



Sumari

Article 1. María D. Sánchez Fernández ; José Ramon Cardona. **Rutas turísticas en la provincia de La Rioja (ARG)**

Article 2. Laura N. Marí Menal. **Modelos de observatorio turístico para las Pitiusas**

Article 3. Alberto Parrilla Ponce. **Fuentes de información para la investigación del turismo en Ibiza**

Article 4. Pablo Torres Orvay. **El taxi a Eivissa**

Article 5. Bianca Marín Casero. **Turismo de lujo en la isla de Ibiza**

Consell de Redacció

El Consell de Redacció és un grup d'assessorament pel que fa a la línia editorial de *Turística. Papers de turisme*. Es tracta de persones expertes en algun àmbit de l'activitat turística així com en l'edició de publicacions relacionades amb el turisme.

En altres casos són persones de reconegut prestigi en alguns àmbits relacionats indirectament amb el turisme, com són ara el dret i legislació, la gestió de qualitat, la psicologia o la gestió d'empreses.

Coordinació:

Gerard Móra i Ferragut

Consell de Redacció:

Neus Escadell Bonet

Jesús García Marín

Fernando Gomila Mercadal

Vicente Guasch Portas

Josep M. López Garí

José Ramón Cardona

Christian de Selys Lloret

José R. Soler Fuensanta

Natalia Tur Marí

José L. B. Valdés Alias

Turística, papers de turisme 2020 (2). Miscel·lània
Editorial. *Turística, papers de Turisme 2020 (2)*

Gerard Móra i Ferragut

Els cinc treballs que ara publicam s'han redactat entre els anys 2019 i 2020. Contenen diferents aspectes de les temàtiques pròpies de *Turística, papers de turisme*, com són ara:

- Recursos territorials i itineraris
- Investigació en turisme
- Transport i turisme
- Productes turístics

El treball de Sánchez Fernández y Ramón Cardona tracta sobre la creació de producte turístic a partir de recursos territorials. Es proposa una revisió de les rutes turístiques a la regió de La Rioja (Argentina), així com la creació d'una nova ruta centrada en el *senderisme cultural*. A les conclusions es fa palesa la dificultat logística d'aquests tipus d'oferta per al consum turístic.

L'article de Marí Menal (resum del seu treball de fi de grau al estudis de turisme) enceta, en aquesta publicació, l'anàlisi de continguts orientats a la investigació turística. Es manifesta la importància dels observatoris turístics a destinacions madures com és ara l'illa d'Eivissa. El recull d'experiències i les activitats d'altres observatoris a l'entorn de la Unió Europea serveix per a contextualitzar, pensam que de forma adequada, una iniciativa semblant a la nostra destinació.

Seguint en el tema de la investigació en turisme, el treball de fi de grau de Parrilla Ponce és un recull de fonts d'informació (essencialment en matèria econòmica) per a l'estudi del turisme a Eivissa. Assumint els criteris establerts per la pràctica científica en la selecció i valoració de les fonts, les quaranta-tres aquí presentades tenen la característica comuna de ser accessibles a la xarxa, a més de la seva alta fiabilitat, assolida per tenir la condició de fonts oficials o bé per gaudir d'una llarga trajectòria i prestigi en el camp del turisme.

L'article d'Orvay Torres, fruit del seu treball de fi de grau en turisme, tracta sobre els efectes en el transport i la mobilitat que genera el sector del taxi a Eivissa. Orientat a avaluar la seva incidència en el transport públic de residents i turistes, l'estudi ens mostra allò més rellevant dels aspectes legals i organitzatius del taxi, així com la problemàtica recent del sector pel que fa a la competència d'altres modalitats semblants. S'inclouen algunes recomanacions per al futur immediat del sector.

El treball de fi de grau en turisme de Marín Casero tracta sobre el desplegament del *turisme de luxe* a Eivissa. Des d'una postura crítica es planteja un marc teòric per a l'estudi d'aquest producte, caracteritzat per la gran dificultat en concretar una definició clara de quins són els seus elements i els seus límits. L'article s'afanya en demostrar tant els impactes positius com els negatius, a més dels riscos associats a una excessiva especialització

d'Eivissa en el turisme de luxe.

Podeu accedir als continguts d'aquest número de *Turística, papers de turisme 2020 (2)* en format PDF des d' [**aquest enllaç**](#).

© Turística, papers de Turisme.

ISSN 2695-5334

Turística, papers de turisme 2020 (2). Miscel·lània
**Rutas Turísticas en la Provincia de La Rioja
(Argentina)**

María Dolores Sánchez Fernández¹, Universidade da Coruña (España).

José Ramón Cardona, Universitat de les Illes Balears (España).

Resumen

La Provincia de La Rioja posee un importante potencial turístico. Dos sectores conforman la economía provincial: la agricultura y el turismo. Dentro del sector agrícola destacan los cultivos de vid y olivos. En el sector turístico el principal atractivo es el Parque Nacional Talampaya. Este trabajo realiza una descripción de tres rutas existentes (vino, olivo y Talampaya) y una propuesta de ruta (Los Colorados). En la actualidad, la ruta de Talampaya y la ruta del vino están bastante bien estructuradas y reciben turistas; la ruta del olivo necesita mejoras; y la ruta de Los Colorados se mantiene como propuesta.

Palabras clave: La Rioja, Argentina, Talampaya, Ruta del Vino, Ruta del Olivo.

Abstract

The Province of La Rioja has a remarkable tourist potential. Two sectors make up the provincial economy: agriculture and tourism. Within the agricultural sector, vine and olive crops stand out. In the touristic sector the main attraction is the Talampaya National Park. This paper describes three of the existing routes (wine, olive and Talampaya) and a proposal of a route (Los Colorados). Currently, the Talampaya route and the wine route are quite well structured and receive tourists, the olive route requires improvement, and the route of Los Colorados remains as a proposal.

Keywords: La Rioja, Argentina, Talampaya, Wine Route, Olive Route.

¹ Autor de correspondencia: msanchezf@udc.es

Rebut: 2020/04/13
Revisat: 2020/07/29
Rebut: 2020/08/02
Acceptat: 2020/08/10

Introducción

La Provincia de La Rioja está situada al Noroeste de Argentina, limitando al norte con Catamarca, al sur con San Luís, al oeste con San Juan, al este con Córdoba y al noroeste con la República de Chile (Figura 1). Es uno de los 24 estados autogobernados de la República Argentina, siendo su capital la ciudad de La Rioja. La Provincia de La Rioja tiene una superficie de 89.680 km² y una población cercana a los 390.000 habitantes, residiendo 210.000 de ellos en la capital de la provincia. El resultado es que hay una baja densidad de población en la mayor parte de la provincia (Argentina, 2020). Esta provincia posee núcleos de población de interés turístico como Jagüé, Chilecito, Villa Unión y Guandacol, en el noroeste. En la parte central está la capital, y dirigiéndonos hacia el sur están las poblaciones de Chamental, Santa Rita de Catuna y Chepes. La Provincia de La Rioja se caracteriza por un paisaje montañoso, bastante árido y seco (Turismo La Rioja, 2020).



Figura 1. Mapa de la Provincia La Rioja. Fuente: Instituto Geográfico Nacional de la República Argentina.

El lugar más famoso de la provincia, por ser declarado patrimonio de la humanidad, es el Parque Natural Talampaya. Talampaya engloba terrenos del Departamento Coronel Felipe Varela y del Departamento Independencia, siendo elevado a la categoría de Parque Nacional el 11 de junio de 1997 en aplicación de la Ley n° 24.846. En 2000 fue inscrito como Patrimonio de la Humanidad de la UNESCO. Su superficie total es de 2.138 km², mayoritariamente terrenos áridos.

La Rioja es una de las provincias por las cuales atraviesa la Ruta 40, famosa en Argentina a semejanza de la Ruta 66 de Estados Unidos. La Ruta Nacional n° 40 *Libertador General Don José de San Martín* recorre Argentina de norte a sur, en paralelo a la cordillera de los Andes, pasando por ciudades emblemáticas, pueblos históricos y paisajes naturales de todo el país (La Ruta 40, 2020).

La provincia de la Rioja depende de dos sectores fundamentales que conforman el motor económico de sus ciudades y pueblos. El principal sector y más antiguo es la agricultura, con los cultivos de vid y olivos destacando frente a otros tipos de producción agrícola. Por otra parte debe indicarse que la actividad turística ha crecido en los últimos años, especialmente por la capacidad de atracción del Parque Natural Talampaya.

Combinando ambas actividades se pretende impulsar la atracción de turistas mediante rutas vinculadas a los principales productos agrícolas de la provincia, la ruta del olivo y la ruta del vino, en este último caso pudiendo visitar las diferentes bodegas de la zona. Más explotada y mejor organizada para el turista está la ruta del vino, en comparación con la ruta del olivo. La provincia ofrece al visitante poder disfrutar de las reservas arqueológicas, tesoros paleontológicos, paisajes y bodegas donde se evidencia la historia de la vitivinicultura.

Además de las bodegas de la zona, se ofrece al turista una oferta gastronómica interesante, representada por los restaurantes locales, lugares donde reposar, paradores, y cultura local mediante la disposición de artesanía. El turismo vitivinícola y la ruta de las bodegas se combinan con la ruta del olivo en un producto más amplio y que complementa el tradicional atractivo turístico del Parque Natural Talampaya (Figura 2).

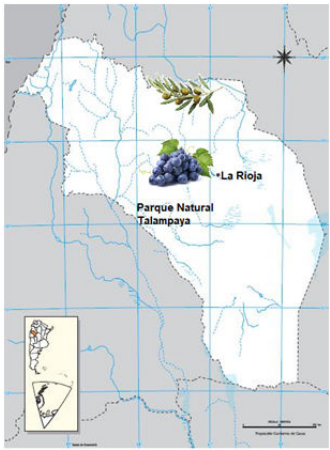


Figura 2. Principales atractivos turísticos. Fuente: elaboración propia.

Este artículo analiza las cuatro rutas en que se estructuran los atractivos turísticos de la Provincia de La Rioja. Después de una pequeña revisión de las rutas turísticas como producto turístico y un apartado de metodología, se realiza una descripción de estas rutas: en primer lugar se expone la ruta del vino; seguidamente la otra ruta de producción agrícola, la del olivo; en tercer lugar se presenta la ruta de la principal reserva natural de la provincia de la Rioja, el Parque Nacional Talampaya; finalmente se expone una propuesta de ruta basada en atractivos menos conocidos y conformada por la combinación senderista-cultural de Los Colorados.

Las Rutas Turísticas como Producto Turístico

Cuando se analiza el turismo es posible detectar múltiples tipologías en base a las motivaciones del turista, aunque de una forma general se podría plantear una primera división entre el turismo que busca el descanso (ej. turismo de sol y playa) y el turismo que busca el conocimiento (ej. turismo cultural). Los atractivos turísticos son de muy diversa índole pero si se toma como referencia su capacidad para atraer y retener a los turistas se podría hablar de dos tipos principales:

- Los atractivos turísticos con capacidad para atraer turistas por sí mismos y mantenerlos varios días en el lugar. Sería el caso, por ejemplo, de las grandes ciudades y los destinos

de sol y playa principales. En este caso su atractivo es suficiente para motivar el viaje del turista y entretenerlo durante todos los días del viaje, sin abandonar el lugar.

- Los atractivos turísticos que no son capaces de atraer y retener a los turistas por sí solos más de unas horas o un día. Son elementos de interés para el turista pero visitables en unas horas y, por tanto, sólo pueden atraer excursionistas o conseguir que un viajero se desvíe de su camino. En unos casos son susceptibles de excursiones desde destinos turísticos importantes y en otros casos pueden ser combinados con otros elementos similares o complementarios formando un paquete de elementos que sí posee capacidad para atraer y retener a los turistas.

Cuando se combinan elementos con un modesto atractivo turístico individual pero con potencial como conjunto se suele hablar de rutas turísticas. Las rutas turísticas deben tener una unidad temática y estructurar las visitas y actividades complementarias de forma que minimicen los desplazamientos y maximicen el atractivo global de la ruta. Normalmente se plantean rutas alternativas en una misma región para tener un producto lo más ajustado posible a las diferentes preferencias de los turistas.

Algunas de las más clásicas son las rutas que permiten visitar varias poblaciones, habitualmente pequeñas pero con patrimonio histórico destacado, o diversos yacimientos arqueológicos. Un ejemplo de esto último son los cruceros turísticos por el Nilo que llevan realizándose desde hace más de un siglo. Estos cruceros permiten visitar diversos emplazamientos arqueológicos del Egipto faraónico, además de otros atractivos de épocas más modernas. Aunque otros tipos de turismo han eclipsado al turismo arqueológico, sigue siendo estudiado (ej. Clini; Frontoni; Quattrini; Pierdicca y Puggioni, 2019; Hose, 2018; Joyce, 2013; Petriaggi; Bruno; Lagudi; Medaglia y Puglisi, 2018; Sarnsittiyot; Boonchai y Laoakka, 2012; Underberg-Goode, 2014) y practicado, especialmente en la forma de ruta turística.

En las últimas décadas se ha incrementado el interés por el conocimiento sobre los productos de alimentación; sus características; variedades; modo

de elaboración y culturas locales asociadas. De los diversos productos del sector de la alimentación; el producto que; posiblemente; ha tenido mayor desarrollo turístico ha sido el vino. El turismo del vino o enoturismo ha adquirido una gran importancia tanto en el Viejo Mundo (las zonas productoras de Europa) como en el Nuevo Mundo (las zonas productoras situadas fuera de Europa). Normalmente; el enoturismo se estructura en rutas turísticas que combinan visitas a bodegas; catas comentadas; gastronomía local y alojamiento; siempre con el elemento común de la zona de producción del vino. El turismo es tan importante para algunas bodegas que sus edificios son adaptados o construidos pensando en la doble función de producción de vino y turismo enológico; permitiendo en algunos casos que los turistas puedan alojarse en la propia bodega. En el campo académico ha habido un reflejo de la importancia de este turismo; especialmente en el análisis de las rutas enoturísticas (ej. Alberdi, 2018; Carrà; Mariani; Radic y Peri, 2016; Cloutier; Renard y Arcand, 2019; Colombini, 2015; Efstathios; Anastasia y Athanassios, 2009; Ferreira y Hunter, 2017; Festa; Shams; Metallo y Cuomo, 2020; Figueroa y Rotarou, 2018; Galletto, 2018; Grybovyh; Lankford y Lankford, 2013; Hojman y Hunter-Jones, 2012; López-Guzmán; Sánchez y Rodríguez, 2009; López-Guzmán; Vieira y Rodríguez, 2014; Ramos; Cuamea y Galván-León, 2019; Trišić; Štetić; Privitera y Nedelcu, 2020). En el ámbito cultural se ha reflejado la cultura del vino en películas como *A Good Year*; dirigida por Ridley Scott y estrenada en 2006; y las rutas del vino en películas como *Sideways*; dirigida por Alexander Payne y estrenada en 2004.

El éxito de las rutas del vino ha llevado a plantear rutas similares en relación a otros productos agrícolas. Uno de estos casos es el turismo del aceite de oliva u oleoturismo; que ya está siendo analizado desde el mundo académico (ej. Campón; Folgado y Hernández, 2017; Carrillo; Casado y Pulido, 2019; Cuesta y Moya, 2019; Folgado; Campón y Hernández, 2019; Hernández; Di-Clemente; Folgado y Campón, 2019; Millán y Pérez, 2014; Millán; Agudo y Morales, 2011; Millán; Amador y Arjona, 2015; Millán; Arjona y Amador, 2017; Millán; Pablo y Sánchez, 2018; Molina; Quesada y Ruiz, 2011; Tregua; D'Auria y Marano-Marcolini, 2018). Hasta el momento los estudios

académicos se centran en la Cuenca del Mediterráneo; especialmente en el sur de España. El oleoturismo se ha desarrollado como equivalencia y complemento al enoturismo; con el que se ha comparado en estudios previos (Millán y Pérez; 2014). Cabe indicar que el turismo del olivo se ha desarrollado como rutas de oleoturismo (ej. Folgado *et al.*; 2019; Millán y Pérez; 2014; Millán *et al.*; 2011; Millán *et al.*; 2017); a semejanza del turismo del vino.

Otra forma de rutas turísticas, en este caso vinculadas al disfrute de espacios naturales y el deporte, serían las rutas de senderismo. Las rutas de senderismo son muy populares y poseen una gran variedad en cuanto a dificultad y longitud. Algunas rutas son de pocas horas y baja dificultad pero otras son muy extensas y famosas, como es el caso del Sendero de los Apalaches en Estados Unidos. El Sendero de los Apalaches tiene una extensión de 3.500 km y fue el hilo conductor de la película *A Walk in the Woods*, dirigida por Ken Kwapis y estrenada en 2015.

En otros casos son rutas a realizar en automóvil o motocicleta y están vinculadas a importantes carreteras del pasado, como la Ruta 66 en Estados Unidos (originalmente unía Chicago y Los Ángeles a través de 3.940 km de carretera) o la Ruta 40 en Argentina (une Cabo Vírgenes y La Quiaca a través de 5.194 km de carretera). En este caso el elemento cohesionador de la ruta turística es un país y la nostalgia, al tratarse de carreteras que vertebraron el país en un momento histórico reciente.

Finalmente, hay que indicar que sólo se han mencionado algunos tipos de rutas turísticas y son múltiples las posibilidades ya que cualquier combinación de atractivos turísticos con un hilo conductor que le dé unidad y coherencia puede constituir una ruta turística con potencial éxito entre el público objetivo adecuado.

Metodología

Este trabajo es un análisis descriptivo de la oferta turística de la Provincia de La Rioja centrado en las rutas turísticas actuales y potenciales. Para ello se han revisado las fuentes de información turística y las publicaciones disponibles sobre La Rioja, especialmente las páginas Web oficiales de diversas instituciones gubernamentales y de

información turística y vitivinícola. Con la información obtenida se ha organizado la oferta turística actual y potencial de la provincia en cuatro rutas que se exponen en el siguiente apartado.

Rutas Turísticas en la Provincia de La Rioja

En este apartado se analizan las cuatro rutas fundamentales que permiten potenciar el turismo de la Provincia de La Rioja: Ruta del Vino; Ruta del Olivo; Ruta del Parque Nacional Talampaya; Ruta senderista cultural Los Colorados. Estas rutas explotan los tres principales elementos distintivos de la provincia y uno no tan conocido (Los Colorados), mediante la composición de itinerarios con el fin de dar a conocer los diferentes atractivos locales (culturales, gastronómicos, naturales, entre otras).

A) Ruta del Vino

Las rutas de enoturismo permiten disfrutar del paisaje y son un gran reclamo para el visitante al permitir disfrutar del vino y el entorno en el que es producido. En este sentido La Rioja posee gran riqueza histórica, cultural y gastronómica susceptible de ser aprovechada en forma de ruta enoturística. Actualmente, la ruta del vino de La Rioja conforma un circuito de 450 km y un total de 17 bodegas situadas entre Chilecito, Anillaco, Villa Unión y Fátima (Argentina, 2020).

Villa Unión, capital del Departamento Coronel Felipe Varela, es una de las ciudades más importantes de la provincia y posee una gran tradición vitivinícola, tanto de producción de vinos artesanales (producciones inferiores a 12.000 litros anuales) como de vinos pateros, expresión usada para referirse a vinos de uva prensada con los pies (Gobierno de La Rioja, 2017). Los Valles de Famatina, en el Departamento de Chilecito, es la zona vitivinícola más importante de la provincia, estando situada al oeste de la capital de la provincia, entre el Nevado de Famatina y el macizo de Velazco. Estos valles ofrecen unas condiciones óptimas para el cultivo de la vid: entre 600 y 1.350 metros sobre el nivel del mar, suelos de aluvión,

baja humedad ambiente, muy soleado y con temperaturas que oscilan entre los 36° C durante el día y los 17° C durante la noche en verano (Argentina, 2020; Welcome Argentina, 2020; Wines of Argentina, 2013).

Las variedades de uva más cultivadas y tradicionales son la Bonarda y la Torronté (esta última representa el 35% de la viña total de la provincia), ambas autóctonas, pero se están expandiendo los cultivos de otras cepas como las de Cabernet Sauvignon, Syrah y Chardonnay (Welcome Argentina, 2020). La Rioja tiene poco peso en la viticultura nacional y en 2012 había 1.260 viñedos con 7.124 hectáreas de viña en la provincia, siendo sólo el 0,8% del total de Argentina (Wines of Argentina, 2013).

Algunas de las bodegas más conocidas de la ruta del vino son (Welcome Argentina, 2020): El Águila, SA (Nonogasta), Coop. Vitinifrutícola La Riojana (Chilecito), Chañarmuyo Estate (La Rioja) y Bodegas San Huberto, SA (Anillaco). En la actualidad, las bodegas de La Rioja producen vinos de variedades tintas: Bonarda, Cabernet Sauvignon, Malbec, Merlot, Pinot Noir, Syrah y Tempranillo y, principalmente, blancas: Chardonnay, Riesling, Savignon Blanc, Semillón, Torrontés, Viognier (Argentina Turismo, 2020). Los vinos de La Rioja están determinados en sus parámetros organolépticas por la combinación de las características climáticas, del suelo y del relieve que caracterizan los valles de Famatina (Argentina wine tourism, 2020; Wines of Argentina, 2013).

B) Ruta del Olivo

La ruta del olivo de La Rioja se encuadra en una oferta más amplia y que abarca las provincias de Catamarca, La Rioja, San Juan y Mendoza, planteando una ruta de ámbito nacional, aunque en este apartado sólo se desarrollará la ruta concerniente a La Rioja. El olivo es para La Rioja un cultivo de gran potencial por la combinación climatológica, de suelo y de agua existente en diversas zonas de la Provincia (Farabolini, 2015).

La principal producción de la zona es la aceituna Arauco, una variedad autóctona originaria del Departamento de Arauco (Di Genova, 2018). Esta dispone de un reconocimiento internacional debido a sus características diferenciales: el gran tamaño

que posee y su sabor (Argentina, 2020). Los productores más importantes de la Provincia son las siguientes empresas: Agroaceitunera, El Matucho y Nucete, La Compañía Industrial Olivarera y Hital Hermanos.

Además de las almazaras y los cultivos de olivos jóvenes, existe un olivo declarado monumento histórico nacional (Decreto Nacional N° 2.232/46) en el Departamento de Arauco, cerca de Aimogasta (Figura 3). Siendo considerado el árbol más viejo de la zona, gracias a que logró sobrevivir a la intensa tala de árboles del año 1870, y el origen del cultivo del olivo en Argentina y Chile (Mestre, 2018). En la ruta agro-olivarera es de parada obligada la visita de este árbol y de la capital del departamento, la ciudad de Aimogasta (Perfil, 2020).



Figura 3. Olivo más viejo de Arauco. Fuente: Mestre (2018).

Otro de los lugares emblemáticos de la ruta de los olivos, por su concentración de almazaras y empresas productoras de oliva es Chilecito, ciudad situada al pie de la Sierra de Famatina y perteneciente a la Ruta 40 (La Ruta 40, 2020).

Uno de los inconvenientes que presenta esta ruta es que la tiene que planificar el propio turista realizando paradas en los bordes de las carreteras y caminos, aprovechando que hay plantaciones ubicadas al lado de las carreteras y son visibles desde las mismas. Lo ideal sería disponer de un programa de visitas *in situ*, en las fábricas y su entorno, con el fin de poder apreciar desde dentro la riqueza y esplendor de las explotaciones, en vez de poner en riesgo al visitante parando en los bordes de las carreteras y tener que organizarse el mismo su ruta del olivo.

C) Ruta del Parque Natural Talampaya

Una de las maravillas naturales que posee La Rioja es el Parque Nacional Talampaya, declarado Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO en 2000, del que se puede disfrutar de su gran belleza paisajística y natural. Dispone de un patrimonio natural rico en animales fósiles, flora, fauna y estratos geológicos. Siendo el cañón del Talampaya el principal reclamo turístico del parque, el cual está conformado por un conjunto de geoformas y representaciones rupestres. Resulta este conjunto un ecosistema que hace de la reserva natural un gran atractivo para el turista (Administración de Parques Nacionales, 2020). Aunque hay que recordar que uno de los objetivos del parque es preservar la flora y fauna autóctona y, para ello, las autoridades del Parque han establecido normas de comportamiento a cumplir durante la visita. Cada año llegan 60.000 turistas al Parque Nacional Talampaya pero es un turismo bastante estacional, concentrándose en los meses de invierno. Sin embargo, con el tiempo, se ha conseguido atraer turistas en otras estaciones como en otoño y primavera, reduciendo así la masificación (Talampaya, 2020).

El Parque ha diseñado un *Sendero Triásico* en el que es posible visualizar por orden cronológico las diferentes especies de dinosaurios que habitaron en la zona. Estas recreaciones están realizadas en fibra de vidrio a escala natural acompañadas por paneles informativos.

Otro de los atractivos que incorpora el parque es la implicación con el turismo accesible. En el parque se han tomado las directrices de accesibilidad propuestas por el Ministerio de Turismo en el Sistema Argentino de Calidad Turística:

Trabajan sobre la arquitectura, comunicación, iluminación y señalética, seguridad y capacitación del personal, se procura desarrollar un sistema de gestión de las actividades turísticas y recreativas que contemplen de manera integral la satisfacción de los usuarios con movilidad y/o comunicación reducida, su grupo de acompañantes y los prestadores de servicio (Ministerio de Turismo y Deportes, 2016).

Estas directrices se aplican adaptando el centro de interpretación y varias excursiones para que

puedan ser disfrutadas por las personas discapacitadas, pero estas adaptaciones no se aplican a la totalidad de la extensión del parque. Se disponen de varios servicios para facilitar la accesibilidad, entre ellos la dotación de ayuda en los desplazamientos, paneles en braille, entre otras medidas (Talampaya, 2020).

D) Ruta Senderista Cultural Los Colorados

Esta ruta es una combinación de deporte y cultura, presentando una planificación de Falchi y Torres (2008) de un pequeño trayecto que combina ambas actividades. El planteamiento del turismo cultural que aportan estos autores se apoya en la visita de diferentes lugares con riqueza patrimonial, pudiendo complementarse con actividades recreativas y deportivas. A la propuesta cultural se añade la ruta senderista pudiendo practicar a la par actividad física de baja intensidad. Esto es debido a que abarca un tramo de fácil recorrido aunque no accesible para aquellos que tengan dificultades de movilidad. La propuesta es realizar un recorrido corto desde el pueblo hasta la zona rupestre de la población, situada en la Reserva Provincial Los Colorados. Reserva Provincial Los Colorados está conformado por una serie de formaciones geológicas de color rojizo, con tonos de violeta y blanco en forma de sierra. Estas formaciones geológicas no solo abarcan la provincia de La Rioja, ya que son mucho más extensas y abarcan otras provincias colindantes (Caselli; Marsicano y Arcucci, 2001).

Este pequeño recorrido son aproximadamente 11 km, incluyendo ida y vuelta (recorrido total), pudiendo disfrutar de la naturaleza, el paisaje y la cultura vinculada a la arquitectura y el arte rupestre del lugar. La propuesta de la ruta senderista tiene como punto de partida el pueblo de Los Colorados, situado en el departamento Independencia. Esta pequeña población fue levantada alrededor de la estación de ferrocarril de Los Colorados, perteneciente al ramal A3 del Ferrocarril General Belgrano y actualmente fuera de servicio. Los Colorados destaca como un pueblo que posee una intensa identidad arquitectónica, debida a una agrupación de casas construidas

utilizando traviesas de madera (denominadas durmientes de quebracho colorado) y vías de ferrocarril, aspecto a considerar para incluir esta visita en la ruta senderista y cultural propuesta. La ruta empieza en este conjunto arquitectónico y sigue por la Cueva de Chacho, la cual está situada a 5 km, pudiendo disfrutar el visitante en este recorrido del paisaje natural de la zona. La Cueva de Chacho fue declarada como lugar de interés provincial en base al Decreto Provincial número 25357/80 al haber sido refugio del caudillo de montonero Ángel Vicente Peñaloza en el siglo XIX (Bazán, 1991; Chávez, 1974). A 200 metros de la cueva, y mediante el acceso por un desvío, se encuentran los siete bloques de arte rupestre que se encuentran dispersos en la zona y tres áreas con morteros.

En esta ruta, además de los paneles informativos propuestos por Falchi y Torres (2008), para un adecuado conocimiento cultural se debería disponer desde el inicio del recorrido (el pueblo de Los Colorados) de señalización apropiada para delimitar la ruta senderista con las principales características de la misma. Además, acorde a la protección de un entorno limpio y sostenible, se deberían incluir unas pautas de comportamiento en las visitas, como la gestión de residuos, protección de la arqueología ante actos vandálicos (grafitis, marcas, entre otros). Por otra parte convendría delimitar las zonas de paso para evitar la compactación del terreno y la destrucción de flora y material geológico o arqueológico.

La promoción de esta ruta permitiría poner en valor el patrimonio cultural de la zona de Los Colorados, en concreto de diversos elementos arqueológicos seleccionados por Falchi y Torres (2008), mediante un circuito temático que combina el arte rupestre con la arquitectura tradicional. Con todo ello se conseguiría activar el sustento de los habitantes de la zona bajo criterios de sostenibilidad y respeto.

Además de dinamizar la economía local, con la propuesta de esta ruta se conseguiría la difusión del patrimonio cultural acercándola al público en general, pudiendo entender así el significado del patrimonio, historia y estado actual, realizando una interpretación y contextualización *in situ* para los visitantes. Con ello, Falchi y Torres (2008) pretenden la puesta en valor, conservación y potenciación económica de una zona con alto valor

científico y arqueológico.

Finalmente, indicar que la pequeña ruta planteada se podría incrementar con la visita a Plancho, la cual cuenta con varios ejemplos de arte rupestre, con el fin de realizar una *ruta del arte rupestre* interesante y más extensa.

Conclusiones

La Rioja es una de las provincias de Argentina con menor densidad de población y es menos conocida que otras partes del país. Ello pone a La Rioja en cierta desventaja respecto a otras provincias argentinas, como la limítrofe Córdoba, a la hora de plantear productos atractivos para los turistas.

El principal atractivo turístico de La Rioja es el Parque Nacional Talampaya, declarado Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO y conocido por su paisaje árido y las formaciones rocosas que lo caracterizan. Además, Talampaya forma parte de una zona famosa por el hallazgo de restos fósiles del Mesozoico, principalmente de dinosaurios, y se ha aprovechado este hecho para crear una ruta que permite contemplar reproducciones de los dinosaurios encontrados en la zona.

La agricultura de La Rioja está adaptada a las características climáticas de la provincia y predominan cultivos de origen mediterráneo, destacando la viña y el olivo. En relación al vino,

existe una ruta del vino de la que forman parte 17 bodegas y que une a las poblaciones del centro y oeste de la provincia. En el norte de la provincia hay una ruta del olivo que forma parte de una ruta mayor con las provincias limítrofes y que permite dar a conocer el Departamento de Arauco, supuesto origen de los cultivos de olivos en Argentina y Chile y de la aceituna autóctona Arauco. La ruta del olivo tiene el inconveniente de que necesita mejoras organizativas para que no sea necesario que los turistas organicen las visitas y la ruta por su cuenta.

Algunas de las rutas turísticas de la provincia son compartidas con otras provincias limítrofes. Es el caso de la ruta del olivo que es compartida con la Provincia de Catamarca y la Provincia de San Juan. En el caso del Parque Nacional Talampaya, este parque nacional forma un conjunto con el Parque Provincial de Ischigualasto, también conocido como Valle de la Luna y situado en la Provincia de San Juan. Ello es una muestra de la importancia de crear productos que superen las fronteras regionales o estatales cuando un atractivo turístico o un conjunto de atractivos turísticos se encuentran divididos por fronteras políticas.

A parte de estas tres rutas, existe potencial para desarrollar nuevas rutas que den a conocer la arquitectura y el arte rupestre existente en la provincia, como sería el caso de Los Colorados. También quedarían por desarrollar rutas que lleven turistas al noroeste y sureste de la provincia.

Bibliografía

Administración de Parques Nacionales (2020). **Parque Nacional Talampaya**. Recuperado el 22 de marzo de 2020 de <https://www.argentina.gob.ar/parquesnacionales>

Alberdi, J.C. (2018). El prestigio de la marca y la promoción turística, claves del éxito de la ruta del vino de la Rioja Alavesa. *Lurralde: Investigación y Espacio*, 41, 5-32.

Argentina. (2020). Recuperado el 20 de marzo de 2020 de <https://www.argentina.com/>

Argentina Turismo (2020). **Bodegas en la Rioja, Argentina**. Recuperado el 22 de marzo de 2020 de <http://www.argentinaturismo.com.ar/>

Argentina Wine Tourism (2020). **Suelo y clima ideales**. Recuperado el 25 de marzo de 2020 de <http://www.argentinawinetourism.com/>

Bazán, A.R. (1991). *Historia de La Rioja*. Buenos Aires: Editorial Plus Ultra.

Campón, A.M. ; Folgado, J.A. ; Hernández, J.M. (2017). Rural destination development based on olive oil tourism: The impact of residents' community attachment and quality of life on their support for tourism development. *Sustainability*, 9(9), art. 1624.

Carrà, G. ; Mariani, M. ; Radic, I. ; Peri, I. (2016). Integrating stakeholders' perspectives to develop tourism business strategies: The case study of a wine route. *Rivista di Studi Sulla Sostenibilita*, (2), 173-186.

Carrillo, I. ; Casado, J. ; Pulido, J.I. (2019). Características de la oferta de oleoturismo. Estructuración interna para operar en el mercado turístico. *Espacios*, 40(32), art. 25.

Caselli, A.T. ; Marsicano, C.A. ; Arcucci, A.B. (2001). Sedimentología y paleontología de la Formación Los Colorados, Triásico superior (provincias de La Rioja y San Juan, Argentina). *Revista de la Asociación Geológica Argentina*, 56(2), 173-188.

Chávez, F. (1974). *Vida del Chacho*. Buenos Aires: Ediciones Theoria.

Clini, P. ; Frontoni, E. ; Quattrini, R. ; Pierdicca, R. ; Puggioni, M. (2019). Archaeological landscape and heritage. Innovative knowledge-based dissemination and development strategies in the distretto culturale evoluto flaminia nextone. *Capitale Culturale*, 2019(19), 211-235.

Cloutier, L.M. ; Renard, L. ; Arcand, S. (2019). Collective economic conceptualization of cider and wine routes by stakeholders. *Journal of Wine Economics*, 14(4), 383-391.

Colombini, D.C. (2015). Wine tourism in Italy. *International Journal of Wine Research*, 7(1), 29-35.

Cuesta, M.J. ; Moya, E. (2019). Oleoturismo y desarrollo rural: Avances y retos en el caso de la provincia de Jaén (Andalucía, España). *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 32, 255-264.

Di Genova, F. (2018). **La historia del olivo más viejo de la Argentina que se convirtió en el padre de la aceituna**. *La Nación*, 19 de junio. Recuperado el 20 de marzo de 2020 de <https://www.lanacion.com.ar/>

Efstathios, V. ; Anastasia, G. ; Athanassios, K. (2009). Wine tourism. Planning and development of a wine route network in the region of Thessaly in Greece. *Tourismos*, 4(4), 311-330.

Falchi, M.P. ; Torres, M.A. (2008). Los Colorados (Provincia de La Rioja). Un caso de planificación interpretativa. *Comechingonia Virtual: Revista Electrónica de Arqueología*, 2, 110-128.

- Farabolini, V. (2015). **Turismo en espacios rurales en el sudoeste bonaerense: La ruta del olivo en la localidad de Cabildo**. Tesina de Grado de Licenciatura en Turismo, Departamento de Geografía y Turismo. Bahía Blanca: Universidad Nacional del Sur (Buenos Aires). Recuperado el 02 de agosto de 2020 de http://repositoriodigital.uns.edu.ar/bitstream/123456789/3294/1/Farabolini_Victoria.pdf
- Ferreira, S.L.A. ; Hunter, C.A. (2017). Wine tourism development in South Africa: A geographical analysis. *Tourism Geographies*, 19(5), 676-698.
- Festa, G. ; Shams, S.M.R. ; Metallo, G. ; Cuomo, M.T. (2020). Opportunities and challenges in the contribution of wine routes to wine tourism in Italy – A stakeholders' perspective of development. *Tourism Management Perspectives*, 33, art. 100585.
- Figueroa, B.E. ; Rotarou, E.S. (2018). Challenges and opportunities for the sustainable development of the wine tourism sector in Chile. *Journal of Wine Research*, 29(4), 243-264.
- Folgado, J.A. ; Campón, A.M. ; Hernández, J.M. (2019). Potential of olive oil tourism in promoting local quality food products: A case study of the region of Extremadura, Spain. *Heliyon*, 5(10), art. e02653.
- Galletto, L. (2018). Una comparación entre los perfiles de los turistas de dos rutas del vino Italiano. *Revista de la Facultad de Ciencias Agrarias*, 50(1), 157-170.
- Gobierno de La Rioja**. (2017). Recuperado el 20 de mayo de 2017 de <http://larioja.gov.ar/>
- Grybovych, O. ; Lankford, J. ; Lankford, S. (2013). Motivations of wine travelers in rural northeast Iowa. *International Journal of Wine Business Research*, 25(4), 285-309.
- Hernández, J.M. ; Di-Clemente, E. ; Folgado, J.A. ; Campón, A.M. (2019). Olive oil tourism: State of the art. *Tourism and Hospitality Management*, 25(1), 179-207.
- Hojman, D.E. ; Hunter-Jones, P. (2012). Wine tourism: Chilean wine regions and routes. *Journal of Business Research*, 65(1), 13-21.
- Hose, T.A. (2018). A wheel along Europe's rivers: Geoarchaeological trails for cycling geotourists. *Open Geosciences*, 10(1), 413-440.
- Joyce, R.A. (2013). Confessions of an archaeological tour guide. *International Journal of Historical Archaeology*, 17(2), 296-314.
- La Ruta 40**. (2020). Recuperado el 20 de marzo de 2020 de <http://www.turismoruta40.com.ar/>
- López-Guzmán, T. ; Sánchez, S.M. ; Rodríguez, J. (2009). Wine routes in Spain: A case study. *Tourism*, 57(4), 421-434.
- López-Guzmán, T. ; Vieira, A. ; Rodríguez, J. (2014). Profile and motivations of European tourists on the sherry wine route of Spain. *Tourism Management Perspectives*, 11, 63-68.
- Mestre, N. (2018). **Historia de la aceituna arauco**. Recuperado el 22 de marzo de 2020 de <http://www.distintotiempo.com.ar/>
- Millán, M.G. ; Pérez, L.M. (2014). Comparación del perfil de enoturistas y oleoturistas en España: Un estudio de caso. *Cuadernos de Desarrollo Rural*, 11(74), 167-188.
- Millán, M.G. ; Agudo, E.M. ; Morales, E. (2011). Análisis de la oferta y la demanda de oleoturismo en el sur de España: Un estudio de caso. *Cuadernos de Desarrollo Rural*, 8(67), 181-202.
- Millán, M.G. ; Amador, L. ; Arjona, J.M. (2015). El oleoturismo: una alternativa para preservar los paisajes del olivar y promover el desarrollo rural y regional de Andalucía (España). *Revista de Geografía Norte Grande*, 60, 195-214.
- Millán, M.G. ; Arjona, J.M. ; Amador, L. (2017). Olive oil tourism: Promoting rural development in Andalusia (Spain). *Tourism Management Perspectives*, 21, 100-108.

Millán, M.G. ; Pablo, M.P. ; Sánchez, J. (2018). Oleotourism as a sustainable product: An analysis of its demand in the South of Spain (Andalusia). *Sustainability*, 10(1), art. 101.

Ministerio de Turismo y Deportes (2016). **Directrices de Accesibilidad**. Recuperado el 5 de noviembre de 2016 de <https://www.argentina.gob.ar/turismoydeportes>

Molina, V. ; Quesada, J.M. ; Ruiz, I. (2011). Potencial del oleoturismo como diversificación económica del sector cooperativo agrario: El caso español. *Revista de Ciencias Sociales*, 17(3), 533-541.

Perfil (2020). **La Ruta del Olivo en todo su esplendor. Perfil: Turismo**. Recuperado el 20 de marzo de 2020 de <http://turismo.perfil.com/>

Petriaggi, B.D. ; Bruno, F. ; Lagudi, A. ; Medaglia, S. ; Puglisi, V. (2018). UCRCA - Underwater cultural routes in classical antiquity. Un Progetto Europeo per la promozione del turismo archeologico subacqueo. *Archaeologia Maritima Mediterranea*, 15, 103-137.

