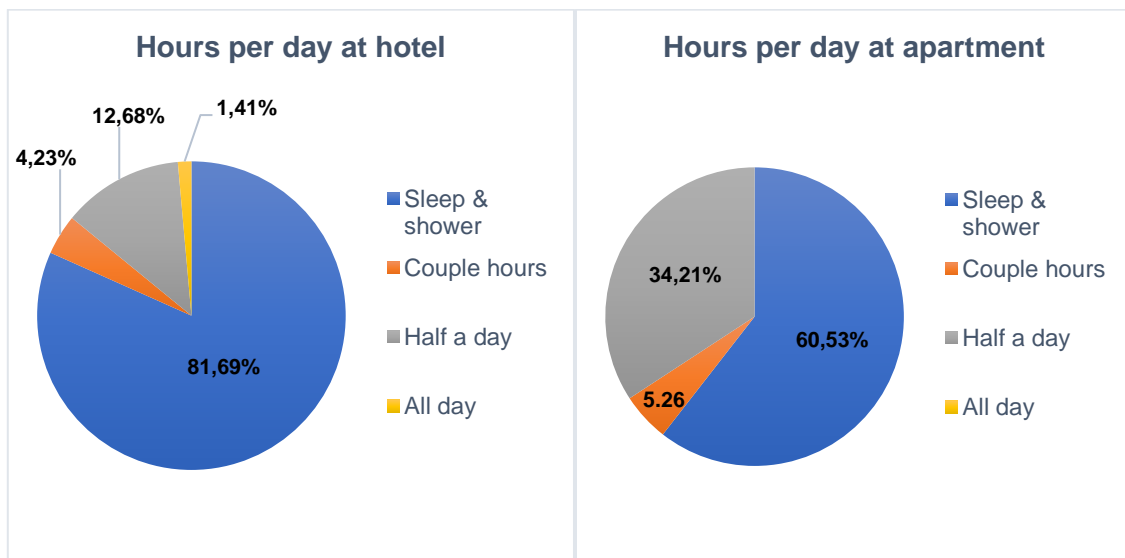
Gràfic 9: Quants de dies estan a Mallorca els turistes del Port de Sóller segons on estan allotjats.



Font: Elaboració pròpia

Al gràfic número 9 es pot veure com els turistes allotjats a lloguer vacacional comparats amb els turistes allotjats a hotels o similars, opten per estades més curtes, tant és així que quasi el 40% no estan més de 4 dies, a diferència del menys representatiu percentatge de 22,54% de turistes allotjats a hotels o similars que estan entre 1 i 4 dies. També es pot mirar de l'altra perspectiva, només un 18,42% dels allotjats a pisos turístics estan més d'una setmana a Mallorca. En canvi l'altre perfil de turista que està més de 7 dies, representa un 35,21%, quasi el doble.

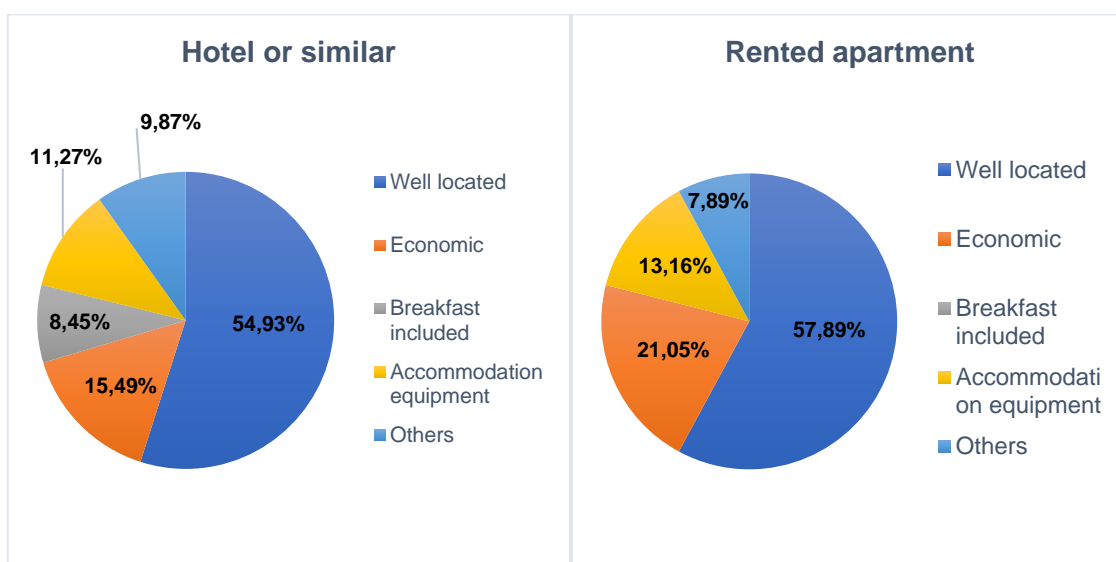
Gràfic 10: Quantes hores al dia passen els turistes dins el seu allotjament?



Font: Elaboració pròpia

Pel que fa a les hores que el turista es queda a l'hotel o apartament, es pot observar que un 81,69% dels turistes allotjats a hotels estan el mínim temps possible a dins el recinte hoteler. En canvi aquest percentatge és bastant més reduït quan es parla de turistes allotjats a apartaments llogats, un 60,53%. Fet comprensible ja que a priori un pis sempre tindrà més espai i privacitat per descansar a llocs comuns que no pas els hotels. Aquestes dades podrien demostrar que pel simple fet que un turista s'allotgi a un pis turístic enlloc de un hotel, no significa que hagi de fer més despesa al petit i mitjà comerç, cosa que s'analitzarà posteriorment. Cal remarcar que evidentment, al fer les enquestes a peu de carrer, era pràcticament impossible trobar turistes que estiguin tot el dia a l'apartament o a l'hotel, ja que no s'ha entrat a cap recinte privat a fer les enquestes.

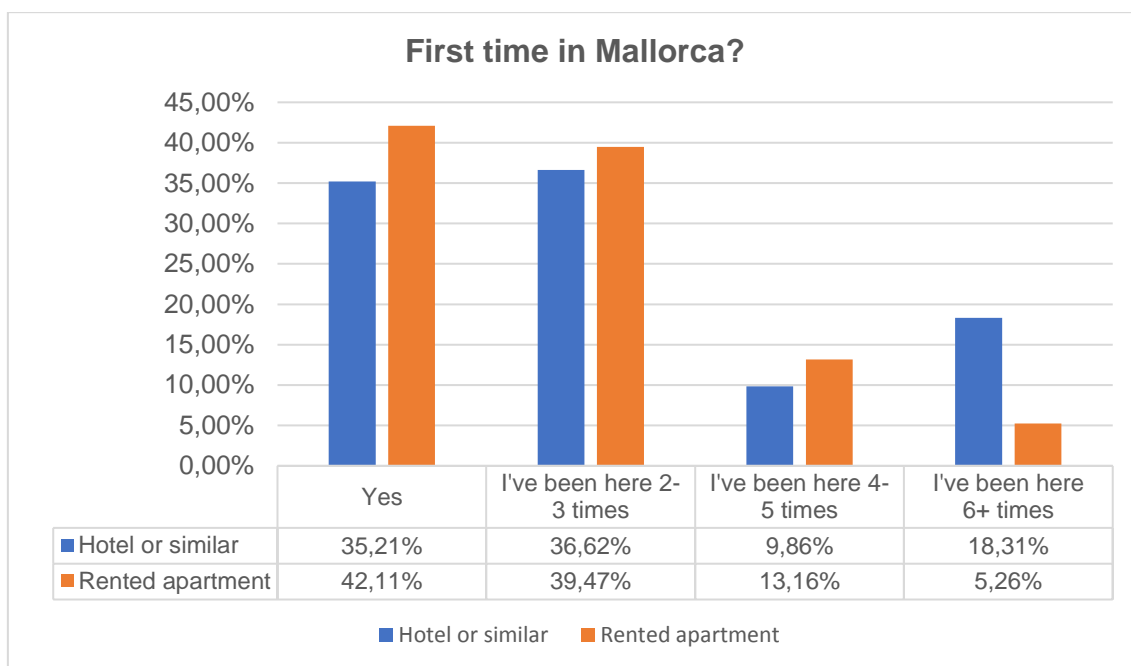
Gràfic 11: Que és el que més valoren els turistes a l'hora d'escollir allotjament?