Ramos, K. ; Cuamea, O. ; Galván-León, J.A. (2019). Wine tourism: Predictors of revisit intention to micro, small and medium wineries on the Valle de Guadalupe wine route, Mexico. *International Journal of Wine Business Research*, 32(1), 22-40.

Sarnsittiyot, P. ; Boonchai, P. ; Laoakka, S. (2012). Religious buildings and ground: Strategic development of cultural tourist sites in the Mekhong Basin area. *European Journal of Social Sciences*, 31(3), 327-332.

Talampaya. (2020). Recuperado el 2 de febrero de 2020 de <https://talampaya.com/>

Tregua, M. ; D'Auria, A. ; Marano-Marcolini, C. (2018). Oleotourism: Local actors for local tourism development. *Sustainability*, 10(5), art. 1492.

Trišić, I. ; Štetić, S. ; Privitera, D. ; Nedelcu, A. (2020). Wine routes in Vojvodina Province, Northern Serbia: A tool for sustainable tourism development. *Sustainability*, 12(1), art. 82.

Turismo la Rioja. (2020). Recuperado el 10 de febrero de 2020 de <http://www.turismolarioja.gov.ar/>

Underberg-Goode, N. M. (2014). Cultural heritage tourism on Peru's North Coast. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 6(3), 200-214.

Welcome Argentina. (2020). **La Ruta del vino en la Rioja**. Recuperado el 25 de marzo de 2020 de <https://www.welcomeargentina.com/>

Wines of Argentina. (2013). **San Juan y La Rioja dos regiones argentinas que encuentran su lugar en el mundo**. Wines of Argentina, 19 de marzo. Recuperado el 25 de marzo de 2020 de <http://www.winesofargentina.org/>

© María Dolores Sánchez Fernández i José Ramón
Cardona dels continguts de l'article.

© *Turística, papers de Turisme* de l'edició.
ISSN 2695-5334

Turística, papers de turisme 2020 (2). Miscel·lània
Modelos de observatorio de turismo para las Pitiusas

Laura Noemí Marí Menal

Resumen

Los Observatorios Turísticos son una herramienta potente para proporcionar información científica. Ayudan a determinar qué estrategias y procedimientos son adecuados para gestionar cualquier destino turístico. Este artículo analiza una pequeña muestra de los Observatorios Turísticos situados en Baleares, en concreto las Pitiusas, y en España, Europa y México.

Palabras clave: Gestión turística; Información turística; Recursos territoriales

Abstract

Touristic Observatories are a potent tool for providing scientific information. They help determine which strategies and procedures are suitable for managing any tourist destination. This paper analyzes a small sample of the Touristic Observatories located on the Balearic Islands; strictlier the Pitiusas, also in Spain, Europe, and South America.

Keywords: Tourism management; Touristic information; Land based resources

Rebut: 2020/07/18
Revisat: 2020/08/03
Rebut: 2020/08/07
Acceptat: 2020/08/25

Introducción

Teniendo en cuenta que Baleares es un gran atractivo para el turismo de todo el mundo, en concreto las Pitiusas, se quedan pequeñas si tenemos en mente la cantidad de personas que pueden visitarlas durante un simple verano. Por lo tanto, el peso del turismo en las islas como motor económico es indiscutible. Por esto hay que mencionar que, en este análisis no se va a profundizar en el estudio de las Baleares como destino turístico potente, ya que, se ha escrito mucho sobre ello y hay una extensa bibliografía sobre el turismo relacionada con las Islas Baleares.

Los tiempos en los que vivimos, en permanente movimiento, con tantos cambios y el consumismo del siglo XXI, dejan las debilidades y las fortalezas al descubierto. Dualismo que es compartido por el turismo que se realiza en las Pitiusas, es decir, del mismo modo el turismo es para las islas una fortaleza y una debilidad; fortaleza, porque aporta un gran potencial a las islas, tanto económico como social; y debilidad, porque en el momento en el que el turismo disminuye en ellas, la sociedad y la economía se ven mermadas de capacidad e influidas de un modo directo. Sumado a esto la gran afluencia de turistas tiene una gran repercusión sobre el estado medioambiental del territorio.

Así pues, sabiendo que el turismo es tan importante como motor principal para las islas, sorprende que no se disponga de una herramienta tan potente como puede ser un Observatorio de Turismo

Sentarse a reflexionar sobre si se está gestionando bien el turismo en las islas debería ser un deber, sólo por la importancia y peso sobre la calidad de vida en ellas, aunque si el lector lo prefiere existen muchas otras razones para reflexionar sobre ello.

Por esta razón, este análisis pretende ser una apuesta por recuperar la isla y gestionarla como es debido, mediante una herramienta de tanto interés como es un Observatorio de Turismo.

La presente investigación consiste en indagar sobre la importancia de crear un Observatorio de Turismo en Ibiza. Mostrando otros ejemplos y experiencias, barajando los beneficios y las desventajas, y estudiando el interés real que puede

aportar al desarrollo turístico.



Figura 1. Elaboración propia Observatorios de Turismo [Ilustración]

Objetivos

Los objetivos de este estudio son varios:

En primer lugar, hay que destacar que la idea surgió cursando el primer año del Grado en Turismo. Durante el desarrollo de las asignaturas de Recursos Turísticos y Gestión del Patrimonio Cultural surgió el término *Observatorio de Turismo*, nomenclatura curiosa desde luego; sumado a otras asignaturas como Economía Ambiental en Espacios Turísticos y Gestión de Calidad y Medioambiente, la idea de profundizar en este campo fue aumentando. De ahí salió la inspiración, la duda de por qué no se buscan las herramientas más potentes para gestionar el preciado turismo de la isla y una de ellas es el Observatorio de Turismo.

Durante la realización del Grado en Turismo sorprende ver que sólo se menciona esta herramienta en el inicio de la carrera, a pesar de esto, la curiosidad no se desvaneció. El Reglamento para la creación del Observatorio de Turismo y Sociedad de Ibiza (OTSE) fue aprobado en 2016 por el Patronato de la Escuela de Turismo. Se pretendía integrar este Observatorio en la Escuela de Turismo de Ibiza, pero esta promesa nunca se ha visto materializada.

Sin entrar en conflictos políticos ni colores, este análisis pretende ser objetivo y descubrir cuáles son los pros y los contras de gestionar y mantener un Observatorio para tal fin. Durante esta investigación no se ha querido indagar en temas políticos o económicos (como asuntos sobre presupuestos). Se busca dar una visión objetiva de una herramienta que tal vez serviría para gestionar,

mantener, proteger, investigar, analizar; en definitiva, intentar mejorar la isla y ser más eficientes y competitivos respecto a todo lo que abarca el turismo y su importancia en las Baleares, y en concreto en Ibiza.

El objetivo, por lo tanto, es dar un punto de vista socioeconómico de la importancia de adoptar esta herramienta. Dicho claramente, hacer atractivo y dar valor social a la importancia de tener un Observatorio para las islas en concreto y para el turismo en general. Pretende ser una investigación analítica. Una visión objetiva sobre la utilidad del caso de estudio en sí. En conclusión, saber si sería posible una mejora al obtener dicha herramienta.

Otro motivo, es que la instauración de un centro de investigación y análisis del turismo podría ser una oportunidad para permitir expandirse laboralmente a muchos alumnos que estudien materias relacionadas con el ámbito turístico, además de los profesionales dedicados ya a su estudio, sin dejar de lado el obtener mejoras en los recursos medioambientales de las islas y controlar el impacto sobre ellos.

No hay que olvidar la gran importancia socioeconómica del turismo como motor. El sector servicios en conjunto representa casi el 83% del PIB de Ibiza, generando una gran cantidad de riqueza, es más, la industria del ocio genera el 35% del empleo total de la isla. Esto obliga a su adecuada gestión si no se quieren tener sorpresas negativas en el futuro (Hosteltur, 2019).

Los objetivos secundarios de este trabajo se enfocan en conocer cómo se desarrolla la actividad en este tipo de centros y la importancia de su utilidad en la práctica, además de ser un proyecto de índole personal para profundizar en el campo. Además del impulso a la investigación. También si sería posible crear un Observatorio totalmente independiente, en colaboración con la Administración como un cliente más, sin depender de la actividad o criterio políticos en el desempeño de su tarea.

Se pretende generar en el lector una reflexión sobre a dónde lleva la gestión actual del turismo en las Pitiusas, teniendo en cuenta el turismo de masas (Universitat de les Illes Balears, 2005-2008), el agotamiento o mantenimiento de los recursos, junto a la sostenibilidad y sin olvidar el papel tan importante de la población de las islas, primeros afectados por las consecuencias de la gestión del

turismo.

Metodología

Para iniciar la investigación sobre el análisis de los beneficios de tener un Observatorio se han seguido estas pautas:

En primer lugar, se ha realizado una lectura extensa de la bibliografía, buscando información sobre los observatorios en general. Se ha hecho una búsqueda profunda para encontrar documentación académica sobre este caso, pero la mayoría de información sobre Ibiza y el Observatorio se basa en otras fuentes no académicas, como son noticias y artículos cortos. El análisis de la información, adquirida sobre todo en Internet, se ha llevado a cabo buscando las fuentes más fidedignas, fiables y con interés académico. También se ha recabado información en otras páginas oficiales de diferentes administraciones públicas y órganos diversos. Por lo tanto, se han usado todas las fuentes de investigación o herramientas posibles y conocidas: redes académicas, revistas especializadas y textos, libros impresos, y por último la visión objetiva y opinión de profesionales en el campo turístico.

Hay que decir que originariamente se quiso integrar en la presente investigación una encuesta realizada a una pequeña muestra de la sociedad residente en Ibiza, pero por dificultades varias y contratiempos no se ha podido añadir. Este punto final hubiera dado cohesión al trabajo a partir de los resultados extraídos de la investigación de campo, ya que la intención era descubrir cuál es el conocimiento de los habitantes de la isla sobre este tipo de unidades.

En segundo lugar, se ha investigado sobre la situación actual del Observatorio en Ibiza y sobre el desarrollo de la actividad en otros observatorios de España, comparando sus logros y diferencias con Observatorios diversos de Europa y México.

Después de escoger la materia de estudio, se procedió a indagar en los orígenes de su creación, aceptación y desarrollo; resultados que se han reflejado en las diferentes vías de estudio que han ido surgiendo a medida que se profundizaba sobre el tema propuesto. Así pues, a medida que se presenta el Observatorio y su contextualización en Ibiza, se analizan también otros elementos relacionados que se han ido descubriendo como,

por ejemplo, el Observatorio de Sostenibilidad. Hay que añadir que la información que aporta este último Observatorio es muy clara, accesible y actual.

Por todo esto, para obtener una visión lo más objetiva posible, el trabajo está basado en los conocimientos obtenidos durante el Grado de Turismo (2015-2020), en investigaciones previas y en bibliografía consultada sobre el tema de estudio; además de tener en cuenta opiniones externas de profesionales en turismo.



Figura 2: Es Vedrà, (2017). Fuente: <https://ibizaglobalradio.com/>.

Definiciones

Observatorio de Turismo: Se mezclan dos términos que unidos crean un concepto atractivo.

Observatorio, definido por la Real Academia Española (RAE, 2019) como: *Lugar o posición que sirve para hacer observaciones.* Fíjese que en ningún momento esto está directamente relacionado sólo con la astronomía, término que la gran mayoría de la gente tiende a relacionar automáticamente en su mente, lo cual en el campo del turismo es un error.

Turismo, que según la RAE (RAE, 2019) se define como: *Actividad o hecho de viajar por placer. Conjunto de los medios conducentes a facilitar los viajes de turismo.* Por lo tanto, al unir estas dos palabras podemos considerar que *observar el turismo* es algo mucho más amplio de lo que las mismas palabras dicen.

Antecedentes. Orígenes y función de los Observatorios de Turismo

Si tenemos en cuenta la primera Teoría del Ciclo de Vida del Destino Turístico (CVDT) se toma como punto de partida que el destino turístico, entendido como un conjunto de productos turísticos, experimenta un ciclo de vida pasando por diferentes fases similares a las de los productos o servicios de consumo: exploración, implicación, desarrollo, consolidación, estancamiento y declive o rejuvenecimiento. (Citado en Cardona ; Serra, 2014).

A partir de esta idea se han realizado diferentes estudios a lo largo del tiempo, intentando analizar los constantes cambios a los que se ve sometido un destino turístico. La aplicación de este modelo es muy compleja porque hay una gran cantidad de factores que pueden influir en el desarrollo de la actividad turística, conocidos o ajenos (Cardona ; Serra, 2014).

Así pues, si consideramos el análisis del destino turístico como un producto, se deben buscar las herramientas apropiadas para mantener un equilibrio eficiente y eficaz durante ese Ciclo de Vida, ya que es un ciclo eminentemente dinámico. Así mismo, si se busca una mejora continua de un producto, por una mala gestión sobre él también puede quedarse obsoleto, estancado u olvidado. Las fases evolutivas del desarrollo de un destino turístico se ven influidas por los cambios en el aumento/disminución de los turistas, el desarrollo de infraestructuras (alojamiento, transporte, energía...), pero sobre todo por la planificación y la gestión que se realice del mismo destino turístico (Entorno turístico, 2020).

Con este apunte se quiere destacar la importancia de la gestión adecuada de un destino turístico para obtener éxito en todos los ámbitos, así como para los participantes que se ven influidos por el turismo, además de resolver los imprevistos que puedan surgir por factores externos o internos.

Actualmente las Pitiusas se sitúan en una etapa de madurez o incluso estancamiento, debido a múltiples causas, entre ellas, como muestra el Gobierno de las islas: el crecimiento constante de afluencia de turistas (que cayó ligeramente en el año 2019), y aunque se han incrementado mucho los vuelos hacia las islas, han disminuido las pernoctaciones y la estancia media en alojamientos turísticos legales (quizá por el aumento de los ilegales). En el último año (2019), según el Informe mensual de diciembre del Gobierno de las Islas

Baleares, los turistas han aumentado su gasto vacacional por día (GOIB, 2019).

Se ha intentado cambiar el modelo turístico de sol y playa o el conocido ocio nocturno, aumentando y mejorando la calidad del sector, para albergar un turismo con un **nivel adquisitivo más alto (lujo)**. Por otro lado, se ha querido cambiar y mejorar la imagen y la marca de la isla, para volver a estar *de moda* sin modificar el producto en profundidad, pero aumentando su atractivo con otros sectores.

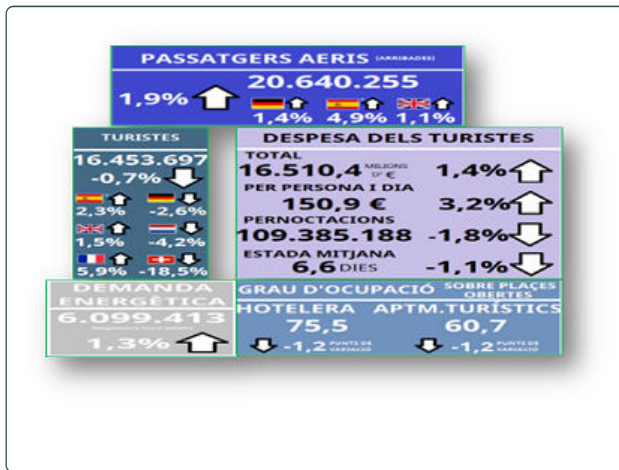


Figura 3. Elaboración propia a partir del Informe mensual de diciembre del GOIB. Dades Illes Balears acumulat any 2019

Por estas razones y muchas otras, la capacidad de carga de las islas está llegando a su límite y como consecuencia se llega al estancamiento, quizá al final al declive o bien se reiniciará el Ciclo de Vida nuevamente (Butler, 1980).

Se ha llegado al máximo de afluencia de visitantes, por lo tanto, se busca potenciar otros tipos de turismo, pero la peor consecuencia del estancamiento es que el destino padece un aumento de problemas sociales, económicos y medioambientales. Por esto el estancamiento es el momento más importante para la adecuada gestión del destino, hecho que nos lleva directamente a la importancia de unificar fuerzas en un nuevo concepto de Observatorio de Turismo independiente y funcional, para obtener conclusiones y tomar acciones al respecto. Es el momento idóneo para renovar el modelo turístico.

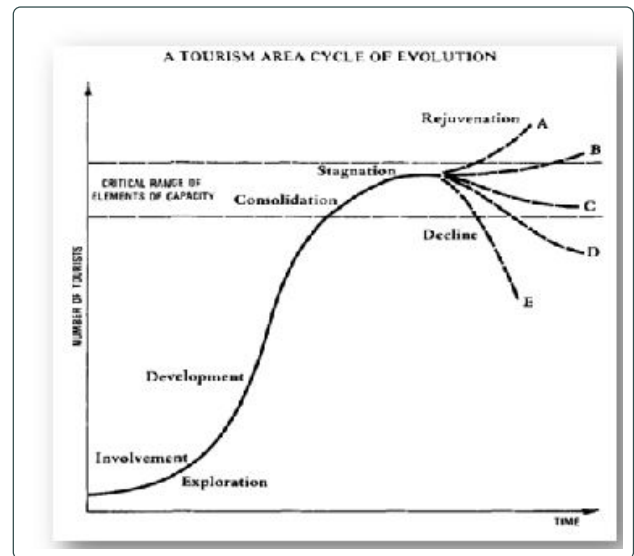


Figura 4. Fuente: Butler, R.W. (1980). Hypothetical evolution of a tourist area

La finalidad de un Observatorio es ser una herramienta integral, que permita tomar las mejores decisiones para un destino turístico, basándose en hechos reales (Molina ; Báez, 2017).

Respecto al tipo de observatorio que se estudia aquí, hay que tener en cuenta que el dinamismo intrínseco del turismo requiere de nuevos estudios y métodos de gestión, mediante la obtención de información con visión estadística e indicadores y gran variedad de datos, teniendo en cuenta todas las variables para tomar decisiones y crear nuevas políticas públicas en turismo o implementar acciones correctoras (Molina ; Báez, 2017).

Sabiendo esto, la utilidad de los Observatorios de turismo es el manejo de la información y del conocimiento (Pérez, 2015). Así pues, debido a la necesidad de obtener datos relevantes su desarrollo se favorece con las nuevas tecnologías y la nueva era de la información. Por ejemplo, usando nuevas aplicaciones informáticas para la medición de indicadores.

Actualmente existe un gran número de observatorios en activo por todo el mundo, por esto los que se mencionan en este análisis son una pequeña muestra de todos los existentes y analizados. Pero también hay que mencionar que muchos han cesado en su actividad por razones diversas, entre ellas, la razón que más destaca es la falta de financiación (Molina ; Báez, 2017).

Uno de los problemas que acarrea la falta de presupuesto es que el Observatorio se convierta en una herramienta poco útil. En algunos de ellos simplemente se reproducen datos investigados por

otros organismos estatales o autonómicos, son transcripciones de datos, por ejemplo, del INE (Diari de Girona, 2007). Así se pierde la utilidad real de estas unidades. Sumado a esto, otros no actualizan su información o investigaciones y el conocimiento de datos actuales es escaso o inexistente.

Los observatorios publican sus investigaciones mensual, trimestral, semestral y anualmente, generalmente mediante sus páginas web. Al ser la información tan importante para ellos deberían de mantenerla actualizada y revisada. De lo contrario, cualquier acción basada en esa información deficiente será inútil e insuficiente, no tendría éxito (Angulo, 2009).

Para que la información extraída de un Observatorio turístico cumpla con sus objetivos ésta debe ser: relevante, actualizada, comparable y medible, fiable, económica, rápida, de calidad, objetiva, completa y debe ser aplicable (Fonquernie, 2015).

También hay que destacar que esto no va en detrimento de que la información sea atractiva, como se menciona en Brandwatch¹ (2017): *Es cierto, los datos son hechos y se usan como evidencia irrefutable. Pero esto no quiere decir que no puedan ser atractivos.*

Junto a lo expuesto hay que resaltar que los observatorios de cada país tiene diferentes matices en la regulación de su actividad y organización, pueden usar diferentes recursos presupuestarios, así como instrumentos de medición y puntos de vista diversos para realizar sus investigaciones. Aunque respecto a su misión y visión la mayoría son similares, un porcentaje pequeño se diferencia claramente sobre los otros (Blasco ; Cuevas, 2013).

Como mencionan Molina y Báez (2017), la mayoría usa indicadores de oferta y demanda como: procedencia, número de visitantes, oferta hotelera y de servicios, etc. Los indicadores más recientes que se han incorporado son los de sostenibilidad e incluso se pueden encontrar indicadores para analizar el impacto de las redes sociales en el destino. Los datos obtenidos se basan en la información estadística derivada del uso de indicadores o herramientas de medición y a menudo se cruzan para entre sí para obtener mejores resultados. Los diferentes estudios permiten conocer, entre otros elementos: el perfil y gasto de los clientes o turistas (mediante la

elaboración de encuestas u otros medios), la previsión de demanda, la facturación anual, la estacionalidad, el nacimiento de nuevos mercados turísticos o las tendencias de comportamiento de los mercados emisores y estudios sobre la competencia. Se pueden conocer los principales atractivos del destino y las preferencias del visitante; además aportan datos sobre alojamiento y alimentación, ocupación turística o sobre la muy importante capacidad de carga.

Todos estos organismos han de realizar un seguimiento y análisis de los datos, pero una de las mayores dificultades para ello es encontrar las fuentes de financiamiento suficientes para sus proyectos, ya que suelen ser costosos y se necesitan numerosos recursos, junto a un amplio equipo profesional. Por otra parte, se debe conseguir un fuerte compromiso del sector público y privado para que los resultados de estos observatorios sirvan a su fin (Molina ; Báez, 2017). E incluso se debe tener en cuenta el ámbito académico, ya que puede ser un vivero de futuros profesionales para los observatorios. Los profesionales ya existentes pueden ampliar su bagaje de conocimientos y aportar experiencia al sector turístico.

Por lo tanto, un observatorio es algo más que simplemente analizar datos, su establecimiento implica incluirlos en una red articulada entre los diferentes protagonistas que interactúan en el sector turístico (Molina ; Báez, 2017).

La función principal de los observatorios es ser una herramienta útil para el sector público y privado, poniendo al alcance de ellos toda la información pertinente y relativa al turismo, con la finalidad de potenciar la competitividad y posicionamiento del destino turístico propio. Al respecto, Angulo (2009, p. 6) menciona que: *La misión de un observatorio es vigilar y detectar lo que ocurre en su ámbito de actuación, y su valor agregado se sustenta en: 1) buscar la información, 2) discernir su relevancia, 3) organizarla de modo coherente y 4) presentarla de forma clara. (...) Aunque no se logra el consenso sobre la definición, sí existe una comprensión tácita del término que designa al conjunto de actividades y procedimientos destinados a identificar y evaluar aquella información que se produce en un contexto .*

Por último, no se debe olvidar que estos equipos multidisciplinares que realizan diferentes prácticas deben (aparte de introducir nuevas hipótesis,

estudios e investigaciones, seguimientos y análisis) realizar una difusión pública de sus actuaciones y de sus resultados para que todos los afectados o interesados en el turismo dispongan de esa información. Considerando estos supuestos, el poder político tiene el deber de reaccionar ante los resultados, ya que es quien tiene la capacidad de tomar decisiones y actuar al respecto. Otro componente de esta red articulada sería la sociedad, que debe colaborar y participar activamente para mejorar los resultados que sean insuficientes y mantener los óptimos.

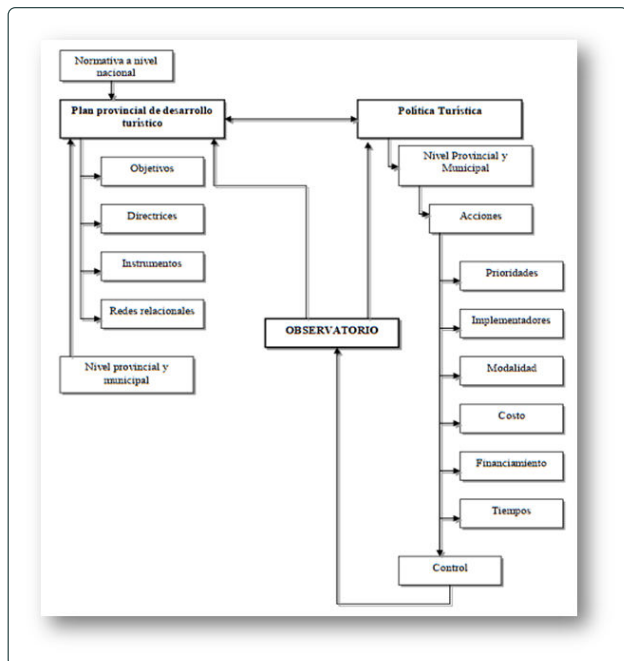


Figura 5. Fuente: Antonioli Corigliano, M. et al. (2000) *L'Osservatorio turistico*. EGEA Editori. Citado en Santághata (2011)

Estudio de casos

Observatorios de Turismo en Europa y México

Europa

Observatorio Virtual de Turismo (VTO)² de la Comisión Europea, hay que destacar que en su plataforma virtual se establece que su fuente de datos principal es el Eurostat, la Oficina de Estadística de la Comisión Europea. El Observatorio desarrolla su actividad en cinco secciones: perfiles de los países miembros, estadísticas de turismo ilustradas, encuestas Eurobarómetro, estudios e informes y otras fuentes de datos.

Tal y como se puede observar en la plataforma virtual del VTO realiza un estudio de diferentes indicadores económicos y de otros datos para conocer la situación del turismo en Europa. Se puede personalizar el análisis para evaluar las tendencias turísticas comparando la información entre países mediante paneles dinámicos. El observatorio posee una visualización atractiva (mapas, tablas, gráficos) de sus estudios mensuales y anuales sobre flujos turísticos, capacidad de alojamiento, ocupación, gasto y otros aspectos sobre los viajes de los residentes de la UE. También incluye datos sobre tendencias y volumen del sector, sobre el impacto económico y ambiental del turismo o el origen y perfil de los turistas.

Mediante las encuestas que se realizan se dan a conocer las preferencias, necesidades y expectativas de los europeos hacia el turismo. Sumado a esto, el Observatorio ofrece una base de documentos relevantes, estudios e informes que sirven para todos los agentes que tomen decisiones y realicen políticas en turismo, también para las empresas. Esta base ofrece un servicio de búsqueda por país, tema o año de publicación. La organización también ofrece una útil colección de enlaces de interés a otras entidades y observatorios nacionales e internacionales que proporcionan información turística de todo el mundo (VTO, s.a.).

Este organismo tiene como objetivo apoyar a los responsables políticos y a las empresas para desarrollar estrategias para mejorar el sector turístico europeo y que sea más competitivo (VTO, s.a.).



Figura 6. Fuente: Virtual Tourism Observatory. (s.a.) [Logotipo del VTO]

Islas Europeas

Observatorio de Turismo para la Economía

de las Islas Europeas (OTIE)³, con sede central en Palermo, Sicilia, fué fundado en 2007. Está formado por diferentes países: Italia, España, Francia, Portugal, Grecia, Malta y Chipre. Comprende a instituciones públicas, universidades, centros de investigación y entidades internacionales de sus siete países miembros.

El Observatorio usa indicadores de procedencia, medio de transporte, oferta de atractivos y tiempo de permanencia. Su objetivo es realizar estadísticas y estudios sobre el turismo en las islas europeas. Actualiza el banco de datos sobre turismo insular, crea un centro de documentación para las islas; y aparte de realizar estudios de investigación, organiza foros, seminarios y participa en proyectos europeos de cooperación y desarrollo social. También elabora estrategias y planes de marketing sobre turismo basados en la característica insular (OTIE, s.a.).

Lo que más diferencia a este observatorio es la cantidad de actividades que realiza, entre ellas, tiene un apartado llamado *Summer School*, dirigido a profesores universitarios y profesionales del turismo que quieran brindar a sus alumnos la oportunidad de adquirir habilidades específicas en turismo. Son actividades también diseñadas para estudiantes universitarios. Es uno de los observatorios que más iniciativas y cursos propone. Sus eventos han sido organizados y pospuestos para el año 2021 debido al Covid-19 (OTIE, s.a.).



Figura 7. Fuente: Observatorio de Turismo para la Economía de las Islas. (s.a.) [Logotipo del OTIE]

Azores

Como curiosidad se ha incluido el **Observatorio de Turismo Azores, OTA**⁴ creado en 2006. Los miembros fundadores son: la Región Autónoma de las Azores, la Asociación de Turismo de las Azores y la Universidad de las Azores; gestionado por el Gobierno Regional de Azores tiene el objetivo de analizar, difundir y realizar el seguimiento del

desarrollo y evolución turística en el archipiélago, además de buscar y crear estrategias que mejoren el desarrollo regional. El observatorio, que tiene su actividad actualizada, se basa en indicadores de: procedencia, satisfacción del turista, alojamiento, pernoctación, capacidad hotelera, etc.

Tal y como define en su portal web el presidente de la Junta del OTA, Carlos Santos (2020): *Nuestra visión es hacer de OTA un polo de excelencia para la información y el seguimiento de la actividad turística en las Azores, contribuyendo a la toma de decisiones basadas en el conocimiento.*

El Observatorio se gestiona de modo independiente y responsable, para garantizar sus estudios científicos y para contribuir al turismo sostenible de las islas, de este modo se integran las estrategias globales de desarrollo regional. Las investigaciones se basan en cinco vectores de acción estratégica o acciones importantes a desarrollar para acotar su misión: Observar para monitorear, estudiar, informar, formar y aconsejar.

- Monitorizar: obtener información estadística es primordial. Se incluyen encuestas de opinión sobre el turismo en las Azores para conocer las preferencias de la demanda.
- Estudiar: generar un conocimiento profundo del turismo regional, realizando estudios técnicos y científicos sobre la realidad turística de las islas. Del mismo modo, debe producir y difundir todos sus análisis para el beneficio regional.
- Informar: promover la creación y desarrollo de medios adecuados de transmisión de la información relevante para los agentes que operan en el sector turístico.
- Formar: observar las tendencias del mercado laboral en el sector, con el objetivo de contribuir a la capacitación y cualificación de los profesionales, unido a fomentar la cultura turística de la población de las Azores.
- Aconsejar: analizando las políticas regionales que generan impactos en el sector turístico y ejerciendo funciones de Consejo Asesor de Turismo para las entidades públicas del territorio. Evaluando las políticas turísticas vigentes y asesorando en el desarrollo de nuevas, para contribuir al desarrollo sostenible

de la región teniendo en cuenta los factores sociales, económicos y medioambientales.

Su plataforma virtual ofrece mucha información y está totalmente actualizada (OTA, 2019)



Figura 8. Fuente: Observatorio de Turismo de Azores. (2019) [Logotipo del OTA]

Francia

El primer Observatorio turístico francés nació en 1984: el **Observatorio de Turismo de la Costa Azul, Côte d'Azur**. Creado por el Comité de Turismo Regional de la Costa Azul y el Consejo Departamental de los Alpes Marítimos, produce datos oficiales de turismo de la Costa Azul, en el territorio de los Alpes Marítimos y Mónaco. Establece y garantiza el funcionamiento del sistema de medición del turismo mediante su sistema de estadísticas (SST) *Touriscope Côte d'Azur*. Así pues, elabora herramientas estadísticas y garantiza la producción de información que permite desarrollar la inteligencia económica del sector turístico en beneficio de las comunidades y los profesionales. Se añade que participa en reuniones nacionales para presentar sus resultados o unirse a investigaciones de metodología para la medición del turismo. Por último, ofrece información mensual actualizada (Observatorio de Turismo Côte d'Azur, *Touriscope*, 2020).

Colabora en la producción de normas y recomendaciones de la OMT sobre la Cuenta satélite de turismo. Crea nuevos barómetros e indicadores de medición del turismo (procedencia, motivo y duración del viaje, medios de transporte usados, tipo de alojamiento, número de acompañantes, frecuencia de viaje, capacidad turística, etc.) para mejorar la obtención de datos, es decir, su metodología se basa en la producción de datos para obtener resultados. Este Observatorio fue la base para la creación de otros muchos alrededor del mundo (Molina ; Báez,

2017).



Figura 9. Elaboración propia a partir del Observatorio de Turismo Côte d'Azur. (2020) [Logotipo]

Italia

Observatorio Nacional de Turismo de Italia (ONT)⁵, establecido en 2006 por el Primer Ministro y desarrollado por la Agencia Nacional del Turismo (ENIT)⁶. Hay que apuntar que el Patronato Nacional de Turismo tiene su sede en Roma. El objetivo de este Observatorio es estudiar, analizar y monitorear la dinámica socioeconómica, tecnológica, cualitativa y cuantitativa del turismo para el interés público. Con la misión principal de medir la competitividad del sistema.

El ONT realiza investigaciones sobre temas analizados incorrectamente por estadísticas oficiales y recopila documentos realizados por agentes nacionales e internacionales. Se quiere proporcionar una visión analítica sobre la investigación turística existente, unificando fuentes y datos, con el compromiso de difundir los datos acreditados científicamente sobre las tendencias y fenómenos turísticos actuales. Otro objetivo del Observatorio es proporcionar estrategias para la comunicación, promoción y comercialización del sistema turístico del país.

Los documentos que el observatorio tiene en su plataforma virtual se pueden buscar por tema o fuente mediante la búsqueda avanzada, además advierte que debido a la naturaleza multidisciplinar de sus investigaciones se pueden encontrar los mismos documentos en diferentes partes de su web. Se acompañan de hojas descriptivas de contenido y se pueden descargar (ONT, s.a.).

El ONT también cuenta con documentos oficiales de estudio sobre diferentes regiones italianas; efectúa sus análisis de planificación en diversos niveles territoriales, nacionales e internacionales según las políticas de desarrollo turístico; es decir, contiene normas de diverso interés turístico

divididas en tres grupos: UE, Nacionales y Regionales.

Por último, hay que destacar que el Observatorio ofrece una sección de eventos de interés y utilidad para todos los profesionales del turismo. Realizando seminarios, conferencias, ferias y Workshops (talleres) sobre eventos comerciales y promocionales. A pesar de ser una gran idea, actualmente no hay eventos presentes. Parece que la información de su plataforma no ha sido actualizada desde 2018 (ONT, s.a.).



Figura 10. Fuente: Observatorio Nacional de Turismo de Italia. (s.a.) [Logotipo del ONT]

México

La Secretaría de Turismo de Quintana Roo anunciaba su Observatorio de Turismo⁷ en 2014; se ha de puntualizar que no se ha encontrado un sitio web oficial como tal, sólo se ha encontrado información en la misma plataforma digital de la Secretaría de Turismo del lugar (SEDETUR) y en el **Observatorio Turístico del Estado de Guanajuato, (OTEG)**⁸ fundado en 2010 y gestionado por la Secretaría de Turismo de ese estado, donde también se ofrecen datos sobre Quintana Roo (SEDETUR, s.a.) (OTEG, 2020).

México no goza de muy buena imagen turística, ya que la violencia en este país es conocida y no poseen una cultura turística especializada. Según mencionan Palafox y Segrado (2008, p.162): *la escasez de estadísticas confiables, su dispersión en diferentes entidades públicas y privadas, y la falta de actualización en la información, impiden el establecimiento de un sistema que contenga los datos necesarios para el estudio y resolución de problemas del sector turístico.* La recolección de datos turísticos en este país es relativamente reciente, ya que en sus inicios era escasa o simplemente no se analizaban por desinterés o complejidad, y por eso surgió la necesidad de crear Observatorios en esta zona. Otra mención al

respecto es argumentada por Blasco ; Cuevas (2013, p.27): *Es así como el organismo encargado de la recopilación de estadísticas en turismo a nivel federal, DataTur, presenta problemas de confianza, y no proporciona información veraz.* Esto contrasta con algunas zonas del territorio, ya que, por ejemplo, la Riviera Maya es un lugar turístico por excelencia; extensión de la Costa del Caribe en la Península de Yucatán, ofrece excelentes ruinas conservadas de la antigua ciudad maya, cenotes y un sinnúmero de diferentes actividades turísticas muy atractivas para los visitantes (SECTUR, 2013). Sumado a estas reflexiones, la Secretaría de Turismo de México, SECTUR (SECTUR, 2013), establece que, por ejemplo, la Riviera Maya no dispone de un inventario actualizado de la oferta turística en el destino con las tecnologías de información y comunicación, las llamadas TICs, y tampoco disponen de información turística fiable. Añadido a esto, la misma Secretaría expone otros problemas: hay falta de coordinación entre los tres niveles de gobierno, la sociedad civil y los empresarios; no hay visión en el diseño y vigencia de los planes de marketing local y estatal, se desconoce el número de visitantes que regresan al destino, el transporte local es de mala calidad, hay una alta dependencia del turismo de sol y playa, y alta percepción de inseguridad en el destino, entre otros aspectos (SECTUR, 2013, p.228-284).

Por otro lado, el OTEG se define como, según informa la OMT en su plataforma: *un organismo permanente dedicado a la investigación, análisis, evaluación y consulta de la actividad turística en sus diversas modalidades, mediante un trabajo intersectorial y multidisciplinario que permite medir y monitorear la actividad turística, así como las variables que le afectan.* En la página principal del OTEG se pueden encontrar algunos indicadores turísticos destacados a modo de semáforo, para indicar el comportamiento de los indicadores turísticos que se analizan y se monitorean de manera permanente, mostrando el porcentaje de avance respecto a las metas planteadas en el Programa Estatal de Turismo de Guanajuato 2013-2018. Además, el Observatorio de Guanajuato mantiene todos sus análisis y datos actualizados y accesibles para quien los quiera consultar (OTEG, 2020).

Hay que destacar que una de las herramientas más usadas en el territorio de México para

recolectar información es desarrollar entrevistas a los visitantes de los destinos. Se usan indicadores de procedencia, perfil del visitante, ocupación hotelera, llegada de turistas, gasto económico, etc. Como apunte final, la página oficial de la Secretaría de Turismo está totalmente actualizada, aunque hay que puntualizar que parece insuficiente, ya que algunos datos son escasos o directamente no están. Hay que tener en cuenta que la fundación de SEDETUR se realizó en 1976, teniendo como objetivo principal la coordinación, impulso y desarrollo del turismo en el Estado de Quintana Roo (SEDETUR, s.a.).

Observatorios de Turismo en España

Ciudades Patrimonio de la Humanidad

También hay que destacar el proyecto iniciado en 2017 del **Observatorio Turístico del Grupo de Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España (GCPHE)**. En 2018 se firmó el convenio entre el Grupo y la Secretaría de Estado de Turismo. El Grupo, que es una asociación sin ánimo de lucro fundada en 1993, reúne a 15 ciudades españolas de la Lista de Patrimonio Mundial de la UNESCO. Se presentó ante el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, es financiado por la Secretaría de Estado de Turismo junto a Turespaña como Club de Producto y desarrollado por la firma de consultoría turística Braintrust (2019), mediante concurso convocado por el Grupo de Ciudades Patrimonio (Ayuntamiento de Ibiza, 2018).

Este grupo pretende gestionar el crecimiento turístico de forma sostenible y adaptarse a las nuevas tendencias, además de corregir los errores o déficits actuales de información útil. Su objetivo es actuar de modo conjunto para la defensa y promoción cultural y turística del patrimonio de las ciudades miembro (Ciudades Patrimonio de la Humanidad, 2020).

Se estima que en la próxima década la afluencia de turistas crecerá un 50% y sobre todo lo hará en el turismo urbano. Actualmente el número de visitantes en estas ciudades ha aumentado, aunque el número medio de pernoctaciones por turista se ha mantenido. A pesar de esto los niveles de ocupación en las ciudades han subido hasta un 65%, abriendo un horizonte a la desestacionalización y diversificación de

actividades para estos lugares. Sumado a esto, el Observatorio ha concluido que los niveles de concentración y saturación que presentan algunas ciudades se deben analizar para buscar soluciones o alternativas a un problema que puede hacer que los visitantes no repitan en el destino. Por último, pero no menos importante, se analizan las consecuencias del turismo sobre los residentes y sobre los elementos patrimoniales (Ayuntamiento de Ibiza, 2018).