Font: Elaboració pròpia

Tal i com es veu reflectit a les dues gràfiques, no es pot dir que hi hagi un diferència entre els diferents perfils de turista alhora d'escollir les variables més importants quan s'escull entre diferents opcions, ja que tant un turista com l'altre, el que més valoren és que l'allotjament estigui ben situat. Concretament, el percentatge és lleugerament menor al perfil de turista allotjat a hotel: 54,93% front a 57,89%. Un 21,05% dels turistes allotjats a lloguer turístic afirmaren que el que més valoraven era l'aspecte econòmic, per només un 15,49% el perfil hoteler. L'esmorzar inclòs és una variable que només tenen en compte els allotjats a hotel o similars, ja que un 8,45% marcaren l'esmorzar com a variable més important alhora de triar allotjament.

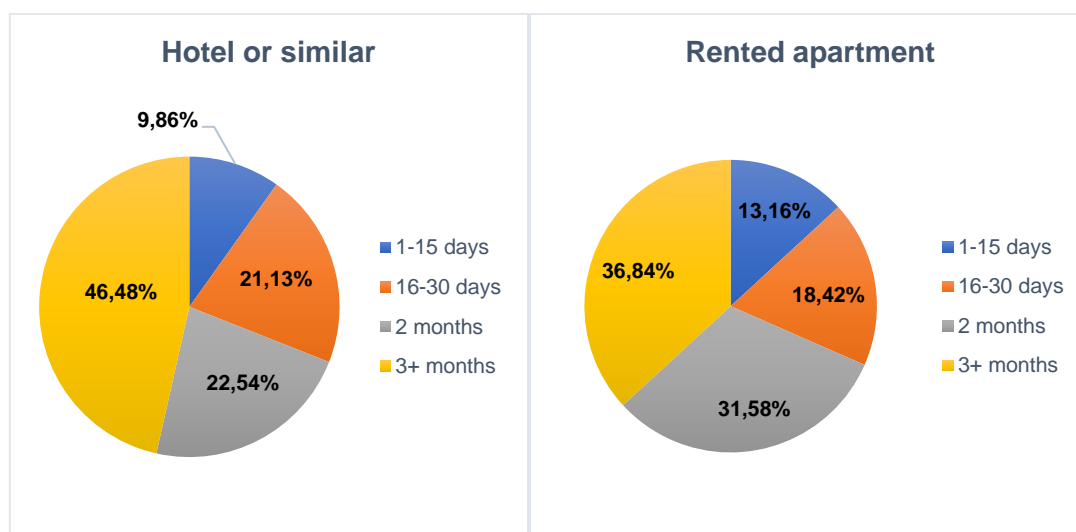
Gràfic 12: Quantes vegades han visitat Mallorca segons tipus d'allotjament.



Font: Elaboració pròpia

Al gràfic número 12 es veu reflectida una dada significativa i és que el 81,58% dels allotjats a pisos turístics, no han estat a Mallorca més de 3 vegades. I només un 5,26% hi ha estat més de 5 vegades. Per altra banda el percentatge de turistes allotjats a hotels que només han visitat l'illa 3 vegades o menys és un 71,83%, però un 18,31% hi ha estat 6 vegades o més, el triple que l'altre perfil de turista. Tenint en compte que el lloguer vacacional és un mercat jove, de moment es podria afirmar que el percentatge de turistes repetidors és major en els hotels que no pas als pisos turístics.

Gràfic 13: Amb quin temps d'antelació fan la reserva?



Font: Elaboració pròpia

Un altre cop es poden observar unes dades sorprenents. El perfil de turista allotjat a habitatges particulars no és tan previsor com l'hotelier. Tot i així, els dos perfils són molt previsors. Gairebé la meitat dels turistes allotjats a hotels, realitzaren la seva reserva amb 3 o més mesos d'antelació i poc més d'una tercera part dels turistes de lloguer vacacional ho feren durant aquest període. Això explicaria que és probable que l'oferta hotelera s'esgoti més aviat que l'oferta de pisos turístics, i per aquest motiu, els qui trien lloguer turístic no s'han d'afanyar tant alhora de fer la reserva, ja que confien que en trobaran. Tot i això, el percentatge turistes que realitzen la seva reserva els darrers 30 dies és molt semblant als dos perfils. Concretament, la diferència que separa als dos grups en quan al percentatge de turistes que realitzen la seva reserva amb menys d'un mes d'antelació és un 0,59%. 30,99% versus 31,58%.

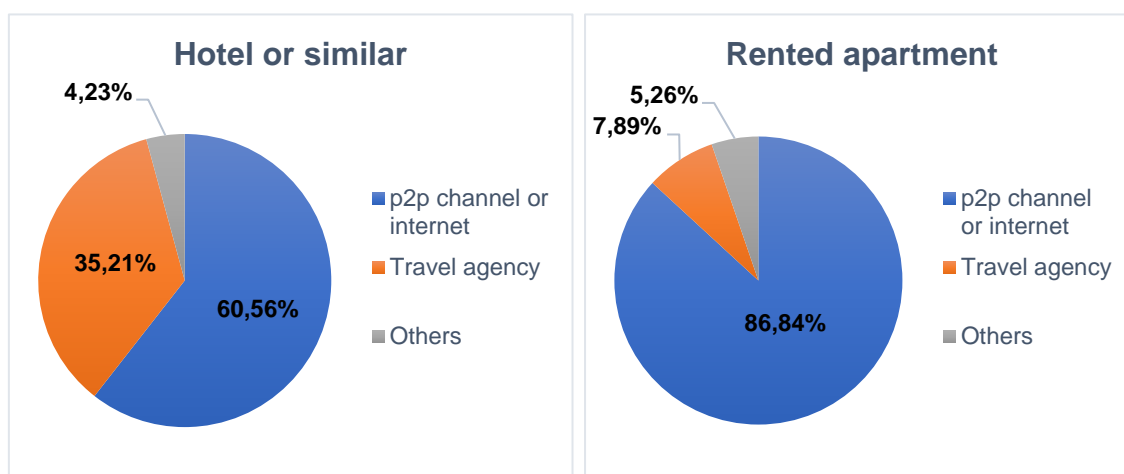
Taula 4: Quin tipus de mitjà de transport utilitzen?

	Total mostra		Hotel or similar		Rented apartment	
	Freqüència	%	Freqüència	%	Freqüència	%
Rented car	57	45,24	32	45,07	19	50,00
Own car	6	4,76	0	0,00	1	2,63
Public transport	51	40,48	29	40,85	17	44,74
Taxi	17	13,49	16	22,54	0	0,00
Bike	11	8,73	10	14,08	0	0,00
Nothing	6	4,76	2	2,82	3	7,89
Total	148	(126)	89	(71)	40	(38)

Font: Elaboració pròpia

Al poder utilitzar més d'una mitjà de transport alhora, la pregunta es va plantejar com a multi-resposta. El que es pot comprovar es que el mitjà de transport més utilitzat pels dos perfils de turistes és el cotxe llogat, i sorprenentment una bona part dels dos perfils utilitzen el transport públic. On es veu la primera diferència és en quan a l'ús del taxi. Un 22,54% dels 71 turistes allotjats a hotels o similars han utilitzat almenys una vegada el taxi per moure's per l'illa, en canvi cap turista allotjat a pisos turístics ha utilitzat aquest mitjà de transport.

Gràfic 14: Com fan la reserva?



Font: Elaboració pròpia

Com es pot observar, novament es poden apreciar diferències significatives en quan al mètode que s'utilitza per fer la reserva. Gairebé un 90% dels turistes allotjats a pisos llogats, fa la reserva a través d'un canal p2p com pugui ser Airbnb o Homeaway, i només un 7,89% ho fa a través d'un intermediari com puguin ser agències de viatges. Per altra banda, com demostra el gràfic del perfil hotelier, només un 60,56% dels turistes allotjats a hotels o similars, ho fan o bé per internet a través de la pàgina web de l'establiment o a través d'un canal p2p com podria ser Booking. És destacable el 35,21% dels turistes allotjats a hotels que encara fan la reserva de l'allotjament a través d'agències de viatges. Com es veurà reflectit posteriorment, aquesta diferència notable es podria deure a que als hotels predominen els grups d'edat més avançats que segurament no tenen tantes habilitats per navegar per internet com les generacions més joves, i per tant contracten els serveis d'un intermediari perquè els hi faci la reserva.