Como explica el Grupo en su página web, los cascos históricos de estas ciudades han sido reconocidos por la UNESCO como Patrimonio Mundial: Alcalá de Henares, Ávila, Baeza, Cáceres, Córdoba, Cuenca, Mérida, Salamanca, San Cristóbal de la Laguna, Santiago de Compostela, Segovia, Tarragona, Toledo, Úbeda y Ibiza/Eivissa.

Para que el Observatorio logre sus objetivos se debe realizar una transformación en el modelo de gestión y promoción del producto patrimonial y cultural, ya que los tiempos, al igual que el turismo, están en constante cambio. Además, para que los expertos desarrollen sus investigaciones se deben involucrar todas las entidades que se dediquen a la organización y gestión de la actividad turística, en colaboración entre el sector público y el sector privado, con el objetivo conjunto de mejorar el destino promoviendo el turismo sostenible (Ayuntamiento de Ibiza, 2018).



Figura 11. Fuente: Murallas de las Ciudades Patrimonio Mundial (s.a.)

Turismo responsable

Otro tipo de observatorio turístico es el **Observatorio Español del Turismo Sostenible y Responsable (OBSERTUR)**. Se constituyó en 2013 para realizar investigaciones, publicando sus resultados en 2014. OBSERTUR colabora con la Universidad Complutense de Madrid y es una iniciativa de la Fundación Turismo y Cooperación. Esta Fundación sin ánimo de lucro, creada en 2010,

tiene entre sus patronos fundadores, y principal patrocinador, el Grupo de Agencias de Viajes Independientes, GEA SL; que es una entidad del sector turístico. Según describe la Fundación, pretende ofrecer una visión diferente sobre el mundo del turismo y sus transformaciones para el desarrollo sostenible. Además, se desean fomentar modelos más justos de comercialización y consumo para promover un turismo responsable y más ético (Fundación Turismo y Cooperación, s.a.).

Se crea con la intención de hacer seguimiento a las diferentes realidades del turismo, identificando buenas prácticas, usando indicadores y documentos de interés, aportando información importante y ordenada que permita el desarrollo de acciones nuevas para el sector del turismo y su sostenibilidad (OBSERTUR, 2013).

Este Observatorio destaca por ser apartidista e independiente, la meta primordial es que entre todos los sectores que se ven influidos por el turismo exista una cooperación para el desarrollo sostenible y evitar la exclusión social. Se trabaja en materia de Cooperación Internacional y sensibilización de la sociedad civil. A su vez, se trabaja para que todos los participantes actúen conjuntamente para alcanzar los objetivos propuestos, desde las administraciones hasta el consumidor final (Fundación Turismo y Cooperación, s.a.).

Analizando los objetivos y fines que menciona seguir OBSERTUR, aparecen los siguientes:

- Promocionar el turismo responsable y sostenible en España y a nivel internacional, en particular en países menos desarrollados.
- Cooperación Internacional para el Desarrollo: para fortalecer la capacidad turística local, la conservación del medio ambiente y del patrimonio cultural, la planificación territorial y los movimientos migratorios.
- Integrar el turismo en zonas rurales y regionales, profundizando en la soberanía alimentaria y el fortalecimiento institucional en estas zonas.
- Promover códigos de conducta y buenas prácticas en el ámbito del turismo.
- Incentivar la creación y mejora de organizaciones que promuevan la práctica del turismo solidario y del ecoturismo.

- Afianzar la aplicación de la **RSC/RSE (Responsabilidad Social Corporativa o Empresarial)** en las empresas u organizaciones que se relacionen con el sector turístico.
- Llevar a cabo investigaciones, formación y capacitación en materia de turismo, y estimular la cooperación internacional para el desarrollo.
- Crear Redes de Turismo Sostenible y plataformas de desarrollo local y regional.
- Asesorar y realizar consultoría turística en el ámbito del turismo sostenible y cooperación internacional para el desarrollo.
- Promocionar la cultura y la extensión del multiculturalismo (OBSERTUR, 2013).

Las iniciativas que propone OBSERTUR (OBSERTUR, 2013), se pueden resumir en seis bloques: formación, comunicación y buenas prácticas, investigación, sensibilización, cooperación internacional y difusión cultural. En la sección de formación se ha podido encontrar un curso de *Turismo Sostenible y nuevos empleos verdes*, la VIII edición fue en marzo de 2020. Además, en el documento en el que se presenta el Observatorio, se incluyen publicaciones de análisis realizados sobre diferentes países, se explican los indicadores usados, hay una selección de buenas prácticas definidas por el Observatorio y se explican las iniciativas que realizan algunos países. Entre ellos España con dos proyectos: uno se denomina el Plan estratégico de la Sierra de las Nieves (Málaga) y el otro los Patios de Córdoba. En ambos se pretende dar ejemplo de turismo inclusivo y responsable.

En conclusión, su objetivo es seguir y analizar la realidad turística responsable, conocer las buenas prácticas, y analizar el medioambiente para establecer estrategias que ayuden a mejorar el sistema ambiental, los valores culturales, el crecimiento sostenible y luchar contra la pobreza. Usa indicadores de gestión del destino, valor económico, impacto social, cultural y ambiental (Fundación Turismo y Cooperación, s.a.).



Figura 12. Fuente: Observatorio Español del Turismo Sostenible y Responsable. (2014). [Logotipo de la Fundación Turismo y Cooperación]

Turismo Irresponsable

Durante la investigación ha sorprendido encontrar un Observatorio dedicado al **Turismo Irresponsable (OTI)**. Se cree que fue fundado a finales de 2012, según la información que proporcionan otras fuentes como el Foro de Turismo Responsable o Ecoturismo.

Según versa el sitio web del Observatorio (no hay fecha de actualización ni edición ninguna), es una plataforma abierta, en constante desarrollo, colaborativa y colectiva, que expone de modo concreto las características de proyectos turísticos a escala mundial. Además, según su descripción, analiza y denuncia los casos que ejecutan un uso y repartición desigual de los recursos económicos, comerciales, políticos, medioambientales y sociales en los territorios donde se realizan (OTI, s.a.).

Por lo tanto, como menciona el OTI (OTI, s.a.), se dan a conocer mundialmente las estrategias neoliberales de crecimiento del sector, basadas en la externalización de costes, que afectan a los ecosistemas, o que desestructuran las bases sociales y culturales de la población receptora. Esta organización pone al descubierto los conflictos subyacentes de la industria turística, revelando falsos discursos institucionales. Es decir, revela proyectos turísticos que generan impactos negativos diversos y conflictos asociados a esta actividad.

Según describe el mismo Observatorio en su espacio virtual, tiene un objetivo doble:

- Denunciar y abrir un debate público sobre los múltiples impactos que tiene la industria turística (idealizada) sobre los destinos.
- Contribuir a visibilizar los procesos de defensa (discutibles) que realizan las organizaciones,

colectivos y agentes locales sobre su territorio, sociedad y recursos (OTI, s.a.).

La información que se produce en el OTI se obtiene de todas las personas, colectivos u organizaciones que colaboran. El observatorio sirve para propagar la información de realidades turísticas que permanecen invisibles para la opinión pública. Los casos denunciados aparecen localizados geográficamente en un mapa mundial según diferentes categorías: aculturación/asimilación, desplazamientos poblacionales, deterioro ambiental, deterioro económico, movimiento de resistencia, Patrimonio Cultural inmaterial, Patrimonio material, precarización laboral, represión social. Se debe mencionar que el Observatorio se considera exento de cualquier responsabilidad creada por el mal uso de los usuarios del sitio web; además, se reserva el derecho de modificar la información sin avisar a los colaboradores de antemano y, por último, una característica importante, no garantiza la fiabilidad de la información que se difunda en la web (OTI, s.a.).

Como dato notable hay que decir que aparece Ibiza como uno de los lugares que practican el turismo irresponsable, se sitúa en la lista y está marcada en el mapa que ofrece el OTI. Respecto a la isla el OTI denuncia que los alquileres vacacionales son excesivos y se abusa de los precios, tanto para turistas como para residentes (OTI, s.a.).



Figura 13. Fuente: Observatorio de Turismo Irresponsable. (s.a.). [Logotipo del OTI]

Canarias

Destacan por su importancia y similitud por tratarse de islas, el Observatorio de Turismo de Canarias y el Observatorio de Las Palmas de Gran Canaria.

Respecto al **Observatorio de Turismo de Canarias** (Observatorio Turístico. Gobierno de

Canarias, s.a.), no se ha podido encontrar la fecha de su fundación, tampoco en su página web, pero tiene publicaciones desde 1998 hasta 2019. Es el encargado del estudio y seguimiento del sector turístico del Archipiélago, mediante la gestión del Sistema de Información Turística (SIT), previsto en las Directrices de Ordenación del Turismo de Canarias y comparte la información con las diferentes administraciones públicas de las islas, para determinar la información turística más relevante. Desarrolla su función a través del apoyo del Gobierno de Canarias, la Presidencia del Gobierno y la Viceconsejería de Turismo (Molina ; Báez, 2017).

Entre los diferentes indicadores y estadísticas que esta unidad calcula se pueden citar: pasajeros extranjeros por vía aérea, turismo receptivo, establecimientos y plazas autorizadas para el alojamiento, restauración, gasto turístico; además de viajeros alojados, pernoctaciones, estancias medias y grado de ocupación. Según se puede observar en su espacio virtual recaba información sobre el perfil del turista, el mercado de cruceros, y realiza estudios sobre medidas y estrategias para renovar el ciclo del turismo. También informes anuales de la situación del sector turístico, y planes de *marketing* (Observatorio Turístico. Gobierno de Canarias, s.a.).

El **Observatorio de las Palmas de Gran Canaria** (no se ha encontrado la fecha exacta de su creación). Mucho más actualizado y directo, ya que se limita a tener una lista de publicaciones de sus estudios que se pueden descargar, su plataforma virtual no tiene florituras. También estudia planes de marketing, el perfil del turista, alquileres vacacionales. Hay que destacar que ha realizado un estudio previo sobre la capacidad de carga turística en las islas y el impacto del Covid-19 sobre el sector turístico, disponible desde el 20 de abril de 2020, proponiendo hipótesis o posibles escenarios para el futuro del turismo y aportando resultados según los datos analizados (Observatorio Turístico. Gobierno de Canarias, s.a.).



Figura 14. Fuente: Observatorio Turístico de las Palmas de Gran Canaria. (2020). [Logotipo]

Navarra

Otro Observatorio Turístico con gran relevancia es el de Navarra. Este equipo fue presentado el 20 y 21 de septiembre de 2018 en Burgos, durante el Seminario de Observatorios de Turismo, con el lema *Compartir para Innovar*. Hay constancia de informes realizados desde 2014 hasta 2020 en su página virtual. Fue creado por la Dirección General de Turismo, Comercio y Consumo con la colaboración de los participantes del sector turístico local, para proyectar, planificar y mejorar la toma de decisiones en el ámbito turístico (Observatorio Turístico de Navarra, 2018).

Desde enero de 2019 el **Observatorio de Navarra** es miembro de la Red INSTO (Red Internacional de Observatorios de Turismo Sostenible) de la Organización Mundial del Turismo. Esta red fue creada en 2004.

La Red INSTO se organiza en 9 áreas temáticas centrales que sus miembros deben seguir: estacionalidad turística, empleo, beneficios económicos del destino, gobierno, satisfacción local, gestión energética, gestión de aguas, gestión de aguas residuales y, por último, gestión de residuos sólidos. Los objetivos de la red se pueden agrupar en seis puntos: el enfoque integrado, evidencias, empoderamiento de las partes interesadas, Network y aprendizaje, medición del desempeño y continuidad. Por orden, se trata de aportar un marco para el seguimiento regular del uso de los recursos y poder comprender mejor el impacto en el turismo. Se pretende establecer una base de datos sólida y estructurada para tomar decisiones basadas en los datos que reflejan la realidad. Por otro lado, se quiere empoderar a todas las partes interesadas locales con un enfoque inclusivo y participativo, incentivando así el intercambio de información, la colaboración y una

mayor responsabilidad pública. Por último, se mide el desempeño y se asesora sobre la implementación de planes de desarrollo sostenible, acciones de gestión y políticas. Todo ello para fomentar el compromiso a largo plazo y realizar un seguimiento regular (Red INSTO, s.a.).

Así pues, el Observatorio de Navarra pasa a ser el primer representante español en este organismo, formado por 159 Estados Miembros y con casi 30 Observatorios aceptados, con la finalidad de monitorear los impactos económicos, ambientales y sociales del turismo en los destinos (OMT, s.a.). Como referencia el Observatorio navarro, menciona que usa el Plan Estratégico de Turismo de Navarra 2018-2025, en el marco del Programa VI sobre Inteligencia e Innovación en Turismo, presentado en el Seminario del Observatorio de Turismo mencionado anteriormente (Observatorio Turístico de Navarra, 2018).

Tal y como dice en su página web oficial, el centro de investigación: *se configura como un sistema de recogida de información (...) de modo que se combinen datos procedentes de las estadísticas oficiales, estudios realizados al efecto, datos procedentes del internet de las cosas o Big Data obtenido de redes sociales y medios digitales.* Por último, se fundamenta en 5 dimensiones de estudio: gobernanza, económica, social, medioambiental y territorial.

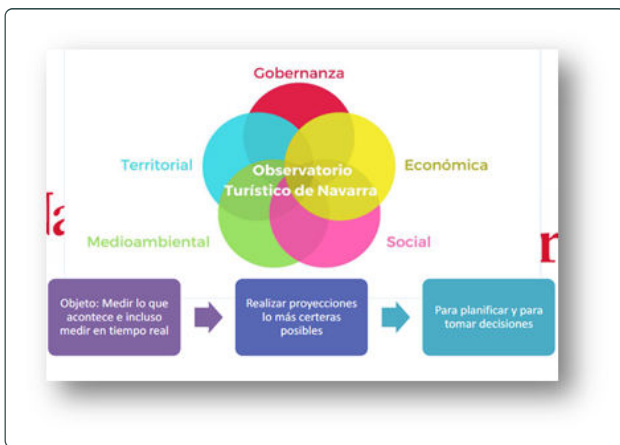


Figura 15. Fuente: Observatorio Turístico de Navarra. (2018). Dimensiones de estudio.

Entre los diferentes informes que el Observatorio ofrece se encuentran: informes de coyuntura turística, oferta y demanda en alojamientos turísticos, rentabilidad turística, empleo en actividades turísticas, oficinas de turismo, análisis de las consultas de la página web oficial de turismo de Navarra, recursos turísticos, desplazamientos

aéreos y, por último, un análisis de los peregrinos del Camino de Santiago. A esto se añaden informes de **Big Data**, sobre redes sociales y medios online (Observatorio Turístico de Navarra, 2018).



Figura 16. Fuente: International Network of Sustainable Tourism Observatories

Observatorios de Turismo en las Pitiusas

Ibiza

Con el potencial de las Baleares como destino turístico y con las debidas herramientas de gestión, las islas tienen capacidad suficiente para diseñar un modelo turístico, reinventarse y renovar los métodos para obtener una mejora continua y destacar en competitividad respecto a los otros destinos turísticos más visitados.

Pero la masificación surgida en las islas en los últimos tiempos hace que éstas pierdan competitividad en el mercado⁹.

Según declaró Ángeles Nogales (gerente de Fomento de Turismo), las Baleares deben aumentar su grado de especialización y diferenciación, ya que las tendencias actuales hacen que sea necesario promocionarse a públicos específicos; elementos fundamentales para aumentar la competitividad y actuar contra la masificación (Periódico de Ibiza, 2015).

Por esto, un buen uso de los observatorios aporta múltiples beneficios para las empresas, la sociedad, el turismo y para la administración pública. También beneficios añadidos para los recursos turísticos en general y específicamente para los medioambientales. Implementar y mejorar el sistema de funcionamiento de un Observatorio Turístico, con el respaldo de un buen comité científico y especializado, sumado a nuevos y adecuados recursos tecnológicos e informáticos, es un deber para el cuidado de un destino turístico si se pretende una mejora continua.

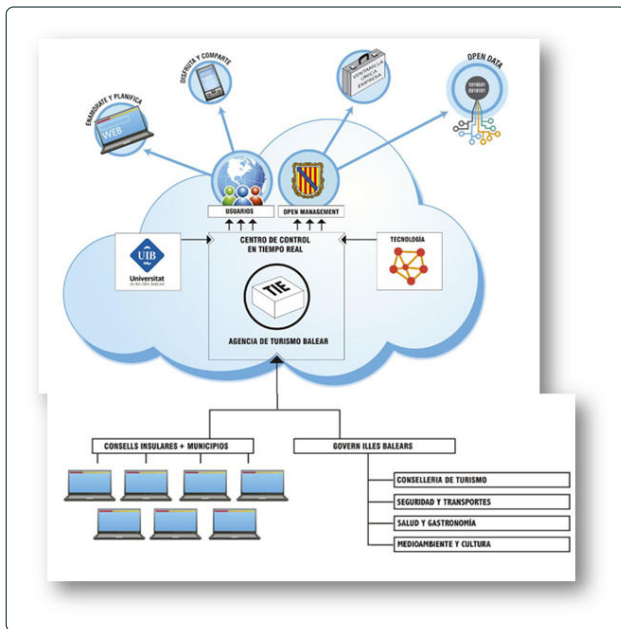


Figura 17. Fuente: GOIB. (2017). Plan Integral de Turismo de las Islas Baleares

Según precisó Nogales al Periódico (2015), por tradición los datos recabados sobre turismo en Ibiza (que recoge el Ibestat mediante encuestas nacionales) se reflejan de un modo global, porque Ibiza y Formentera se representaban como una única isla, mermando la capacidad de obtener resultados propios, independientes y reales. Esto complica la realización de una promoción adecuada del destino turístico (Periódico de Ibiza, 2015).

En 2016, como se mencionó en los motivos y objetivos de este análisis, el Reglamento de Régimen Interior para la creación del Observatorio de Turismo y Sociedad de Ibiza (OTSE) fue aprobado por el Patronato de la Escuela de Turismo y el Consell d'Eivissa, que pretendía integrar y crear la sede del Observatorio dentro de la Escuela de Turismo del Consell Insular de Ibiza (Consell d'Eivissa, 2016).

Todos los trabajos de búsqueda, investigación y consultoría pública elaborados por el equipo del observatorio pasarán a ser automáticamente propiedad del Patronato de la Escuela del Consell de Ibiza. Por otro lado, se encargó al Comité Científico del OTSE realizar un informe previo sobre el equipo de investigación y el presupuesto necesario para cumplir su cometido. Los miembros del OTSE deberían ser titulados doctores, aunque podrían incorporarse titulados universitarios sin doctorado (Consell d'Eivissa, 2016).

Además, según menciona el Consell (2016), el presupuesto asignado al OTSE formaba parte del

presupuesto general del Patronato, pero sus partidas se reflejarían de modo independiente. El comité técnico-administrativo del Observatorio, es decir, el Consejo Científico se componía de los siguientes miembros:

- Presidente del Patronato, que a su vez sería el presidente del OTSE
- Director Insular de Turismo del Consell Insular de Ibiza
- Director y subdirector de la Escuela de Turismo
- Director del OTSE
- Investigadores principales de cada equipo de búsqueda y análisis (Consell d'Eivissa, 2016).

Los objetivos establecidos para este Observatorio eran: desarrollar la investigación de datos e indicadores turísticos, difundir sus hallazgos y ser una herramienta de consultoría pública para el sector turístico y socioeconómico de la isla. La organización del OTSE se basa en equipos de divididos según los ámbitos de análisis que se consideren necesarios o más adecuados (Consell d'Eivissa, 2016).

Según dijo el presidente del Consell d'Eivissa, Vicent Torres (Diario de Ibiza, 2016), el Observatorio reflejaría las opiniones y demandas de los turistas en Ibiza. Una de sus metas principales era ser un instrumento útil y beneficioso para las empresas, planteando propuestas con las que aumentar la competitividad del destino turístico. Se pretendía analizar el estado de la sociedad, la economía y el turismo de la isla.

Hay que puntualizar que no se ha podido aclarar por fuentes oficiales la situación actual del observatorio, ni tampoco se ha encontrado ningún artículo o noticia que resuelva la situación de este. Pero gracias a las entrevistas llevadas a cabo en esta investigación se deduce que el proyecto está en *boxes*, como un coche que detiene su camino para repostar, hacer reparaciones o cambiar de conductor, esperando a que alguien reinicie su camino.

Formentera

El 30 de agosto de 2010 el Consell Insular de Formentera anunciaba la elaboración de un estudio para iniciar el proyecto de un observatorio turístico en la isla, para obtener datos estadísticos propios y oficiales. Esta herramienta serviría para conocer

mejor el perfil de turistas que visitan la isla de Formentera y así mejorar el servicio que se ofrece. En el mismo anuncio del Consell de Formentera se incluía la realización de un nuevo plan de competitividad para la isla y se establecía la necesidad de traspasar las competencias turísticas a Formentera para realizar su propia promoción turística (Diario de Ibiza, 2010).

En marzo de 2018, el diario El Mundo recogía otras declaraciones realizadas por Alejandra Ferrer, Consellera de Turismo de Formentera, en las que exponía que, con el traspaso de competencias en promoción turística, el Observatorio de Turismo será uno de los primeros proyectos a iniciar, porque entre otras funciones serviría para decidir el modelo turístico a seguir para la isla según los datos proporcionados. El traspaso de competencias también sirve para desarrollar otros temas como: la creación de producto o la inteligencia de mercado para la isla de Formentera. Sumado a esto la consellera apuntaba que las encuestas turísticas se realizan junto al resto de Baleares, hecho que no permite conocer los datos turísticos reales y exclusivos de Formentera (El Mundo, 2018).

En junio del mismo año se aprueba la creación de un observatorio turístico en la isla pitiusa para obtener datos estadísticos separados de la isla de Ibiza, eliminando así el problema de los datos agregados. Se crearía usando los recursos y fondos provenientes del traspaso de competencias en promoción turística.

Las últimas declaraciones que se han encontrado del Consell de Formentera sobre su Observatorio son de finales de 2019. Se presentó el nuevo equipo de la unidad y se menciona que entre sus objetivos se desea conocer el número de visitantes o afluencia turística en la isla y el gasto energético durante los meses de temporada. Sumado a esto, el Observatorio servirá para realizar y analizar encuestas, para establecer planes de actuación y mejorar la satisfacción de turistas y residentes (Diario de Ibiza, 2019).

Actualmente en la página del Consell de Formentera hay un espacio dedicado al Observatorio que contiene únicamente dos publicaciones: Presupuestos Anuales Generales del Consell (desde 2018 hasta 2020) e Indicadores de Establecimientos Turísticos (2018, 2019) (Consell Insular de Formentera, s.a.).

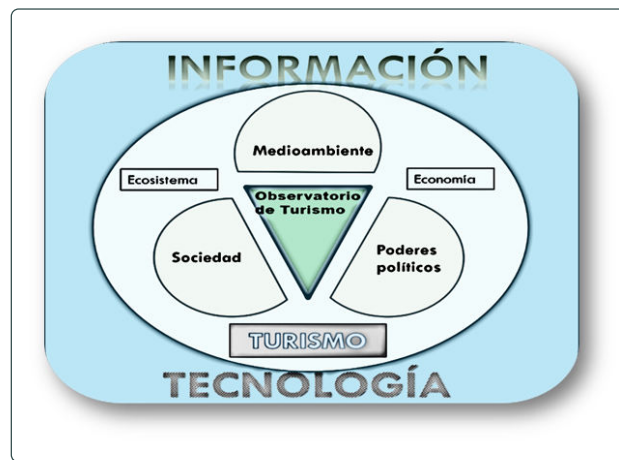


Figura 18. Elementos básicos de estudio para un Observatorio Turístico. Elaboración propia

Observatorios de Sostenibilidad en Baleares

Este tipo de Observatorios se enfocan a otros objetivos, como la investigación de impactos socioeconómicos, la sostenibilidad o el medio ambiente y la defensa de valores éticos en los destinos. Según mencionaba la OMT, los objetivos principales (como se recordará del apartado sobre el Observatorio de Navarra), se resumen en: enfoque integrado, evidencia, empoderamiento de las partes interesadas, Network y aprendizaje, medición del desempeño y continuidad. (Téllez 2017, p.72).

A estas declaraciones de la OMT, que perfilan los beneficios del uso de indicadores turísticos, se podría añadir un matiz: difundir públicamente todos los resultados relevantes de las investigaciones, para que sean accesibles en todo momento y que la información sea clara, atractiva y fácil de entender para todo aquel que la quiera consultar (Téllez, 2017).

Mallorca

A finales del año pasado, durante la feria *World Travel Market* se organizó un acto entre Turespaña y la OMT para anunciar públicamente la candidatura de España a liderar el turismo sostenible a nivel mundial (Diario de Mallorca, 2019). Mediante la *Fundació Mallorca Turisme*, encargada de la promoción y creación del producto turístico mallorquín, adscrita al Consell de Mallorca, presentaron las principales líneas de acción sobre sostenibilidad que realiza la isla (EFE, 26 noviembre 2019).

Se pretende que la isla forme parte del Observatorio Mundial del Turismo Sostenible, y que sea miembro de la Red INSTO, en la que actualmente sólo está Navarra representando a España, como se mencionó en puntos anteriores. Resaltar que, además de esto, la OMT, establece otras iniciativas como, el Sistema Europeo de Indicadores Turísticos (ETIS) y el Consejo Global del Turismo Sostenible (GSTC). El Comité de Medio Ambiente de la OMT creó el primer conjunto de indicadores de sostenibilidad reconocidos internacionalmente, para aplicar al sector turístico (Tourism 4 development 2016, 2017).

La solicitud de candidatura ha sido aceptada y se espera que se haga efectiva definitivamente a mediados de 2020 con la entrada de la *Fundació Mallorca Turisme* como miembro asociado de la OMT. Por esto, la presidencia del Consell de Mallorca, ha planteado a la secretaria general de la OMT la posibilidad de que la isla se convierta en la sede de los próximos eventos de la organización. Añadido a lo expuesto se están creando las bases para un Pacto para el turismo sostenible basado en los ODS, (Objetivos de Desarrollo Sostenible) de la Agenda 2030 (Mallorca Confidencial, 2020).

Uno de los principales objetivos de esta Agenda es desarrollar nuevos recursos y acciones para la adaptación de las Islas Baleares¹⁰(Mallorca, Menorca y Formentera). Según la OMT este proyecto se hará de modo conjunto con la *Fundación Impulsa Balears* (fundación privada), para reformular la estrategia del turismo hacia una visión más sostenible (OMT, 2019). Esto permitiría a Mallorca participar en un sistema que proporcione herramientas para gestionar y realizar un seguimiento del turismo y su impacto en la isla. Del mismo modo, permitiría tener contacto con otros destinos turísticos competitivos y fomentar una gestión responsable del turismo. Por lo tanto, el Consell Insular de Mallorca quiere dar empuje al Plan de Promoción Turística de la isla, necesitando para ello de la cooperación entre el sector público y el privado (Diario de Mallorca, 2019).



Figura 19. Fuente: OMT. (2019). *Objetivos de desarrollo sostenible de la Agenda 2030*

Formentera

Como información adicional, se ha encontrado un proyecto del Consell Insular de Formentera, realizado por el departamento de Medio Ambiente y la Fundación Ibiza & Formentera Preservation, con el apoyo de la delegación de Educación de Ibiza y Formentera. Este proyecto llamado Aula de Sostenibilidad, consiste en difundir material didáctico sobre sostenibilidad y la protección del Medio Ambiente entre los alumnos de la isla. La iniciativa originariamente estaba destinada a realizarse en los centros presencialmente pero, debido a la situación actual de crisis sanitaria, el proyecto se ha ejecutado mediante una herramienta en la que se pueden descargar todos los materiales didácticos. Las actividades del Aula de sostenibilidad se difunden por las Pitiusas a través de esta plataforma y se puede usar por diferentes administraciones (Consell Insular de Formentera, 2020).

Tal y como menciona el mismo Consell (2020), para la generación de contenidos colaboran Plastic Free Ibiza & Formentera, Alianza por el Agua, Ibiza Produce, Observatorio de Sostenibilidad y el Foro Marino. Los materiales, que son gratuitos, se proporcionan en catalán, castellano o inglés y se aspira a que los contenidos se usen en diferentes asignaturas del plan de estudios escolar, para alumnos de primaria y secundaria. La temática descrita que se quiere estudiar en esta Aula de Sostenibilidad versa sobre: cambio climático, agua, plásticos y residuos, producto local, biodiversidad y el mar (Consell Insular de Formentera, 2020).

Toda la información sobre el proyecto también se puede visualizar en la plataforma virtual de la Fundación Ibiza Preservation (Observatorio de Sostenibilidad, 2020).

Ibiza

El **Observatorio de Sostenibilidad de Ibiza** fue creado en 2018 (Observatorio de Sostenibilidad, 2020).

Según las fuentes consultadas, el presupuesto inicial del proyecto era de 30.000 € anuales proporcionados por la Fundación para la Conservación de Ibiza y Formentera, actualmente conocida como Ibiza Preservation¹¹, creadora del proyecto del Observatorio de sostenibilidad. Esta organización, a su vez, se encarga de fomentar la cooperación entre el sector público y privado para aumentar la financiación y el presupuesto del Observatorio, recibiendo donaciones y logrando así que el trabajo de la unidad sea más eficiente y de mayor alcance (Diario de Ibiza, 2018).

El Observatorio de Sostenibilidad realiza estudios anuales sobre el estado medioambiental de la isla. Además, los datos obtenidos en cada informe anual se actualizarán para comprobar y comparar, según los indicadores, la evolución positiva o negativa de la isla. Esto permitirá analizar las nuevas tendencias emergentes y proporcionará, junto con el seguimiento, una mejora continua del análisis de los datos y de la gestión turística. El Observatorio contiene actualmente tres memorias o reportes anuales a partir de 2016, y dos Informes Anuales uno sobre la capacidad de carga socioambiental de la isla de Ibiza (2017) sin participación del Observatorio y otro Informe Anual de Sostenibilidad (2018). Junto a estos informes publicados, también se ofrecen una serie de noticias en los medios de comunicación sobre los avances de la organización (Observatorio de Sostenibilidad, 2020).

Como describe la Fundación (2020), en su plataforma virtual se incluyen estudios para obtener una comprensión más profunda, iniciar debates y comenzar el proceso para un cambio positivo. Sus cuatro proyectos clave son: Ibiza y Formentera sin plástico, Ibiza Produce, Protección de la Posidonia y, por último, el Observatorio de Sostenibilidad. Como dato a resaltar, hay que decir que una de las instituciones que aparecen como patrocinador de la Fundación es el Consell Insular

de Ibiza.

Como referente el Observatorio toma la experiencia del Observatorio Socioambiental de Menorca (OBSAM), adaptando el sistema a la isla de Ibiza. Tal es así que el director del OBSAM forma parte del Comité Científico-técnico del Observatorio. Este Comité está compuesto por diferentes miembros: técnicos, investigadores y profesores especializados en el sector turístico (Diario de Ibiza, 2018).

La Fundación se basa en siete campos que reflejan diferentes problemáticas: turismo y presión humana, ocupación del territorio, agua, residuos, energía, biodiversidad y transporte. Es decir, para su último informe se usaron unos 80 indicadores de sostenibilidad para analizar la situación de la isla, agrupados en 7 campos de acción: biodiversidad y naturaleza, economía circular (agua, energía, residuos), territorio y movilidad, demografía, economía y trabajo, turismo, y salud, bienestar y educación (Observatorio de Sostenibilidad, 2020).

Cabe resaltar que según las palabras de Sandra Benbeniste, directora del IPF, declaradas al Diario de Ibiza: *Nosotros no diremos dónde están los límites porque ese debate es político, pero estos datos son imprescindibles para tomar decisiones* (Diario de Ibiza, 2018)



Figura 20. Fuente: Fundación Ibiza Preservation. (2020).
Indicadores de Sostenibilidad

Los sistemas de indicadores y estadísticos usados para sus estudios se han basado en las siguientes fuentes:

- *Institut d'Estadística de les Illes Balears*. (Govern de les Illes Balears): estadísticas del entorno físico y sostenibilidad, población, economía y sociedad.

- Banco Público de Indicadores Ambientales del Ministerio de Transición Ecológica.
- Red Europea de Información y Observación del Medio Ambiente. (Red EIONET).
- *European Indicators System* (ETIS).
- Indicadores de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas (Observatorio de Sostenibilidad, 2020).

Realizando el análisis y resumen, a grandes rasgos, del Informe Anual de 2018 del Observatorio de Sostenibilidad (Calvo, Roig, Tomé, Pérez, & Janer, 2019), se establece que el aumento de turistas en las islas ha causado un gran deterioro en el medioambiente y el territorio. Esto a su vez, provoca la insatisfacción tanto de visitantes como de residentes. Por lo tanto, se concluye que la isla sufre de graves problemas de masificación, movilidad, presión urbanística, degradación de paisajes, limpieza y contaminación por diversas causas.

Conclusiones

Como se mencionó en el inicio de este artículo, se pretendía conocer si los Observatorios de Turismo pueden ser independientes de la propia Administración del territorio o sus instituciones, pues bien, la respuesta es *casi* afirmativa, es decir, los observatorios pueden tener otro origen, pueden ser creados por fundaciones sin ánimo de lucro u organizaciones que consideren importante realizar este tipo de estudios, pero se concluye que la respuesta es *casi* afirmativa porque la voz final sobre los resultados que se aporten para el turismo la tiene la Administración. La disponibilidad de un presupuesto adecuado es el problema principal para su correcto funcionamiento. De las instituciones depende que se creen acciones correctivas para resolver los problemas derivados del turismo, por lo tanto, aunque se realicen muchos análisis éstos pierden su función primordial si no se reacciona ante los resultados.

Los agentes responsables de la toma de decisiones para el destino, las empresas y la sociedad tienen relevancia y peso sobre la actividad de los Observatorios. Al tener estas unidades, casi

siempre, carácter institucional puede que su capacidad de desarrollo y actividad se vea limitada y subyugada a estos organismos, lo cual hace que estas unidades no sean totalmente independientes.

También hay que tener en cuenta que es necesaria la adecuada coordinación en el territorio de todos los agentes que se ven influenciados por el turismo; es decir, deben unir fuerzas el sector académico, el sector público o la sociedad del lugar, los turistas también tienen su parte de colaboración y el sector privado o empresarial. Como conclusión, se necesita la contribución activa de todos los participantes en el sector turístico.

No cabe duda que los Observatorios proporcionan estadísticas e información científica sobre la realidad de cada zona, para gestionar adecuadamente los destinos y para tomar las decisiones más adecuadas en este campo. Por estas razones es necesario tener un Observatorio sólido, con un equipo interdisciplinar de profesionales extenso, aunque sea un objetivo de gran envergadura. Con su ayuda, los resultados turísticos a medio y largo plazo pueden ser los más eficientes y constructivos. Después de profundizar en el estudio, se puede concluir que quizá se deben replantear las estructuras orgánicas de estos Observatorios para que sean más eficaces y aumentar su potencial y capacidades. La actualidad turística y medioambiental exige una renovación en la gestión de los destinos, incluido el desarrollo o los métodos de nuevos estudios. En Ibiza quizá es un proyecto muy ambicioso, pero sin duda es lo más correcto y objetivo para la isla y en consecuencia para todos los elementos o agentes que intervienen en el turismo.

La información es poder; otorga la oportunidad de anticiparse a tendencias, adaptarse a los cambios y a tomar decisiones a partir de datos que se acercan lo máximo posible a la realidad. No se pueden basar las decisiones en experiencias subjetivas o de otra índole sin una base científica. Los datos tenderán a ser objetivos, si se miden bien, aunque no siempre estarán disponibles o bien serán difíciles de obtener.

¿Así pues, se hace todo lo que se puede para gestionar el turismo adecuadamente? ¿Se actúa con suficiente celeridad? La burocracia es más lenta que los impactos que se crean sobre la isla de Ibiza y sus habitantes. Por lo tanto, se debe reflexionar sobre lo que se está haciendo mal, y sobre todo y lo

más importante, actuar para solucionar los problemas que acarrea tener una isla predominantemente turística. No podemos olvidar nunca la evidencia que Ibiza es un espacio limitado, con recursos limitados y la paciencia de sus residentes cada vez es también más limitada, debido a que para muchos los perjuicios son mayores que los beneficios . Las Pitiusas se arriesgan a conseguir un efecto no deseado, por querer atraer tanto turismo quizá la isla muere de ello. Esta ambición desmedida por consumir, ganar, construir y explotar va en detrimento de toda la esencia de la isla y pone en evidencia el crecimiento descontrolado en todos los sentidos. Las prácticas negativas que han llevado la isla hasta esta situación son las que hay que atajar.

Para finalizar, lo que sí queda claro es que hay que tener en cuenta una premisa importante: no se debe crear un observatorio que simplemente... observe.

Notas

[1] Empresa de inteligencia de consumo digital, con sede en Brighton, Reino Unido, fundada en 2007 (Brandwatch, 2017).

[2] *Virtual Tourism Observatory* fundado posiblemente entre 2010-2013.

[3] Observatory on Tourism for Islands Economy.

[4] Observatorio Turístico de las Azores. Es miembro de la Red INSTO desde 2020, esta Red se estudia en apartados posteriores de este análisis.

[5] Osservatorio Nazionale del Turismo

[6] The Italian Government Tourist Board, fundado en 1919. Anteriormente Ente Nazionale Italiano per il Turismo, es la Junta Nacional de Turismo de Italia. (2020) Fuente: <https://en.wikipedia.org/wiki/ENIT>

[7] Reportur, 2014.

[8] En 2015 se integra en la Red INSTO, que se explica en el apartado de Observatorios de España. Fuente: <http://www.observatorioturistico.org/oteg>

[9] Hosteltur, 2019; Tourinews, 2019; Periódico de Ibiza, 2018.

[10] Hay que tener en cuenta que en las declaraciones de la OMT aparecen nombradas explícitamente todas las islas menos Ibiza.

[11] Ibiza Preservation Foundation, (IPF). Fundada en 2008 para la conservación de las Pitiusas y promover iniciativas sostenibles, en 2015 se constituyó como entidad jurídica española independiente (Ibiza & Formentera Preservation, 2020).

Bibliografía

- Angulo, N. (abril-junio 2009). **¿Qué son los observatorios y cuáles son sus funciones?** *Innovación educativa*, 9(47), 5-17. Recuperado el mes de julio de 2020 de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=179414895002>
- A.S. (26 de marzo de 2007). **L'Observatori del Turisme observa.** *diaridegirona.cat*. 26 de marzo de 2007. Recuperado el mes de julio de 2020 de <https://www.diaridegirona.cat/comarques/2642/lobservatori-del-turisme-observa/191767.html>
- Ayuntamiento de Ibiza. (25 de junio de 2018). **Presentación del Observatorio Turístico del Grupo de Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España.** Recuperado el mes de julio de 2020 de <https://www.eivissa.es/portal/index.php/es/grupo-cphe/13704-presentacion-observatorio-turistico-grupo-ciudades-patrimonio-humanidad-espanya>
- Blasco, D. ; Cuevas, T. (2013). **Observatorio en Turismo: Organismo inteligente para la toma de decisiones en el destino.** *Revista Iberoamericana de Turismo, RITUR*, 3(2), 25-34. Recuperado el mes de junio de 2020 de <https://dugi-doc.udg.edu/bitstream/handle/10256/9239/021409.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Braintrust. (2019). **Consultor turístico especializado.** Recuperado el mes de julio de 2020 de <https://www.braintrust-cs.com/sobre-nosotros/>
- Brandwatch. (28 marzo 2017). **La importancia de hacer que tus datos sean atractivos.** Recuperado el mes de diciembre de 2019 de <https://www.brandwatch.com/es/blog/visualizacion-de-datos-atractivos/>
- Butler, R. W. (24 enero 2017). **Entrevista a Richard Butler sobre Sustentabilidad y Educación Turística.** *Sustainability Leaders Project*. Recuperado el mes de enero de 2020 de <https://sustainability-leaders.com/entrevista-richard-butler/>
- Butler, R. W. (2018). **Sustainable tourism in sensitive environments: a wolf in sheep's clothing?** *Sustainability*, vol.10 (6), 1-11. Recuperado el mes de enero de 2020 de <https://doi.org/10.3390/su10061789>
- Butler, R. W. (1980). **The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources.** *The Canadian Geographer* 24, 5-12. . Recuperado el mes de enero de 2020 de http://www.numptynerd.net/uploads/1/2/0/6/12061984/butler_model_1980.pdf
- Butler, R. W. (2017). **Thoughts on core-periphery and small island tourism.** *Tourism Recreation Research*, vol.42 (4), 537-539. Recuperado el mes de enero de 2020 de <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/02508281.2017.1359958?scroll=top&needAccess=true>
- Calvo, J. ; Roig, I. ; Tomé, D. ; Pérez, M.; Janer, J. (2019). **Informe Anual 2018.** Observatorio de Sostenibilidad de Ibiza, Ibiza Preservation Foundation. Recuperado el mes de julio de 2020 de <https://ibizapreservation.org/esp/observatorio-de-sostenibilidad-de-ibiza/>
- Cardona, J. R. ; Serra, A. (2014). **Historia del turismo en Ibiza: Aplicación del Ciclo de Vida del Destino Turístico.** *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, Pasos*, 12(4), 899-913. Recuperado el mes de enero de 2020 de <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2014.12.065>
- Ciudades Patrimonio de la Humanidad. (2020). **Presentación del grupo. Objetivos.** Recuperado el mes de julio de 2020 de <https://www.ciudadespatrimonio.org/presentaciondelgrupo/index.php?id=2>
- Consell d'Eivissa. (23 de junio de 2016). **Aprobada la creación del Observatori de Turisme i Societat d'Eivissa.** Recuperado el mes de julio de 2020 de http://www.conselldeivissa.es/portal/p_20_contenedor1.jsp?contenido=11933&tipo=8&layout=p_20_contenedor1.jsp&codResi=1&codMenu=594&sccion=s_fnot_d4_v1.jsp&nivel=1400&language=es
- Consell Insular de Formentera. (8 de junio de 2018). **Formentera aprova la creació d'un Observatori Turístic per tenir dades estadístiques separades d'Eivissa.** Recuperado el mes de julio de 2020 de https://www.consellinsulardeformentera.cat/index.php?option=com_content&view=article&catid=118%3Apresidencia&id=5547%3A2018-06-08-16-53-37&lang=ca

Consell Insular de Formentera. (3 de abril de 2020). **El Consell y Ibiza & Formentera Preservation impulsan el Aula de Sostenibilidad entre los estudiantes de la isla.** Recuperado el mes de julio de 2020 de https://www.consellinsulardeformentera.cat/index.php?option=com_content&view=article&catid=107%3Amedio-ambiente&id=6919%3Ael-consell-y-ibiza-a-formentera-preservation-impulsan-el-aula-de-sostenibilidad-entre-los-estudiantes-de-la-isla&lang=es

Consell Insular de Formentera. (s.a.). Recuperado el mes de julio de 2020 de https://www.consellinsulardeformentera.cat/index.php?option=com_content&view=category&id=426&Itemid=611&lang=ca

Cruz, M. (20 abril 2018). **Más de 500 personas protestan por la masificación turística en las Pitiusas.** *periodicodeibiza.es*. 20 de abril de 2018. Recuperado el mes de julio de 2020, de <https://www.periodicodeibiza.es/pitiusas/ibiza/2018/04/20/995099/mas-500-personas-protestan-por-masificacion-turistica-pitiusas.html>

Ecoturismo. (s.a.). **Línea editorial de Turismo Responsable.** Recuperado el mes de junio de 2020 de <https://www.ecoturismo.org/en-marcha-el-observatorio-del-turismo-irresponsable/>

EFE. (23 junio 2016). **El Consell crea el Observatorio de Turismo y Sociedad de Ibiza.** *diariodeibiza.es*. 23 de junio de 2016. Recuperado el mes de julio de 2020 de <https://www.diariodeibiza.es/pitiuses-balears/2016/06/23/consell-crea-observatorio-turismo-sociedad/850394.html>

EFE. (26 noviembre 2019). **Cladera plantea la candidatura de Mallorca para ser Observatorio de Turismo Sostenible.** *ultimahora.es*. 26 de noviembre de 2019. Recuperado el mes de julio de 2020 de <https://www.ultimahora.es/noticias/local/2019/11/26/1123997/candidatura-mallorca-para-ser-observatorio-turismo-sostenible.html>

El 96,2% de los turistas que visitan Formentera se marchan satisfechos. (22 noviembre 2019). *diariodeibiza.es*. 22 de noviembre de 2019. Recuperado el mes de julio de 2020 de <https://www.diariodeibiza.es/pitiuses-balears/2019/11/22/96-turistas-visitatan-formentera-marchan/1106032.html>

Entorno turístico. (2020). **¿Qué es la Teoría del Ciclo de Vida de los destinos turísticos de Richard Butler?** *Plataforma especializada en comunicación turística, México*. Recuperado el mes de abril de 2020 de <https://www.entornoturistico.com/la-teoria-del-ciclo-vida-los-destinos-turisticos-richard-butler/>

E.P. (30 agosto 2010). **Formentera contará con un observatorio turístico propio.** *diariodeibiza.es*. 30 de agosto de 2010. Recuperado el mes de julio de 2020 de <https://www.diariodeibiza.es/pitiuses-balears/2010/08/30/formentera-contara-observatorio-turistico-propio/430019.html>

Escuela Universitaria de Turismo de Ibiza. (s.a.). **Historia de la escuela.** Recuperado el mes de julio de 2020 de <http://www.escuelaturismo.org/ES/historia.html>

EUROSTAT. (s.a.). **Oficina de Estadística de la Unión Europea.** Recuperado el mes de junio de 2020 de <https://ec.europa.eu/eurostat/about/overview>

Fonquernie, A. (8 de diciembre de 2015). **La información en las empresas.** *Publica TIC. Deusto, Facultad de Ingeniería*. Recuperado el mes de diciembre de 2019 de <https://blogs.deusto.es/master-informatica/la-informacion-en-las-empresas/>

Foro de Turismo Responsable. (s.a.). Recuperado el mes de junio de 2020 de https://foroturismoresponsable.org/index.php?option=com_content&view=article&id=174:ya-esta-en-marcha-el-observatorio-del-turismo-irresponsable&catid=22:notas-de-prensa&Itemid=28

Fundación Turismo y Cooperación. (s.a.). **Perfil Institucional.** Recuperado el mes de junio de 2020 de <http://www.turismoycooperacion.org/perfil-institucional/>

Govern de les Illes Balears. (2017). **Plan Integral de Turismo de las Islas Baleares 2015-2025.** Recuperado el mes de julio de 2020 de http://www.caib.es/sites/plansiprogrames/es/n/plan_integral_de_turismo_de_las_illes_balears_2015-2025/

Govern de les Illes Balears. (2019). **Informes turísticos mensuales del Govern de les Illes Balears. Conselleria de model econòmic, turisme i treball. Agència estratègica turística.** Informe de datos turísticos. Recuperado el mes de enero de 2020 de http://www.caib.es/sites/estadistiquesdelturisme/es/nota_coyuntura_turistica-36521/

- González, R. (5 diciembre 2019). **Monitor de la imagen y reputación turística on-line de las ciudades. Caso: Las Palmas de Gran Canaria.** *Esmartcity: Medio de Comunicación On-line sobre Ciudades Inteligentes*. Recuperado el mes de junio de 2020 de <https://www.esmartcity.es/comunicaciones/comunicacion-monitor-imagen-reputacion-turistica-online-ciudades-caso-palmas-gran-canaria>
- Hosteltur. (6 junio 2019). **Ibiza pierde competitividad por el aumento de turistas según un estudio.** *Hosteltur, Portal de noticias y revista especializada en turismo*. Recuperado el mes de junio de 2020 de https://www.hosteltur.com/129186_ibiza-pierde-competitividad-por-el-aumento-de-turistas-segun-un-estudio.html
- Hosteltur. (26 enero 2019). **La industria del ocio aporta 770 M € anuales a Ibiza.** *Hosteltur, portal de noticias y revista especializada en turismo*. Recuperado el mes de diciembre de 2019 de https://www.hosteltur.com/126463_la-industria-del-ocio-aporta-770-m-anuales-a-ibiza.html
- Hosteltur. (24 junio 2016). **Ibiza contará con un Observatorio de Turismo y Sociedad.** *Hosteltur, portal de noticias y revista especializada en turismo*. Recuperado el mes de julio de 2020 de https://www.hosteltur.com/116772_ibiza-contara-observatorio-turismo-sociedad.html
- Ibiza & Formentera Preservation.** (2020). Recuperado el mes de julio de 2020 de <https://ibizapreservation.org/esp/>
- Institut Balear d'Estadística. (s.a.). **Institut de Estadística de las Islas Baleares.** Recuperado el mes de julio de 2020 de <https://ibestat.caib.es/ibestat/inici>
- Instituto Nacional de Estadística (España). (s.a.). **Instituto Nacional de estadística. Breve reseña histórica.** Recuperado el mes de junio de 2020 de <https://www.ine.es/ss/Satellite?c=Page&cid=1254735911764&pagename=INE%2FINELayout&L=0&p=1254735911764>
- Mallorca Confidencial. (16 junio 2020). **Mallorca, posible sede de los eventos de la Organización Mundial del Turismo.** *mallorcaconfidencial.com* Recuperado el mes de julio de 2020 de <https://www.mallorcaconfidencial.com/articulo/mallorca/mallorca-posible-sede-proximos-eventos-organizacion-mundial-turismo/20200616183109138384.html>
- Molina, E., & Báez, C. (junio 2017). **Los observatorios turísticos a través de los tiempos.** *Revista Turydes: Turismo y desarrollo. Eumed.net (22)*. Recuperado el mes de marzo de 2020 de <http://www.eumed.net/rev/turydes/22/observatorios-turisticos.html>
- Moneo, M. B. (27 noviembre 2019). **El Consell de Mallorca quiere liderar el Turismo Sostenible como Observatorio Mundial.** *diariodemallorca.es*. Recuperado el mes de julio de 2020 de <https://www.diariodemallorca.es/mallorca/2019/11/27/consell-mallorca-quiere-liderar-turismo/1466876.html>
- Murallas de las Ciudades Patrimonio Mundial. (s.a.). **El proyecto.** Recuperado el mes de julio de 2020 de <https://www.murallasciudadespatrimonio.org/ibiza>
- Observatorio de Sostenibilidad. (2020). **Ibiza & Formentera Preservation.** Recuperado el mes de julio de 2020 de <https://ibizapreservation.org/esp/observatorio-de-sostenibilidad-de-ibiza/>
- Observatorio de Turismo Côte d'Azur, Touriscope. (2020). **L'Observatoire.** Recuperado el mes de junio de 2020 de <http://www.cotedazur-touriscope.com/v2/about/>
- Observatorio de Turismo de Azores. (2019). **Observatorio de Turismo de Azores.** Recuperado el mes de junio de 2020 de <https://otacores.com/visao-geral/>
- Observatorio de Turismo Irresponsable TI. (s.a.). **Observatorio de Turismo Irresponsable.** Recuperado el mes de junio de 2020 de <http://oti.turismo-sostenible.net/>
- Observatorio de Turismo Nacional de Italia. (s.a.). **Observatorio de Turismo Nacional de Italia, Osservatorio Nazionale del Turismo.** Recuperado el mes de junio de 2020 de <http://www.ontit.it/opencms/opencms/ont/it/testi/chisiamo.html>
- Observatorio de Turismo para la Economía de las Islas Europeas. (s.a.). **Observatorio de Turismo para la Economía de las Islas Europeas.** Recuperado el mes de junio de 2020 de <https://www.otie.org/>

Observatorio Español del Turismo Sostenible y Responsable. (2013). **Observatorio Español del Turismo Sostenible y Responsable, Documento presentación**. Fundación Turismo y Cooperación. Recuperado el mes de marzo de 2020 de <http://www.turismoycooperacion.org/obsertur/>

Observatorio Turístico de Guanajuato. (2020). Recuperado el mes de junio de 2020 de <http://www.observatorioturistico.org/oteg>.

Observatorio Turístico de las Palmas de Gran Canaria. (2020). Recuperado el mes de junio de 2020 de <http://lpavisit.com/es/observatorio-turistico>

Observatorio Turístico de Navarra. (2018). Recuperado el mes de junio de 2020 de <https://www.turismo.navarra.es/esp/profesionales/Observatorio-turistico/presentacion/presentacion.htm>

Observatorio Turístico. Gobierno de Canarias. (s.a.). Consejería de Turismo, Industria y Comercio. Recuperado el mes de junio de 2020 de http://www.gobiernodecanarias.org/turismo/estadisticas_y_estudios/

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). (2019). **Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura**. Recuperado el mes de julio de 2020 de <https://es.unesco.org/about-us/introducing-unesco>

Organización Mundial del Turismo. (11 abril 2019). **Observatorio Mundial del Turismo, Islas Baleares encaminadas hacia ser el primer destino turístico desarrollado bajo la Agenda 2030**. Recuperado el mes de julio de 2020 de <https://www.unwto.org/es/press-release/2019-04-11/islas-baleares-encaminadas-hacia-ser-el-primer-destino-turistico-desarrolla>

Organización Mundial del Turismo. (s.a.). **Organización Mundial del Turismo, Acerca de la OMT**. Recuperado el mes de abril de 2020 de <https://www.unwto.org/es/acerca-de-la-organizacion-mundial-turismo>

Palafox, A. ; Segrado, R. (2008). **El Observatorio de Turismo, base para el Centro de Articulación Productiva de Turismo de Quintana Roo. Teoría y Praxis 5**, 161-170. Recuperado el mes de julio de 2020 de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2929513>

Pérez, D. (4 de diciembre de 2015). **¿La información es poder? Publica TIC. Deusto, Facultad de Ingeniería**. Recuperado el mes de diciembre de 2019, de <https://blogs.deusto.es/master-informatica/la-informacion-es-poder/>

Real Academia de la Lengua Española. (2019). **Real Academia Española. Definición de observatorio y turismo**. Recuperado el mes de diciembre de 2019 de <https://www.rae.es/>

Real, M.J. (13 abril 2015). **Fomento de Turismo defiende que es urgente la creación de un Observatorio Turístico propio**. *periodicodeibiza.es*.13 de abril de 2015. Recuperado el mes de julio de 2020 de <https://www.periodicodeibiza.es/pitiusas/ibiza/2015/04/13/149284/fomento-turismo-defiende-urgente-creacion-observatorio-turistico-propio.html>

Red INSTO. (s.a.). **World Tourism Organization International Network of Sustainable Tourism Observatories**. Recuperado el mes de junio de 2020 de <http://insto.unwto.org/about/>

Redacción (Diario de Ibiza). Ibiza. (5 noviembre 2018). **El nuevo Observatorio de la Sostenibilidad de Ibiza presentará su primer estudio en mayo de 2019**. *diariodeibiza.es*. 5 de noviembre de 2018. Recuperado el mes de julio de 2020 de <https://www.diariodeibiza.es/pitiuses-balears/2018/11/05/nuevo-observatorio-sostenibilidad-ibiza-presentara/1026143.html>

Ribas, S. (26 marzo 2018). **Un Observatorio Turístico en Formentera para 2019**. *elmundo.es*. 26 de marzo de 2018. Recuperado el mes de julio de 2020 de <https://www.elmundo.es/baleares/2018/03/26/5ab9144a468aebdc208b4641.html>

Riera, L. (31 julio 2018). **La Fundación IPF creará un observatorio para la sostenibilidad de las Pitiusas**. *diariodeibiza.es*. 31 de julio de 2018. Recuperado el mes de julio de 2020 de <https://www.diariodeibiza.es/pitiuses-balears/2018/08/01/fundacion-pitiusa-creara-observatorio/1005191.html>

Reportur. (18 marzo 2014). **Crearán Observatorio Turístico en QRoo para monitorear los hábitos del viajero**. *Reportur, Diario turístico multilatin*. Recuperado el mes de junio de 2020, de <https://www.reportur.com/mexico/2014/03/18/crearan-observatorio-turistico-en-qroo-para-monitorear-los-habitos-del-viajero/>

Santágata, H. G. (diciembre de 2011). **La importancia de un Observatorio Turístico en Provincia de Buenos Aires como instrumento de orientación en la toma de decisiones y en la planificación.** *Notas en Turismo y Economía. Instituto de investigaciones económicas. Repositorio Institucional de la UNLP, Universidad Nacional de la Plata, 2(3)*, 8-44. Recuperado el mes de julio de 2020, de <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/25780>

Secretaría de Turismo (Estados Unidos Mexicanos). (2013). **Agendas de competitividad de los destinos turísticos de México 2013-2018. Estudio de competitividad turística del destino Riviera Maya, Quintana Roo.** Agenda de competitividad, Secretaría de Turismo Federal, Fondo Nacional de Fomento al Turismo, Consejo de Promoción Turística de México, Gobierno del Estado de Quintana Roo, Universidad de Quintana Roo. Recuperado el mes de junio de 2020, de <https://fdocuments.ec/document/pdf-riviera-maya-1.html>

Secretaria de Turismo (Quintana Roo, México). (s.a.). **Secretaría de Turismo. Gobierno de Quintana Roo. Misión y visión.** Recuperado el mes de junio de 2020, de <https://qroo.gob.mx/sedetur/mision-y-vision/>

Téllez, J. C. (2017). **Turismo Sostenible en Espacio Insulares: El caso de Ibiza (España).** Tesis Doctoral en línea. (Universidad Autónoma de Barcelona. Catalunya). Recuperado el mes de julio de 2020 de http://discovery.uoc.edu/iii/encore/plus/C__STurismo%20Sostenible%20en%20Espacio%20Insulares%3A%20El%20caso%20de%20Ibiza%20%28Espa%C3%B1a%29__Orighresult__U?lang=spi&suite=def&fromMain=yes

Tourinews. (12 junio 2019). **Ibiza pierde competitividad por culpa de la masificación.** *Tourinews. Noticias del sector turístico.* Recuperado el mes de julio de 2020 de https://www.tourinews.es/espana/ibiza-pierde-competitividad-por-culpa-de-la-masificacion_4455179_102.html

Tourism 4 development 2017. (2016). **Red de Observatorios del Turismo Sostenible de la OMT.** Recuperado el mes de julio de 2020 de <http://www.tourism4development2017.org/es/noticias/red-de-observatorios-del-turismo-sostenible-de-la-omt/>

Unión Europea. (2020). **Web oficial de la Unión Europea, ¿Qué es la UE?.** Recuperado el mes de junio de 2020 de https://europa.eu/european-union/about-eu/eu-in-brief_es#de-la-uni%C3%B3n-econ%C3%B3mica-a-la-uni%C3%B3n-pol%C3%ADtica

Universidad de Strathclyde, Glasgow. (s.a.). **Professor Richard Butler.** Recuperado el mes de enero de 2020 de <https://www.strath.ac.uk/staff/butlerrichardprofessor/>

Universitat de les Illes Balears. (2005-2008). **Historia económica del turismo de masas en España, 1940-2000: las Islas Baleares y los contrastes mediterráneos.** Proyecto de investigación, Universitat de les Illes Balears, Departamento de Economía Aplicada y Economía de la Empresa. Recuperado el mes de abril de 2020 de https://www.uib.es/digitalAssets/127/127573_turismedemassescast.pdf

Virtual Tourism Observatory. (s.a.). **Observatorio Virtual de Turismo de la Comisión Europea.** Recuperado el mes de junio de 2020 de <https://ec.europa.eu/growth/tools-databases/vto/>

© *Turística, papers de Turisme* de l'edició.

© Laura N. Marí Menal dels continguts de l'article.

ISSN 2695-5334

Turística, papers de turisme 2020 (2). Miscel·lània
**Fuentes de Información para la investigación del
turismo en Ibiza**

Alberto Parrilla Ponce

Resumen

Las fuentes de información son instrumentos que proporcionan una noticia, información o dato. Con el acceso ubicuo que permite internet esta información puede verse distorsionada. Por eso, para poder investigar todo lo relacionado con el turismo y comparar la misma información de diferentes fuentes es de vital importancia dar a conocer cuáles de ellas son fiables.

Palabras clave: Fuentes de información, Turismo, Originalidad, Credibilidad

Abstract

Information sources are instruments to provide news, information or data. Nowadays with the ease of access to the internet, this information can become distorted. Therefore, in order to analyze everything related to tourism and to contrast the same information from different sources, it is crucial to disclose which of those are reliable sources.

Keywords: Informacion sources, Tourism, Originality, Trustworthiness

Rebut: 2020/05/14
Revisat: 2020/05/28
Rebut: 2020/09/04
Acceptat: 2020/09/09

Introducción

El turismo es una de las principales actividades mundiales para todos los países. En los últimos años se ha visto un crecimiento muy considerable en esta actividad. Este cambio se debe a la introducción de las nuevas tecnologías. Recientemente se han originado cambios en las formas de utilizar la información por parte de los consumidores turísticos cuando toman la decisión de realizar los viajes, ya sea en tipo o número de fuentes consultadas, a causa del auge e importancia de las fuentes de información y a la repercusión que están teniendo las nuevas tecnologías en los últimos años.

Con la aparición de las nuevas tecnologías en el mundo de la documentación se ha originado la existencia de nuevos tipos de fuentes de información. Por eso, en la actualidad puede ser difícil la diferenciación de cada tipo de fuente.

Para empezar, podría definirse el concepto de fuente de información como el instrumento que suministra una noticia, información o dato, aunque hay otros autores, Torres Ramírez (2002) que lo entiende en un sentido más amplio y define como fuente de información *cualquier material o producto, original o elaborado, que tenga potencial para aportar noticias o información o que se pueda utilizar como testimonio para acceder al conocimiento*.

A partir de las anteriores definiciones se puede considerar a las fuentes de información como el recurso que utiliza cualquier persona para satisfacer cualquier necesidad, en este caso, relacionada con el sector del turismo. Merlo Vega (citado en Gallego y Juncà, 2009) sostiene que debido a la gran cantidad de recursos de información existente y de la constante aparición de productos basados en las tecnologías, las fuentes se pueden clasificar en función del tipo de información que recogen. Desde esta perspectiva se distinguen los siguientes tipos de fuentes: Informativas, personales, institucionales, bibliográficas, documentales, lexicográficas, geográficas, históricas, estadísticas, normativas, temáticas, técnicas, inéditas, multimedia y telemáticas (Vega, citado en Gallego y Juncà, 2009).

Por eso una de las motivaciones que han incitado

a hacer este trabajo es comprobar la importancia del turismo en la economía, así como comprender qué sectores se ven involucrados de forma directa o indirecta. Los datos estadísticos permiten conocer la estacionalidad, el crecimiento y los impactos de las actividades. La estadística tiene un papel importante para la investigación en turismo, esta importancia se centra en dos grupos: el empresario turístico y el sector público. La estadística puede ayudar a los empresarios a conocer mejor el sistema turístico y aumentar la competitividad ya que se conocen de manera más sofisticada los mercados. Para el sector público sus ventajas pueden ser otras, como disponer de más información actualizada. Además, otra de las motivaciones de este trabajo ha sido recolectar los datos relacionados con el sector turístico de diferentes fuentes de información con la finalidad de compararlos en el caso que se repitan en diferentes fuentes. La estadística descriptiva lleva mucho tiempo utilizándose como *una herramienta fundamental a la hora de llevar a cabo investigaciones en el área de turismo* (Sancho Perez, 2001). Gran parte de la sociedad enfoca exclusivamente el turismo a los hoteles y restaurantes, por tanto, además de concienciar a la sociedad que hay más aspectos relevantes en el turismo, también intentamos facilitar a los investigadores el agrupamiento de estas fuentes de información en un mismo trabajo.

Objetivos

Hay que tener en cuenta que el turismo no se basa en una determinada lista de actividades o productos que consideramos típicamente turísticos, sino que comprende cualquier actividad realizada o producto consumido por una persona desde que empieza su viaje (Sancho Perez, 2001). Los objetivos de este trabajo son:

- Recopilar las principales fuentes de información fiables para la investigación del turismo y que contengan datos de interés, en especial sobre la Isla de Ibiza. Dado que no se han encontrado muchas fuentes de ámbito insular, se ha recurrido a las fuentes de información de ámbito balear y estatal. Esta

recopilación de fuentes está dirigida mayoritariamente hacia investigadores que siguen una estructura de investigación cuantitativa. El investigador debe ordenar y sistematizar sus inquietudes, sus preguntas y elaborar organizadamente los conocimientos que constituyen su punto de partida (Monje Álvarez, 2011) en este caso el turismo.

- Proporcionar diferentes fuentes de información presentadas mediante una tabla de análisis para que las personas que quieran accedan a los datos que les resulten interesantes.
- Facilitar a investigadores y resto de usuarios la posibilidad de comparar una misma información, pero obtenida de dos o más fuentes de información distintas.
- Valorar las características de cada fuente de información encontrada, en la que consideramos que es una fuente fiable, si cumple una serie de cuestiones como, planteamiento del trabajo, observación de las técnicas de obtención de los datos, valoración de los datos encontrados y constatación de si dejan algún aspecto por incluir (Català ; Francés, 2017).
- Elaborar una tabla en la que aparecen diversos aspectos clave (Català ; Francès, 2017) que contienen lo siguiente:
 - Fiabilidad: En este aspecto, se valora que persona o institución pública o privada genera la información, cómo cita las fuentes y que uso hace de estas.
 - Originalidad: Si la información que contienen las fuentes son originales o bien son copias de otras fuentes.
 - Actualización: Este aspecto está relacionado con el ámbito del tiempo, es decir: cuando se publica, si son datos actuales o si hay modificaciones recientes sobre el tema tratado.
 - Credibilidad: Si se trata de datos objetivos e independientes por parte de la fuente de información o, de lo contrario, son datos o resultados que son de interés para las propias fuentes que los publican.
 - Tipología del contenido: trata de analizar la

presentación de la información en la fuente correspondiente.

Metodología

La metodología que se ha llevado a cabo en este trabajo combina el uso tanto de las fuentes primarias como secundarias de información. La recopilación de datos y documentos de las fuentes de información se basa en las lecturas sobre los tipos de fuentes de información que existen y cuáles eran las más importante o relevantes ya que, hoy en día, con el acceso a internet es una tarea difícil. Afortunadamente gracias a esta tecnología se puede acceder a todo tipo de información, pero esto también presenta un inconveniente, debido a que el tema del que se habla en este trabajo presenta información muy dispersa.

Una vez que ya se conocían las fuentes de información que existen se pensó cuáles de estas podían facilitar la investigación sobre el turismo y qué aspecto o ámbitos están relacionados más o menos de forma directa con este sector. Se interpretó que uno de los conocimientos más relevantes para facilitar la investigación en el sector turístico son las fuentes de información estadísticas. Así, los ámbitos en los que se profundizó en el trabajo contienen abundantes datos estadísticos que tienen una relación directa o indirecta con el turismo: economía, medioambiente, demografía, cultura y deporte.

Una vez que se definieron estos ámbitos empezamos la búsqueda por internet. Los más fáciles de acceder fueron los de ámbito económico, ya que este engloba muchos otros aspectos de relación directa con el turismo. Después, para cada fuente de información se seleccionaban aquellas partes que proporcionaban datos en los que se pudieran filtrar por comunidades y mucho mejor si se podía filtrar por provincia e isla, aunque aun así hay alguna que otra fuente que presenta datos de forma más general (datos estatales absolutos).

Cuando se decidía que era una fuente de información fiable para la investigación del turismo, se elaboraba una tabla de análisis de la fuente en la que están incluidos: el nombre de la fuente de información, el tipo de fuente, la fecha en la que se realizó la última búsqueda, el autor de la

fuentes, su sitio web y la presentación de la fuente. Era en este último apartado donde se seleccionaban los datos que estaban relacionados con el sector turístico y se insertaba un vínculo para facilitar su acceso: en este apartado se consideran aspectos con la originalidad, la tipología de los contenidos, la última actualización y por último se valora su credibilidad.

Fuentes

Tabla 1

Nombre de la Fuente
Movimientos turísticos en fronteras. FRONTUR
Tipo de la fuente:
Base de datos. Oficial en el ámbito del estado Español. TURESPAÑA
Fecha de la última búsqueda:
2020/04/12
Sitio web:
http://estadisticas.tourspain.es/en-EN/turismobase/Paginas/default.aspx
Autor:
Gobierno de España
Presentación de la fuente:

Las fuentes se presentan principalmente en tablas, que pueden ser descargadas en diferentes formatos, como en un archivo Excel, en imagen y en PDF. El contenido que presenta la fuente de informes de series mensuales son los siguientes:

[Entrada de visitantes según tipología](#)
[Entrada de visitantes según tipología. Variación interanual](#)
[Entrada de visitantes según tipología. Datos acumulados](#)
[Entrada de visitantes según tipología. Variación interanual acumulado](#)
[Entrada de turistas según vía de acceso](#)
[Entrada de turistas según vía de acceso. Variación interanual](#)
[Entrada de turistas según vía de acceso. Datos acumulados](#)
[Entrada de turistas según vía de acceso. Variación interanual acumulado](#)
[Entrada de turistas según tipo de alojamiento](#)
[Entrada de turistas según tipo de alojamiento. Variación interanual](#)
[Entrada de turistas según tipo de alojamiento. Datos acumulados](#)
[Entrada de turistas según tipo de alojamiento. Variación interanual acumulado](#)
[Entrada de turistas según país de residencia](#)
[Entrada de turistas según país de residencia. Variación interanual](#)
[Entrada de turistas según país de residencia. Datos acumulados](#)
[Entrada de turistas según país de residencia. Variación interanual acumulado](#)
[Entrada de turistas según Comunidad autónoma de destino principal](#)
[Entrada de turistas según Comunidad autónoma de destino principal. Variación interanual](#)
[Entrada de turistas según Comunidad autónoma de destino principal. Datos acumulados](#)
[Entrada de turistas según Comunidad autónoma de destino principal. Variación interanual acumulado](#)
[Entrada de turistas clasificadas por motivo de la visita.](#)
[Entrada de turistas clasificadas por tipo de alojamiento utilizado.](#)
[Entrada de excursionistas según Comunidad Autónoma de destino y vía de acceso.](#)

Originalidad:

Los datos son siempre originales de esta fuente de información hasta el año 2015 que pasan a ser elaborados por el Instituto Nacional de Estadística (INE)

Tipología de los contenidos:

Generalmente se trata de datos estadísticos que presentan la entrada de los turistas en el estado Español pero en algún caso encuentran datos estadísticos concretos de las Islas Baleares.

Última actualización:

El último dato de la serie de Frontur elaborado con metodología de Turespaña es septiembre de 2015. A partir de octubre de 2015 Frontur es elaborado por el INE con su metodología.

Valoración de la credibilidad:

TURESPAÑA es una organización que forma parte del ministerio de Industria, Comercio y Turismo, y por tanto se entiende que tiene una credibilidad alta.

Tabla 2

Nombre de la fuente:
Encuesta de gasto turístico. EGATUR
Tipo de la fuente:
Base de datos. Oficial en el ámbito del estado Español. TURESPAÑA
Fecha de la última búsqueda:
2020/04/13
Sitio web:
http://estadisticas.tourspain.es/en-EN/turismobase/Paginas/default.aspx
Autor:
Gobierno de España. Ministerio de industria, comercio y turismo
Presentación de la fuente:

Las fuentes se presentan principalmente en tablas, que pueden ser descargadas en diferentes formatos, como en un archivo Excel, en imagen y en PDF. El contenido que presenta la fuente de informes de series mensuales e informes de datos anuales son los siguientes:

[Gasto de los turistas.](#)
[Gasto de los turistas según destino principal.](#)
[Gasto de los turistas según destino principal. Variación interanual.](#)
[Gasto de los turistas según forma de organización.](#)
[Gasto de los turistas según forma de organización. Variación Interanual.](#)
[Gasto de los turistas según motivo del viaje.](#)
[Gasto de los turistas según motivo del viaje. Variación Interanual.](#)
[Gasto de los turistas según país de residencia.](#)
[Gasto de los turistas según país de residencia. Variación Interanual.](#)
[Gasto de los turistas según tipo de alojamiento.](#)
[Gasto de los turistas según tipo de alojamiento. Variación Interanual](#)
[Gasto de los turistas según vías de acceso.](#)
[Gasto de los turistas según vías de acceso. Variación interanual.](#)
[Estancia media de los turistas según destino principal.](#)
[Estancia media de los turistas según destino principal. Variación interanual.](#)
[Estancia media de los turistas según forma de organización.](#)
[Estancia media de los turistas según forma de organización. Variación interanual.](#)
[Estancia media de los turistas según motivo del viaje.](#)
[Estancia media de los turistas según motivo del viaje. Variación interanual.](#)
[Estancia media de los turistas según país de residencia](#)
[Estancia media de los turistas según país de residencia. Variación interanual](#)
[Estancia media de los turistas según tipo de alojamiento.](#)
[Estancia media de los turistas según tipo de alojamiento. Variación Interanual](#)
[Estancia media de los turistas según vías de acceso.](#)
[Estancia media de los turistas según vías de acceso. Variación interanual.](#)
[Gasto medio de los turistas según destino principal.](#)
[Gasto medio de los turistas según destino principal. Variación interanual.](#)
[Gasto medio de los turistas según forma de organización.](#)
[Gasto medio de los turistas según forma de organización. Variación interanual.](#)
[Gasto medio de los turistas según motivo del viaje.](#)
[Gasto medio de los turistas según motivo del viaje. Variación Interanual.](#)
[Gasto medio de los turistas según país de residencia](#)
[Gasto medio de los turistas según país de residencia. Variación interanual](#)
[Gasto medio de los turistas según tipo de alojamiento.](#)
[Gasto medio de los turistas según tipo de alojamiento. Variación Interanual](#)
[Gasto medio de los turistas según vías de acceso.](#)
[Gasto medio de los turistas según vías de acceso. Variación interanual.](#)
[Gasto medio diario de los turistas según vías de acceso.](#)
[Gasto medio diario de los turistas según vías de acceso. Variación interanual.](#)
[Gasto medio diario de los turistas según destino principal.](#)
[Gasto medio diario de los turistas según destino principal. Variación interanual](#)
[Gasto medio diario de los turistas según forma de organización.](#)
[Gasto medio diario de los turistas según forma de organización. Variación interanual.](#)
[Gasto medio diario de los turistas según motivo del viaje.](#)
[Gasto medio diario de los turistas según motivo del viaje. Variación Interanual.](#)
[Gasto medio diario de los turistas según país de residencia](#)
[Gasto medio diario de los turistas según país de residencia. Variación interanual](#)
[Gasto medio diario de los turistas según tipo de alojamiento](#)
[Gasto medio diario de los turistas según tipo de alojamiento. Variación interanual](#)
[Gatos de los turistas según lugar del gasto](#)
[Gatos de los turistas según duración de la estancia](#)
[Gatos de los turistas según edad y sexo](#)
[Gatos de los excursionistas según país de residencia](#)
[Gatos de los excursionistas según destino](#)

Originalidad:

Los datos son siempre originales de esta fuente de información hasta el año 2015 que pasan a ser elaborados por el Instituto Nacional de Estadística (INE)

Tipología de los contenidos:

Generalmente se tratan de datos estadísticos que presentan el gasto de los turistas en el estado Español y en el menor de los casos se encuentran datos estadísticos concretos de las Islas Baleares, aunque se recoge la totalidad de los datos estadísticos presentados por esta fuente de información.

Última actualización:

El último dato de la serie de EGATUR elaborado con metodología de Turespaña es septiembre de 2015. A partir de octubre de 2015 EGATUR es elaborado por el INE con su metodología.

Valoración de la credibilidad:

TURESPAÑA es una organización que forma parte del ministerio de Industria, Comercio y Turismo, y por tanto se entiende que tiene una credibilidad alta.

Tabla 3

Nombre de la fuente:

Balance del turismo en España. BALANTUR

Tipo de la fuente:

Informes y Balances. Oficial en el ámbito del estado Español. TURESPAÑA

Fecha de la última búsqueda:

2020/04/13

Sitio web:

<http://estadisticas.tourspain.es/en-EN/estadisticas/analisis-turistico/balantur/paginas/default.aspx>

Autor:

Gobierno de España. Ministerio de Industria, Comercio y Turismo

Presentación de la fuente:

Los balances e informes se presentan principalmente en documentos PDF. Se escogen principalmente aquellos balances e informes que contienen información relevante sobre las Islas Baleares. El contenido que presenta la fuente de informes y balances vienen recogidos anualmente y son los siguientes:

[Balance del turismo en España. Año 2012.](#)[Balance del turismo en España. Año 2011](#)[Balance del turismo en España. Año 2010.](#)[Balance del turismo en España. Año 2009.](#)[Balance del turismo en España. Año 2008.](#)[Balance del turismo en España. Año 2006.](#)[Informe de turismo interior. Año 2007. España](#)[Informe de turismo interior. Año 2006. España.](#)[Informe de turismo interior. Año 2005. España.](#)[Informe de turismo interior. Año 2003. España](#)[El Turismo en España. Año 2002](#)[El turismo en España. Año 2001](#)[El turismo en España. Año 2000](#)

Originalidad:

Los informes y balances son realizados por la fuente de información oficial TURESPAÑA hasta el año 2012

Tipología de los contenidos:

Se analizan la demanda y oferta turística, la posición competitiva de nuestro país en el contexto internacional y los ingresos por turismo.

Última actualización:

El último balance de BALANTUR elaborado por la propia fuente es del año 2012.

Valoración de la credibilidad:

TURESPAÑA es una organización que forma parte del ministerio de Industria, Comercio y Turismo, y por tanto se entiende que tiene una credibilidad alta.

Tabla 4

Nombre de la fuente:

Instituto nacional de estadística. INE

Tipo de la fuente:

Base de datos. Oficial en el ámbito del estado Español.

Fecha de la última búsqueda:

2020/04/13

Sitio web:

<https://www.ine.es/dyngs/INEbase/listaoperaciones.htm>

Autor:

Gobierno de España

Presentación de la fuente:

Las fuentes se presentan principalmente en gráficos, imágenes y tablas que pueden ser descargadas en diferentes formatos, como en un archivo Excel, csv y texto. El contenido que presenta la fuente son datos relacionados con la hostelería y turismo, que pueden ser observados/descargados en periodos anuales o mensuales y contienen información de todas las comunidades autónomas.

[Estadística de movimientos turísticos en frontera. Frontur](#)[Encuesta de gasto turístico. Egatur](#)[Encuesta de turismo de residentes](#)[Hoteles: encuesta de ocupación, índice de precios e indicadores de rentabilidad](#)[Campings: encuesta de ocupación e índice de precios](#)[Apartamentos turísticos: encuesta de ocupación e índice de precios](#)[Alojamientos de turismo rural: encuesta de ocupación e índice de precios](#)[Albergues: encuesta de ocupación](#)[Cuenta satélite del turismo de España](#)

Originalidad:

Los datos son elaborados por el mismo Instituto Nacional de Estadística.

Tipología de los contenidos:

Produce información estadística que abarca todos los ámbitos estatales pero se recogen los que tienen relación directa o indirecta con el ámbito de servicios, concretamente, el sector del turismo en las Islas Baleares.

Última actualización:

Los últimos datos actualizados son hasta el enero y febrero del 2020, según la información correspondiente.

Valoración de la credibilidad:

El Instituto Nacional de Estadística es una organización que forma parte del Gobierno de España y por tanto se entiende que tiene una credibilidad alta.

Tabla 5

Nombre de la fuente:
Instituto nacional de estadística. INE
Tipo de la fuente:
Base de datos. Oficial en el ámbito del estado Español.
Fecha de la última búsqueda:
2020/04/14
Sitio web:
https://www.ine.es/dypps/INEbase/listaoperaciones.htm
Autor:
Gobierno de España
Presentación de la fuente:

Las fuentes se presentan principalmente en gráficos, imágenes y tablas que pueden ser descargadas en diferentes formatos, como en un archivo Excel, csv y texto. El contenido que presenta la fuente son datos de operaciones que tienen una relación estrecha con el turismo que pueden ser observados/descargados en periodos anuales o mensuales y contienen información de todas las comunidades autónomas.