Taula 5: Què gasten els turistes per dia i per persona fora de l'allotjament?

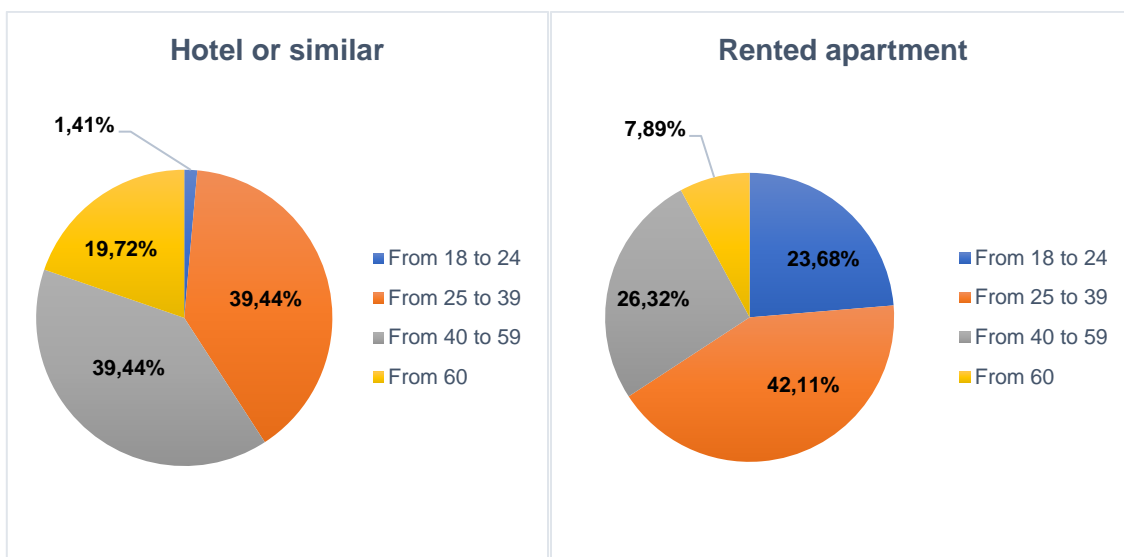
	Total mostra		Hotel or similar		Rented apartment	
	Freqüència	%	Freqüència	%	Freqüència	%
Less than 30€	20	15,87	11	15,49	6	15,79
From 30 to 50€	60	47,62	33	46,48	20	52,63
From 51 to 70€	27	21,43	17	23,94	5	13,16
From 71 to 90€	11	8,73	6	8,45	3	7,89
From 91 to 110€	3	2,38	2	2,82	1	2,63
More than 110€	5	3,97	2	2,82	3	7,89
Total	126	100,00	71	100,00	38	100,00

Font: Elaboració pròpia

Respecte a aquesta variable, despesa diària sense tenir en compte el preu de l'allotjament, no s'aprecien diferències notables entre els dos perfils de turista. El que si es pot observar és que la majoria de turistes no gasten més de 50€ per

persona i dia, fora de l'apartament. Concretament, el 61,97% dels turistes de perfil hotelier, gasten 50€ o menys, i només el 14,09% gastarà més de 70€. Si s'analitza l'altre perfil, es pot observar com el 68,42% dels turistes no gastaran més de 50€ i el 18,41% en gastarà més de 70€.

Gràfic 15: Grup d'edat.

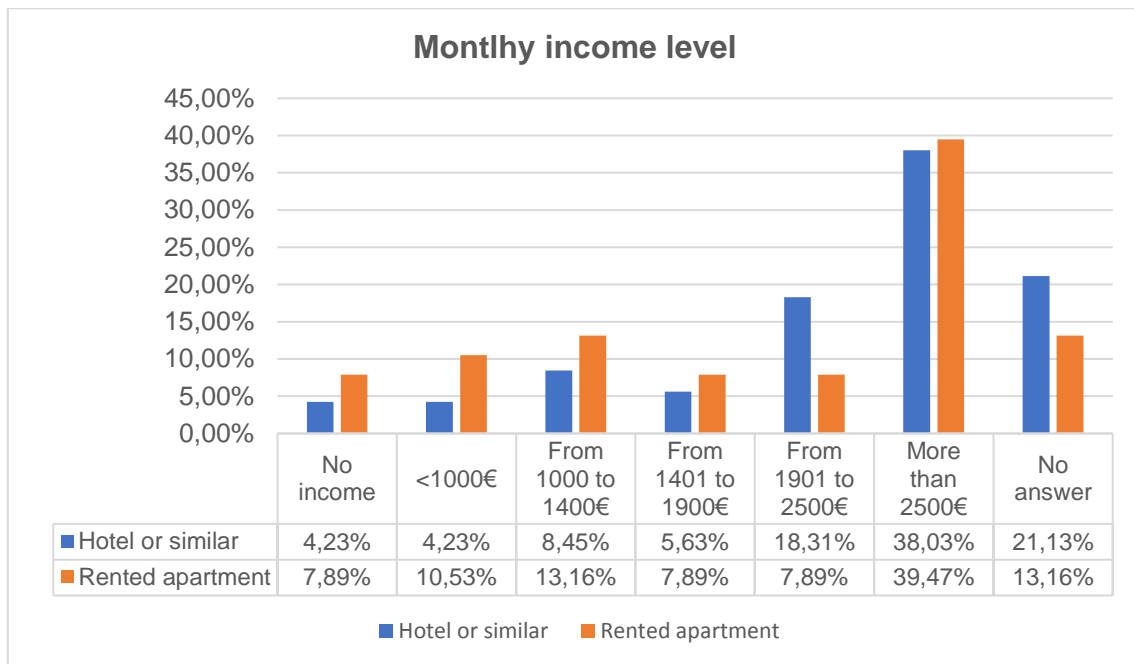


Font: Elaboració pròpia

Altra vegada es poden observar unes dades molt significatives. Quan es parla del perfil de turista allotjat a hotels o similars, el grup d'edat més residual és el que va dels 18 als 24 anys, representant només un 1,41% del total. En canvi, el grup d'edat residual al perfil de lloguer turístic és el d'edat més avançada, més enllà dels 60 anys, representant un 7,89%.

Es pot veure també com, un 65,79% dels turistes de lloguer vacacional tenen menys de 40 anys i un 34,21% en té més. Per altra banda, quan es parla del perfil de turista hotelier es capgira aquesta situació ja que només un 40,85% té menys de 40 anys, i un 59,15% en té més. Se'n parlarà a les conclusions però és evident que el públic objectiu del lloguer vacacional és un client més jove que no pas el turista que s'allotja a un hotel.

Gràfic 16: Salari mensual.



Font: Elaboració pròpia

Tot i que a priori no s'observi molta diferència entre els dos perfils, si profunditzem a les dades, si que hi ha lleus diferències en quan a l'economia dels dos perfils de turista.

En primer lloc és destacable l'elevat percentatge de turistes allotjats a hotels que no volen respondre la pregunta en comparació amb l'altre perfil: 21,13% front a un 13,16%. Això podria tenir moltes interpretacions possibles així que no es prendran conclusions amb aquesta dada.

En segon lloc, si s'agrupen els tres nivells d'ingressos més baixos, s'extreu que un 31,58% dels turistes allotjats a lloguer vacacional o bé no cobren o bé cobren menys de 1400€ mensuals. Per altra banda, aquest percentatge és molt més reduït al perfil hotelier ja que només un 16,41% dels turistes tenen la xifra d'ingressos abans comentada. Aquí queda reflectit que el percentatge de turistes allotjats a pisos turístics amb ingressos inferiors a 1400€, duplica el percentatge de turistes amb aquesta xifra d'ingressos allotjats a hotels o similars.