[Estadística de transporte de viajeros](#)
[Estadística del taxi](#)
[Los Transportes y las Infraestructuras](#)
[Estadística de Tráfico en los Aeropuertos Españoles](#)
[Estadística del Programa Nacional de Aforos](#)
[Registro General de Transportistas y de Actividades Auxiliares y Complementarias del Transporte](#)
[Estadística sobre Transporte Internacional por Carretera](#)
[Registro de Buques y Registro de Empresas Navieras](#)
[Resumen General del Tráfico Portuario](#)
[Memorias de las Autoridades Portuarias](#)
[Anuario Estadístico de Puertos del Estado](#)
[Estadística sobre el Transporte Marítimo de Mercancías y Pasajeros](#)
[Estadísticas de Tráfico de Líneas Aéreas Regulares y no Regulares, Aeropuertos y Aeronaves para OACI](#)
[Estadística del Impuesto Especial sobre Determinados Medios de Transporte \(anual\)](#)
[Estadística del Impuesto Especial sobre Determinados Medios de Transporte \(avance mensual\)](#)
[Estadística de Matriculación de Vehículos](#)
[Estadística de Transferencia de Vehículos](#)
[Estadística de Bajas de Vehículos](#)
[Estadística del Parque Nacional de Vehículos](#)
[Estadística sobre el suministro y saneamiento del agua](#)
[Estadísticas sobre el uso del agua](#)
[Estadísticas sobre las actividades de protección medioambiental](#)
[Estadísticas sobre generación de residuos](#)
[Estadística sobre recogida y tratamiento de residuos](#)
[Estadística de Envases y Residuos de Envases](#)
[Estadística de Incendios Forestales](#)
[Inventario Nacional del Estado de Salud de los Bosques](#)
[Inventario Nacional de Erosión de Suelos](#)
[Proyecto Corine Land Cover del Programa Corine \(UE\)](#)
[Estadística de Calidad del Aire](#)
[Espacios Naturales o de Interés](#)
[Inventario de Emisiones Contaminantes a la Atmósfera](#)
[Índice de precios de vivienda](#)
[Estadística de Precios del Suelo](#)
[Estadística de Empleo Turístico según la EPA. \(Explotación de Turespaña\)](#)
[Estadística de Empleo Turístico según la Afiliación a la Seguridad Social. \(Explotación de Turespaña\)](#)
[Índice de precios del trabajo](#)

Originalidad:

Los datos son elaborados por Instituto Nacional de Estadística.

Tipología de los contenidos:

Produce información estadística que abarca todos los ámbitos estatales pero se recogen los que tienen relación directa o indirecta con el ámbito de servicios, concretamente, el sector del turismo en las Islas Baleares.

Última actualización:

Dependiendo del tipo de operaciones correspondiente, la última actualización varía entre los años 2016 y 2020, especialmente los datos de las operaciones del ámbito de medioambiente son los más antiguos.

Valoración de la credibilidad:

El Instituto Nacional de Estadística es una organización que forma parte del Gobierno de España, y por tanto se entiende que tiene una credibilidad alta.

Tabla 6

Nombre de la fuente:
Statista
Tipo de la fuente:
Infografías e informes
Fecha de la última búsqueda:
2020/04/14
Sitio web:

<https://es.statista.com/temas/4146/el-turismo-en-las-islas-baleares/>

Autor:

Empresa privada de origen Alemán.

Presentación de la fuente:

Fuente alemana que reporta infografías e informes. Pone a disposición del usuario estadísticas en alemán, inglés, francés y español. Pueden ser descargadas en distintos formatos. La mayor parte son de pago, aunque a algunas accede de forma gratuita. Las estadísticas que disponen sobre el turismo de las Islas Baleares e Ibiza son las siguientes:

[Cifras clave](#)

[Principales mercados emisores](#)

[Principales destinos](#)

[Perfil del turista](#)

Originalidad:

Los datos recopilados suman unos 22.000 registros

Tipología de los contenidos:

Ofrece infografías e informes que ponen a disposición del usuario, aunque en la mayoría de los casos para acceder a la información debe realizarse un pago mensual o anual.

Última actualización:

Las últimas actualizaciones que aparecen en estas infografías son del 2018

Valoración de la credibilidad:

Se entiende que su credibilidad es medio-alta ya que estos datos se obtienen a partir de más de 22.000 fuentes y unas 750 universidades de alta categoría utilizan esta fuente.

Tabla 7

Nombre de la fuente:
Dirección General de Tráfico. DGT
Tipo de la fuente:
Base de datos. Oficiales del estado Español
Fecha de la última búsqueda:
2020/04/16
Sitio web:
https://sedeapl.dgt.gob.es/WEB_IEST_CONSULTA/buscadorInformePredefinido.faces
Autor:
Gobierno de España. Ministerio del Interior. DGT
Presentación de la fuente:
La presentación de la fuente es esencialmente de dos formas, excel y csv, que pueden ser descargadas por el usuario. Estos vínculos le dirigen al portal principal de estadísticas, desde el cual deberá buscar el dato que sea de su interés ya que no es posible enlazar la dirección web donde se encuentran los datos finales. El contenido que muestra es el siguiente:
Vehículos: bajas, parque, transferencias, matriculaciones Conductores: censo, duplicado, expediciones, revisiones, autoescuelas Accidentes Incidencias Datos de tráfico: cámaras, detectores, cinemómetros.
Originalidad:
Son datos de elaboración propia, ya que no hace referencia a ningún tipo de fuente.
Tipología de los contenidos:
Presenta información de todas las CCAA, incluidas las Islas Baleares, procedente de bases de datos sobre vehículos, incidencias, conductores, accidentes y flujos de tráfico.
Última actualización:
La última fecha de actualización es hasta el año 2020.
Valoración de la credibilidad:
Dirección General de Tráfico forma parte del Gobierno de España, por lo que goza de una credibilidad alta.

Tabla 8

Nombre de la fuente:
Gobierno de las Islas Baleares. GOIB
Tipo de la fuente:
Base de datos.
Fecha de la última búsqueda:
2020/04/21
Sitio web:
http://www.caib.es/sites/estadistiquesdelturisme/ca/inici-23165/?campa=yes
Autor:
En la mayoría de los casos el autor es la Agencia de Turismo de Baleares (AETIB). En otros casos la fuente es el Instituto de Estadística de las Islas Baleares (IBESTAT)
Presentación de la fuente:
La presentación de la fuente es principalmente mediante archivo PDF, puede ser descargado por el usuario final, pero también se da algún caso en que se le redirige al portal del IBESTAT. El contenido que presenta la fuente es el siguiente:
<u>Indicadores de la demanda turística</u> <u>Principales datos mensuales de las Islas</u> <u>Llegadas de pasajeros por vía aérea y marítimas</u> <u>Alojamientos turísticos</u> <u>Ocupación de los establecimientos turísticos</u> <u>Destinos competidores</u> <u>Mercado de trabajo</u> <u>Otras publicaciones.</u>
Originalidad:
No son datos siempre elaborados por la propia fuente de información sino que en algunos casos son procedentes de otras fuentes de ámbito balear y estatal.
Tipología de los contenidos:
Generalmente se trata de datos e informes estadísticos presentados en PDF, pero en otros casos pueden ser presentados en distintos formatos. Las menos veces pueden filtrarse por islas y municipios .
Última actualización:
El portal web no pone ninguna información al respecto de la última actualización pero se entiende que al ser un portal oficial, se actualiza constantemente.
Valoración de la credibilidad:
AETIB es una organización que depende del Gobierno de las Islas Baleares (GOIB) y, por lo tanto, se entiende que tiene una credibilidad alta.

Tabla 9

Nombre de la fuente:

Gobierno de las Islas Baleares (GOIB)

Tipo de la fuente:

Base de datos. Oficial en el ámbito de Baleares

Fecha de la última búsqueda:

2020/04/21

Sitio web:

<http://www.caib.es/sites/transparencia/es/inicio/?campa=yes>

Autor:

Gobierno de las Islas Baleares

Presentación de la fuente:

Las fuentes son presentadas principalmente en dos formatos de texto: PDF y tablas. Pueden descargarse por el usuario. El contenido relacionado con el turismo que presenta esta fuente es el siguiente:

Datos de suministro urbano, consumos y pérdidas de agua por isla (2000-2018)

Datos de suministro urbano, consumos y pérdidas de agua para municipios en la isla de Ibiza (2000-2018)

Datos de suministro urbano, consumos y pérdidas de agua para municipios en la isla de Formentera

Datos de suministro urbano, consumos y pérdidas de agua para municipios en la isla de Mallorca

Datos de suministro urbano, consumos y pérdidas de agua para municipios en la isla de Menorca

Consumos totales en los sectores Golf y Agricultura

Estimación de la superficie regada en el 2008 en Baleares, en las islas y por municipio

Procedencia del agua de consumo agrícola en el 2008

Originalidad:

Los datos son de elaboración propia.

Tipología de los contenidos:

Son datos estadísticos presentados en texto y en tablas. Los datos están divididos por islas y a veces por municipios.

Última actualización:

La actualización más reciente de todos estos datos son del año 2018.

Valoración de la credibilidad:

Portal de transparencia, forma parte de una sección del portal oficial del Gobierno de Baleares así que su credibilidad es alta.

Tabla 10

Nombre de la fuente:

Instituto de Estadística de las Islas Baleares. IBESTAT

Tipo de la fuente:

Base de datos. Oficial en el ámbito de Baleares

Fecha de la última búsqueda:

2020/04/21

Sitio web:

<https://ibestat.caib.es/ibestat/estadistiques/economia/industria-energia/5c4264a4-938b-4e54-b36e-6ff145193098>

Autor:

Gobierno de las Islas Baleares

Presentación de la fuente:

La presentación de la fuente es en formato de tablas y gráficos que pueden ser descargados por el usuario. El contenido relacionado con el turismo es el siguiente:

Producción y demanda de energía eléctrica (REE)

Facturación de energía eléctrica (GESA)

Índice de producción industrial (IPI)

Índice de precios industriales (IPRI)

Encuesta industrial de productos

Estadística Estructural de Empresas

Originalidad:

Los datos son de elaboración propia.

Tipología de los contenidos:

Los datos son presentados en tablas y gráficos. Los datos pueden filtrarse por islas y en algunos casos por municipios.

Última actualización:

Según los datos seleccionados, la última modificación puede ser diferente, estas varían entre los años 2016 y 2020.

Valoración de la credibilidad:

IBESTAT es una organización integrada en la administración pública de las Islas Baleares. Tiene una credibilidad alta.

Tabla 11

Nombre de la fuente:

Cámara de comercio Ibiza y Formentera

Tipo de la fuente:

Base de datos. Oficial en el ámbito de Baleares

Fecha de la última búsqueda:

2020/04/21

Sitio web:

http://www.camaraibizayformentera.com/?page_id=406

Autor:

Camara de Comercio

Presentación de la fuente:

Las fuentes se presentan principalmente en formatos de tablas y gráficas que pueden ser descargadas por el usuario. El contenido relacionado con el turismo es el siguiente:

[I.P.C \(índice de precios al consumo\)](#)**[Datos de población Islas Baleares](#)****[Estadísticas del mercado de trabajo de las Islas Baleares](#)****[Turistas con destino principal Islas Baleares por periodo, islas y país de residencia \(ibestat\)](#)****[Gasto de los turistas con destino principal de las Islas Baleares por periodo e isla \(ibestat\)](#)****[Demografía de las empresas inscritas en la Seguridad Social por periodo e isla de localización de la empresa.](#)****[Número de empresas de alta en la Seguridad Social por periodo e isla de localización de la empresa.](#)****[Estadísticas de tráfico aéreo \(AENA\)](#)****[Producción y demanda de Energía eléctrica \(REE\)](#)****[Datos informativos del Govern de les Illes Balears](#)**

Originalidad:

Los datos no son de elaboración propia. Según el dato que el usuario quiera visitar su procedencia es de fuentes de ámbito balear, en especial del IBESTAT. En otros casos la fuente es de ámbito estatal.

Tipología de los contenidos:

Son datos estadísticos presentados en distintos formatos. En algunos casos se pueden filtrar por islas y en otros más reducidos por municipios.

Última actualización:

El sitio web no tiene ningún dato informativo al respecto de sus últimas actualizaciones.

Valoración de la credibilidad:

Cámara de comercio de Ibiza y Formentera tiene una credibilidad media-alta.

Tabla 12

Nombre de la fuente:

Consell d'Eivissa

Tipo de fuente:

Base de datos. Oficial en el ámbito Balear

Fecha de la última búsqueda:

2020/04/21

Sitio web:

http://www.conselldeivissa.es/portal/p_20_contenedor1.jsp?codbusqueda=436&codResi=1&codMenu=638&seccion=s_fdes_d4_v2.jsp&language=es

Autor:

Consell d'Eivissa

Presentación de la fuente:

Las fuentes son presentadas principalmente en formato de texto PDF y tablas, que pueden ser descargadas por el usuario. El contenido relacionado con el turismo es el siguiente: gestión de residuos en las pitiusas.

[Estadísticas 2018](#)**[Estadísticas 2017](#)****[Estadísticas 2016](#)****[Estadísticas 2015](#)****[Estadísticas 2014](#)****[Estadísticas 2013](#)****[Estadísticas 2012](#)****[Estadísticas 2011](#)****[Estadísticas 2010](#)****[Estadísticas 2009](#)****[Estadísticas 2008](#)****[Estadísticas 2007](#)****[Estadísticas 2006](#)****[Estadísticas 2005](#)****[Estadísticas 2004](#)****[Estadísticas 2003](#)****[Recogida selectiva 2003-2013](#)**

Originalidad:

Los datos son originales de la fuente de información.

Tipología del contenido:

Son datos estadísticos presentados en formato de texto y tablas. Son datos principalmente de las pitiusas clasificadas según el tipo de residuo.

Última actualización:

El último dato estadístico es del año 2018. la periodicidad de publicación es anual.

Valoración de credibilidad:

El Consell d'Eivissa forma parte de la administración pública de las Islas Baleares, los datos recogidos son publicados por los departamentos de movilidad, interior y medio ambiente, por lo que se puede valorar su credibilidad como alta.

Tabla 13

Nombre de la fuente:

Institut d'Estadística de les Illes Balears. IBESTAD

Tipo de fuente:

Base de datos. Oficial en el ámbito de las Baleares

Fecha de la última búsqueda:

2020/04/22

Sitio web:

<https://ibestat.caib.es/ibestat/estadistiques/economia/treball/2fe6e466-b655-45ab-9736-079b790589d2>

Autor:

Gobierno de las Baleares

Presentación de la fuente:

Las fuentes son presentadas generalmente en formato de tablas y gráficos que pueden ser descargados por el usuario. El contenido que presenta la fuente en el sector de la demografía y el empleo con alguna relación con el turismo es el siguiente:

Encuesta de población activa (EPA)**Parados, demandantes de empleo y contratos registrados (SOIB)****Afiliaciones y cuentas de cotización a la seguridad social (datos TGSS)****Afiliaciones a la Seguridad Social según el lugar de residencia del afiliado (desde 2011, datos trimestrales)****Condiciones de trabajo y relaciones laborales.**

Originalidad:

Los datos no son siempre originales de la fuente IBESTAT. En algunos casos, como los parados y afiliaciones, provienen de otras otras fuentes.

Tipología del contenido:

Se trata de datos estadísticos presentados en distintos formatos. Según el tipo de dato puede filtrarse por islas y en otros casos por municipios.

Última actualización:

Dependiendo del dato buscado las últimas modificaciones pueden variar, aunque la mayoría de ellas son de 2020, salvo en el caso de condiciones de trabajo y relaciones laborales que su última actualización es del año 2018.

Valoración de credibilidad:

IBESTAT es una organización que forma parte del Gobierno Balear, por lo que su credibilidad debería ser alta.

Tabla 14

Nombre de la fuente:

Institut d'Estadística de les Illes Balears IBESTAD

Tipo de fuente:

Base de datos. Oficial en el ámbito de las Islas Baleares

Fecha de la última búsqueda:

2020/04/22

Sitio web:

<https://ibestat.caib.es/ibestat/estadistiques/economia/construccio-habitatge/0588995a-189a-46f1-9d0d-b9088d599375>

Autor:

Gobierno de las Islas Baleares

Presentación de la fuente:

Las fuentes son presentadas principalmente en formatos de tablas y gráficas que pueden ser descargadas por el usuario. El contenido que presenta la fuente relacionado con el sector de la vivienda es el siguiente:

Precios de la vivienda**Consumo de cemento****Visados, licencias y certificaciones de obra****Licitaciones oficiales****Catastro**

Originalidad:

La mayoría de los datos son elaborados por el IBESTAT, salvo en el caso de los precios de la vivienda que son elaborados por fuentes de ámbito nacional, como el INE y el Ministerio de Fomento.

Tipología del contenido:

Se trata de datos estadísticos presentados en distintos formatos. Según el tipo de dato puede filtrarse por islas y en otros casos por municipios.

Última actualización:

Dependiendo del dato buscado las últimas modificaciones pueden variar, aunque la mayoría de ellas están comprendidas entre los años del 2019 y 2020, salvo en el caso del consumo de cemento que su última actualización es del año 2014.

Valoración de credibilidad:

IBESTAT es una organización que forma parte del Gobierno Balear, por lo que su credibilidad debería ser alta.

Tabla 15

Nombre de la fuente:
Instituto d'estadística de las Islas Baleares
Tipo de fuente:
Base de datos. Oficial en el ámbito de las Islas Baleares
Fecha de la última búsqueda:
2020/04/22
Sitio web:
https://ibestat.caib.es/ibestat/estadistiques/economia/serveis/b0f9443c-d31b-4fa9-8b3f-6d28b78d82ba
Autor:
Gobierno de las Baleares
Presentación de la fuente:
Las fuentes son presentadas principalmente en formatos de tablas y gráficas que pueden ser descargadas por el usuario. El contenido que presenta la fuente, relacionado de forma más o menos directa con el turismo, pertenece a los sectores del comercio y del transporte.
<u>Indicadores de actividad del sector servicios (IASS)</u>
<u>Índice de comercio minorista (ICM)</u>
<u>Estadística Estructural de Empresas</u>
<u>Transporte</u>
Originalidad:
La mayoría de los datos son elaborados por el IBESTAT, salvo en el caso del transporte que pertenecen a otras fuentes de ámbito balear.
Tipología del contenido:
Se trata de datos estadísticos presentados en distintos formatos. Según el tipo de dato puede filtrarse por islas y en otros casos por municipios.
Última actualización:
Dependiendo del dato buscado las últimas modificaciones pueden variar, aunque la mayoría de ellas están comprendidas entre los años del 2019 y 2020.
Valoración de credibilidad:
IBESTAT es una organización que forma parte del Gobierno Balear, por lo que su credibilidad debería ser alta.

Tabla 16

Nombre de la fuente:
Instituto d'estadística de las Baleares
Tipo de fuente:
Base de datos. Oficial en el ámbito de las Baleares
Fecha de la última búsqueda:
2020/04/22
Sitio web:
https://ibestat.caib.es/ibestat/estadistiques/economia/preus-salaris/74c46ad8-6435-4cb0-88f8-26ef033fa7bf
Autor:
Gobierno de las Baleares
Presentación de la fuente:
Las fuentes son presentadas principalmente en formatos de tablas y gráficas que pueden ser descargadas por el usuario. El contenido que presenta la fuente dentro del sector de la economía (precios y costes) de alguna relación con el turismo es el siguiente:
<u>Índice de precios al consumo (IPC)</u>
<u>Índice de costes laborales de las Islas Baleares (ICLIB)</u>
<u>Encuesta trimestral de costes laborales</u>
<u>Encuesta anual de costes laborales</u>
<u>Encuesta de estructura salarial</u>
Originalidad:
Los datos son elaborados por la propia fuente.
Tipología del contenido:
Se trata de datos estadísticos presentados en distintos formatos. Según el tipo de dato puede haber mas o menos filtros.
Última actualización:
Dependiendo del dato buscado las últimas modificaciones pueden variar, aunque la mayoría de ellas están comprendidas entre los años del 2019 y 2020, salvo la encuesta de estructura salarial que su última modificación es del año 2014.
Valoración de credibilidad:
IBESTAT es una organización que forma parte del Gobierno Balear, por lo que su credibilidad debería ser alta.

Tabla 17

Nombre de la fuente:

Instituto d'estadística de las Baleares

Tipo de fuente:

Base de datos. Oficial en el ámbito de las Baleares

Fecha de la última búsqueda:

2020/04/22

Sitio web:

https://ibestat.caib.es/ibestat/page?p=entorno_fisico

Autor:

Gobierno de las Baleares

Presentación de la fuente:

Las fuentes son presentadas principalmente en formatos de tablas y gráficas que pueden ser descargadas por el usuario. El contenido que presenta la fuente dentro del sector del entorno físico y sostenibilidad, y relacionado con el turismo es el siguiente:

[Territorio](#)[Recursos hídricos](#)[Residuos](#)[Incendios](#)

Originalidad:

Los datos son elaborados por la propia fuente.

Tipología del contenido:

Se trata de datos estadísticos presentados en distintos formatos. Según el tipo de dato puede haber más o menos filtros.

Última actualización:

Dependiendo del dato buscado las últimas modificaciones pueden variar, únicamente la que se encuentra actualizada son los incendios. En las demás, las últimas actualizaciones están comprendidas entre los años 2014 y 2017.

Valoración de credibilidad:

IBESTAT es una organización que forma parte del Gobierno Balear, por lo que su credibilidad debería ser alta, se trata de una fuente de información esencial dentro del ámbito balear para investigar los aspectos vinculados directa e indirectamente con el turismo.

Tabla 18

Nombre de la fuente:

Fundación prevención hostelería de las Islas Baleares. FPHIB

Tipo de fuente:

Estadísticas

Fecha de la última búsqueda:

2020/04/22

Sitio web:

<http://www.fphib.es/es/estadisticas/>

Autor:

Fundacion para la Prevención de Riesgos Laborales

Presentación de la fuente:

Las fuentes son presentadas principalmente en formatos de texto que puede ser descargadas por el usuario. El contenido que presenta la fuente dentro del ámbito de la siniestralidad laboral, estrechamente relacionado con el sector turístico es el siguiente:

[Siniestralidad 2015](#)[Siniestralidad 2014](#)[Siniestralidad 2013](#)[Siniestralidad 2012](#)[Siniestralidad 2011](#)[Siniestralidad 2010](#)[Siniestralidad 2009](#)[Siniestralidad 2008](#)[Siniestralidad 2007](#)[Siniestralidad 2004-2006](#)[Psicosociología aplicada. Incidencia de casos por sector de actividad 2012-2013](#)[Enfermedades profesionales en el sector de hostelería \(2010\)](#)

Originalidad:

Los datos son elaborados por la propia fuente.

Tipología del contenido:

Se trata de datos estadísticos presentados en formato de texto.

Última actualización:

La última modificación que aparece en el portal web es del año 2016.

Valoración de credibilidad:

Dado que es una fundación reconocida en el boletín oficial de las Baleares (BOIB) y activa desde el 2004, puede considerarse de credibilidad media-alta.

Tabla 19

Nombre de la fuente:

Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea AENA

Tipo de fuente:

Base de datos. Oficial en el ámbito estatal.

Fecha de la última búsqueda:

2020/04/22

Sitio web:

[href=http://www.aena.es/csee/Satellite?pagename=Estadisticas/Home](http://www.aena.es/csee/Satellite?pagename=Estadisticas/Home)

Autor:

AENA

Presentación de la fuente:

Las fuentes son presentadas principalmente en formatos de tablas, gráficas y texto que pueden ser descargadas por el usuario. El contenido que presenta la fuente dentro del sector de la economía, en el ámbito de servicios, que tiene una relación estrecha con el sector turístico es la siguiente (debe seleccionarse el tipo de consulta):

Pasajeros

Tránsitos

Pasajeros + Tránsito

Operaciones

Mercancías

Mercancías en tránsito

Mercancías + mercancías en tránsito

Originalidad:

Los datos son elaborados por la propia fuente.

Tipología del contenido:

Se trata de datos estadísticos presentados en distintos formatos. Los datos se pueden filtrar según aeropuerto base, clase, país, tráfico, servicio y movimiento.

Última actualización:

Los datos son informes mensuales que están comprendidos entre los años de 2004 y 2020. Su última actualización es marzo de 2020.

Valoración de credibilidad:

AENA es el primer operador aeroportuario del mundo por número de pasajeros, es una sociedad mercantil estatal pública, por lo que su credibilidad debería ser alta.

Tabla 20

Nombre de la fuente:

Puertos del estado

Tipo de fuente:

Base de datos. Oficial en el ámbito estatal

Fecha de la última búsqueda:

2020/04/22

Sitio web:

http://www.puertos.es/es-es/estadisticas/Paginas/estadistica_mensual.aspx

Autor:

Gobierno de España

Presentación de la fuente:

Las fuentes son presentadas principalmente en formatos de tablas y texto que pueden ser descargadas por el usuario. El contenido que presenta la fuente dentro del sector de la economía y dentro del sector servicios, con relación al turismo es el siguiente:

Estadística mensual

Originalidad:

Los datos son elaborados por la propia fuente.

Tipología del contenido:

Se trata de datos estadísticos presentados en distintos formatos. Únicamente se ven datos de las comunidades.

Última actualización:

Las estadísticas mensuales comprenden los años 2006-2020

Valoración de credibilidad:

Puertos del estado es un ente público empresarial dependiente del Ministerio de Transportes, Movilidad y Agenda urbana de España, por lo que se entiende que es una fuente con una credibilidad alta.

Tabla 21

Nombre de la fuente:

Ministerio de transporte, movilidad y agenda urbana

Tipo de fuente:

Base de datos. Oficial en el ámbito estatal.

Fecha de la última búsqueda:

2020/04/23

Sitio web:

<https://www.mitma.gob.es/informacion-para-el-ciudadano/informacion-estadistica>

Autor:

Gobierno de España

Presentación de la fuente:

Las fuentes son presentadas principalmente en formato de tablas que pueden ser descargadas por el usuario. El contenido que presenta la fuente dentro del sector de transporte y relacionado con el sector turístico es el siguiente:

Tráfico por aeropuertos. Ibiza

Originalidad:

Los datos son elaborados por la propia fuente.

Tipología del contenido:

Se tratan de datos presentados en forma de tablas en periodos anuales. Se filtran los datos por localización del aeropuerto.

Última actualización:

El último año que muestra esta fuente es el año 2019.

Valoración de credibilidad:

Ministerio de transporte, movilidad y agenda urbana es una organización que forma parte del Gobierno de España, por lo que su credibilidad debería ser alta.

Tabla 22

Nombre de la fuente:

Idealista

Tipo de fuente:

Base de datos. Sitio web de ámbito estatal

Fecha de la última búsqueda:

2020/04/23

Sitio web:

<https://www.idealista.com/sala-de-prensa/informes-precio-vivienda/>

Autor:

Idealista

Presentación de la fuente:

Las fuentes son presentadas principalmente en formato de tablas y gráficas que no pueden ser descargadas por el usuario. El contenido que presenta la fuente en el ámbito de la vivienda y relacionado con el sector turístico es el siguiente:

Informe de precios de la vivienda tanto en venta como de alquiler:

Precio m²**Variación mensual****Variación trimestral****Variación anual****Máximo histórico****Variación máximo**

Originalidad:

Los datos son elaborados por la propia fuente.

Tipología del contenido:

Se trata de datos estadísticos presentados en distintos formatos. Los datos se pueden filtrar según, comunidad, provincia y municipio

Última actualización:

El último dato que muestra el sitio web es del año 2019, por lo que se entiende que su actualización es periódica.

Valoración de credibilidad:

Idealista es una empresa bien situada en el ámbito estatal, por lo que se puede considerar que su credibilidad es medio-alta.

Tabla 23

Nombre de la fuente:
Ministerio de inclusión, seguridad social y migraciones
Tipo de fuente:
Base de datos. Oficial en el ámbito estatal.
Fecha de la última búsqueda:
2020/04/23
Sitio web:
http://www.seg-social.es/wps/portal/wss/internet/EstadisticasPresupuestosEstudios/Estadisticas
Autor:
Gobierno de España
Presentación de la fuente:
Las fuentes son presentadas principalmente en formato de tablas y texto que pueden ser descargadas por el usuario. El contenido que presenta la fuente dentro del sector de empleo y relacionado con el sector turístico es el siguiente:
<u>Afiliación y alta de trabajadores</u>
<u>Bases de Cotización y Cotizantes</u>
<u>Códigos de Cuenta cotización</u>
<u>Panel de datos de Empresas-Trabajadores</u>
<u>Pensiones y pensionistas</u>
<u>Otras prestaciones de la Seguridad Social</u>
<u>Observatorio de las contingencias profesionales de la Seguridad Social</u>
<u>Otra información sobre protección social</u>
<u>Presupuesto aprobado</u>
<u>Muestra continua de vidas laborales</u>
<u>Calendario de publicación de estadísticas de la Secretaría de Estado de Seguridad Social</u>
Originalidad:
Los datos son elaborados por la propia fuente.
Tipología del contenido:
Se tratan de datos presentados en forma de tablas en periodos anuales y mensuales.
Última actualización:
No se observa que aparezca la última actualización de los datos, pero se entiende que se actualizan constantemente ya que es una fuente oficial de ámbito estatal.
Valoración de credibilidad:
Ministerio de inclusión, seguridad social y migraciones es una organización que forma parte del Gobierno de España, por lo que su credibilidad debería ser alta.

Tabla 24

Nombre de la fuente:
Hosteltur
Tipo de fuente:
Prensa. Portal web
Fecha de la última búsqueda:
2020/04/23
Sitio web:
https://www.hosteltur.com/hoteles-y-alojamientos/estadisticas-e-informes
Autor:
Hosteltur
Presentación de la fuente:
Las fuentes son presentadas principalmente en formato de noticias que no pueden ser descargadas por el usuario. El contenido que presenta la fuente dentro del sector de la economía y el turismo es el siguiente:
<u>Hoteles y Alojamientos</u>
<u>Transportes</u>
<u>Economía</u>
<u>Intermediación</u>
<u>Innovación</u>
Originalidad:
Los datos son elaborados por la propia fuente.
Tipología del contenido:
Se trata de datos estadísticos presentados en forma de noticias.
Última actualización:
El último dato que muestra el sitio web es del año 2020
Valoración de credibilidad:
Hosteltur cuenta con profesionales del periodismo especializados en turismo, por lo que se puede entender que la credibilidad es media-alta.

Tabla 25

Nombre de la fuente:

Ports de Balears

Tipo de fuente:

Base de datos. Oficial en el ámbito estatal y balear

Fecha de la última búsqueda:

2020/04/23

Sitio web:

<http://www.portsdebalears.com/es/estadisticas>

Autor:

Gobierno de Baleares

Presentación de la fuente:

Las fuentes son presentadas principalmente en formatos de tablas y gráficos que no pueden ser descargadas por el usuario. El contenido que presenta la fuente dentro del sector de la economía y del sector servicios, con relación al turismo es el siguiente:

Los datos pueden filtrarse por año, mes y puerto correspondiente de las balears **Estadísticas**

Originalidad:

Los datos son elaborados por la propia fuente.

Tipología del contenido:

Se trata de datos estadísticos presentados en distintos formatos.

Última actualización:

Las estadísticas mensuales comprenden los años del 2006 al 2020

Valoración de credibilidad:

Ports de Balears es un ente público empresarial dependiente del Gobierno Balear, por lo que se entiende que es una fuente con una credibilidad alta.

Tabla 26

Nombre de la fuente:

Ministerio de industria, comercio y turismo

Tipo de fuente:

Base de datos. Oficial en el ámbito estatal.

Fecha de la última búsqueda:

2020/05/02

Sitio web:

<https://turismo.gob.es/es-es/Paginas/estadisticas-informes.aspx>

Autor:

Gobierno de España

Presentación de la fuente:

Las fuentes son presentadas principalmente en distintos formatos que pueden ser descargadas por el usuario. El contenido que presenta la fuente está dentro del ámbito del sector turístico y es el siguiente:

Movimientos Turísticos de Españoles (FAMILITUR)**Movimientos Turísticos en Fronteras (FRONTUR)****Encuesta de Gasto Turístico (EGATUR)****Estadísticas de hostelería y turismo****Establecimientos hoteleros****Apartamentos Turísticos Autorizados****Turismo Rural****Campamentos Turísticos**

Originalidad:

Los datos no son elaborados por la propia fuente del ministerio, sino que son extraídos de otras fuentes como el INE o TURESPAÑA, aunque todas ellas pertenecen al gobierno de España.

Tipología del contenido:

Se tratan de datos presentados en forma de tablas en periodos anuales o mensuales, además se pueden filtrar por comunidades y en muchos casos por provincias, en el caso de las balears por islas.

Última actualización:

Son datos con las últimas actualizaciones recientes de los años 2019 y 2020, salvo en el caso de la fuente de TURESPAÑA que son hasta el 2015 y se trasladan los datos a partir de ese año al INE.

Valoración de credibilidad:

Ministerio de industria, comercio y turismo es una organización que forma parte del Gobierno de España, por lo que su credibilidad debería ser alta.

Tabla 27

Nombre de la fuente:

Europapress

Tipo de fuente:

Agencia de noticias. Portal web

Fecha de la última búsqueda:

2020/05/02

Sitio web:

<https://www.europapress.es/turismo/>

Autor:

Agencia Europa Press

Presentación de la fuente:

Las fuentes son presentadas principalmente en formato de noticias que no pueden ser descargadas por el usuario. Es una publicación periódica que trata noticias de actualidad relacionadas con el turismo. Divide su portal específico de turismo en:

- Actualidad
- Transporte
- Hoteles y agencias de viajes
- Cruceros
- Turismo verde
- Fitur

Emite noticias diariamente y sirve contenido a distintos medios de comunicación españoles.

Originalidad:

Los datos son elaborados por la propia fuente.

Tipología del contenido:

Se trata de datos estadísticos presentados en formato de texto, en la que se puede seleccionar el contenido dividido en distintos ámbitos como se ha mencionado arriba.

Última actualización:

El último dato que muestra el sitio web es del año 2020

Valoración de credibilidad:

Europapress es una agencia de noticias española fundada en 1953, por lo que se debería presumir que su credibilidad es alta.

Tabla 28

Nombre de la fuente:

SEGITTUR

Tipo de fuente:

Portal web

Fecha de la última búsqueda:

2020/05/02

Sitio web:

<https://www.segittur.es/es/inicio/>

Autor:

Secretaría de Estado de Turismo

Presentación de la fuente:

Las fuentes son presentadas principalmente en formato de noticias, informes y recomendaciones que no pueden ser descargadas por el usuario. Es un medio de comunicación que trata noticias de actualidad relacionadas con el turismo. Estructura su portal en diferentes aspectos como por ejemplo, proyectos, destinos inteligentes e *Impulsa Turismo*.

Originalidad:

Los datos son elaborados por la propia fuente.

Tipología del contenido:

Se trata de noticias dedicadas a la innovación y las tecnologías del turismo presentados en formato de texto, en la que se puede seleccionar el contenido dividido en distintos ámbitos como se ha mencionado arriba.

Última actualización:

El último dato que muestra el sitio web es del año 2020

Valoración de credibilidad:

SEGITTUR es una sociedad estatal española, por lo que se debería presumir que su credibilidad es alta.

Tabla 29

Nombre de la fuente:

Consejo Mundial de Viajes y Turismo WTTC

Tipo de fuente:

Foro. Portal web

Fecha de la última búsqueda:

2020/05/02

Sitio web:

<https://wttc.org/Research/Insights>

Autor:

Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC)

Presentación de la fuente:

Las fuentes son presentadas principalmente en formato de noticias, informes, recomendaciones y datos que pueden ser descargadas por el usuario. Es un portal web que representa al sector privado global de viajes y turismo, con la misión de garantizar y concienciar sobre sus valores.

Originalidad:

Los datos son elaborados por la propia fuente.

Tipología del contenido:

Se trata de noticias y datos que inciden en promover que el sector turístico sea transparente, seguro, inclusivo y responsable en el ámbito mundial. El detalle de algunos datos llega a mencionar a las Islas Baleares.

Última actualización:

El último dato que muestra el sitio web es del año 2020

Valoración de credibilidad:

WTTC representa al sector turístico que trabaja para numerosos gobiernos incluido el Español, por lo que se debería presumir que su credibilidad es alta.

Tabla 30

Nombre de la fuente:

ABACTUR

Tipo de fuente:

Asociación. Portal web

Fecha de la última búsqueda:

2020/05/02

Sitio web:

<https://abactur.com/asociados/>

Autor:

Asociación Balear de actividades turísticas

Presentación de la fuente:

Las fuentes son presentadas principalmente en formato de noticias, que no pueden ser descargadas por el usuario. Es una asociación que trata noticias de actualidad relacionadas con el turismo con el objetivo de defender los intereses en materias tales como la legislación, normativas, impuestos, ayudas y estacionalidad, mediante su propio blog.

Originalidad:

Los datos son elaborados por la propia fuente.

Tipología del contenido:

Se trata de noticias dedicadas a concienciar y a representar los intereses del turismo. Se presentan en formato de texto.

Última actualización:

El último dato que muestra el sitio web es del año 2020

Valoración de credibilidad:

ABACTUR es una asociación Balear en la que hay un gran número de asociados y cualquier empresa puede asociarse mediante una solicitud, por lo que se debería presumir que su credibilidad es media-alta.

Tabla 31

Nombre de la fuente:

Ministerio de Cultura y Deporte

Tipo de fuente:

Base de datos. Oficial en el ámbito estatal.

Fecha de la última búsqueda:

2020/05/02

Sitio web:

<https://www.culturaydeporte.gob.es/portada.html>

Autor:

Gobierno de España

Presentación de la fuente:

Las fuentes son presentadas principalmente en formato de tablas que pueden ser descargadas por el usuario, en este caso el contenido que presenta relacionado con el sector turístico son estadísticas culturales y deportivas:

[Estadísticas Culturales](#)[Estadísticas de Deporte](#)

Originalidad:

Los datos son elaborados por la propia fuente.

Tipología del contenido:

Se trata de datos presentados principalmente en formato de tablas, en las que incluyen encuestas. A veces pueden filtrarse por comunidades autónomas.

Última actualización:

Las últimas actualizaciones depende del dato que busque el usuario, hay algunos de ellos que son datos muy antiguos, como del 2006 y en la que no especifica el por qué, pero en la mayoría de los casos, sus últimas actualizaciones son recientes.

Valoración de credibilidad:

El Ministerio de Cultura y Deporte, es un organismo oficial que forma parte del Gobierno de España, por lo que su credibilidad es alta.

Tabla 32

Nombre de la fuente:

Apartur Ibiza y Formentera

Tipo de fuente:

Asociación. Portal web

Fecha de la última búsqueda:

2020/05/02

Sitio web:

<http://aparturibizayformentera.com/>

Autor:

Asociación de Apartamentos Turísticos de Ibiza y Formentera

Presentación de la fuente:

Las fuentes son presentadas principalmente en formato de noticias, que no pueden ser descargadas por el usuario. Es una asociación que trata noticias de actualidad relacionadas con el turismo. Otros servicios ofertados:

- Demandas de apartamentos dirigidas directamente a la Asociación
- Bolsa de Trabajo
- Cursos de formación
- Convenios con empresas externas en todos los sectores relacionados con la actividad
- Servicio de consultas relacionadas con la actividad
- Estadísticas

Originalidad:

Los datos son elaborados por la propia fuente, no hace referencia a ninguna otra fuente o bibliografía.

Tipología del contenido:

Se trata de noticias dedicadas a concienciar y representar los intereses del turismo. Se presentan en formato de texto.

Última actualización:

El último dato que muestra el sitio web es del año 2020

Valoración de credibilidad:

APARTUR es una organización que representa al sector de la oferta de apartamentos en Ibiza y Formentera. Cuenta con un gran número de asociados. Al tratarse de datos con acceso restringido, no se ha podido evaluar su credibilidad.

Tabla 33

Nombre de la fuente:

Federación hotelera de Ibiza y Formentera

Tipo de fuente:

Base de datos. Ámbito Insular

Fecha de la última búsqueda:

2020/05/02

Sitio web:

<http://www.fehif.net/index.php/descargas/estadisticas/detalles>

Autor:

Federación Hotelera de Ibiza y Formentera

Presentación de la fuente:

Las fuentes son presentadas principalmente en formato de texto, en el que presentan gráficas y tablas, que pueden ser descargadas por el usuario, el contenido que presenta la fuente es el siguiente:

Programación Aérea**Informes coyuntura turística****Ocupación**

Originalidad:

Los datos no son de elaboración propia, ya que en cada uno de los textos muestra de que fuente son, salvo en el caso de la ocupación que si que son de elaboración propia.

Tipología del contenido:

Se tratan de datos presentados principalmente en formato de texto, donde muestran tablas y gráficas, son datos relacionados con el turismo insular y en el ámbito de la ocupación se presentan datos divididos por los municipios de la isla de Ibiza

Última actualización:

El último dato que muestra el sitio web es del año 2019

Valoración de credibilidad:

FEHIF es una federación involucrada en el sector turístico, en la que reúne distintas secciones e incluye las estadísticas mencionadas anteriormente, recogiendo datos de fuentes oficiales y en ocasiones de elaboración propia por lo que su credibilidad debería ser medio-alta.

Tabla 34

Nombre de la fuente:

Servicio de Ocupación de las Islas Baleares. SOIB

Tipo de fuente:

Resultado de informes. Oficial en el ámbito balear.

Fecha de la última búsqueda:

2020/05/02

Sitio web:

<https://soib.es/es/evaluaciones-y-resultados-clave/>

Autor:

Gobierno de Baleares

Presentación de la fuente:

La fuente es presentada en formato de texto, que puede ser descargado por el usuario, en el que el contenido que presenta es el siguiente:

Resultado clave ejecución Plan de Empleo 2017-2020

Originalidad:

Los datos son elaborados por la propia fuente.

Tipología del contenido:

Se trata de un informe que recoge los registros del plan de empleo desde el año 2017 al 2020.

Última actualización:

Este informe ha sido elaborado en el año 2020

Valoración de credibilidad:

El servicio de ocupación de las Islas Baleares forma parte de uno de los departamentos del gobierno balear, por lo que se presume que su credibilidad es alta

Conclusión

El turismo es una actividad de ámbito mundial de gran importancia. No sólo por todas las personas que lo consumen y la actividad económica que genera, sino que por todos los aspectos que abarca y afectan positiva o negativamente al conjunto de las sociedades modernas: servicios, transportes, cultura, deportes, industria y medioambiente, entre otros.

Entender e identificar cuales son los aspectos claves es una tarea difícil pero si las fuentes de información se usan adecuadamente, tras una investigación completa y profunda, permiten

obtener resultados positivos para generar más conocimiento e introducir acciones que favorezcan al turismo.

Las fuentes de información recogidas en este trabajo contienen aspectos muy relevantes como por ejemplo, la cuantificación del volumen de entradas de visitantes extranjeros en España y también en Baleares, clasificándolos según su tipología y país de residencia. También permiten conocer el gasto turístico de los visitantes extranjeros durante su estancia de vacaciones, proporcionar información sobre el número de viajes realizados en transporte interurbano (avión y barco). Además facilitan observar la evolución de los precios de los bienes y servicios que consume la población residente en viviendas familiares y de los precios de compraventa de las viviendas de precio libre, tanto nuevas como de segunda mano. También permiten conocer la cantidad de residuos urbanos clasificándolos según el tipo de residuo.

Estos aspectos mencionados, entre otros, se obtienen a partir de las diferentes fuentes recogidas en este trabajo. Son, sin duda, información útil y valiosa para el estudio de la actividad turística de Ibiza y Formentera y para comprobar en qué medida tienen o no una relación directa o indirecta con el turismo.

A modo de conclusión, merece la pena investigar y profundizar en las fuentes de información que proporcionan datos estadísticos que son fiables con el objetivo de poder estudiarlas y actuar sobre aquellos aspectos que se puedan gestionar de una manera u otra. Sin duda alguna, habrá contenidos que sean cuestionables y están abiertos a la interpretación y a la crítica constructiva. En conjunto se pueden obtener conclusiones interesantes si se tiene la intención de orientar el turismo hacia unos resultados más eficientes y sostenibles.

Bibliografía

Català, L. ; Francés, F. (2017). ***Tècniques d'Investigació per al Treball Social. Tema 2. Fonts Secundàries i documentació*** . Universitat d'Alacant. Departament de Sociologia II. Recuperado el 22 de abril de 2020 de <https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/63388/2/Fonts-secundaries-i-documentals-per-a-la-investigacio-social-2017.pdf>

Gallego Lorenzo, J. ; Juncà Campdepadrós, M. (2009). ***Fonts i Serveis d'informació***. Universitat Oberta de Catalunya. Recuperado el 21 de abril de 2020 de http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/bitstream/10609/242/5/Fonts%20d%27informaci%C3%B3%20I_M%C3%B2dul1_Fonts%20i%20serveis%20d%C2%BFinformaci%C3%B3.pdf

Monje Álvarez, C. A. (2011). ***Metodología de la investigación cuantitativa y cualitativa. Guía didáctica***. Universidad Surcolombiana. Facultad de ciencias sociales y humanas. Recuperado el 18 de abril de 2020 de http://www.congreso enfermeria.es/2016/sites/default/files/styles/monjecarlosarturo-guiadidacticametodologiadelainvestigacion_1421658502527.pdf

Sancho Pérez, A. (dir.) (2001). ***Apuntes de Metodología de la Investigación en Turismo***. Recuperado el 20 de abril de 2020 de <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284404889>

© *Turística, papers de Turisme* de l'edició.

ISSN 2695-5334

© Alberto Parrilla Ponce dels continguts de l'article.

Turística, papers de turisme 2020 (2). Miscel·lània
El taxi a Eivissa

Pablo Torres Orvay

Resumen

Aquest treball analitza quina és la situació del taxi a Eivissa. Estudiant la seva evolució, i donades les característiques de l'illa d'Eivissa, ens adonem que juga un paper clau en el transport de passatgers i, per tant, es converteix en un pilar fonamental del turisme i l'economia d'Eivissa.

Palabras clave: Taxi-Eivissa, turisme, mobilitat

Abstract

This paper analyzes the current situation of the taxi sector in Ibiza. Researching the evolution of this sector and the main features of Ibiza, we realize that it has a fundamental role within the island's transportation system and becomes a key piece for the touristical industry and the economic system of Ibiza.

Keywords: Ibiza-taxi, tourism mobility

Rebut: 2020/08/03
Revisat: 2020/08/09
Rebut: 2020/08/13
Acceptat: 2020/08/18

Introducció

En aquest treball considerarem quina és la situació al taxi a Eivissa. Servirà d'ajuda per a conèixer quina és la situació d'aquest servei públic de transport a l'illa d'Eivissa. Es tracta d'un tema de gran interès, ja que el taxi és un dels sectors que comporta una de les principals infraestructures pel turisme. Aquest sector té una de les majors càrregues de transport de viatgers a l'illa d'Eivissa i, per tant, és un dels pals de paller en l'economia turística.

Principalment Tractarem quina ha sigut l'evolució d'aquest sector en els darrers anys, de quina és la problemàtica que es pateix avui dia, de quins són els avantatges i desavantatges d'aquest mitjà sobre altres i quins són els problemes que ha d'afrontar avui dia. Per fer això analitzarem la situació legal, la situació política i la situació econòmica del sector del taxi. També valdrà la pena analitzar els darrers conflictes del sector i com aquests han influït o no al sector a l'illa.

D'altra banda, analitzarem quina és la perspectiva i l'impacte polític que té aquest sector en l'economia illenca. Per això farem servir els instruments d'anàlisi que tinguem al nostre abast per comprendre quines són les característiques econòmiques, quin és l'impacte i quin el mode de treball dins del sector del taxi. Per això farem servir testimonis que puguem trobar dins del sector i articles de premsa.

Per analitzar això, farem servir una metodologia més que res bibliogràfica però també recorrerem, dins del possible, a fonts de primera mà com la legislació vigent en la matèria o articles de premsa. Per fer això redactarem una justificació del tema, uns objectius, una metodologia, parlarem dels precedents legals i històrics, analitzarem la perspectiva econòmica del taxi, la perspectiva social i quin futur pot tenir aquest sector de l'economia. Es tracta, per tant, d'una anàlisi profunda i sistemàtica d'un sector clau per a Eivissa.

Objectius

Hem triat aquest tema per estudiar-lo perquè no només és un dels sectors claus del turisme de l'illa d'Eivissa, també es tracta d'un dels sectors professionals més dinàmics i amb més conflictivitat política a causa dels seus canvis recents. És per això que estudiant aquest tema podem veure una doble fotografia: per una banda una fotografia del sector del transport a l'illa d'Eivissa i per una altra banda podem parlar del sector del taxi en l'àmbit nacional.

Per fer aquest treball partim d'una hipòtesi principal: Té el sector del taxi a l'illa d'Eivissa unes característiques que el fan diferent del de la resta de l'Estat Espanyol? És una pregunta que té com a objectiu dibuixar un futur per aquest complex sector que està tan afectat per l'estacionalitat pròpia del turisme illenc.

També, per últim, es tracta d'un debat important en l'àmbit públic i legislatiu. Aquest debat és el que tractarem en darrer lloc. El sector del taxi a Eivissa -com veurem en el context legal i històric- ha patit en els darrers anys una sèrie de transformacions i conflictes que l'han afectat sobretot a l'àmbit estatal però que també s'han fet sentir a l'àmbit insular; a més de certs conflictes locals deguts a dinàmiques pròpies del sector.

En general, farem una anàlisi legal, polític, històric i econòmic sobre el sector del taxi, sempre en la mesura que ens ho permetin les fonts que tinguem a l'abast. També intentarem fer servir el nombre més gran de fonts de la premsa, testimonis escrits i intentarem donar a conèixer com afecten els diferents esdeveniments i fenòmens econòmics al sector, tasca complexa però de gran importància per al turisme en la illa. Amb aquesta radiografia intentarem desmentir o afirmar la nostra hipòtesi.

Metodologia

Els objectius que volem assolir són: caracteritzar el sector del taxi a l'illa, conèixer les seves característiques a l'àmbit local, comprendre quina és la relació d'aquest a escala nacional i també dibuixar el seu futur; a més de fer una anàlisi política sobre les principals característiques del sector i com aquest pot evolucionar en un futur pròxim.

Per assolir l'objectiu de caracteritzar el sector del taxi farem ús de la premsa, la legislació vigent, com

ha fet canviar aquesta els diferents models de taxi que han existit a Espanya i quin és l'actual estat de la qüestió. Per una altra banda, farem servir tots els testimonis a la premsa que puguem i altres tipus de documents que ens puguin ajudar a saber quin és l'estat exacte en l'actualitat del sector del taxi.

A més d'això, haurem de comparar la situació, en la mesura del possible, amb la resta de casos de l'estat. Està clar que amb els recents conflictes que hi ha hagut al sector del taxi és fàcil poder dibuixar un panorama una mica més aclaridor de la situació a la Península o a Mallorca de la que haguéssim pogut fer anys enrere. Per això consultarem treballs acadèmics, articles de la premsa i altres fonts que estiguin al nostre abast.

Per últim, una altra font primària de gran interès podrien ser els diferents programes dels partits polítics per poder saber quina és la proposta (o la manca de propostes) dels partits polítics insulars respecte al sector del taxi. També podrem revisar quina ha set l'actuació dels diferents partits polítics tan nacionals, autonòmics o locals respecte al sector del taxi.

En suma, es vol dibuixar una imatge el més fidedigna possible emprant diversos tipus de fonts que dividirem entre estructurals: principalment la normativa respecte al sector i conjunturals: testimonis de la premsa, articles acadèmics, testimonis dels polítics o programes de partits. Amb tot això volen confirmar o rebutjar la nostra hipòtesi i, a més, intentar dibuixar un programa de present, passat i futur per al taxi de l'illa.

Precedents legals i històrics

Per poder parlar del sector del taxi a l'illa d'Eivissa hem de considerar, en primer lloc, la història del taxi a l'estat Espanyol, la història de l'economia eivissenca al segle XX i la situació i l'evolució legal de la normativa que regula el sector. Per això farem una anàlisi concisa de cada un dels punts que esmentats.

En primer lloc, hem de caracteritzar l'illa d'Eivissa i el seu sector del Taxi. Eivissa és una illa de 142.000 habitants dividida en 5 municipis: Eivissa (49.727 h.), Santa Eulària (36.457 h.), Sant Josep (26.496 h.), Sant Antoni (25.779 h.) i Sant Joan (6.200 h.)¹. Eivissa és una illa prou densament poblada (la més densa de les Illes Balears) que

pateix una gran macrocefàlia amb la seva capital, Eivissa, que, a més, té al seu voltant una àrea urbana formada per altres poblacions pertanyents a Santa Eulària i Sant Josep.

En segon lloc, paga la pena detenir-se a parlar del sector del taxi a Espanya i de la seva història de manera breu. El servei del taxi ha existit a Espanya des de fa segles, taxis empesos per cavalls abans del segle XX o vehicles de gasogen durant la postguerra han recorregut els carrers de l'Estat, malgrat això, anar a referències tan antigues no ens servirà per a l'autèntic objectiu del nostre treball. Durant el règim franquista, amb la seva feblesa institucional, el taxi municipal no estava regulat d'una manera ferma. No va ser fins a 1964 que es va aprovar un reglament El Reglamento Nacional de Los Servicios Urbanos de Transportes en Automóviles Ligeros², el primer veritable intent d'institucionalitzar i regular el sector a l'Estat Espanyol.

En aquest reglament no es parla de cap tipus de precedent normatiu deixant aquesta normativa, probablement, als municipis. Malgrat tot, ja trobem unes quantes distincions interessants. En primer lloc, distingeix els vehicles lleugers de transport urbà en tres tipus: autotaxi, autoturisme, serveis especials i d'abonament i vehicles sense conductor; es a dir, taxis amb taxímetre, taxis amb tarifes, vehicle de transport amb conductor (les actuals VTC) i vehicles de lloguer, aleshores regulats per aquest mateix reglament.

Un altra tema interessant i que més endavant canviarà és el sistema de concessions de llicències. En l'article 16 s'estipula que malgrat no existir una limitació real de les llicències, aquestes concessions havien de respondre a una necessitat del municipi i uns canvis en la ciutat que donessin justificació a la concessió, a més de requerir informes del sindicat vertical. Per altra banda, no es deixa clar quin és el criteri de concessió als nous taxistes més enllà que han de ser naturals del municipi o haver viscut en ell durant més d'un any. Diu que una de cada tres llicències, almenys, han d'anar als conductors assalariats que hagin treballat en la indústria i hagin mostrat una bona conducta.

Els anys seixanta, sense dubte, varen ser uns d'institucionalització del franquisme i reforçament de l'estat, però per entendre el que va passar al taxi en el seu moment, s'han d'entendre les grans reformes democràtiques que varen esdevenir després de la caiguda del règim. Entre aquestes

reformes es va dur a terme el nou reglament del taxi l'any 1979³. El que fa aquest reglament, en la seva disposició derogatòria segona, és separar la regulació dels vehicles de lloguer amb conductor de la dels taxis. Aquest reglament, per primera vegada, només regula els vehicles de lloguer amb conductor.

Un altre dels canvis importants afecta a la concessió de llicències. Es fa referència, una altra vegada, als treballadors assalariats del taxi, però també a què es podran obtenir mitjançant concurs si l'ajuntament així ho determina. Es mantenen els mateixos requisits d'atorgament, segons determini el municipi si existeix aquesta necessitat. En darrer lloc, es determina la creació de llicències estacionals per fires, mercats o altres esdeveniments. Aquest és un element que més endavant desenvoluparem, ja que és clau en la situació del sector del taxi a Eivissa.

Per últim, hem de parlar de la normativa autonòmica perquè presenta unes quantes innovacions comparada amb la resta de l'Estat. L'any 2014 es va aprovar la nova Llei de Transports⁴. Fins aleshores el taxi només s'havia regit per la Lley 16/1987 de Ordenación de los transportes terrestres, que és una normativa d'àmbit nacional. En aquesta llei s'innova respecte a l'anterior en un nombre d'aspectes molt importants. En primer lloc es regulen les llicències estacionals, una cosa que fins llavors es regulava de manera molt laxa en el reglament de 1979 i, en segon lloc, s'introdueix una novetat que dona una característica particular a la flota de taxis d'Eivissa: es tracta del paper dels autònoms familiars. A més, aquesta llei suposa un desenvolupament de les competències que l'estatut de 2007 dona a les Illes Balears.

Els autònoms familiars, a l'anterior llei de transports, estaven exclosos de l'antiguitat necessària per ser propietaris de llicències, això ha canviat i ara l'antiguitat és indistingible si ets assalariat per compte d'altri o si ets autònom familiar. De la mateixa manera, aquesta antiguitat no es tindrà en compte per a les llicències estacionals (que segons la llei han de ser donades preferentment als propietaris de llicències). Això ens portarà al fet que persones que han treballat amb la llicència d'un pare o mare puguin acabar acumulant 2 o 3 llicències per herència, estacionals i per dret propi, una cosa que en la normativa feta

des dels anys seixanta s'intentava evitar.

Hem esmentat que a Espanya es va regular el sector dels VTC des de l'any 1964. Normalment es reservava per a vehicles de luxe, però darrerament s'ha estès la seva presència a les nostres ciutats. El sector dels VTC, a diferència del taxi, és un servei que requereix de reservar per part del client amb certa antelació i que no està regulat pels ajuntaments, sinó per les comunitats autònomes. Aquest sector havia rebut molt poca atenció fins a la dècada dels 2010, però el fenomen de l'anomenada economia compartida ho ha transformat. Algunes plataformes com *Uber* i *Cabify*, que al principi oferien un servei irregular⁵ però que finalment els tribunals europeus han regularitzat com a VTC⁶, són ara molt conegudes per l'opinió pública i com els altres serveis hauran d'adaptar-se progressivament a la legislació espanyola.

Per últim, des d'Europa s'ha dut a terme una valoració del sector del taxi regulada i monopolitzada a l'estil de l'espanyola. Tot i que coneixem les opinions divergents que ha donat la Comissió Nacional dels Mercats i la Competència (CNMC). El context es completa amb les conseqüències que varen tenir les mobilitzacions de 2018⁷ al sector, que influïren en la publicació d'un nou reial decret que regulava els VTC i que ha sigut fortament criticat per la CNMC, dient que perjudicarà els usuaris finals⁸.

Resumint, tenim un sector del taxi a les Balears bastant repartit entre propietaris, però amb la potencial existència de famílies que acumulen llicències, amb un fort pes en el sector dels transports a causa de la gran participació del turisme en el PIB autonòmic i amb una forta estacionalització que ha portat a regular les llicències estacionals, un fenomen únic a l'estat. A més, tenim un conflicte amb les VTC difícil de gestionar a escala estatal.

El *Boom* del turisme

Després d'analitzar els precedents legals que han afectat al taxi, hem de considerar l'origen de tot, de perquè el taxi és un sector tan important, i de la seva dependència del turisme. Per això s'ha d'explicar el procés econòmic, social i ecològic que va suposar el boom del turisme. Aquest comença a

desenvolupar-se a partir dels anys 1950 i acaba d'arrencar als 1960, amb l'obertura de l'aeroport. Després de la destrucció i l'endarreriment que varen suposar la guerra i els primers anys de la dictadura del general Franco.

En els anys '50, per tant, trobem a una illa que encara pateix les conseqüències de la postguerra amb una estructura econòmica pròpia d'un territori perifèric de la Mediterrània, a la qual cosa cal afegir el factor d'insularitat que dificultava en gran mesura les comunicacions. La manca de desenvolupament a Eivissa, la pobresa de les infraestructures i la manca de connexions aèries van retardar el seu desenvolupament turístic en comparació amb el de la veïna Mallorca. No obstant això, al llarg dels anys '50, '60 i '70 de segle XX a Eivissa el desenvolupament del turisme es donaria d'una manera molt substancial, el canvi de política econòmica de règim franquista, la situació econòmica internacional, la pujada del nivell de vida de la classe obrera a Europa i la millora en els transports van posar els fonaments per a aquest boom.

El context de l'economia a Espanya, i d'Eivissa, en els anys '40 i '50 era desastrós. La II Guerra Mundial va donar pas a l'aïllament internacional que va acabar, simbòlicament, el 1955 amb l'entrada d'Espanya a l'ONU. No obstant això, des de 1948, quan França va tornar a obrir la frontera amb Espanya ja s'havien establert relacions amb les potències occidentals. Tot i això, la desastrosa política econòmica del franquisme va impedir que la situació millorés, va haver d'esperar a 1957 i 1959, 20 anys després de la fi de la guerra, per notar canvis substancials. El 1957 es va reformar tot el govern espanyol deixant enrere a militars i falangistes per donar pas a un govern format per buròcrates que havien estudiat a l'estranger. El 1959, el Plan Nacional de Estabilización Económica va posar els fonaments per l'explosió del turisme, concretament la convertibilitat de la pesseta i la devaluació d'aquesta respecte al dòlar nord-americà a un preu que s'aproximés més al del mercat real (va passar d'1 dòlar 42 pessetes a 1 dòlar 60 pessetes)⁹. Això, sumat a la possibilitat que empreses estrangeres poguessin participar amb la seva capital a Espanya va obrir la porta a noves iniciatives empresarials turístiques¹⁰.

També els factors internacionals van jugar un paper important. La conferència de Chicago de

1944 va donar als vols xàrter un estatus especial perquè aquests poguessin recórrer l'espai aeri dels diferents països amb moltes menys restriccions que els vols regulars, sense haver de demanar permisos previs, reduint costos i tràmits. El xàrter va permetre la creació dels paquets turístics que inclouen vol, transport per terra, allotjament i altres comoditats a un preu assequible per a persones de la classe obrera¹¹.

Com en tot el desenvolupament econòmic que s'ha tractat al llarg d'aquest document, Mallorca va dur la davantera en el desenvolupament turístic i econòmic. A Mallorca ja des dels anys '40 '50, fins i tot abans de l'obertura econòmica, els turistes havien tornat l'Illa. Les infraestructures hoteleres s'havien tornat a recuperar. En el cas d'Eivissa, en molta menor mesura, el desenvolupament turístic es va donar al llarg dels '50. En els '40 va haver-hi alguna fita com la reobertura el 1946 del Gran Hotel i la construcció al llarg dels '50 de nous petits establiments hotelers. A causa de la política monetària del franquisme, equipar aquests nous hotels tenia un cost prohibitiu. Per tant, els nous hotels eren petits allotjaments semblants als dels anys 30 i no a l'altura del turisme de masses que s'acostava¹².

Les infraestructures van ser les que van impedir que l'economia es desenvolupés de manera adequada. Fins 1958 Eivissa no estava connectada mitjançant el món exterior amb el tràfic aeri. Aquest any el panorama va canviar i l'illa va passar a estar connectada, sense duanes i amb una petita pista de terra, sense dipòsits per a combustible ni serveis propis d'un aeroport modern, tot i així, era la primera vegada que l'illa estava connectada per tràfic civil.

Tots els vols havien de passar per Palma, tant a carregar carburant com al fet que els passatgers estrangers fessin els tràmits duaners. Aquestes dificultats no es van resoldre fins a mitjans dels anys '60 quan el port d'Eivissa es va adaptar per a vaixells de carburant i quan es va obrir la duana de l'aeroport. L'esforç per a la construcció d'aquesta infraestructura va ser duta a terme, en gran part, amb la suor i els diners de moltes eivissenques i eivissencs¹³.

A més, l'any 1958 va veure l'inclusió d'un altre element fonamental per al turisme i el desenvolupament econòmic. La inauguració de la central elèctrica de GESA (Gas i Electricitat SA,

companyia arrendatària del monopoli energètic a les Balears i, per tant, al Instituto Nacional de Industria - INI) que a més va comptar amb la visita de el president del consorci Industrial públic, l'INI¹⁴.

En aquesta activitat va tenir un paper important l'organització Fomento del Turismo. Aquesta organització va portar el nom d'Eivissa a Madrid i Palma de Mallorca a través de fires, cavalcades i diversos esdeveniments que tenien com a objectiu posar el nom d'Eivissa al mapa com a destinació turística. Aquest esforç no és menyspreable, ja que sense una adequada campanya de promoció és difícil concebre el boom del turisme a Eivissa.

Les transformacions econòmiques van ser les més clares i, amb tota probabilitat, les més estudiades d'aquest fenomen que comentem. L'economia eivissenca l'hem caracteritzat de manera extensiva en anteriors apartats. Es tractava d'una economia centrada en l'agricultura, fins a cert punt comercial, i en gran part encara subsistència. Les úniques activitats econòmiques modernes eren una primitiva indústria i una incipient activitat turística.

Això va canviar en gran mesura amb el turisme, el turisme va passar a ser la principal activitat econòmica de la illa amb unes característiques molt peculiars. El turisme a l'illa d'Eivissa sempre ha tingut un caràcter profundament estacional, és a dir, es tracta d'una activitat que només es dona en els mesos de més calor, quan el clima realment és benigne. Els mesos d'hivern es dediquen a la preparació de la temporada, reparació i reforma dels hotels i als altres activitats semblants (construcció, reforma, reparació, etc.). Això va comportar que el sector de la construcció patís un boom paral·lel a al sector del turisme. El sector de la construcció va passar a ser una de les principals activitats de l'illa.

Una cosa bastant característica, segurament a causa del seu nul nivell de desenvolupament, la manca de serveis financers i de mercat immobiliari, va ser que els majoristes de viatges (*touoperators*) no van entrar directament amb capital a construir els hotels sinó que van arribar a diferents acords amb els propietaris dels terrenys per construir els establiments turístics. En molts casos el que passava era que aquestes empreses, a canvi d'explotar l'hotel durant una quantitat determinada d'anys, avançaren el capital per a

construir-lo. La situació va fer que molts propietaris de terres marginals passassin a tenir una suma important de diners i un capital inicial que mai no haurien imaginat.

En resum, es va tractar d'un procés que va transformar l'illa de manera definitiva, donant lloc a una sèrie d'infraestructures i de capacitats econòmiques que mai abans s'havien vist a l'illa i que, realment, eren impensables abans del boom. A partir dels anys '60 i '70 l'agricultura cauria en una total decadència, les poques manufactures que quedaven s'arruïnarien del tot i la construcció i el turisme passarien a ser les principals activitats econòmiques. Algunes manufactures de productes d'alt valor afegit com la moda eivissenca ad lib, licors i altres productes tradicionals, així com l'agricultura de proximitat, sobreviurien com activitats¹⁵.

Abans del boom la població d'Eivissa era eminentment dispersa. Les persones vivien en cases al camp eivissenc. L'única població concentrada era la d'Eivissa ciutat. La resta de parròquies o pobles eren simplement una església, de vegades un altre servei com un bar o un club, poques vegades alguna casa i la resta d'habitants vivien en les seves propietats agrícoles, al camp. Aquesta forma de població és coneguda des de temps molt antics.

D'altra banda, l'arribada de migrants d'altres llocs de l'estat espanyol i d'estrangers va fer que la població eivissenca passés d'estar formada el 1965 per un 83% de nadius, a només un 67,5% el 1975. Una baixada de 15 punts percentuals en deu anys que demostra l'enorme pes que va tenir la migració en aquest període, dels quals migrants la majoria procedien de la resta de l'Estat Espanyol i només una petita part procedien de l'estranger¹⁶.

En els censos de 1960¹⁷ y 1970¹⁸ trobam la següent evolució de la població de fet a Eivissa:

Any	Eivissa	Santa Eulària	Sant Antoni	Sant Josep	Sant Joan	Total illa
1960	11.259	7.395	5.635	5.976	5.137	34.695
1970	16.943	9.299	9.537	5.884	3.412	45.014
Diferència %	50,48	25,75	69,25	1,54	-33,58	29,74

Com podem veure, l'increment demogràfic no va ser uniforme al territori el que demostra que el desenvolupament del turisme tampoc ho va ser. Al municipi més septentrional (Sant Joan) trobem un

creixement negatiu de població. Es tracta del municipi on la indústria turística s'ha desenvolupat menys, on el paisatge agrari s'ha conservador relativament i, per tant, el que no va patir un increment de població sinó que els seus propis habitants es van anar als municipis que van tenir un important desenvolupament econòmic com Eivissa, Santa Eulària o Sant Antoni.

D'altra banda, és de destacar com la classe obrera va començar a tenir un pes relatiu molt més gran que la pagesia entre 1965 i 1975, passant de ser el sector primari gairebé la meitat de la població activa a ser poc més d'un octau¹⁹. Això va ser una cosa sense precedents en tota la història eivissenca, quan la societat va passar a ser d'eminència agrària a eminentment terciària, tendència que continua fins avui. Això, a més, va endegar un procés de terciarització en el qual entraria el sector de taxi.

En general, les transformacions van ser de gran importància ja que l'illa d'Eivissa va passar de 34.502 habitants el 1960 a 50.499 habitants el 1975 (enfront dels 149.000 habitants actuals)²⁰ això és un creixement enorme en un territori molt petit. Aquest creixement va ser sense ordre i amb unes infraestructures essencials construïdes, en molts casos, després de la construcció dels habitatges.

En general trobem un enorme procés transformador a molts nivells. Aquest procés, el del boom del turisme, va portar a terme tot un nou sector econòmic relacionat amb els allotjaments, l'oci i, òbviament, el transport. En el següent capítol desenvoluparem la situació present del sector del taxi, el qual en aquesta època va avançar amb la resta de la societat i de la economia eivissenca.

Situació del taxi a Eivissa: Evolució i estat actual

Parlar del taxi a Eivissa és parlar de dues coses: mobilitat i turisme. Per analitzar quin és el paper d'aquest sector és necessari conèixer quines són les característiques econòmiques d'Eivissa i com és la mobilitat (pública i privada) a l'illa, a més d'intentar caracteritzar el sector turístic en relació a les condicions geogràfiques de l'illa. També buscarem caracteritzar els serveis segons municipi,

segons zones d'alta densitat turística i amb les principals vies.

L'illa d'Eivissa té una estructura de carreteres radials, des de la Ciutat d'Eivissa fins a la resta de pobles que uneixen l'illa. A més, existeixen altres vies de menor importància que uneixen les altres poblacions, de manera que les vies queden jerarquitzades entre les que uneixen les capitals amb altres municipis i les que uneixen altres municipis i poblacions entre si. D'aquesta manera, podem distingir tres tipus de vies principals, per una banda les vies desdoblades com són els dos cinturons de circumval·lació de la ciutat d'Eivissa, la carretera Eivissa-Aeroport i la carretera Sant Antoni Aeroport, per altra banda tenim vies àmplies de dos carrils com les que uneixen Sant Josep i Eivissa o Santa Eulària i Eivissa i, finalment, vies de dos carrils sense ampliar com la que uneix Portinatx amb Eivissa.

En primer lloc, per parlar de la mobilitat a Eivissa s'ha de considerar la importància del vehicle privat. Eivissa només compta amb un servei d'autobús que, de forma radial, dóna serveis des de la ciutat d'Eivissa fins a la resta de municipis. Aquest servei no és d'ús general i majoritàriament es fa servir per persones que, per una raó o altra, no poden disposar d'un vehicle privat. Aquest servei, com la resta de coses de l'economia Eivissenca és fortament estacional, donant servei principalment a l'estiu on moltes línies tornen a funcionar i on les que funcionen tot l'any donen més servei. Aquest servei, a més dóna un tipus de transport especial anomenat Discobus els mesos d'estiu, la resta de l'any és diürn.

Tot el que no està cobert per aquest servei els mesos d'hivern i estiu el cobreix, per tant, el vehicle privat. Balears és una de les regions d'Europa amb una major taxa de motorització. Només a Eivissa hi ha més de 150.000 vehicles de tot tipus, una taxa que ens dóna una mica més d'un vehicle per habitant, i això es reflecteix en un ús enorme del cotxe privat²¹. Aquest ús del cotxe privat també es reflexa en el transport dels turistes. Una de les principals indústries del turisme a Eivissa és el dels cotxes de lloguer.

Els cotxes de lloguer se situen a prop dels 20.000 vehicles, segons dades de la mateixa patronal del sector²². És un dels factors que fa augmentar el nombre de vehicles que hi ha a l'illa. Per tant, també es tracta d'un dels principals factors de

mobilitat dels turistes, de fet, el principal, ja que a l'estiu els taxis gairebé no arriben als 1000 vehicles, com veurem a continuació.

Eivissa, com hem esmentat abans, està dividida en 5 municipis. La mateixa divisió que correspon als taxis malgrat que, com explicarem, per mor de l'ordre de càrrega conjunta insular poden treballar a tota l'illa. Analitzarem el servei del taxi a tots els municipis, de major a menor població: Eivissa, Santa Eulària, Sant Josep, Sant Antoni i Sant Joan.

En el cas de l'illa d'Eivissa, hem de comentar que una de les principals característiques són els plans d'estacionals. Els plans de taxis estacionals són una eina que han fet servir les administracions locals des de l'any 2006 per a donar sortida a la situació de demanda extra que es dona a l'estiu. De l'any 2006 a l'any 2012 aquestes llicències eren donades pel Consell Insular, del 2012 al present han sigut donades pels ajuntaments, degut a la regulació que es va donar en el Decret 1/2012 de 10 de febrer, i posteriorment en la llei de transports de 2014. El desplegament de plans de taxis estacionals ha anat augmentant de manera progressiva en els darrers anys per a, en alguns casos, superar la flota existent de taxis fixos, com veiem en la següent taula.

	2006-2007	2008-2009	2010-2011	2012-2013	2014-2015	2016-2017	2018-2019
Eivissa	53	87	96	74	120	139	147
Santa Eulària				28	28	58	58
Sant Josep				70	70	104	127
Sant Antoni				60	70	94	94
Sant Joan				6	7	8	11

Nota: les xifres del 2006 al 2011 són per al conjunt de l'illa d'Eivissa. Des de l'any 2012 corresponen als diferents municipis

En aquesta taula es pot veure com el nombre de taxis ha anat creixent degut en gran part a l'augment que ha tingut el turisme aquestes darreres temporades estivals²³. Això ha provocat una demanda major de taxis que ha provocat que els estacionals pugin. Per una altra banda, sempre ha existit un enorme conflicte en el ràtio que han de tenir els taxistes assalariats i els taxistes propietaris d'aquests taxis estacionals.

Aquest conflicte es va donar per primera vegada amb el pla del consell de 2008. Llavors s'atorgaren les llicències estacionals en un 50% als assalariats i en un 50% als propietaris, cosa que va desembocar en un tancament patronal per part dels propietaris del taxi i en diverses protestes enfront del Consell Insular, a més de recursos judicials que va guanyar

el Consell²⁴. Amb els nous plans municipals, que varen coincidir amb un canvi de govern amb el qual tots els ajuntaments de l'illa varen caure en mans de la dreta, es varen donar, de manera majoritària les llicències als propietaris.

El segon conflicte, arribà a l'any 2016 amb el nou pla municipal de taxis estacionals que va tornar a augmentar el percentatge d'aquests tipus de taxis a disposició dels assalariats. Això va porta una altra sèrie de protestes per part de la patronal i a un altre tancament patronal -com l'anterior, en temporada baixa. A més, aquest conflicte va tenir una característica especial perquè ja estava vigent la llei de Transports de les Illes Balears de 2014. Com hem esmentat aquesta llei deia que les llicències estacionals s'havien de concedir de manera preferent als propietaris. Com es va donar un percentatge preestablert als assalariats, els propietaris varen recórrer als jutjats demanant -per alguna raó difícil de comprendre- la suspensió cautelar dels plans. Finalment, no es varen suspendre els plans i els jutjats varen donar la raó a l'administració²⁵.

Això obre la interpretació de què l'augment de taxis estacionals, a més de cobrir una necessitat generada pel turisme, pugui tenir també motivacions polítiques les quals tracten de satisfer ambdós col·lectius enfrontats, assalariats i propietaris. Però mentre el turisme augmenti pens que es podrà seguir duent a terme aquesta política.

D'altra banda, tenim una política estacional per combatre l'excés de taxis a l'hivern. Es tracta d'un calendari de dies lliures que els ajuntaments van aprovant i que serveix perquè els taxis facin torns i hi hagi serveis suficients per a tothom els mesos d'hivern. Per això, podem dir que el taxi a Eivissa està caracteritzat per una forta estacionalitat a la qual les institucions hi han sabut donar resposta.

En el cas del municipi d'Eivissa, el més habitat de tots, compta amb la flota més gran de taxis. El municipi d'Eivissa compta amb 146 taxis fixos. Aquest número va ser augmentant recentment (2020) amb l'addició de 12 llicències fixes. A més, Eivissa no és només el municipi amb major número de taxi en xifres absolutes sinó que també ho és en xifres relatives. Té una ràtio per cada 1000 habitants i 100 places hoteleres -el que marca el decret nacional, malgrat que a Balears no tingui vigència- superior a la de la resta de municipis²⁶, tenint en compte que Eivissa és la capital de l'illa,

seu del govern insular i d'altres serveis, és prou comprensible.

Per la seva banda, Santa Eulària compta amb una flota de 58 taxis. La segona flota més petita, malgrat ser el segon municipi en habitants. Això es deu tant a la distribució demogràfica del municipi com a l'impacte que té el turisme en aquest. Gran part de la població de Santa Eulària viu en Jesús i Puig d'en Valls, dues poblacions més properes a Vila que a la mateixa Santa Eulària, i per una altra banda el turisme no té un gran impacte més enllà de la zona marítima de Santa Eulària i la zona propera de Cala Llonga, Siesta o Es Canar. A més, tampoc compta amb cap gran centre de serveis.

Sant Josep, en canvi, compta amb 96 taxis. Es tracta de la segona major flota de taxis d'Eivissa. Aquest gran nombre es degut tant a l'enorme impacte que té el turisme en la zona, per la disponibilitat d'una gran quantitat de platges com Cala d'Hort o Cala Vedella, com per la ubicació de l'Aeroport, la infraestructura de transport més important de l'illa i que més viatgers i necessitats de mobilitat aporta.

Sant Antoni compta amb 84 taxis, es tracta de la tercera flota de l'illa. Aquest municipi té una població menor que Santa Eulària i Sant Josep, però amb una gran activitat turística. El poble de Sant Antoni i la zona de la Badia tenen un gran moviment, a més de comptar amb importants clubs com Amnesia, Privilege, Pikes o Ibiza Rock i la zona d'oci del *West End*. Això fa que Sant Antoni sigui una de les zones més dinàmiques a les nits i amb més aflluència i demanda de taxis.

Finalment, tenim l'únic municipi eminentment rural d'Eivissa, Sant Joan. Aquest només compta amb 17 taxis tot l'any, es tracta d'un municipi amb població molt dispersa, escassa activitat turística, amb excepció del Port de Sant Miquel o Portinatx, a més d'unes platges icòniques com Benirràs. A més, la seva oferta d'oci o hotels no és gens destacable, més enllà d'algunes festes populars freqüentades sobretot per població local.

Un cop hem descrit el sector del taxi, ens quedaria parlar de tres dels principals conflictes que es viuen avui dia al sector, com podem comprovar revisant la premsa i diferents declaracions dels afectats. Es tracta del servei de GPS (antiga ràdio), l'àrea de prestació conjunta -on també explicarem el sistema de càrrega insular- i la pirateria, un fenomen en el qual Eivissa va ser

pionera i té unes característiques concretes que el diferencien.

Respecte al conflicte del GPS. Es tracta d'un conflicte de llarga durada que va començar quan a l'any 2012 es va substituir el tradicional sistema de ràdio per un de localització mitjançant GPS. L'única institució que va regular aquest servei va ser l'Ajuntament d'Eivissa. Seguidament, es va aconseguir amb moltes dificultats que s'aprovés un reglament de GPS per Eivissa. Aquest servei municipal es va adjudicar a l'Associació de Taxistes Autònoms d'Eivissa (la patronal majoritària). Així i tot, la patronal no té el monopoli i qualsevol altra associació del taxi que ho desitgi pot establir un servei de GPS a la ciutat.

A la resta de l'illa aquest servei de GPS no està regulat, malgrat això la resta de municipis es varen adherir el 2016. Fins aleshores, els municipis de Sant Joan i Santa Eulària feien el seu propi GPS, al qual s'adherí també la Union Pitiusa del Taxi, una associació minoritària de Vila, formada per tres o quatre taxistes. Això no va acabar amb els conflictes, sino que en va iniciar de nous.

A l'estiu del 2014, l'ajuntament va tancar aquest servei perquè considerava que el gestor d'aquest estava incomplint el reglament, una vegada van complir, es va tornar a obrir²⁷. Amb el canvi de govern progressista els conflictes varen continuar. L'Associació de Taxistes Autònoms tenia en projecte traspasar la gestió del GPS a la Federació Insular de Taxistes de l'Illa d'Eivissa (FITIE). Això va portar a un llarg conflicte que va acabar el maig del 2019, l'últim dia abans de les eleccions municipals, amb la signatura del conveni per part de la FITIE.