Per finalitzar, el percentatge de turistes allotjats a pisos turístics amb ingressos mensuals majors de 2500€ és superior al percentatge de turistes del perfil hotelier. Un 39,47% front a un 38,03%. Tot i això, s'ha d'anar alerta a treure conclusions sobre les anteriors dades, ja que la quantitat de gent que no va voler respondre la pregunta sobre els ingressos mensuals, es notablement superior al perfil hotelier que no pas al perfil de lloguer vacacional, i la probabilitat de que la majoria de turistes que no va respondre a la pregunta, tinguin uns ingressos superiors a 2500€, és alta.

6. Conclusions

Arribats al darrer apartat del treball es procedirà a intentar donar resposta a les preguntes que es plantejaren a l'inici d'aquest, i així, veure si s'han complert els objectius proposats.

Com explica Klynhout (2006) les Illes Balears han anat passant per moltes etapes: la balearització, el pas del model de turisme "donut" a l'efecte ensaïmada (per referir-se al creixement del turisme d'interior), la germanització i l'aparició de les companyies aèries de baix cost. L'etapa que ha marcat clarament el turisme a partir de l'any 2008 ha estat l'augment exponencial del lloguer vacacional a vivendes particulars.

A l'hora d'arribar a certes conclusions sobre el perfil del turista allotjat a vivendes particulars, s'ha d'entendre que aquestes conclusions només són aplicables a l'indret geogràfic estudiat, en aquest cas el Port de Sóller. Si s'extrapolesin les dades i amb elles les conclusions a la resta de les Illes Balears, el biaix de l'estudi seria immens i les dades molt poc creïbles i fidedignes. Per tant, això és un punt a remarcar i a tenir en compte. Això sí, hi ha certes preguntes com per exemple el temps d'estada o bé el motiu per el qual han triat aquest indret geogràfic, que sí que són aplicables a la resta de Mallorca.

Arrel de l'estudi realitzat al Port de Sóller sobre el perfil del turista allotjat a vivendes particulars s'obtenen les següents conclusions:

- Contribueix a reduir l'estacionalitat: S'ha mostrat que al Port de Sóller, a les darreres setmanes d'abril, representa un 30% del total dels turistes. Un percentatge gens menyspreable.
- Gran part d'aquests turistes no formen part de la competència deslleial amb els hotels. Formen part d'un nou mercat. Com s'ha estudiat, un 42% d'aquests turistes no s'han allotjat a un hotel o similar a causa del cost, i un 26% no ho han fet per poder-se sentir com a casa amb la seva família. És un nou perfil de turista que probablement no viatjaria si no fos pel lloguer vacacional.
- És un turista que viatja gràcies als allotjaments tan econòmics que estan al seu abast. Com s'ha comprovat, més d'un 65% dels turistes paguen 50€ o menys per persona i dia per allotjament.
- No hi ha pràcticament diferència entre els dos perfils de turista pel que fa al motiu pel qual passen les vacances a Mallorca. La majoria ho fa pel turisme de sol i platja.
- És un turista que no sol viatjar amb la parella, sinó amb la família o amb amics. Només un 21% d'aquests turistes ho feien amb la parella, i un 71% ho feien o amb família o amics.
- Molt relacionat amb el tema econòmic, el perfil de turista allotjat a vivendes particulars ho sol fer per estades curtes. El 81% dels turistes estan una setmana o menys a Mallorca.
- És un turista que passa més hores dins l'apartament en comparació amb el turista allotjat a hotels o similars.
- El mercat de lloguer vacacional encara és jove. El 81% d'aquests turistes no ha estat a Mallorca més de 3 vegades.
- No és un turista tan previsor com el turista allotjat a hotels pel que fa al temps d'antelació de la reserva.

- Perfil de turista que pràcticament no utilitza agències de viatge. Gairebé el 90% fa la reserva a través d'internet, sense intermediaris. Aquí es veu reflectida la importància que han tingut les TIC en la expansió d'aquest tipus de turisme. Una de les causes d'aquest fet és que el perfil de turista allotjat a vivendes particulars és un turista més jove que el turista allotjat a hotels, i per tant, estaria més familiaritzat amb les noves tecnologies
- Al lloguer vacacional predominen els grups d'edat més joves. El 65% tenen menys de 40 anys.
- Turista amb menor poder adquisitiu que el perfil hoteler. El 31% dels turistes allotjats a vivendes particulars o bé no tenien ingressos o bé el seu salari era inferior als 1400€ mensuals. Per altra banda només un 16% dels turistes allotjats a hotels tenien aquests ingressos.

Una vegada acabada la recerca, es pot afirmar que les causes de l'augment exponencial del lloguer vacacional a habitatges particulars a les Balears són múltiples i complexes. A continuació es presenten les més importants i evidents:

- Primavera àrab, terrorisme i revoltes populars als països competidors del turisme de sol i platja que ofereixen les Illes Balears. Això provoca una reconducció dels fluxos turístics cap a les destinacions segures, provocant un augment de la demanda turística.
- Aparició de les TIC i amb elles Airbnb i altres canals de distribució que aconsegueixen eliminar una ineficiència de mercat. Molts grups socials, entre ells famílies nombroses, podran allotjar-se a un apartament a un cost notablement més reduït que no pas el que haurien d'assumir en cas d'allotjar-se a un hotel. Aquests canals han facilitat el contacte entre oferta i demanda i cada turista escull l'allotjament que més s'ajusti a les seves necessitats. Per tant, han augmentat clarament la quantitat de turistes que visiten les Illes Balears que sense aquesta innovació probablement no ho farien.
- Crisis econòmica en classes socials mitges i baixes: al obtenir una major plusvàlua a través de la comercialització turística, aquestes classes socials han decidit destinar el seu habitatge al lloguer vacacional. És a dir, moltes famílies han vist en el lloguer vacacional una manera d'obtenir uns ingressos addicionals que han ajudat a superar la crisi econòmica, ja que com s'ha comprovat, només una minúscula part d'aquests habitatges són gestionats per grans inversors, i la immensa majoria són propietaris que només destinen una vivenda al lloguer turístic.

Per altra banda, es més difícil parlar de les conseqüències ja que actualment no es tenen dades ni estudis suficients per afirmar amb claredat quines externalitats negatives són conseqüència directa del lloguer vacacional i quines no. Durant el treball s'han exposat diferents punts de vista i només el temps dirà quina posició era la més encertada.

El que sí que es pot assegurar és que l'estudi realitzat per Nilsson i Groizard només ha estudiat un portal web, Airbnb, i a l'hora de desmentir els 8 mites associats a lloguer vacacional i obtenir certes conclusions, no s'han tingut en compte altres canals de distribució. Per tant, tenint aquest aspecte clar, hi ha una sèrie de conseqüències, que si bé no es pot saber amb exactitud en quina

mesura hi té influència el lloguer vacacional, sí que hi estarien contribuint. Les més clares i evidents són les següents:

- Augment de l'economia submergida. Amb la llei actual molts de propietaris no poden adquirir la llicència que permet comercialitzar turísticament la seva vivenda. El que provoca això és que alguns propietaris segueixin comercialitzant-la, i al no estar legalitzada, no es recapta cap tipus d'impost.
- Augment de la productivitat i reducció de l'estacionalitat: com s'ha comentat abans els propietaris d'aquestes vivendes no han de fer front als costos fixos que sí que han de tenir en compte els hotels. Per tant es poden adaptar més fàcilment als petits canvis de la demanda.

7. Bibliografia

Barceló, B. (2000). Història del turisme a Mallorca. Treballs de la Societat Catalana de Geografia, 15(50), 31-55.

Bardolet, E. (2006). Primer centenario del turismo en Baleares. En Asociación Balear de Periodistas y Escritores de Turismo (ed.), *Cien años de turismo en Baleares 1905-2005* (1a ed., p. 27-34). Palma de Mallorca: A.B.P.E.T.

Bennàssar, B. (2001). *Procés al turisme: Turisme de masses, immigració, medi ambient i marginació a Mallorca (1960-2000)*. Palma de Mallorca: Lleonard Muntaner Editor.