D'altra banda, la unitat al taxi ja estava trencada. En els anys previs a la signatura del conveni el servei va deixar de funcionar de forma oficial a la Ciutat d'Eivissa. Això va portar al fet que molts taxistes pel seu propi compte possessin en marxa serveis com Nitax o NTaxi que van destruir la unitat del sector. A més, durant l'any 2017 va haver-hi un intent de fer un GPS únic que va acabar en un fracàs total i només va ser aprovat pel municipi de Sant Joan.

El conflicte del GPS continua a Eivissa, amb enfrontaments constants entre l'ajuntament i la FITIE. Així i tot l'ordre de càrrega insular i la possibilitat d'una àrea de prestació conjunta han generat, més recentment, un nou conflicte afegit. L'ajuntament, fent seves les tesis d'Elite Taxi, una

altra associació que existeix estatalment però que compta amb pocs membres a l'illa, ha prohibit la càrrega de vehicles d'altres municipis mitjançant el servei de GPS a l'espai municipal de Vila²⁸.

Primer de tot, fa falta explicar quin és el model de càrrega que existeix a Eivissa. A Espanya trobem dos models. D'una banda, estan les prestacions conjuntes que existeixen a Madrid o Barcelona, on diversos municipis, sota una autoritat metropolitana, arriben a un acord i es comporten com un sol municipi. Això implica: cotxe únic, servei únic i actuar de manera igual per tot el territori de l'àrea de prestació conjunta. L'altre model consisteix a fer que cada municipi gestioni la seva flota de manera autònoma.

El model eivissenc és un terme mitjà entre les dues possibilitats just ara esmentades. Cada municipi gestiona la seva pròpia flota de taxis, però existeix una ordre de càrrega insular gestionada pel Consell Insular que regula com es poden comportar els taxis dels diferents municipis fora del seu terme²⁹. En resum, els taxistes poden descarregar en qualsevol municipi i carregar en parada, sempre que no hi hagi un taxista del municipi en qüestió, i al carrer sempre que estiguin a més de 100 metres de parada i tampoc hi hagi un taxista del municipi proper.

Això ha portat a certa rivalitat en el taxi entre Eivissa i Sant Josep, els dos majors municipis en nombre de taxis, com entre els que tenen molta activitat i els que en tenen poca. Aquest conflicte s'ha escalat quan l'ajuntament d'Eivissa ha prohibit que els taxis d'altres municipis carreguin en el seu municipi mitjançant GPS, al·legant un tracte injust per part dels taxistes de Sant Josep. Mentre això passa, hi ha altres col·lectius com la Unió Pitiusa o l'extint partit local EPIC que demanen la creació d'una zona de prestació conjunta³⁰, per ara sense èxit.

Per últim, hauríem de parlar del conflicte de la pirateria, probablement el més greu del taxi de l'illa. Des de fa 4 o 5 anys existeix un problema de les VTC que actuen com a taxis a molts llocs d'Espanya. A Eivissa, en canvi, des dels inicis de la dècada dels 2000 existeix un problema de persones que de manera autònoma i irregular ofereixen servei de taxi. La principal diferència és que això no es fa des d'una plataforma legal o amb llicències de VTC, es fa de manera totalment irregular i amb cotxes moltes vegades llogats.

S'han desenvolupat diversos plans i iniciatives contra l'intrusisme i la pirateria però tots han fracassat. La darrera legislatura, 2015-2019, el Consell Insular va posar en marxa la mesa contra l'intrusisme en el sector del taxi, que malgrat sancionar la pirateria no va assolir resultats. Això ha creat un gran malestar del sector que fa molts anys es queixa d'un problema que sembla no tenir solució. A més, per mor de la política d'austeritat de les administracions locals amb les anomenades *Lleis Montoro*, sembla que els ajuntaments i consells no podem destinar més recursos a la lluita contra la pirateria.

Malgrat que no existeix una aplicació oficial com podria ser *Uber* o *Cabify*, sí que existeix l'aplicació *Ibeez* que dona servei a aquests taxis pirata a Eivissa. Aquesta app, que funciona com un servei de carpooling és el que connecta a molts usuaris amb els taxis pirata i es pot veure publicitat en forma d'adhesius a l'aeroport o altres zones concorregudes per part dels turistes.

En resum, podem dir que a Eivissa existeix un model de taxi prou particular. Hi ha una gestió de les zona de tipus *mixt* entre àrea de prestació conjunta i un model més tradicional d'explotació. Tot això és el resultat d'una normativa que emana de l'organisme que governa l'illa, el Consell Insular. D'altra banda també tenim els diferents conflictes entorn de la prestació del servei de GPS, que a diferència de la resta d'Espanya, està unificat en gairebé tots els municipis. Per últim, tenim el fenomen de la pirateria, que al contrari que en la resta del país, ha sorgit per una falta d'oferta del taxi oficial, tot i ser molt més cara que els preus dels taxis legals.

Propostes de canvi i millora: diferents perspectives

El panorama administratiu del taxi no és de cap manera senzill. Ha quedat clar, al llarg del treball, que el govern central, el govern autonòmic, el consell insular i els 5 ajuntaments tenen a dir respecte de el sector del taxi. Això ens porta a una situació molt complexa a escala política, on diferents partits i associacions professionals tenen posicions enfrontades que en molts de casos han portat a judicis, protestes o vagues.

Ara, analitzarem quina ha sigut la perspectiva política dels diferents partits (analitzant els seus programes) i com s'ha traduït això en una acció política concreta. Analitzarem els programes d'UP, PP, PSOE i Cs, els quatre partits amb representació al Consell Insular. En el primer cas, el del partit que més vots i representats va treure pel Consell Insular, el PP, no podem analitzar el seu programa perquè no en varen presentar³¹. Dels programes autonòmics o insulars tampoc en podem extreure res perquè no s'esmenta en cap moment la mobilitat o el taxi com un tema central³². Respecte a la seva tasca de govern, per declaracions en la premsa, sembla que es té la idea de continuar amb la lluita contra la pirateria, però han acusat al Govern Balear de no fer prou per aconseguir acabar amb aquesta pràctica³³.

Respecte a Ciutadans, el partit que també governa el Consell Insular i al representant del qual li correspon la cartera de mobilitat, tampoc esmentava res al seu programa³⁴. Quant a la pràctica de govern continua amb la lluita contra la pirateria -tant persistent com inefectiva-, a més de seguir una línia favorable a l'unificació del taxi sota un criteri comú per a tot Eivissa³⁵, amb la possible creació d'un àrea de prestació conjunta.

El PSOE, el partit més gran dels de l'oposició, tampoc esmenta al seu programa res del sector del taxi. En la seva tasca de govern en general han defensat la quota d'assalariats al sector del taxi i han intentat lluitar contra la pirateria. En el cas de la pirateria la línia institucional (siguin quins siguin els partits de govern) és sempre la mateixa, però l'èxit no ha sigut destacable ja que el problema es reproduïx any rere any.

Respecte a Unidas Podemos tampoc esmenta el taxi al seu programa³⁶. Quant a la seva acció de govern destaca la postura de confrontació directa amb la FITIE, cosa que ha generat protestes i conflictes amb aquesta associació³⁷.

El panorama polític en general està més basat en fets que en paraules. És a dir, els partits acostumen a no esmentar o esmentar poc el fet del taxi a l'illa però després és un dels principals temes que ocupen les seves agendes. Aquesta contradicció pot ser resultat de l'escassa popularitat del tema entre la ciutadania i del poc interès o coneixement de les mateixes persones que conformen els partits a més d'altres causes.

Finalment, cal parlar de la situació interna del

taxi, en la qual trobem quatre organitzacions destacades.

En primer lloc la FITIE: es tracta d'una organització patronal del taxi a l'illa d'Eivissa. Té una actitud i un programa principalment corporativistes i conservadors. Es dediquen a la defensa dels interessos dels propietaris del taxi i a la gestió del GPS insular. En aquest sentit solen tenir una postura conservadora respecte a les noves llicències de taxi o respecte a la participació dels assalariats en els taxis estacionals. La FITIE està federada amb la FITIB (homònima a nivell autonòmic), la qual va fer un moviment d'allò més curiós, iniciant una cooperativa d'VTC amb capital dels mateixos taxistes³⁸.

D'altra banda trobem l'organització anomenada Corsaris d'Eivissa que forma part d'Elite Taxi, una federació d'associacions de tot Espanya per defensar els drets del taxi front a les multinacionals de les VTC. Malgrat que el seu objectiu principal i el seu naixement varen ser per a respondre a la pirateria que es dona a Eivissa, també defensen un programa propi allunyat de la línia estatal. En general, defensen la regulació del taxi i tenen conflictes amb els taxistes de la FITIE.

També tenim les organitzacions d'assalariats. Els assalariats del taxi no estan gaire organitzats i no compten amb una forta presència sindical. Malgrat això tenen organitzacions de caràcter corporatiu que defensen els seus interessos. Els assalariats sobretot defensen tenir una quota més important de taxis estacionals i que es disposin noves llicències fixes que, com hem esmentat, els beneficiarien a ells com a nous propietaris.

Per últim hem de parlar de l'Unió Pitiusa. Es tracta d'una organització molt petita, de la qual destaca el seu portaveu. Aquesta organització s'ha caracteritzat per la judicialització del sector del taxi i de gairebé totes les decisions institucionals que s'han pres al seu voltant. També són els que més han optat per l'Àrea de Prestació Conjunta insular.

En resum, hi ha un panorama complex d'associacions les quals tenen interessos enfrontats. El sector del taxi està dividit, en certa manera, al voltant dels problemes clau que hem esmentat: àrea de prestació conjunta, pirateria, llicències estacionals, noves llicències i VTC. La situació no apunta a millores rellevants en un futur immediat i, segurament, les solucions hauran de sorgir de l'acció institucional de totes les

administracions implicades en la gestió del sector.

Investigació posterior

Com hem pogut comprovar al llarg d'aquest treball el tema del taxi a Eivissa és molt complex. Es tracta d'un sector format per centenars de persones, cadascuna amb uns interessos particular. És per aquest motiu que aquest treball ha tingut un abast limitat. Ara s'enumeraran una sèrie de possibles línies per a una posterior investigació sobre el tema.

En primer lloc es podria valorar l'impacte econòmic del sector en l'economia eivissenca i fer un estudi sobre quin seria l'impacte si aquest servei es liberalitzés. És important tenir en compte quin impacte tindria això per a les entitats locals en forma de despeses i d'ingressos, quants diners es quedarien a l'economia local i quants se'n anirien fora amb ambdós models. En aquesta mateixa línia ens agradaria mirar quin és l'impacte turístic que té el taxi a la illa, quants de viatgers mou, quin percentatge són residents locals i quin percentatge són turistes.

En una aproximació de caire més social es poden considerar dues perspectives. D'una banda estaria la perspectiva més històrica. Estudiar el servei del taxi a Eivissa des dels seus inicis, això requeriria estudiar els diferents arxius municipals, de tots els municipis, i parlar amb taxistes jubilats i les persones més veteranes del sector. També seria interessant donar una perspectiva més sociològica i antropològica del sector del taxi avui dia, estudiant comportaments socials i altres aspectes.

La conclusió a la qual es pot arribar és que el sector mostra tres problemes principals (saturació, servei únic i pirateria) que a més estan relacionats. A això se li ha d'afegir la saturació que es pateix en el trànsit de tot Eivissa durant l'estiu. Per això es podrien proposar diferents solucions, difícils d'implementar per com de dividit està el panorama: carrils exclusius de servei públic, taxi únic insular per evitar conflictes entre municipis, augment de la vigilància i persecució de la pirateria, convertir el frau i la pirateria en delictes perquè les autoritats puguin actuar amb més facilitat. Són opcions fàcils de dir, però molt difícils de fer, a causa de la seva complexitat i a què no serien del gust de tot el sector.

Conclusions

D'aquest treball podem extreure diverses conclusions. En primer lloc podem dir que, com plantejàvem a la hipòtesi, existeix un comportament particular del sector del taxi a l'illa d'Eivissa. El sector es caracteritza per: 1) les característiques diferenciades de la pirateria. No es basa en els preus baixos, com a la resta d'Espanya, sinó en què existeix una manca d'oferta de servei legal i algunes persones se n'aprofiten per a oferir un servei irregular. 2) la naturalesa mixta de la seva àrea de servei de prestació conjunta. Es tracta d'un cas únic en el qual diferents taxis de diferents municipis poden operar entre si, però sense tenir drets iguals.

També és interessant comentar altres coses, com el fet que existeix una dissonància entre el plantejament que es fa als partits polítics en el seus programes electorals sobre el sector del taxi i després l'espai que ocupa aquest sector en la premsa i les seves preocupacions. Això també requeriria un plantejament en l'àmbit institucional per poder tenir una autèntica acció política vers aquest sector.

Per últim, podem concloure que el sector del taxi és un sector clau per a l'economia d'Eivissa, un sector clau per a la mobilitat i el turisme. El taxi és responsable de moure a milers de turistes per l'illa i, per tant, un dels sectors clau en el turisme. També es tracta d'un important sector econòmic que sosté a moltes famílies, tant autònoms com assalariats, per tant un important puntal econòmic de l'illa.

Notes

[1] **Intituto Nacional de Estadística**. Recuperat 16 de setembre de 2018 de <https://www.ine.es/jaxiT3/Tabla.htm?t=2910&L=0>

[2] Orden de 4 de noviembre de 1964 por la que se aprueba el Reglamento Nacional de los Servicios Urbanos de Transportes de Automóviles Ligeros.

[3] Real Decreto 763/1979

[4] Llei 4/2014, de 20 de juny, de transports terrestres i mobilitat sostenible de les Illes Balears

[5] Finck, (2018), 1624

[6] Guillén, (2018), 132

[7] Finck, (2018), 130

[8] **Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia**. Recuperat 16 de setembre de 2018 de <https://www.cnmec.es/en/node/373207>

[9] Decreto Ley 10/1959 del 22 de julio (Plan Nacional de Estabilización Económica), Artículos 5 i 6.

[10] Ramón ; Serra (2014), 904.

[11] Loustau (1977), 66-70.

[12] Cirer Costa, (2004), 239.

[13] Cirer Costa, (1998)

[14] Diario de Ibiza 4 de julio de 1958.

[15] Cirer Costa, (1998).

[16] Cirer Costa, (1998), 436-437.

[17] **Censo por municipios Provincia de Baleares 1960**. Recuperat 16 de setembre de 2018 de <https://www.ine.es/inebaseweb/treeNavigation.do?tn=92686&tns=126691#126691>

[18] **Censo Por municipios 1970**. Recuperat 16 de setembre de 2018 de <https://www.ine.es/inebaseweb/treeNavigation.do?tn=92686&tns=126691#126691>

[19] Cirer Costa, (1998), 438.

[20] Cirer Costa, (1998), 441.

[21] **Institut Balear d'Estadística**. Recuperat 16 de setembre de 2018 de https://ibestat.caib.es/ibestat/estadistiques/00ce6b3e-018a-4564-b3a4-cfe49acf9f14/56393b05-5211-448c-ae5b-759a89455798/es/E70044_00004.px

[22] **Periódico de Ibiza. (23 març 2017)**. Recuperat 16 de setembre de 2018 de [\[denuncia-sobran-000-coches-alquiler-ibiza.html\]\(#\)](https://www.periodicodeibiza.es/pitiusas/ibiza/2017/03/23/256572/patronal-rent-car-</p></div><div data-bbox=)

[23] **Institut Balear d'Estadística**. Recuperat 16 de setembre de 2018 de: https://ibestat.caib.es/ibestat/estadistiques/043d7774-cd6c-4363-929a-703aaa0cb9e0/ed5d4d88-cb17-46bd-b7b0-29fbaa5dba19/es/I208002_n101.px

[24] **Diario de Ibiza. (27 setembre 2008)**. Recuperat 16 de setembre de 2018 de <https://www.diariodeibiza.es/pitiuses-balears/2008/09/27/tribunales-dan-razon-consell-primera-sentencia-taxis-estacionales/275589.html>

[25] **Diario de Ibiza**. (15 octubre 2018). Recuperat 16 de setembre de 2018 de <https://www.diariodeibiza.es/pitiuses-balears/2018/10/15/tsjb-avala-asalariados-taxi-obtengan/1021032.html>

[26] Estudio IMAT (2017), 47

[27] **Diario de Ibiza**. (16 setembre 2014). Recuperat 16 de setembre de 2018 de <https://www.diariodeibiza.es/pitiuses-balears/2014/09/16/policia-local-paraliza-servicio-gps-federacion-insular-taxi/719568.html>

[28] **Eivissa.es**. Recuperat 16 de setembre de 2018 de <http://www.eivissa.es/portal/index.php/es/actualidad/noticias/16881-ayuntamiento-eivissa-traslada-parada-taxis-calle-galicia-y-establece-taxistas-municipio-atender-clientes-con-gps>

[29] BOIB 76 § 24276-24280 (2013).

[30] **Diario de Ibiza**. (24 abril 2018). Recuperat el 16 de agosto de 2020 de <https://www.diariodeibiza.es/pitiuses-balears/2019/04/24/epic-propone-area-prestacion-conjunta/1062303.html>

[31] **Diario de Ibiza**. (22 de maig de 2019). Recuperat el 12 de maig de 2020 de <https://www.diariodeibiza.es/elecciones/consell/2019/05/22/pp-sigue-divulgar-programa-consell/1068269.html>

[32] **Hofarembe**. Recuperat el 16 de setembre de 2018 de <https://www.hofarembe.com/pdf/ProgramaElectoralPPBalears26M.pdf>

Hofarembe. Recuperat el 16 de setembre de 2018 de https://www.hofarembe.com/pdf/menorca_ibiza/eivissa_ESP.pdf

Hofarembe. Recuperat el 16 de setembre de 2018 de https://www.hofarembe.com/pdf/menorca_ibiza/sant%20josep%20de%20sa%20talaia_ESP.pdf

Hofarembe. Recuperat el 16 de setembre de 2018 de

https://www.hofarembem.com/pdf/menorca_ibiza/sant%20antoni%20de%20portmany_ESP.pdf

Hofarembem. Recuperat el 16 de setembre de 2018 de https://www.hofarembem.com/pdf/menorca_ibiza/santa%20eul%C3%A0ria%20des%20riu_ESP.pdf

[33] Cadena ser. (5 de novembre de 2019). Recuperat el 8 de juny de 2020 de https://cadenaser.com/emisora/2019/11/05/radio_ibiza/1572950952_803913.html

[34] Balears Ciudadanos. Recuperat el 15 de maig de 2020 de <http://balears.ciudadanos-cs.org/wp-content/uploads/sites/27/2019/05/Programa.Consell.pdf>

[35] Periódico de Ibiza. (23 febrer 2020). Recuperat el 14 d'abril de 2020 de <https://www.periodicodeibiza.es/pitiusas/ibiza/2020/02/23/1143697/javier-torres-parece->

<interesante-idea-crear-taxi-insular-dependa-del-consell.html>
[última consulta 16/09/2018]

[36] Google Drive. Recuperat el 16 de setembre de 2018 de <https://drive.google.com/file/d/10zaVpIvwWO8dRBLBIpCGJTsWCGQNffHn/view>

[37] Periódico de Ibiza. (20 de febrer de 2020). Recuperat el 3 de maig de 2020 de <https://www.periodicodeibiza.es/pitiusas/ibiza/2020/02/20/1143007/asociacion-mayoritaria-del-taxi-vila-planta-aitor-morras-dice-acuerdo-matizable.html>

[38] Diario de Mallorca. (23 de març de 2018). Recuperat el 16 de setembre de 2018 de <https://www.diariodemallorca.es/mallorca/2018/03/23/explotacion-licencias-vtc-fractura-sector/1298253.html>

Bibliografia

Bashir, M. ; Yousaf, A. ; Verma, R. (2016). Disruptive Business Model Innovation: How a Tech Firm is Changing the Traditional Taxi Service Industry. *Indian Journal of Marketing*. April 2016.

Cirer Costa, J.C. (1998). *L'economia d'Eivissa i Formentera en el segle XX (1782-1900)*. Palma de Mallorca : Edicions Documenta Balear.

Cirer Costa, J.C. (2004). *De la fonda a l'hotel. La gènesi d'una economia turística*. Inca: Documenta Balear.

Decret Llei 1/2012, de 10 de febrer de Mesures orientades a la prevenció de l'oferta il·legal en matèria de transports a l'illa d'Eivissa. BOIB 22 § 5 (2012).

Estudio IMAT. (2017). Estudio de las necesidades de licencias municipales de servicio de taxi en la ciudad de Eivissa. Eivissa : Ajuntament d'Eivissa.

Finck, M.(2018). Distinguishing internet platforms from transport services: *Elite Taxi v. Uber Spain*. *Common Market Law Review*, 5, 1619–1639

Guillen, N. A. (2018). El arrendamiento de vehículos con conductor (VTC) y su entramado jurídico: el avance de *Uber*, *Cabify* y la economía colaborativa. *REALA. Nueva Época*, 9, 128-147.

Loustau Ferrán, F. (1977). El transporte aéreo turístico. Los vuelos charter. *Revista de Política Internacional*, 153, 57-75.

Llei 4/2014, de 20 de juny, de transports terrestres i mobilitat sostenible de les Illes Balears. BOIB 88 § 29732-29804 (2014).

Orden de 4 de noviembre de 1964 por la que se aprueba el Reglamento Nacional de los Servicios Urbanos de Transportes de Automóviles Ligeros. BOE 289 § 15922 a 15926 (1964).

Ordre del conseller d'agricultura, medi ambient i territori del 20 de maig de 2013, d'actualització del règim de càrrega i descàrrega i de la tarifa única aplicable als serveis de taxi que es presten a l'àmbit territorial de l'illa d'Eivissa. BOIB 76 § 24276-24280 (2013).

Ramon Cardona, J. ; Serra Cantallops , A. (2014). Historia del turismo en Ibiza: Aplicación del Ciclo de Vida del destino Turístico en un destino maduro del Mediterráneo. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 12(4), 899-913.

Ramon Cardona, J. ; Serra Cantallops, A. (2014). Historia social del desarrollo turístico en Ibiza (décadas de 1960-1970): Análisis desde perspectivas historiográficas. *Investigaciones Turísticas*, 5, 86-109.

Real Decreto 763/1979, de 16 de marzo, por el que se aprueba el Reglamento Nacional de los Servicios Urbanos e Interurbanos de Transportes en Automóviles Ligeros. Ley 16/1987, de 30 de julio, de Ordenación de los transportes terrestres. BOE 89 § 8669 a 8673 (1979).

© Pablo Torres Orvay dels continguts de l'article.

© *Turística, papers de Turisme* de l'edició.

ISSN 2695-5334

Turística, papers de turisme 2020 (2). Miscel·lània
Turismo de lujo en la isla de Ibiza

Bianca Marín Casero

Resumen

Este trabajo analiza el turismo de Ibiza desde los años 60 y como ha ido evolucionando hasta tener la esencia del lujo en su ser; llegando a la conclusión que la isla se ha vendido al mejor postor. Debido a esto, Ibiza soporta unas consecuencias negativas que, de no tener este turismo, no existirían.

Palabras clave: Lujo, paraíso, destrucción, dinero

Abstract

This paper analyses the tourism of Ibiza since the 60's and how it acquired the essence of luxury as core, concluding into the island being sold to the highest bidder. Due to this kind of tourism, Ibiza is bearing all types of negative consequences, that otherwise would not exist.

Keywords: Luxury, paradise, destruction, money

Rebut: 2020/08/12
Revisat: 2020/08/18
Rebut: 2020/08/21
Acceptat: 2020/09/05

Introducción

El lujo en la isla de Ibiza podría ser lo que más se compra y lo que más se vende, por lo que se ha convertido en la tipología turística por definición. Los empresarios se han dejado embaucar por las ganancias que este turismo da y lo han tomado como referencia para futuras inversiones. A causa de esto, la isla ha pasado a ser accesible solo para individuos de gran poder adquisitivo. Los hoteles de cinco estrellas súper lujo y la oferta complementaria han crecido exponencialmente en la isla.

¿Ibiza ha sucumbido al poder del lujo?

Se entiende por lujo la exhibición o manifestación de riqueza, cosa o conjunto de cosas prescindibles que suponen gran gasto de dinero o de tiempo.

El lujo en sí mismo es un término bastante amplio y muy subjetivo, ya que lujo se puede considerar cualquier cosa que suponga un placer para aquella persona que lo consume. Este consumo no tiene por qué ser algo material; puede ser desde una experiencia personal vivida hasta simplemente el placer de no hacer nada.

Este Trabajo analiza el lujo desde su perspectiva más consumista. Se remonta a los años 60, donde el turismo en Ibiza constaba de hippies que venían a la isla impresionados por su grandeza natural. Esto de por sí ya era todo un lujo. Quedaron cautivados por lo que la isla representaba; se sentían libres, las playas y los parajes pintorescos formaron parte de su rutina y comenzaron una moda turística casi sin querer. La inmersión con la gente local no fue instantánea, hubo una cierta resistencia. Los residentes deberían acostumbrarse a los pelos largos, a la apariencia desgarbada, a las ropas sucias y al ir medio desnudo. Con el paso de los años los residentes empezaron a ver el turismo como una oportunidad de negocio que explotar. Así pues estos fueron involucrándose con los turistas hasta formar parte de su vida diaria.

Los años pasaron y el turismo se fue transformando. A partir de los años 70 se cambió al turismo de masas y con él apareció una nueva resistencia por parte de los residentes. Se empezaba a tener una Ibiza dividida. Una gran cantidad de la población vivía del turismo, es por

eso que parte de ella no se posicionó en contra.

En estos últimos años, con la masificación de la isla, Ibiza ha vuelto a cambiar. Se redirige, dando paso a un turismo que deja en entredicho la calidad de este. Sería el recelado turismo de lujo, el cual tiene tantos detractores como aduladores.

Lo que es innegable es que la isla se ha vendido al mejor postor, y quien ha ganado la apuesta ha sido el lujo.

En este trabajo se estudian las diferentes subcategorías relacionadas con esta tipología turística y como estas han ido evolucionando hasta tener la esencia del lujo en su ser.

Debido a esto, Ibiza soporta unas consecuencias negativas que de no tener este turismo no existirían. Han sido muchos los escritores que han plasmado sus ideas tanto a favor como en contra de estas circunstancias en los periódicos locales. Sería el caso de Xescu Prats i de Joan Lluís Ferrer, grandes defensores de la isla, los cuales apostillan que esta no necesita el turismo de lujo.

Objetivos

- Se describirá el marco teórico en Ibiza desde los años 60 tomando como referencia al turismo.
- Con la ayuda de la Teoría del Ciclo de Vida de los Destinos Turísticos de Butler, se analizará en qué fase se encuentra la isla en este momento.
- Se describirán las diferentes subcategorías existentes en el turismo de lujo y como la oferta complementaria ayuda a que se mantenga este turismo de desenfreno.
- Se explicará por medio de ejemplos y de artículos extraídos del Diario de Ibiza la problemática existente con este turismo.
- Se concluirá el trabajo con las posibles soluciones para que Ibiza siga manteniéndose como destino turístico, sin tener que recurrir, como principal contribución, al turismo de lujo.

Transformaciones del turismo en Ibiza desde los años 60

Para poder desarrollar esta parte de una manera mucho más técnica, se debe conocer qué es la

Teoría del Ciclo de Vida de los Destinos Turísticos de Butler.

Según Richard Butler (1980), un destino turístico tiene un ciclo de evolución similar al de los productos o servicios, y comprende 6 etapas: exploración, implicación de autoridades locales, desarrollo, consolidación, estancamiento, y declive o rejuvenecimiento. Es importante aclarar que no todos los destinos pasan por todas las etapas, dependerá de la naturaleza con que se desarrollen.

Esta propuesta, a partir de ahora CVDT, realiza un análisis de las fases evolutivas del desarrollo de un destino turístico, dando especial relevancia a la planificación y gestión, por lo que permite predecir los errores del turismo.

En el caso de Ibiza y tomando como referencia las publicaciones de José Ramón Cardona y Antoni Serra Cantallops (2014, 2013) y recabando información del estudio de Joan Carles Cirer Costa (2010), hacemos un repaso a la transformación que ha sufrido el turismo de Ibiza desde la década de 1960 hasta la actualidad.

Ibiza es un destino maduro con una importante historia turística donde predomina el cambio y la adaptación a las diferentes épocas. Debido a esto podemos dividir los periodos en estas fases:

A) En la época de los sesenta, Ibiza se hallaba en la fase de exploración según el CVDT aunque el turismo tiene su origen en los años 1930 con la llegada a Ibiza de muchos intelectuales, artistas europeos y escritores

La isla se dio a conocer al resto de los países del mundo por la afluencia de hippies. Esto la convirtió en un icono mundial de este movimiento por lo que fomentó el deseo de muchos jóvenes y gente de las mismas creencias a venir para experimentar.

En lo que al alojamiento respecta, en el año 1961 había 86 hoteles. A causa del boom turístico en menos de 10 años pasaron a ser 256, ya que finales de esta década se llegaban a construir unos veinte hoteles al año.

Predominaban los hoteles de dos y tres estrellas, las pensiones, los hostales y las casas de huéspedes.

En cuanto a la distribución de plazas hoteleras, estas eran muy estables.

B) En los años setenta se diría que la isla se encontraba en la fase de implicación, aunque hay que matizar que en esta época existen dos períodos muy distintos; el primero antes de la crisis del petróleo y el segundo después de ella.

En la primera mitad, el aumento del número de plazas se moderó y el turismo se ralentizó debido a la crisis. Esto desembocó en un incremento de los costes del transporte aéreo y, por lo tanto, la quiebra de los touroperadores ingleses. Ibiza, al recibir mayoritariamente turistas anglosajones, se vio tremendamente afectada.

En la segunda mitad, pasada ya la crisis, Ibiza tuvo una capacidad de recuperación asombrosa donde los residentes tomaron parte en la provisión de servicios e interactuaron con los turistas. Dejaron de ser tan intransigentes y empezaron a ver al turismo como una gran oportunidad. Los empresarios abrieron camino a la nueva tipología y a los cambios del turismo, lo que conllevó a que el sector agrario y ganadero se redujera al mínimo y que solo un porcentaje muy pequeño de la sociedad Ibicenca se dedicara a ello.

El crecimiento de los turistas fue tan grande que la población local no podía cubrir estas necesidades por lo que se tuvo que recurrir a trabajadores foráneos, principalmente de la península. Provocando así cambios muy significativos en la vida corriente de la isla y por ende en sus ciudadanos.

Una vez finalizado el movimiento hippie llegó la primera oferta de discoteca.

La tipología turística cambió y la isla se reconvirtió para atender a estos nuevos turistas con diferentes necesidades.

Aparecieron los primeros detractores del turismo y pidieron una limitación de este para no destruirla isla.

Esta nueva modalidad turística se caracterizaba por ser de baja categoría, su tipología principal era sol y playa. Ya no buscaban la Ibiza bohemia de los hippies, sino una Ibiza donde disfrutar del tiempo y de sus playas olvidándose de lo bucólico del lugar y de su medioambiente.

En este momento se puede hablar ya del conocido *turismo de masas*.

A partir del año 1975 el sector del alojamiento turístico de Ibiza y Formentera quedó configurado por dos únicos subsectores: apartamentos y

hoteles, todos ellos estrictamente enfocados al turismo vacacional de sol y playa.

Los empresarios locales se agruparon en asociaciones, obteniendo una ganancia mayor que los inversores extranjeros. Un ejemplo sería el caso del grupo Fiesta, que se vinculó con la familia Matutes. A consecuencia de esto, en 1978 surgió la Federación Hotelera de Ibiza y Formentera (FEHIF)

C) En los años ochenta, se produjo una expansión rápida del turismo, lo cual consolidó este sector

Las empresas hoteleras adoptaron una estructura compleja. Cada inmueble se establecía como una sociedad aunque la explotación de ella se hacía a través de otra empresa. Esta última empresa al final resultaba ser la misma empresa que lo gestionaba. Poniendo un ejemplo para esclarecer: ME by Meliá, un hotel en la zona de Santa Eulalia perteneciente a la cadena hotelera Meliá. El hotel está a nombre de S'argamassa hotelera pero explotado por ME. Aunque en principio parezca que ME y S'argamassa hotelera son dos entidades diferentes, ME es una marca más dentro de Meliá y S'argamassa hotelera es propiedad de Meliá. Por lo que al fin y al cabo todo es la misma compañía.

Esta separación dio lugar a empresas especialistas en gestionar espacios hoteleros, normalmente cadenas hoteleras.

Al final de la década (en el año 89) hubo una crisis mundial muy marcada que desembocó en una gran degradación de la oferta. Los hoteleros no habían reinvertido en el hotel y estos se quedaron muy anticuados. Situación a la que se sumó la poca profesionalidad de los trabajadores y su falta de formación.

Recordemos que en la década anterior los mismos trabajadores que en invierno se dedicaban a la construcción de los hoteles eran los que en la temporada estival trabajaban de camareros en esos mismos hoteles. Además de esto, la llegada de los *hooligans* por parte de los turoperadores formó un turismo de muy baja calidad. Lo que supuso que los empresarios no alcanzaran los mínimos establecidos para poder pagar la deuda acarreada en la reconstrucción del hotel.

A todo esto se sumaron los cambios políticos y económicos; el tratado de adhesión a la Comunidad Europea; cambios socioculturales en España y

además la oposición de los *verdes* (grupo ecologista que se dedicaba a luchar por la conservación del medio ambiente de la isla). Lo que supuso, para el final de esta década y los años iniciales de la década de los noventa, la mayor crisis de la historia del turismo en Ibiza.

D) En la década de los noventa la isla de Ibiza continuaba en la fase de desarrollo, aunque sus inicios estuvieron marcados por una fuerte crisis que venía arrastrándose desde finales de la época anterior

Esta década estuvo determinada por el proceso de modernización y reflexión sobre el futuro del turismo en la isla.

Desde el año 1994 Ibiza se recuperó y se alcanzaron las mismas cifras de llegadas en el aeropuerto que en la década anterior, cuando la isla estaba en pleno auge. El turista predominante en ese entonces era el británico joven con ganas de fiesta y diversión. Principalmente de clase social media-baja. Como se mencionó para la década anterior: los llamados *hooligans*.

La peor parte de estos turistas se la llevó San Antonio. Entonces la ciudad se consideraba internacionalmente como la tierra de la cerveza.

En 1999 llegó el reconocimiento de los lugares Patrimonio Mundial en la isla, por lo que recibiría su reconocimiento como algo más que un lugar de fiesta. La posidonia oceánica de los alrededores de Ses Salines, el yacimiento de Sa Caleta, la necrópolis de Puig des Molins y las murallas de Dalt Vila hacen de Ibiza un tesoro cultural admirable.

En cuanto a la hotelería, es en esta década cuando se inauguraron varios hoteles de más de mil plazas.

F) En el año 2000 Ibiza entró en la fase de consolidación. Con el boom de las discotecas se incorporó la última pieza del puzzle para tener la imagen de Ibiza que se tiene hoy en día

El crecimiento en el número de llegadas de turistas fue constante.

El gobierno central cedió la competencia del turismo a la propia comunidad autónoma. Lo que supuso un efecto muy fuerte sobre la oferta. Así pues, el gobierno autonómico redujo el crecimiento de la planta hotelera al mínimo para invertir más

en la mejora de la calidad de los hoteles que en su expansión. Como se verá en la siguiente década, Ibiza pretendió cambiar su tipología turística al turismo de lujo.

Los turistas que llegaron en esta década siguieron siendo principalmente británicos, aunque el perfil del turista discotequero fue extendiéndose a la mayoría de los países emisores de turistas hacia Ibiza.

G) Entre los años 2000 y 2010 se encontraría en la fase de estancamiento

Hay dos motivos fundamentales que llevan a creer esto; uno de ellos es que el máximo de llegadas deja de crecer sin ninguna razón evidente. Y el otro motivo por el cual se piensa que se estaría estancando el turismo es porque los expertos ven evidencias de que esto realmente está ocurriendo.

¿Se podría pensar entonces que Ibiza empieza a aburrir a los turistas?

La publicidad de la isla sigue siendo la vida nocturna y el clima pero esta vez enfocado más al lujo, es decir, a la gente de mayor poder adquisitivo. Por ello hay una reconversión del marketing. Se crearon proyectos que pretendían mejorar las infraestructuras para aportar un lujo que no poseían. Además, existía una ley que prohibía construir un hotel que no fuese de 4 o 5 estrellas y las plazas debían de ser a costa de la amortización de otras plazas existentes.

La isla, debido a la nueva vertiente turística, concentró una vez más a famosos y volvió a tener una imagen más glamurosa. Por lo que nuevamente redirigió su imagen, apostando por una Ibiza que combinaba la libertad hippie con el lujo y la sofisticación.

Desde el año 2010, hasta la actualidad, se podría decir que se está en la fase de rejuvenecimiento ya que queda patente que la isla de Ibiza no ha muerto. En gran parte se debe a los proyectos que se han ido desarrollando y que han hecho que la isla mejore cualitativamente. Gracias a la introducción de nuevos atractivos y a los intentos de cambios en la tipología de turismo, como podrían ser el turismo cultural o el turismo de deporte. Aunque en principio los resultados no fueron muy positivos, se sigue intentando.

Se han creado y se han reformado hoteles ya existentes en hoteles de lujo. Atrayendo así a turistas con un aporte económico sustancial, pero

sin dejar atrás la propia esencia de la isla.

¿Qué es el turismo de lujo?

Se entiende por turismo de lujo a los movimientos temporales de personas con características bastante peculiares: como turistas se sienten individuos diferentes a la masa y son discretos. Un viaje lujoso es una experiencia personal y única que despierta sensaciones inolvidables.

Lo que se presupone cuando se habla de turismo de lujo no es más que dinero, poder, fiesta, noche... etc. Una vez se han satisfecho las necesidades básicas de hospedaje lo intangible es lo que realmente prima en el lujo.

El valor del lujo posee cuatro dimensiones: financiera (relativa al costo monetario), funcional (calidad, rareza, utilidad, durabilidad), individual (lo que cada persona siente o percibe que es el lujo) y social (percibida dentro de un grupo social, que puede afectar en la evaluación y disposición de compra).

Uno de los principales conceptos relativos al lujo es el principio de rareza. Esto significa que el prestigio de las marcas es erosionado o desgastado si demasiadas personas tienen acceso a ellas (Dubois ; Paternault, 1995; Hauck ; Stanforth, 2007).

Sin embargo la palabra *lujo* abarca más que lo medible en dinero. Para Ibiza, que es una isla que reúne a todo tipo de turistas, todos ellos con diferentes necesidades, se puede decir que el lujo es la sensación que cada uno percibe.

No obstante, lo que se va a tratar aquí es la representación de lujo en cuanto a consumismo se refiere. Ya que la isla se ha ido desarrollando hacia esta vertiente turística. Las características de la exclusividad y los servicios personalizados son innegociables.

Ibiza, a lo largo del S. XXI, intenta adaptarse a las necesidades de los turistas. Es por ello que ha dado un cambio en su tipología turística, enfocándola al lujo. Atrás quedó la Ibiza hippie de los años 60. Hoy en día cambiamos las bicicletas por los yates, las toallas por las balinesas de los *beach clubs* y el bocadillo en la playa por la cocina de autor a pie de esta.

A raíz de este cambio en Ibiza ciudad se crearon zonas de gran atractivo turístico enfocadas al lujo,

especialmente para que todos estos turistas de gran poder adquisitivo encontraran una ciudad adaptada a sus necesidades; y al fin y al cabo, fomentar que gastaran el máximo posible a su paso.

El Paseo Marítimo de la ciudad sería un ejemplo de esto. A lo largo de él se encuentra toda la oferta complementaria ingeniería para esta lujosa tipología turística.

Para alimentar aún más, si cabe, esta propuesta se construyeron unos edificios residenciales de gran lujo. Se ofrecían viviendas exclusivas a gente exclusiva.

El puerto recreativo de la ciudad de Ibiza es una de las zonas más características, en ella las personas más influyentes y adineradas pueden disfrutar de lujosas infraestructuras. Aquí se encuentra el gran restaurante Lío, ubicado en el nuevo puerto deportivo *Marina Ibiza*, una zona rebautizada como la *milla de oro*.

Destacan también en esta zona la discoteca Pachá, el casino y el Ibiza Gran Hotel, único hotel de cinco estrellas de gran lujo de la isla.

En menos de 5 años, en Ibiza, se ha pasado de tener hoteles de cinco estrellas *básicos*, a hoteles de cinco estrellas que despuntan por el lujo extremo y excéntrico. Lo cual quiere decir que los empresarios intentan encontrar la mejor versión del hotel respondiendo a la extravagancia de la demanda de cada cliente.