Cladera, M. (2006). Las puertas de las islas. En Asociación Balear de Periodistas y Escritores de Turismo (ed.), *Cien años de turismo en Baleares 1905-2005* (1a ed., p. 77-84). Palma de Mallorca: A.B.P.E.T.

Coll, R. (2006). Mallorca: Combinación de modernidad y pasado. En Asociación Balear de Periodistas y Escritores de Turismo (ed.), *Cien años de turismo en Baleares 1905-2005* (1a ed., p. 55-62). Palma de Mallorca: A.B.P.E.T.

Groizard, J.L. i Nilsson, W. (2017). Mito y realidad del alquiler vacacional en las Islas Baleares. Análisis y recomendaciones de política turística. DEA Working Paper No. 84, April 2017.

Hernández, F., & Joan, P. (2009). *Història del turisme a les Illes Balears*. Palma de Mallorca: Inrevés edicions.

Klynhout, C. (2006). Repensar el milagro llamado turismo. En Asociación Balear de Periodistas y Escritores de Turismo (ed.), *Cien años de turismo en Baleares 1905-2005* (1a ed., p. 69-76). Palma de Mallorca: A.B.P.E.T.

Porcel, B. (2006). Turismo y Mediterráneo. En Asociación Balear de Periodistas y Escritores de Turismo (ed.), *Cien años de turismo en Baleares 1905-2005* (1a ed., p. 15-19). Palma de Mallorca: A.B.P.E.T.

Ruiz, J. (2006). La revolución "on-line" del consumidor turístico. En Asociación Balear de Periodistas y Escritores de Turismo (ed.), *Cien años de turismo en Baleares 1905-2005* (1a ed., p. 85-92). Palma de Mallorca: A.B.P.E.T.

Vich, G. (2015). El mostreig [Apunts acadèmics]. Campus extens.

Vich, G. (2015). El qüestionari [Apunts acadèmics]. Campus extens.

8. Linkografia

Agencias Palma (29 març 2017). Terraferida eleva a 109.000 las plazas de Airbnb en Mallorca: La entidad actualiza los datos y avisa de que hay un 38% más de alojamientos de alquiler turístico que en 2016. *Diario de Mallorca*. Recuperat de: <http://www.diariodemallorca.es/mallorca/2017/03/29/terraferida-eleva-109000-plazas-airbnb/1201916.html>

Fernández, J. (2016). *Historia del turisme a les Balears* [Vídeo]. Recuperat de https://www.youtube.com/watch?v=s_99nL3ZJFU

FRONTUR. (2008). Informe anual 2008. Recuperat de: [http://estadisticas.tourspain.es/es-ES/estadisticas/frontur/Anuales/Movimientos%20Tur%C3%ADsticos%20en%20Fronteras%20\(Frontur\)%202008.pdf](http://estadisticas.tourspain.es/es-ES/estadisticas/frontur/Anuales/Movimientos%20Tur%C3%ADsticos%20en%20Fronteras%20(Frontur)%202008.pdf)

FRONTUR. (2012). Informe anual 2012. Recuperat de: [http://estadisticas.tourspain.es/es-ES/estadisticas/frontur/Anuales/Movimientos%20Tur%C3%ADsticos%20en%20Fronteras%20\(Frontur\)%20y%20Encuesta%20de%20Gasto%20Tur%C3%ADstico%20\(Egatur\)%202012.pdf](http://estadisticas.tourspain.es/es-ES/estadisticas/frontur/Anuales/Movimientos%20Tur%C3%ADsticos%20en%20Fronteras%20(Frontur)%20y%20Encuesta%20de%20Gasto%20Tur%C3%ADstico%20(Egatur)%202012.pdf)

García, T. (19 juny 2016). Cómo el creador de Airbnb cambió tus vacaciones desde su sofá. *El Mundo*. Recuperat de <http://www.elmundo.es/papel/historias/2016/06/19/5763d8e6e5fdea213a8b4660.html>

Muñoz, F. (2012). Cinco casos en los que el alquiler se convirtió en un infierno. *ABC*. Recuperat de: <http://www.abc.es/20120518/economia/abci-casos-problemas-alquiler-201205171935.html>

Quelart, R., Fajardo, C., Pauné, M., Andrés, R. (7 agost 2016). La cara oculta del alquiler vacacional en España: El aumento del turismo, los portales inmobiliarios online y la escasez de vivienda asequible provocan una inflación descontrolada en zonas costeras de éxito. *La Vanguardia*. Recuperat de: <http://www.lavanguardia.com/vida/20160827/403688192206/precio-alquiler-vacacional-ibiza-barceloneta.html>

Suñer, N. (26 febrer 2017). La casa de l'àvia 'for rent' o el problema del lloguer turístic a les Balears: El Govern autonòmic impulsa la reforma de la Llei de Turisme per intentar regular els pisos turístics, amb unes mesures que els ecologistes consideren massa laxa. *Público*. Recuperat de: <http://www.publico.es/public/casa-l-avia-for-rent.html>

9.1 Questionari pilot I

1. Age group
 - A. From 15 to 24
 - B. From 25 to 39
 - C. From 40 to 60
 - D. From 60
2. Where are you from?
 - A. Germany
 - B. England
 - C. France
 - D. Italy
 - F. Spain
 - G. Another (specify): _____
3. Where are you staying?
 - A. Hotel or similar
 - B. Rented apartment
 - C. Own apartment
 - D. Family/friend apartment
 - F. Another (specify): _____
- 3a. Why didn't you choose another option?
 - A. Specify the reason: _____
- 3b. Why are you staying here?
 - A. Comfort
 - B. Economic
 - C. Location
 - D. Another (specify): _____
4. What is the main reason why you spend the holidays in Mallorca? (multiple choice)
 - A. Triple S (Sun, sand & sea)
 - B. Business
 - C. Cultural trip
 - D. Visiting family
 - F. Party
 - G. Another (specify): _____
5. Who are you coming with?
 - A. Family
 - B. Friends
 - C. With my partner
 - D. Alone
6. How much do you pay per day and person for accommodation?
 - A. <50€
 - B. 51<70€
 - C. 71<90€
 - D. 91<120€
 - F. >120€
7. How many days are you staying in Mallorca?
 - A. 1-4 days
 - B. 5-7 days
 - C. 7-9 days
 - D. More than 10 days
8. What type of tourism are you doing in Mallorca?
 - A. Triple S (Sun, sand & sea)
 - B. Sports tourism
 - C. Cultural trip
 - D. Party
 - D. Another (specify): _____
9. How many hours per day do you stay in the hotel or apartment?
 - A. Minimum needed
 - B. Half a day
 - C. All day
 - D. Another (specify): _____
10. What do you value most when choosing accommodation?
 - A. Economic
 - B. Well located
 - C. Privacy
 - D. Breakfast included
 - F. Size of your place
 - G. Accommodation equipment
 - H: Another (specify): _____
11. What is the second most important thing that you value most when choosing accommodation?
 - A. Economic
 - B. Well located
 - C. Privacy
 - D. Breakfast included
 - F. Size of your place
 - G. Accommodation equipment
 - H: Another (specify): _____
12. Do you think you know the culture and way of being of the people of Mallorca?
 - A. Absolutely
 - B. Quite
 - C. A little bit
 - D. No, but I would like to know
 - F. No, it's not important to enjoy my vacation
13. It's your first time in Mallorca?
 - A. Yes
 - B. No, I've been here 2-3 times
 - C. No, I've been here 4-5 times
 - D. No, I've been here 6-7 times
 - F. No, I've been here >7 times
14. How far in advance have you made the reservation?
 - A. The last two weeks
 - B. 3-4 weeks ago
 - C. 2 months ago
 - D. 3 months ago

- F. More than 3 months ago
15. Which means of transportation are you using?
- A. Rented car
 - B. Own car
 - C. Public transport
 - D. Taxi
 - F. Another (specify): _____
16. How did you made the reservation?
- A. p2p channel: Airbnb, Homeaway...
 - B. Travel agency
 - C. Another (specify): _____
17. What does the accommodation price include?
- A. Nothing
 - B. Breakfast
 - C. Breakfast + lunch/dinner
 - D. All included
 - F. Another (specify): _____
18. How much do you think you will spend per day out of the hotel/apartment?
- A. Less than 80€
 - B. $80 \leq 100$ €
 - C. $100 \leq 120$ €
 - D. >120 €
19. What is your monthly income level?
- A. No income
 - B. <1000 €
 - C. $1000 \leq 1400$ €
 - D. $1400 \leq 1900$ €
 - F. $1900 \leq 2500$ €
 - G. >2500 €
 - H. No answer

9.2 Questionari definitiu.

1. Where are you staying?

1. Hotel or similar (skip question 4)
2. Rented apartment (go to 2)
3. Own apartment (go to 5, and skip 9, 10, 13, 15)
4. Family/friend apartment (go to 5 and skip 9, 10, 13, 15)

2. How much do you pay per DAY and PERSON for accommodation?

1. Less than 30€
2. 30≤50€
3. 51≤70€
4. 71≤90€
5. 91≤120€
6. >120€

3. What does the accommodation price include?

1. Nothing
2. Breakfast
3. Breakfast + lunch/dinner
4. All included
5. Another (specify): _____

4. Why didn't you choose a hotel?

1. To feel at home with family
2. Hotel is more expensive
3. Hotels don't have full equipment
4. For the privacy
5. I didn't find a hotel in the place I wanted.
6. Another (specify): _____

5. What is the main reason why you spend the holidays in Mallorca? (multiple choice)

1. Triple S (Sun, sand & sea): Vacation

1. Business
2. Cultural trip
3. Visiting family
4. Sport tourism
5. Party
6. Another (specify): _____

6. Who are you coming with?

1. Family (with children)
2. With my partner (wife, husband...)
3. Friends
4. Alone

7. How many days are you staying in Mallorca?

1. 1-4 days
2. 5-7 days
3. 8-9 days
4. 10 or more days

8. How many hours per day do you stay in the hotel or apartment?

1. Minimum needed (sleep and shower)
2. Half a day
3. All day
4. Another (specify): _____

9. What do you value most when choosing accommodation?

1. Economic
2. Well located
3. Privacy
4. Breakfast included
5. Size of your place
6. Accommodation equipment
7. Another (specify): _____

10. What is the second most important thing that you value most when choosing accommodation?

1. Economic
2. Well located
3. Privacy
4. Breakfast included
5. Size of your place
6. Accommodation equipment
- 7: Another (specify): _____

11. Do you think you know the culture and way of being of the people of Mallorca?

1. Absolutely
2. Quite
3. A little bit
4. No, but I would like to know
5. No, it's not important to enjoy my vacation

12. It's your first time in Mallorca?

1. Yes
2. No, I've been here 2-3 times
3. No, I've been here 4-5 times
4. No, I've been here 6-7 times
5. No, I've been here >7 times

13. How far in advance have you made the reservation?

1. The last two weeks
2. 3-4 weeks ago
3. 2 months ago
4. 3 months ago
5. More than 3 months ago

14. Which means of transportation are you using?

1. Rented car
2. Own car

3. Public transport

4. Taxi

5. Bike

6. Nothing

7. Another (specify): _____

15. How did you made the reservation of your hotel/apartment?

1. Airbnb, Homeaway... (internet)

2. Travel agency

3. Another (specify): _____

16. How much do you think you will spend per DAY and PERSON out of the hotel/apartment?

1. Less than 30€

2. 30≤50€

3. 51≤70€

2. 71≤90€

3. 91≤110€

4. >110€

17. Age group

1. From 18 to 24

2. From 25 to 39

3. From 40 to 59

4. From 60

18. Where are you from?

1. Germany

2. England

3. France

4. Italy

5. Spain

6. Sweden

7. Another (specify): _____

19. What is your monthly income level?

1. No income

2. <1000€

3. 1000≤1400€

4. 1401≤1900€

5. 1901≤2500€

6. >2500€

7. No answer

9.3 Entrevista a Ivan Murray

Ivan Murray és doctor en geografia per la Universitat de les Illes Balears i MsC en Environmental Sustainability per la University of Edinburgh. Ha treballat en varis estudis sobre la petjada ecològica a les Illes Balears i és membre del GIST (Grup d'Investigació en sostenibilitat i territori) de la UIB, dirigit pel Dr. Onofre Rullan Salamanca (UIB).

P: Quines creus que són les causes i conseqüències principals de l'augment exponencial del lloguer vacacional a vivendes particulars?

R: Ses causes son molt complexes i múltiples. Actualment no hi ha suficients dades per analitzar específicament les causes però si que es pot fer un anàlisi. Hi ha casos de persones que han estat desnonades per posar el seu habitatge al lloguer turístic. Les causes son evidents. L'habitatge té una funció social, quan els habitatges no compleixen aquestes funcions s'entra a un conflicte. El conflicte és: a on col·locaràs el teu habitatge? I dè, al que et doni majors plusvàlues. L'habitatge ja no es destinarà a la seva funció residencial sinó a la funció turística. Aquí el que s'està fent és un procés de desplaçament d'usos i persones. S'ha de tenir en compte que la població de les Illes Balears és de les poblacions que rep els salaris més baixos i té els habitatges més cars. Tenim una població important que viu de lloguer que es veu amenaçada. Es podria dir que es produeix una acceleració de la violència immobiliària. Es produeixen paral·lelament dos fenòmens: primer que el nombre d'habitatges disponibles per ser llogats de manera permanent cada vegada son menys. Hi ha una contracció i casi desaparició del mercat d'habitatge en lloguer. En segon lloc hi ha un augment del preu de l'habitatge del lloguer, i això ha anat conjuntament amb una caiguda del poder adquisitiu de les classes treballadores. Això és una olla a pressió. S'ha de tenir en compte que l'Estat espanyol és un dels estat de la Unió Europea allà on la política d'habitatge ha estat més pobre. Al final, hi ha una vulnerabilitat extrema si ho comparem amb qualsevol estat de sa Unió Europea. Per tant això és un terreny abonat perquè hi proliferin els conflictes si no s'hi fa res.

P: Molts ecologistes creuen que Mallorca va camí de Eivissa on molts treballadors han de dormir en furgonetes o balcons ja que no es poden permetre pagar un lloguer. Hi estàs d'acord?

R: Es tema que s'està produint és que ens trobem en una situació d'una creixent precarietat en qüestió d'habitatge. S'estan començant a donar els pisos pastera, que no és un fenomen nou. Això es va intensificant cada vegada més. I alhora s'està produint un efecte domino, és a dir, es van revaloritzant turísticament i van augmentat els preus de lloguer d'habitatges com podria ser el centre de Palma, expulsant a la població que viu de lloguer allà. Aquesta gent es veu desplaçada cap a altres zones de la ciutat, i aquesta expulsió el que genera és un nou conflicte entre la gent que viu a aquests barris i els que arriben nous i també es produeix un efecte inflacionari del preu del lloguer de l'habitatge. En la qual cosa és un procés de continu desplaçament habitacional. Ens trobem de nou en una situació d'extrema vulnerabilitat. I no hi ha manera legal a través de polítiques públiques per fer front a tot això, i alhora hi ha molta impunitat per part de les classes propietàries, encara que normalment el discurs que venen associacions

com APTUR és que es senten víctimes. Com han d'ésser les víctimes si ells tenen propietats? La gent que es veu més sotmesa o vulnerable són les persones que viuen de lloguer. El que passa és que aquesta democràcia liberal el que fa es reforçar i legislar per els propietaris i tota la resta queda una mica al marge.

P: Creus la tendència en quan a nombre de turistes seguirà creixent, o el que es coneix com carrying capacity està arribant al límit? Qui posarà un límit?

R: Home, els límits els hem anat saltant permanentment, de fet jo vaig fer la petjada ecològica i aquí a les Illes Balears amb els recursos que tenim, evidentment no podem cobrir les exigències de recursos. La situació de poder que t'atorga tenir una moneda forta, el que vas fent es equilibrar el teu dèficit de recursos a través de la teva balança comercial, tant de béns com de serveis. I aquí l'estratègia que s'ha seguit ha estat la següent: gràcies a tenir un superàvit a través de la balança de serveis, adquirir tots els béns que requereix aquesta societat de consum tant desorbitat com és la balear o mallorquina. Fonamentalment es compra carbó barat de Sud-àfrica, s'importen productes alimentaris de la producció en massa del sud d'Espanya, per exemple de Murcia i Almeria. Per tant la decisió de posar un límit haurà de ser presa a partir de la pressió social. La classe política el que venen a fer es reflectir a través de diferents regulacions qüestions que estan al debat. Si això no està al debat, no es regula. Aquí tenim múltiples nivells competencials que fa que tot això sigui encara més difícil i que fonamentalment les economies actuals del capitalisme avançat, estan en una cursa desesperada per anar reconduint la reposició de la taxa de beneficis. És a dir tornar a començar per la senda del creixement econòmic sense mirar a cap costat, com si anar amb cucales. Llavors, el que tenim ara mateix en el cas de Mallorca és que podríem dir que cada vegada s'expliciten més els costos socials del turisme. Fins que s'ha vist que la qüestió turística actuava com un element difusor de beneficis i com a garant del benestar de la població de les Illes, idò hi ha hagut un cert consens social respecte al que pot suposar haver de sacrificar part del nostre entorn al Déu turístic. Però i que passa en el moment en que ja no són tant clars els beneficis socials sinó que comencen a excedir aquells costos socials respecte als beneficis socials? A més a més amb una accentuació del que són les desigualtats socials. Aquí podem veure com comencen a aparèixer qüestionaments, al manco d'aquesta forma d'organitzar aquesta activitat. I aquí és on crec que estam ara a ses Illes. És un moment molt interessant perquè crec que el debat està guanyant molta temperatura. Per tant crec que s'hauran de plantejar sortides o mesures, o s'acabarà destruint el que es diu col·loquialment la gallina dels ous d'or.

P: Perquè ha augmentat de forma exponencial el lloguer vacacional a vivendes particulars? Quan es va posar de moda el lloguer turístic?

R: El lloguer vacacional en habitatges podríem dir que ha estat des dels primers moments que hi comença haver els primers turistes a les Illes Balears, que seria des de finals dels any 19. Durant els anys 30, la majoria de turistes s'allotgen en pisos i en vaixells de creuer, ja que hi havia pocs hotels. Després des dels anys

60 amb l'augment del poder adquisitiu dels mallorquins es comença a donar el fenomen de les vacances durant l'estiu i comencen a aparèixer urbanitzacions residencials de vacances, com sa Colònia de Sant Jordi, o el mateix Port de Sóller, i moltes d'aquestes cases, pisos, apartaments ja es llogaven per períodes estivals tot i que allò seria com un fenomen bastant restringit. Llavors, amb l'entrada a la Unió Europea, el que es produeix és un canvi de dimensió, tant en les lògiques turístiques com immobiliàries com financeres a escala planetàries, i l'Estat espanyol era una espècie d'embut, on es concentrava bona part d'això. S'abandonen bona part de les activitats productives, hi ha tot el procés de reconversió industrial, i bona part del sistema productiu financer espanyol girarà en torn a un clau de bòveda que es un binomi d'un complexe industrial allà on es combinen el mon financer, turístic i immobiliari. I ses zones que ja eren turístiques durant els anys fordistes, comencen a despuntar com els principals espais de inversió estrangera directa en inversions immobiliàries i també de inversions espanyols vinculades a l'explotació i ús turístic, per exemple Benidorm. Però sa vocació immobiliària estira lligada a unes revaloritzacions dels bens dels actius immobiliaris durant els anys de la bombolla immobiliària. Se produeix una quantitat brutal de habitatges i altres extravagàncies immobiliàries. Es una fase alcista de despropòsits que va des de aproximadament l'any 95 després que hi hagi unes devaluacions de la pesseta per part d'Aznar i es comença a activar aquesta bombolla immobiliària. Tot això va agafant un ritme espectacular fins el punt que es lloc allà on es construeixen mes habitatges de tota sa Unió Europea es l'Estat espanyol, i en el moment en que el preu del petroli comença a disparar-se i comencen a pujar els tipus de interès, això comença a fer com una espècie de pinça que acaba tancant el circuit financer, s'acaben les facilitats de crèdits, es romp es nexa entre lo immobiliari i lo financer i es comença a propagar per tot el sistema bancari internacional i la bombolla immobiliària acaba esclatant per estrangulament financer. El que passa es que hi ha moltíssims d'habitatges buits, i d'altres que s'havien fet per pura especulació i per tant comencen a caure en torn a un 30% i 40% els preus de l'habitatge. En aquests moments un element important de l'expansió immobiliària es la inversió estrangera, però bona part del turistes que venien a l'estat espanyol, molts eren propietaris. Llavors coincideix la crisi, també comencen a caure els fluxos turístics, però quan es comencen a reactivar els plans d'ajustament i d'expansió als països centrals de la Unió Europea alhora que hi ha un procés d'estrangulament als països de sud d'Europa, hi ha aquesta borsa d'habitatges i quan es comença a reactivar el cycle turístic, quan les economies domèstiques de les classes mitjanes d'Europa es reactiven, començam a tenir un reflux de turistes cap a la mediterrània que es la piscina d'Europa. I a més a més se dóna la casualitat de que hi ha les revoltes populars, tant a Europa però també al Nord d'Àfrica, est d'Àsia, primaveraes àrabs, ocupació de les places, etc.. i a l'altre vorera de la mediterrània això acaba esclatant amb un procés de conflicte i crisi que fa que se vagin redirigint els fluxos turístics cap a les destinacions "segures". Grècia per exemple perd turistes, però en canvi a Espanya es dispararan els turistes. Passam d'uns 47 milions de turistes al voltant dels anys 2000, fins arribar actualment als 70 milions. Ha estat un salt quantitatiu, no qualitatiu. Aquí el que ha passat també, ha estat que bona part d'aquell parc immobiliari que s'havia aixecat amb perspectives especulatives comencen a trobar un nou nínxol de negoci. Ses polítiques públiques afavoreixen, com que s'ha de fer qualsevol cosa per saltar-se la crisi i s'únic sector que queda competitiu dins l'economia espanyola és el turisme, perquè un

sector ha estat desmantellat, i el sector immobiliari, la joia de la corona també cau, llavors tot es va concentrant dins el sector turístic. Comença una creixent competitivitat entre diferents ciutats i territoris per atreure el major nombre de turistes, i comencen posar-se a l'abast tots aquests habitatges que hi havia a disposició de l'acollida de turística. El 2008 apareix una plataforma online, Airbnb, que s'aprofita de tot aquell discurs que apareix durant la crisi que diu: bé ha fallat el capital, ha fallat l'estat, es comença a parlar dels comuns, com una lluita contra el procés de privatització que hi havia davant sa crisi, ses economies col·laboratives, el famós "do it by yourself", que era una de ses demandes dels col·lectius més antisistema i això es reciclat per part del capital i apareix tot aquest nou muntatge. I aquí a les Illes que son una de les principals destinacions turístiques d'Europa i podríem dir del món, estam en una situació privilegiada per aglutinar totes aquestes dinàmiques. El 2005 per exemple, en plena bombolla immobiliària ja es treu una llei per regular ses estades turístiques en habitatges, sobretot per fer front al problema que hi havia a Pollença. Es legalitzen bona part d'aquelles cases que hi havien. Clar, es legalitzen turísticament però moltes d'aquelles cases eren il·legals urbanísticament. El 2012 surt una nova llei, i es regulen d'una manera ample els habitatges turístics amb una sèrie de restriccions. Fonamentalment els que queden al marge d'aquella regulació són el lloguer de pisos, que serà allà on es concentrarà bona part de ses noves dinàmiques d'extracció de plusvàlues turístiques a partir d'aquests immobles. Aquí és on tenim el conflicte. Fins que havia estat en habitatges unifamiliars, no hi havia hagut aquesta confrontació tan forta com la que ha esclatat llavors.

P: Quin model creus que funcionaria millor: el proposat per l'economista Vicenç Navarro a l'ajuntament de Barcelona on només els residents poguessin destinar a lloguer turístic una vivenda o la nova llei duta a terme pel Govern de les Illes Balears amb un sostre de places turístiques i zonificacions per part dels ajuntaments?

R: Bé, aquest límit de 43 mil places turístiques és trampós ja que no és ben bé així. El que fa es dir: noltros fixarem un límit fins que els PIATS (Plans insulars d'actuació turística) ho regulin, però al borrador de la nova llei no especifica si podran ampliar o reduir aquest sostre. Sa solució que planteja en Navarro és la proposta de Berlin. Si te fixes, sa retòrica que hi ha darrera es defensors d'Airbnb és que degut a la crisi s'han quedat sense feina, no poden pagar la hipoteca, etc... Però el que passa és que la majoria dels actors que hi ha darrera Airbnb són gestors o inclús propietaris de nombroses propietats. Llavors el que es ve a dir és: si realment és per ajudar a aquelles classes que s'han vist més afectades per sa crisi, que ha tingut una arrel clarament immobiliària, anem a regular per connectar-ho amb aquests col·lectius socials. Evidentment aquí hi ha una negativa o rebuig per part des lobbys pro lloguer vacacional perquè evidentment a ells no els hi interessa. Evidentment la proposat liberal és dir: que el mercat funcioni, com si fos una cosa que està allà a una altra galàxia, i que ell mateix s'anirà regulant, la qual cosa sabem cap a on condueix. Això era sa filosofia que hi havia darrera es mercat immobiliari especulatiu als anys 90 principis de 2000 i va acabar en un esclat d'una bombolla immobiliària ferotge i aquesta mateixa dosi que ens ha situat i ens condueix a una expansió d'una bombolla turística immobiliària de dimensions que encara seran molt més espectaculars.

P: Altres associacions com APTUR defensen que el lloguer vocacional el que fa és democratitzar els ingressos del turisme. Hi estàs d'acord?

R: Això és el que diuen evidentment. Sense molt de suport científic. Aquí hi ha una sèrie d'elements que s'haurien d'analitzar profundament. Hi ha coses que són certes, no ens hem d'enganyar. Aquests turistes compren als pobles, és cert, però el que està produint això al mateix temps és que la gent dels pobles no puguin anar a comprar ni als bars ni a les tendes del poble, ja que es van direccionant cap a aquests nous segments. És un procés constantment que va tenint tota una sèrie de contradiccions que no es qüestionen. Es parla molt del que es crea i molt poc del que es destrueix. Per tant aquí hi ha uns costos socials ocults que hauríem de posar damunt sa taula. Destrucció de teixit socials, de ses economies locals. Perquè en el moment que s'evaporin aquests turistes, llavors que passarà amb tots aquests negocis que s'han redirigit cap a satisfer aquestes noves demandes? A més a més, ses turbulències a nivell internacional són espectaculars, i estam veient com la conflictivitat i els atacs de yihadistes es van expandint, i sobretot ataquen als principals centres econòmics i financers que també son turístics de sa Unió europea. Jo crec que vivim un moment dolç però amb un riscs que també cada vegada són més alts, per no parlar que tot això és possible gracies al que anomenen low cost. Això és un viatjar molt barat. Llogues una casa i te costa 100€ al dia, un bitllet que te'n costa 100. Aquest lobby, APTUR i companyia diuen: bé, d'aquesta manera democratitzam la renta turística. Sa manera de redistribuir són altres també, que són vies impositives, etc. Clar els govern neoliberals el que han anat fent ha estat rebaixar les carregues impositives sobre el capital, i aquí evidentment tenim grans capitals turístics que s'han vist gratament beneficiats per totes aquestes circumstancies, per tant el que s'ha de fer és una reforma fiscal, perquè mentre se centra s'atenció en lo que es el lloguer vacacional, es desactiva s'atenció sobre els lobbys hotelers, que són ses grans corporacions turístiques. Llavors això és sa novetat que s'ha de prestar atenció, però bona part des discurs, un poc banyat de demagògia, s'ha de complementar amb l'anàlisi sobre o que son es grans capitals hotelers aquí per replicar també el discurs que fa per exemple els que estan a favor del lloguer vacacional.

P: No és el turista que va a vivendes particulars el que s'ha de fomentar i protegir, que fa despesa al petit i mitjà comerç, enlloc del turista que es passa tot el dia a l'hotel?

R: Evidentment interessa que sa despesa turística s'escampi el màxim possible. A partir dels anys 2000 hi ha una cursa ferotge per sa captura de turistes a escala mundial, i sobretot a la mediterrània en que fluxos importants se'n van cap a Turquia, Croàcia, Bulgària, etc..., i aquí a Mallorca comença a aparèixer el fenomen del tot inclòs, i amb sa crisis s'ha intensificat. El tot inclòs i el que també en certa manera encara accentua més sa llei turística del 2012 el que persegueix és que sa xarxa de les infraestructures turístiques, els hotels puguin incorporar més activitats de les que incorporaven fins aleshores per capturar el màxim, per tancar dins els seus recintes sa major part de sa despesa turística i clar, això és una de ses dinàmiques també en certa manera a rompre, a trencar. Però el que passa es que des de l'entrada a s'euro, Espanya ha deixat de ser una destinació barata i clar, el principal element factor de motivació turístic és que sigui un lloc

barat, llavors ses destinacions són bastant intercanviables perquè al final és un tros d'arena, un hotel i ja està. Si mires sa proporció de ses diferents modalitats turístiques, aquesta és sa que representa sa gran massa de sa renda generada.

P: Quins creus que és el perfil majoritari de propietari que lloga una casa o un apartament? La majoria són grans especuladors, o la majoria ho fa més per necessitat que per voluntat?

R: Ara mateix no ho sé exactament perquè el temps canvia molt aviat. Te puc parlar per exemple del cas de Pollença. Primer de tot eren petits propietaris, amb una casa en sol rústic, sa majoria. Amb sa crisi hi ha una contracció de ses empreses immobiliàries però ara han tornat a florir, i n'hi ha un caramull. N'hi ha moltíssimes i ja no es dediquen tant a la venda sinó a la comercialització. No vol dir que siguin propietàries, però si que són els actors que s'encarreguen de la intermediació i sa circulació. Aquests són els actors centrals ara mateix, els que tallen el bacallà i els que tenen el poder. Llavors, això s'ha d'investigar, encara no tenim prou informació i no sé si n'arribarem a saber perquè ses qüestions de sa propietat tenen un secret estadístic espectacular que no ens enteram del que passa. Per entendre ses dinàmiques hauríem de veure qui hi ha darrera, però podem veure com des de el moment en que això va guanyant força, inversors institucionals estan entrant amb inversions immobiliàries turístiques en general, amb hotels i habitatges, que després comercialitzaran aquests altres actors, altres agents que els posaran als canals de comercialització. I llavors altres inversors particulars que comencen a aglutinar propietats, i això és el que s'està donant ara mateix. Ara mateix jo diria que ens trobem com els estadis inicials del turisme fordista, en què hi havia una convivència d'actors, on hi havia un predomini de petits i mitjans empresaris hotelers, i algunes cadenes. Ara jo diria predomini de petits i mitjans amb 1, 2 o 3 habitatges i alguns que en tenen més, i llavors intermediaris com en aquells moments eren els touroperadors. Però si sabem alguna cosa d'història econòmica, sabem que es van donant al llarg del temps, processos de centralització i concentració del capital. Llavors, ja podem intuir a través de ses regulacions que se van fent, que aquestes regulacions el que apunten és que, alguns en diuen professionalització, que es vagi professionalitzant aquest mercat. Aquesta professionalització donarà lloc a una creixent pauta de centralització i concentració. Segurament quan hi hagi la propera crisi, amb l'esclat de la bombolla turística, fent un poc de futuròleg, per exemple amb sa crisi dels anys 70, després de sa crisi des anys 70, ses cadenes hoteleres varen sortir reforçades, varen guanyar, i ses petites quedaren destrossades i absorbides per ses grans corporacions. Com que els temps del capital cada vegada són més accelerats, això es pot donar a un ritme trepidant i jo crec que és aquí on ens trobem, i d'aquí en certa manera es paper un poc ingenu d'aquest discurs de que així s'ajuda a les rendes familiars, perquè al final no té res a veure amb ses famílies sinó que te a veure molt amb ses revaloritzacions des patrimoni immobiliari, s'extracció de plusvàlues per part de grups cada vegada més consolidats.