Debido a esta gran competencia los hoteles nuevos tienen como objetivo la oferta de un lujo desbordante, con materiales exclusivos, al mismo tiempo que van reuniendo otros requisitos para tener una categoría de 5 estrellas.

El esfuerzo de los hoteleros ya no es conseguir las estrellas para poder obtener una categoría superior, más bien se trata de innovar en el lujo y luchar por implementar nuevos servicios asociados a este concepto.

Experiencia, sorpresa, exclusividad, fiestas. Se dice no al todo incluido; no niños, pero si animales; la extravagancia que va de la mano del lujo y un sinfín de etcéteras serían claros ejemplos de esta nueva tendencia.

No obstante, en Ibiza hay otro tipo de lujo por el que pagar y del que disfrutar.

En este estudio se han diferenciado cuatro subcategorías de lujo presentes en la isla:

Lujo de calidad

Se considera lujo de calidad, en palabras de José Luis Gascó (2017):

A la adecuación constante y eficiente de nuestro servicio a las expectativas que tiene nuestro cliente, de manera que su percepción suponga una ventaja competitiva de nuestra empresa apreciada por el cliente y nos permita apropiarnos de una parte del valor que generamos.

La calidad no es, por tanto, solo cuestión de precio. Los clientes objetivo de la empresa no se determinan solo con precios, sino con capacidad para atender sus mejores expectativas a un precio adecuado.

Tomamos como referencia el artículo del Diario de Ibiza de José Miguel L. Romero *Panorámica del turismo de lujo en Ibiza* de septiembre del 2016 y además aportamos conocimientos derivados de la experiencia propia por haber trabajado en el departamento de calidad en hostelería de lujo. Se puede decir que este tipo concreto de lujo lo que busca es una atención personalizada al máximo nivel, aunque ello suponga a la empresa tener que estar a disposición del cliente las 24 horas del día, a lo largo de toda su estancia.

Asimismo uno de los puntos más fuertes de esta tipología es anticiparse a las necesidades del cliente. Lo que significa que hay que hacer una investigación previa de la persona para saber de dónde procede, cuáles son sus gustos y poder sorprenderle a la llegada al hotel.

De esta manera, como se argumenta en el citado artículo del Diario de Ibiza, hay programas informáticos que son capaces de reconocer qué tipo de cliente (VIP) se es en función de lo que gasta.

Por tanto esta actividad va muy ligada al lujo de calidad. Ya que los diferentes tipos de VIP conllevan más o menos atención según el nivel adquisitivo que se tiene o dependiendo del consumo que se haga en el hotel. De hecho, muchas veces no hay constancia alguna de que un cliente tiene la categoría VIP puesto que actúa como una persona anónima (discreción) o bien poco tiempo atrás no se le consideraba como *adinerado*. Son estos programas informáticos los que advierten al hotel del gasto del cliente en cuestión y así se detecta que se debería *ascender* al cliente de *normal* a *VIP*.

Otro punto a tener en cuenta son las compañías de calidad exclusivamente dedicadas al lujo como, por ejemplo, *Virtuoso; The Leading Hotels of the World; o Relais & Château* entre otras.

En Ibiza una de las compañías referente en calidad, preferidas por los hoteles de lujo, es *The Leading Hotels of the World*. Esto asegura a sus clientes tener un estándar de calidad muy superior al de cualquier otro hotel.

The Leading Hotels of the World es un consorcio hotelero propiedad de Hotel Representative, A.G. con más de 430 hoteles y resorts de lujo en más de ochenta países.

El grupo destaca por ser un distintivo de calidad especializado en hoteles de lujo exclusivos e independientes que transmiten la esencia de su manera de gestionar en base a la exclusividad y ofrecen un producto único.

A su vez, el hotel se compromete a ofrecer un *alto nivel de servicio* para el cliente y, para garantizarlo, *The Leading Hotels of the World* establece 800 estándares de calidad a mantener anualmente. Uno de los estándares que exige esta compañía a sus asociados es cuidar la aproximación al cliente y personalizar el trato al máximo: detalles como dirigirse por su nombre, o saber anteponerse a sus necesidades son algunos ejemplos.

Cada año los miembros de la asociación tienen que superar una revisión para comprobar que se cumple con los altos estándares y se ofrece un *servicio extraordinario*. Esto se realiza a través de encuestas de satisfacción y la superación de una auditoría anual. Esta auditoría se desarrolla bajo el concepto del *cliente incógnito (mystery guest)*. Este *cliente* actúa como un cliente normal mientras va evaluando y midiendo la calidad para finalmente entregar un informe al hotel y decidir si cumple, o no, con los requisitos de calidad demandados por la empresa.

En la isla contamos con 3 hoteles que trabajan con esta compañía: *ME Ibiza, 7 Pines y Bless*.

El primer hotel en implantar estos estándares de calidad fue *ME Ibiza*, de la cadena Meliá, el cual se abrió en 2015. Más tarde, en 2018, se abrió *7 pines* y por último en 2019 *Bless*. Cabe destacar que *7 pines* dista mucho del concepto *Lifestyle* de los otros dos hoteles, además de por su diferente localización.

Lujo idealizado

Tal como se ha apuntado anteriormente, decimos que la isla ha evolucionado a un nuevo concepto turístico llamado lujo. No por ello dejando atrás su esencia principal. En palabras de José Antonio Roselló, *La isla tiene, desde siempre, la característica de que existen muchas Ibizas*. (Romero, 17 marzo 2019).

Es por ello que decimos *lujo idealizado*. Aunque es cierto que el lujo es la primera vertiente de la isla aún quedan turistas que vienen a Ibiza por su imagen idílica, por ese ambiente hippie que la isla sigue manteniendo. Esta es ahora la verdadera esencia de Ibiza, si bien de una manera más chic que en los años 60.

El auténtico lujo de la isla es la propia isla en sí y esto ni se compra ni se vende. Para unas personas, el verdadero lujo, será disfrutar de un atardecer en Cala Conta en el mejor yate con una copa de un champagne muy caro, mientras que para otras será disfrutar de ese mismo atardecer en una de las rocas de la playa.

Lujo para familias

Desde que los hoteles de 5 estrellas empezaron a inundar Ibiza se procuró no encasillar en este segmento a gente joven o de mediana edad sin hijos y con un poder adquisitivo alto.

Quizás la excesiva competencia y el afán por ser el mejor ha hecho que los departamentos de marketing amplíen este concepto de nuevo lujo hasta el segmento de turismo familiar, tan importante y necesario para la isla.

Es muy difícil poder combinar estas dos palabras, lujo y familia, aunque en un principio no lo parezca.

Pensemos que para una familia lo más importante es el confort. El lujo es algo importante para las personas que estén acostumbradas a consumirlo a diario, pero no impera en sus necesidades cuando se antepone a la estabilidad familiar. Por ello el nuevo lujo, el *lifestyle*, en principio no sería apropiado para este segmento turístico.

Actualmente hay hoteles que se han renovado y han apostado por esta tipología de turismo familiar y lujo. Podrían ser los casos de *Nobu, Hacienda na Xamena* o el *Hotel Fenicia*. Aquí el lujo es elemento primordial aunque envuelto en un ambiente muy

familiar.

Las instalaciones cuentan con un equipamiento especial destinado a los niños, tales como un *kids club*, piscinas adecuadas, servicio de *babysitter*, menú especializado, etc. Esto ayuda a que la familia pueda disfrutar de la isla sin renunciar al lujo.

Sin embargo muchos turoperadores han tenido problemas a la hora de encontrar disponibilidad en este tipo de hoteles. Por ser relativamente nuevos, exceptuando el *Fenicia*, y pocos, resulta muy difícil encontrar alojamiento por el exceso de demanda.

Pero tal como se dice, la demanda es quien regula el mercado, al final la oferta tendrá que amoldarse a lo que la demanda exija.

Ecolujo

Otra modalidad que no ha escapado a la seducción del lujo es el *ecolujo*. Por *eco* en la oferta hotelera habitualmente nos referimos a agroturismos. Aunque se pueda llegar a pensar que lo *eco* pueda ser antagónico al lujo, más adelante se verá que no es así.

La OMT entiende por agroturismo: *La actividad turística en áreas agropecuarias con el aprovechamiento de un medio ambiente rural, habitado por una sociedad campesina, que muestra y comparte no solo su idiosincrasia y técnicas agrícolas, sino también su entorno natural, cultural y socioproductivo.*

En Ibiza los agroturismos intentan maquillar la realidad, se pretende vender un aire a lo antiguo, cuando la verdad no es esta. Se vende un *ecolujo* al más estilo rústico. Otro ejemplo más del avance de la oferta de lujo en el sector del alojamiento.

Enfocadas en lo típico de la isla, se venden como casas *payesas* con un estilo de lujo de 5 estrellas. Bien se podría hablar de *Atazaró*, de *Can Curreu*, *Can Gasí*, *Can Lluc*, etc.

Sin ir más lejos, Ferrer (2015b) considera que el hotel rural *Can Curreu* se ha convertido en un *agrofashion* y que las habitaciones, a precio de 2015, valían alrededor de 300€ la noche. En *Atzaró*, conviven el ambiente ibicenco con el asiático. Las suites de mayor tamaño tienen alrededor de 70 metros cuadrados, incluyendo terraza, y pueden costar unos 900€ la noche. Allí se han casado muchos personajes famosos del panorama español.

Es cierto que el enclave, al igual que la experiencia que se quiere dar, es de lo más rural

que se puede encontrar en la isla.

¿Pero no es este término (rural) lo más contrario al lujo?

Por lo visto los nuevos ricos apuestan más por este sector. Muchos de ellos se encuentran en hoteles rurales de cinco estrellas súper lujo con la dualidad de tener la playa a pocos metros. Lo que hace que se pueda disfrutar de ambas cosas.

Hay muchos famosos o personas adineradas que no están dispuestas a exponerse públicamente y por ello buscan este tipo de lugares que están lo más escondidos posible. Así pueden gozar quizás de la exclusividad *parcial* que este tipo de alojamientos puede dar.

Oferta complementaria de lujo

Se entiende por oferta complementaria aquellos servicios que se ofrecen sin ser el producto principal. Esta puede variar según el destino. La oferta complementaria que se puede encontrar en un destino de sol y playa no será la misma que en un destino de nieve.

Para el destino Ibiza la oferta complementaria puede ir desde un viaje en yate hasta comer en el restaurante más caro del mundo, llamado *Sublimotion*.

El lujo también se ha introducido a fondo en la oferta complementaria de la isla. Se puede decir que existe una gran variedad y además se puede encontrar todo lo que se necesita en el momento en el que se necesita.

Existen empresas que se dedican exclusivamente a esto. Es el caso de *Ibiza Luxury Destination*. Formado por un selecto grupo de empresas que han dedicado su trabajo y esfuerzo a ofrecer el mejor servicio personalizado para cada cliente. Ofrecen servicios tales como: alojamiento, alquiler y venta de villas, transporte, náutica, tiendas, restaurantes, *beach clubs* y ocio nocturno.

Además de estas compañías que agrupan todos los servicios en una misma empresa existen también otras entidades que se dedican a los servicios individualizados. Por ejemplo, existen empresas donde se puede alquilar desde un servicio de transfer con chófer particular en un Land Rover, hasta una limusina para disfrutarla toda la estancia. Este sería el caso de *Dcars*.

Igualmente es el caso de las empresas de alquiler

de barcos en las que se puede alquilar desde un catamarán a un yate con o sin patrón durante un día. Se ofrece disfrutar de las mejores zonas de la isla o incluso hacer un viaje hasta Formentera.

Este tipo de compañías tienen, a su vez, acuerdos con los hoteles de lujo para vender sus productos. Dan una pequeña comisión al hotel y de esta manera generan ganancias mucho más fácilmente.

Otro sector muy importante en la oferta complementaria son los restaurantes, *beach clubs* y discotecas, muchos de ellos ubicados en zonas estratégicas donde impera el lujo. Como sería el paseo marítimo de Ibiza, donde hay una gran variedad de bares de copas y restaurantes enfocados al turismo de alto nivel adquisitivo. Destacan restaurantes como *Cipriani* y *Heart*, situados en el Ibiza Gran Hotel, el restaurante *Lio*, ubicado en la Marina, o el restaurante más caro del mundo, *Sublimotion* que se encuentra en el *Hard Rock Hotel*, en Playa d'en Bossa.

Las discotecas de moda están en los hoteles también de moda como *Ushuaia*, *Hard Rock*, *Hi*, etc. Son los nuevos hoteles musicales. Otra tendencia asociada al lujo como oferta complementaria en el mismo hotel.

Respecto a los *beach clubs* estos distan un poco de la tendencia que asociaba el negocio a los lugares de lujo. Ellos buscan sitios remotos de la isla así como paisajes bucólicos para crear un ambiente relajado. Los *beach clubs* se ponen de moda por sí solos o por la gente que disfruta en ellos. Poco a poco van adquiriendo fama y van aumentando precios hasta llegar a tener el estatus de *beach club* de lujo. Normalmente este proceso se puede dar en una misma temporada, otros sin embargo ya se crean como *beach clubs* de lujo sin importar el lugar donde están ya que son franquicias y llevan asociado con su marca el distintivo de lujo, como sería el caso de *Nickky Beach*.

Blue Marlin es otro de los *beach clubs* más cotizados de la isla. La carta de bebida puede llegar a tener precios desde los 3.000€, alcanzando los 20.000€.

Los *beach clubs* más conocidos en la isla pueden ser, *Nassau beach club*, *Nickky beach*, *Blue Marlin* y *Amante*.

También hay edificios residenciales icónicos como *Las Boas de Ibiza*, propiedad de *Life Marina Ibiza*, diseñado por Jean Nouvel.

Consecuencias del turismo de lujo

Muchas consecuencias del turismo son comunes independientemente del lujo. La estacionalización en un destino turístico genera una masa desproporcionada de gente en un momento determinado. Esto puede llegar a crear una sensación de pérdida de identidad entre los residentes. Además de la constante destrucción de la biodiversidad. Esto último a causa de la intensidad del transporte, a la masificación en las zonas costeras sin la protección y regularización adecuada y, por último, a una desmesurada cantidad de residuos.

En cuanto a las consecuencias propias del turismo de lujo en la isla encontramos muchas más negativas que positivas. Esto se debe, entre muchas otras causas, al *oportunismo* de la gente para subirse al carro del lujo. En el 2017 ya se publicó un artículo en el diario de Ibiza (Agencia Efe, 1 agosto 2017) donde los empresarios del sector del lujo denunciaban un intrusismo en sus negocios. Esto, según los empresarios del lujo, acabaría por dar una mala imagen de la isla de Ibiza, ya que ninguno de estos *empresarios intrusos* tendría regularizada su actividad. Una de las consecuencias incuestionables del intrusismo es el poder que tienen para jugar con los precios. Esto hace que ese sector se desmorone. Además, al no estar realmente especializados en el lujo, no dan el servicio correspondiente y esto hace que muchos clientes vean hundirse la imagen de la isla.

No solo por el oportunismo se ve deteriorada la imagen de Ibiza. Una de las principales causas que la deteriora es también la misma que hace que los turistas vengan a la isla. Hablamos del ocio de la noche. Esa imagen de la isla de desenfreno y locura hace que se esté perdiendo la integridad de la misma. Xescu Prats ya hacía mención a esta problemática en 2016 en su artículo en el Diario de Ibiza (30 agosto 2016). *Muchos estudios sin comparar ni un solo dato real y veraz llegan a la conclusión de que el sostén de la economía de Ibiza es el ocio nocturno y que sin este, Ibiza, no sería lo mismo (...) las mejores discotecas del mundo se encuentran en Ibiza.*

Por todo esto la gente cree y asume que esto puede ser así y se olvidan de las consecuencias reales que tiene esta nueva imagen de Ibiza: ruidos, atascos de tráfico, problemas de aparcamiento,

contaminación lumínica, molestias en el entorno y quizás, lo más importante, cómo afecta esto a los jóvenes.

Entre los jóvenes se imitan y esto hace que muchos se sientan empujados a las drogas y a la práctica de sexo de riesgo. Por no hablar del efecto en los jóvenes extranjeros que llegan incluso a perder la vida por seguir la moda absurda de arrojarse desde los balcones de los hoteles.

Todo esto contribuye a que se pierda la Ibiza auténtica, la del turismo familiar sano y de calidad, la del turismo de naturaleza, deportivo y sobre todo la identidad de su patrimonio histórico.

En palabras de Prats (30 agosto 2016), *La Ibiza de la noche ha vulgarizado el aura hippie de antaño; esa misma que sí nos hizo un destino turístico diferente.*

Otro de los problemas con los que cuenta la isla por el turismo imperante de lujo es la inflación de los precios. Muchos touroperadores ven los precios de Ibiza como abusivos e inasumibles. El año pasado, en la feria de turismo de Berlín (ITB) se comentó que Ibiza se está volviendo surreal, fuera de alcance de muchos y además con demasiados hoteles de cinco estrellas *adults only*. Por lo que se puso sobre la mesa que había un exceso de lujo en la isla. Aunque muchos empresarios ibicencos no creen verlo de ese modo. Ellos alegan que la isla se rige por la demanda y que solo dan lo que los clientes exigen.

En lo que sí que estuvieron todos de acuerdo fue en la necesidad de reconducir el turismo familiar, atrayéndolo a la isla, ya que poco a poco va desapareciendo.

Tal como ya apuntaba Joan Lluís Ferrer en el Diario de Ibiza, el turismo familiar está muriendo entre el de borrachera y el de lujo. Ferrer defiende que el turismo familiar es lo que Ibiza se merece. Este se puede considerar un turismo de calidad, da más dinero y más tranquilidad y no el turismo de los mega millonarios ni el de borrachera. Argumenta que en el momento en que se privatizan los espacios públicos las autoridades regalan el bien máspreciado a los consumidores del turismo de lujo y esto, por lo tanto, no es turismo de calidad.

Sin ir más lejos, Xescu Prats (30 agosto 2016) escribía un artículo sobre este mismo tema. Poniendo como ejemplo el de un magnate ruso que había puesto un vallado en el trozo de playa donde

su residencia desembocaba. Narraba como el ayuntamiento le había autorizado a construir un tercio de lo que el magnate ruso había hecho, pero aun así no hubo ningún tipo de sanción. Además los guardaespaldas asustaban a los residentes que, hasta que se puso puertas a la playa, deseaban sentarse allí. Por lo que Xescu Prats se pregunta: *¿Por qué se les permite restringir un camino por el que cualquier ciudadano tiene derecho de paso? Y finaliza el artículo con una reflexión: Proteger el suelo público es una cuestión que está por encima de ideologías y que, sin duda, cuenta con el mayor consenso social. Hay que actuar ya y hacerlo con contundencia.*

Pero, ¿No se quería lujo? esta es la pregunta que hace José Ribas (24 septiembre 2016). Según argumenta, el Fausto de Ibiza es venderse por cuanto más mejor. Y hace una serie de preguntas que hacen replantearse el comportamiento ético de los ibicencos. *No querer ver también es aceptar*, reflexiona sobre la actitud que se adopta al aceptar a estos nuevos ricos y sus exigencias.

En su libro *Ibiza, la isla de los ricos* (2015a), Joan Lluís Ferrer hace un repaso de las excentricidades de estos ricos y las consecuencias que han desencadenado en la isla. Narra como un príncipe árabe vino a la isla de Formentera a pasar sus vacaciones. El príncipe, una tarde de paseo, se quedó en la playa de Ses Illetes pensando y mirando el mar con los pies metidos en el agua. Tan a gusto estaba en el agua que se le hizo de noche. Al no verse bien los pies y ser ese su gran deseo, ordenó a sus asistentes que iluminaran el agua. Al poco tiempo apareció allí una empresa con un transformador que colocaron detrás de una duna para que no le molestara el ruido e iluminaron sus pies con el foco. Una imagen totalmente surrealista.

Si nosotros mismos creemos que los ricos son superiores, echaremos por tierra la lucha sobre las diferencias sociales y todo lo que ello ha costado, continuaba José Ribas (24 septiembre 2016) en su artículo sobre *La verdad del lujo* en el Diario de Ibiza.

Muchas veces detrás de tanto dinero hay muchos tráfico ilegales. Ribas, acaba con dos preguntas que realmente preocupan. *De verdad, ¿somos tan inocentes para pensar que no nos salpicará? ¿De verdad no queremos ver lo obvio?*

Otro punto a tener en cuenta es la valoración de los viajeros. En este último año (2019), según Nou

Diari, Baleares ha sido la peor valorada por los clientes.

Los criterios que se han tenido en cuenta en la valoración han sido: la relación calidad/precio, el trato al cliente, las instalaciones, la limpieza y el confort y la situación del hotel. El no tener un personal cualificado está dejando la isla a merced de cualquiera.

El turismo de lujo llama a más lujo y esto hace que estemos en una isla donde todo lo que se vende cuesta una fortuna. El problema viene cuando esa fortuna que se pide afecta a la gente de a pie. En Ibiza la población puede llegar a vivir como pobres. Los precios abusivos de los alquileres están poniendo a Ibiza en una situación muy comprometida. Como veníamos anunciando al principio de este punto, todos quieren subirse al carro del lujo. Esto hace que los trabajadores tengan muchísima dificultad por la inestabilidad de la vivienda, lo que conlleva una mayor rotación de personal.

Esta situación repercute en el turismo. La calidad que puede ofrecer un servicio no es la misma si el personal es cualificado y se mantiene durante unos años en el mismo puesto de trabajo que si, por el contrario, ese personal rota cada año incluyendo a nuevos trabajadores. La inestabilidad laboral crea un círculo vicioso del que es muy complicado salir.

Pero aún se puede ahondar más en esta problemática. Debido a los abusivos precios de los alquileres hay muchísimos profesionales que se plantean si venir a trabajar a la isla, por lo que esto deja a los residentes muy desamparados. En la época estival, que es cuando más turismo recibimos, los profesionales sanitarios y los cuerpos de seguridad no dan abasto con todo el trabajo y a causa de ello el sistema se colapsa.

Sobre esto escribió Xescu Prats (27 febrero 2017), en el Diario de Ibiza. Argumentaba que los residentes no eran suficientes para atender a toda la demanda turística en la temporada estival. A causa de esto necesitan de la ayuda de peninsulares y extranjeros para abarcar toda la demanda turística. Al ser la situación insostenible, hace que los foráneos empiecen a ver la isla como inalcanzable y busquen ocupación en otros lugares. Esta situación ya se dio con anterioridad en Venecia y ahora se repite en la pitiusa mayor.

Prats propone que las soluciones no deben venir solo de parte de la administración, los hoteleros y

los propietarios deberían ofrecerlas también. Antiguamente, los hoteles destinaban parte del mismo edificio a vivienda del personal y las rentas de los pisos eran mucho más asequibles.

La biodiversidad marina en Ibiza es otro punto muy importante a tener en cuenta como influido por el turismo de lujo. Aunque se pudiera pensar que esto puede ser una causa común, más adelante se entenderá como es el turismo de lujo lo que hace que la flora marina acabe por desaparecer.

Ibiza es una isla protegida, no solo es una isla de fiesta donde el dinero todo lo compra como se ha intentado vender estos últimos años. Ibiza tiene un patrimonio cultural maravilloso que está siendo destruido por las exigencias del turismo de millonarios. Hablamos de la posidonia oceánica, planta que se encuentra en el fondo marino entre Ibiza y Formentera. Las praderas de posidonia tienen como función principal la oxigenación del agua. De esta manera las playas obtienen la claridad cristalina que las caracteriza. En el año 1999 estas praderas se declararon patrimonio de la humanidad. Esta planta marina se ve afectada por los fondeos de las embarcaciones de los turistas al intentar anclarlas lo más cerca posible de la costa. Un ejemplo muy claro fue lo que pasó en el verano de 2011 con el *Turama*, un macroyate que vino a la isla de veraneo. Navegando entre Ibiza y Formentera, su ancla era tan grande (tres veces la altura de un hombre) que arrancó una hectárea entera en solo unas horas. La posidonia se queda enredada en las anclas y acaba por arrancarlas. Aunque muchos grupos ecologistas y residentes han querido incidir en ello, solo se ha conseguido que limiten la distancia a la orilla. Según algunos expertos, a ciertos metros de distancia la posidonia no se ve tan alterada con el atraque del yate.

Relacionado con esto tenemos otro punto que no se puede obviar. El puerto donde ahora están todos estos macroyates es donde antiguamente los viajeros embarcaban y desembarcaban de los barcos tradicionales de pasajeros. Parece ser que esto le quitaba prestigio al paseo marítimo principal de Ibiza. Por lo que toda esta actividad portuaria tradicional se ha acabado trasladando a dos kilómetros más allá. Construyendo un puerto nuevo hecho específicamente para los que no tienen macroyates. ¿Ibiza necesita este escaparate de yates de lujo en primera línea? Cada vez queda más claro que Ibiza se ha rendido al turismo de

lujo.

Como último punto, pero no por ello menos importante, encontramos las actitudes de los residentes y como les afecta todo lo citado anteriormente.

Tomando como referencia la tesis doctoral de Ramón Cardona (2012), expone que a finales de los 90 Ibiza se veía como un destino permisivo y como paraíso del sexo. Ambas cosas rechazadas por la población local. Su actitud frente a ello era de impotencia ya que sentían que no podían hacer nada para cambiar la imagen que se proyectaba de Ibiza ya que era demasiado extrema.

Actualmente se mantiene la misma tendencia, lo que ha llevado a tener a los residentes divididos en dos bandos. Unos son partidarios de limitar el turismo y otros, al tener una fuerte dependencia económica, no quieren frenarlo.

Sería el mismo caso que aconteció en Barcelona. Todo el casco antiguo se vio afectado por la llegada masiva del turismo. Los residentes que allí vivían tuvieron que marcharse, dejando su casa de toda la vida, por los inconvenientes de tener como vecinos a turistas que no respetaban las normas de la comunidad. También afectó a los comercios locales. Poco a poco fueron desapareciendo al no poder competir con los precios de las grandes cadenas.

Esto mismo es lo que ha pasado en la ciudad de Ibiza. El paseo Vara de rey es considerado una de las zonas turísticas más antiguas y bonitas de toda la isla, sin embargo, con la última reforma han destrozado todo el atractivo histórico. Al mismo tiempo negocios locales entrañables de toda la vida han cesado su actividad por no poder pagar los abusivos alquileres, dejándolo paso a tiendas de moda de alta costura que pretenden atender las necesidades del turismo de lujo.

Según concluye la tesis de Cardona sobre las actitudes de los residentes :

...los residentes consideran que la gestión turística debe llevarla a cabo las administraciones de la isla teniendo en cuenta las opiniones de la población local. La visión que tienen es que actualmente su opinión no es suficientemente influyente y la de los empresarios excesiva. El turismo genera beneficios para todos pero especialmente para unos cuantos, según una parte importante de la muestra y la desestacionalización es prioritaria.

Pero también se debería considerar la otra cara de la moneda. En todas las argumentaciones anteriores se han visto las consecuencias negativas innegables que trae consigo el turismo de lujo. Pero sería absurdo no caer en la cuenta de que este turismo trae consigo mucho dinero. Según algunos es de gran ayuda para la isla.

Para Ibiza, con todos los cambios mencionados a lo largo de todos estos años, el turismo siempre ha sido el gran sostén de la isla. ¿Sería entonces estrictamente necesario que fuese el turismo de lujo el gran salvador?

Conclusiones

Desde que Ibiza fuera el destino paradisíaco elegido por los turistas para sus vacaciones de ensueño, esta ha sufrido muchas transformaciones. De la Ibiza hippie de los años 60 no queda casi ni un suspiro. Ahora el lujo es la nueva vertiente por excelencia. Citando a Joan Lluís Ferrer (2015a): *El turismo de lujo en Ibiza lo reúne todo, desde personajes poco recomendables hasta personas aparentemente honradas que han tenido la suerte de heredar inmensas fortunas sin apenas haber trabajado en su vida.... pero todas tienen una norma en común: dinero a mansalva.*

Como se ha visto a lo largo de este trabajo el lujo es lo que impera actualmente en la isla de Ibiza. La tipología turística ha cambiado sin ni siquiera pestañear. Todos apostaban por el lujo para la salvación de lo que pensaban que era una isla casi muerta sin reparar en las consecuencias de este. ¿O quizás sí?

En el libro *Ibiza, La destrucción del paraíso*,

Ferrer (2015b) explica que por los años 90 Mariano Llobet, el que fuera presidente de Fomento del Turismo decía: *Hemos superado ya el óptimo de acogida y estamos cerca de la saturación (...) una vez que hemos conseguido el pleno empleo para la gente de aquí, toda nueva plaza hotelera ya no es en nuestro beneficio, sino en el de fuera.*

Además es evidente que toda la riqueza obtenida de este rendimiento de la isla no se queda integra en ella.

Los inversores o incluso algunos empresarios son extranjeros. Por lo que una buena parte de lo que generan sus empresas en la temporada turística revierte en sus países de origen. Allí se harán una casa más grande, se comprarán un coche más elegante o vivirán muy lujosamente. Y en Ibiza se quedarán los ruidos, la masificación, la destrucción y la basura que todo esto ocasiona.

Antiguamente los trabajadores del >West End, (una de las zonas por excelencia de los jóvenes británicos, en San Antonio, donde el alcohol, las drogas y las vomiteras es lo que impera en la temporada) eran Ibicencos. Pero desde hace ya unos cuantos años su puesto lo ocupan más de 400 trabajadores de gran Bretaña que vienen hacer aquí la temporada. Es decir, incluso se han apropiado del trabajo en una zona de la isla. Así pues, tanto los beneficios económicos del negocio, como de las nóminas de los empleados no se quedan ni se reinvierten en la isla. Se va todo directamente a su país de origen.

A causa de esto tenemos socialmente dos Ibizas: la de los que adoran este turismo y la de los que lo rechazan. Como se ha visto, muy pocos empresarios son los que estarían dispuestos a rechazar esta tipología de negocio y sus beneficios. Son los residentes, cansados de las consecuencias que sufren año tras año, los que apostarían por otro tipo de turismo más sano. Aunque a ambos bandos se le suman cargos públicos y periodistas. Estos últimos, cansados de ver como la isla se deteriora con tantos cambios.

Un ejemplo claro del poder que tienen los cargos públicos y lo que ellos pueden llegar a hacer, es lo que sucedió en Santa Eulalia.

Su alcalde de entonces, Vicent Guash, se reunió con los principales hoteleros de Santa Eulalia, ya que estos empezaron a traer el mismo turismo de borrachera que acoge actualmente San Antonio. Por lo que Santa Eulalia empezó a tener los mismos

problemas que hoy en día sigue teniendo San Antonio. Guash supo reaccionar a tiempo y evitarlo.

Se apostó por la tipología turística original, la familiar. Con ello también por la tranquilidad y el sosiego de los residentes. Además, curiosamente, es la que más dinero ingresa en la localidad. Vicent Guash dijo por aquel entonces *Mientras yo sea alcalde no habrá ni una discoteca en Santa Eulalia* y así hoy en día esta localidad Ibicenca se ha convertido en una de las más ricas de toda España, y por ende, una de las mejor conservadas y cuidadas sin necesidad de un turismo de excesos.

Que Ibiza es una isla que se nutre del turismo es indiscutible. Pero, ¿Todo vale? Como diría Ferrer (2015b) *¿La destrucción del paraíso era necesaria?*

Parecen no darse cuenta que se abren más mercados turísticos competencia directa de Ibiza y esto hace que las ventas de esta se ralenticen. Para que esto no suceda deberían tener ofertas mucho más diversificadas. En palabras del vicepresidente de Turismo:

También es cierto que, para esa mejora de las expectativas, los hoteles han tenido que hacer unas ofertas que no hicieron en 2018, superiores a las del pasado año. Pero así es la demanda. Se han recuperado Egipto y Turquía, así como Túnez. Y Grecia ha frenado la venta en las últimas cuatro semanas, porque también se está llenando. Y cuando frenan sus ventas, se agilizan las nuestras. (Costa, 14 septiembre 2019).

Con lo que en 2019 ya se veía que los demandantes del lujo también miran otros destinos de las mismas características o incluso más baratos. Así pues, podrían disfrutar de mucho más por mucho menos.

Como se ha visto en el apartado de consecuencias, las actitudes de los residentes hacen también que un destino turístico sea más o menos apetecible. Como argumenta Ramon Cardona (2012):

Probablemente, si existieran otros sectores económicos que permitieran reducir la dependencia del sector turístico y el sector turístico fuera más diversificado, menos estacional y tuviera una oferta de mayor calidad, la sociedad local sería bastante diferente y, consecuentemente, las actitudes de los residentes.

Si Ibiza se sigue rindiendo al dinero procedente del lujo y se hace una isla proyectada a ello, en un futuro tendremos turismo de lujo a precio de tres estrellas, o lo que puede ser peor aún: turismo de tres estrellas en instalaciones de lujo.

Como se ha comentado anteriormente la *desestacionalización* y la diversidad de tipologías turísticas podrían ser una de las soluciones más inteligentes para Ibiza. Por ello hay que apostar por la escucha activa tanto a residentes como a empresarios y poder llegar a un consenso real. Aunque Ferrer (2015b) se posiciona en contra acérrimamente. Advierte que esto puede ser una de las mayores equivocaciones. Tal como pasó con anterioridad con el turismo de lujo. Ferrer dice que si *desestacionalizamos* la isla y damos manga ancha a la misma tipología turística que tenemos hoy en día, perderemos lo más valioso que nos queda. La temporada de invierno. Esa temporada en la que podemos vivir tranquilamente y pasear en paz por donde uno quiera. Sin atascos, sin ruidos, sin molestias.

Para que la *desestacionalización* pudiera llegar a funcionar debería de cambiarse el modelo turístico. Ferrer apuesta por la misma tipología turística que tiene Santa Eulalia. La familiar. Según él da muchos más beneficios que la del lujo. Estamos cegados, según Ferrer, con el brillo del dinero. No deja ver que el lujo es algo efímero y no es nada sostenible.

Hoy podemos gustar mucho y acaparar toda esta demanda, pero mañana será otro destino turístico y la isla se quedara destruida y sin turismo.

En este trabajo se han analizado dos entrevistas hechas a sendos directores de hoteles de lujo en Ibiza. Aunque los hoteles son de estilos diferentes (uno es lujo clásico y el otro es lujo *Lifestyle*), ambos coinciden en muchas respuestas. Cuando se les pregunta que entienden por turismo de lujo coinciden en lo mismo: no se trata ya de un lujo de

oro y diamantes. Se trata más bien, como ya se ha dicho en este artículo, de un lujo personalizado. Un lujo en el que las necesidades del cliente son lo primero. Coinciden que ese tipo de turismo solo pueden llevarlo a cabo personas con un muy alto poder adquisitivo en franjas de edades comprendidas entre los 25 años (los nuevos ricos) pasando por la mediana edad (la franja más habitual) y hasta los 55-60 años. El promedio de estancia sería de 3,5 a 4,5 noches dependiendo del mes de la temporada. La mayoría de estos clientes provienen del Reino Unido y de EEUU

La expansión de los hoteles de 5 estrellas y la oferta complementaria está dedicada en gran parte al lujo y esto es debido a que los inversores vieron aquí una oportunidad de negocio beneficiosa. Sin embargo ambos directores coinciden en que no es el tipo de inversión más rentable. Por lo que cabe preguntarse entonces: ¿Para que vendemos lujo? También ambos tienen la misma opinión en cuanto a la caducidad del lujo. Aunque en dos enfoques diferentes. Uno piensa que la caducidad está en los servicios si los propios empresarios no son capaces de renovarlos y amoldarlos en cada momento a la demanda. Sin embargo, su homólogo considera que:

Si tiene caducidad, en tanto en cuanto, a nivel político no se pongan límites al crecimiento y sobre todo a los excesos que se vienen produciendo (fondeos, ruidos...). Corremos un importante riesgo de que llegue un punto de saturación en la isla que haga que esta pierda la identidad que la ha hecho mundialmente conocida, creo es un error apostar sólo por el turismo de lujo, la isla de Ibiza se hizo famosa en los años 60/70 por la diversidad, la mezcla de culturas y clases sociales, todo esto se está perdiendo y, lo peor de todo, se está apartando a la población local.

Quizás se ha pasado por alto que Ibiza no debe ser salvada por nadie ni por nada, que Ibiza en sí ya es un reclamo turístico y hay que saber gestionarla adecuadamente para que no se acabe por destruir la del todo. La pregunta final nos invita a una reflexión añadida: ¿Quedará algo de la Ibiza que conocemos para nuestros hijos?

Bibliografía

Cirer Costa, J. C. (2010). Dinámica de la estructura del sector hotelero en Ibiza y Formentera 1960-2000. *Cuadernos de Turismo*, 26, 69-90.

Costa, J. A. (14 setiembre 2019). **El turismo de lujo en los últimos años ha dado unos resultados formidables**. *diariodeibiza.es*. 14 setiembre 2019. Recuperado de <https://www.diariodeibiza.es/pitiuses-balears/2019/09/15/turismo-lujo-ultimos-anos-dado/1091715.html>.

Redacción digital. (25 julio 2018). **El turismo de lujo: economía emergente**. *diariodeibiza.es*. 25 julio 2018. Recuperado de <https://www.diariodeibiza.es/pitiuses-balears/2019/09/15/turismo-lujo-ultimos-anos-dado/1091715.html>.

Ferrer Colomar, J.L. (2015a). *Ibiza: la destrucción del paraíso*. Ibiza: Balàfia Postals.

Ferrer Colomar, J.L. (2015b). *Ibiza, la isla de los ricos*. Ibiza: UOC

Agencia Efe / Ibiza. (1 agosto 2017). **Empresarios del sector del lujo de Ibiza denuncian el intrusismo**. *diariodeibiza.es*. 1 agosto 2017. Recuperado de <https://www.diariodeibiza.es/pitiuses-balears/2017/08/01/empresarios-sector-lujo-ibiza-denuncian/932169.html>

Gascó, J. L. (04 julio 2017). **El turismo de calidad**. *diarioinformacion.com*. 04 julio 2017. <https://www.diarioinformacion.com/opinion/2017/07/05/turismo-calidad/1913791.html>

Prats, X. (30 agosto 2016). **Puertas en la playa**. *diariodeibiza.es*. 30 agosto 2016. Recuperado de <https://www.diariodeibiza.es/opinion/2016/08/30/puertas-playa/863213.html>

Prats, X. (20 febrero 2017). **Perogrulladas y discotecas**. *diariodeibiza.es*. 20 febrero 2017. Recuperado de <https://www.diariodeibiza.es/opinion/2017/02/21/perogrulladas-discotecas/897753.html>

Prats, X. (27 febrero 2017). **Aquí no hay quien viva**. *diariodeibiza.es*. 27 febrero 2017. Recuperado de <https://www.diariodeibiza.es/opinion/2017/02/28/hay-viva/899199.html>

Ramón Cardona, J. (2012). **Actitudes de los residentes hacia el turismo en destinos turísticos consolidados: El caso de Ibiza**. Tesis Doctoral. Palma: Departament d'Economia de l'Empresa. (Programa de Doctorat d'Economia de l'Empresa, Universitat de les Illes Balears, Illes Balears). Recuperado de http://ibdigital.uib.es/greenstone/collect/tesisUIB/index/assoc/Ramon_Ca.dir/Ramon_Cardona_Jose.pdf

Ramón Cardona, J. ; Serra Cantallops, A. (2013). Historia social del desarrollo turístico en Ibiza (décadas de 1960 y 1970). Análisis desde perspectivas historiográficas. *Investigaciones Turísticas*, 5, 86-109.

Ramón Cardona, J. ; Serra Cantallops, A. (2014). Historia del turismo en Ibiza: Aplicación del Ciclo de Vida del Destino Turístico en un destino maduro del Mediterráneo. *Pasos*, 12(4),899-913.

Ramón Cardona, J. (2017). Gran Tour: Consolidación de Ibiza como destino turístico (finales del siglo XX). *Investigaciones Turísticas*, 16, 43-62.

Ribas, J. (24 septiembre 2016). **La verdad del lujo**. *diariodeibiza.es*. 24 septiembre 2016. Recuperado de <https://www.diariodeibiza.es/cartas-lectores/2016/09/24/lujo/868405.html>.

Romero, J.M. (2 setiembre 2016). **Panorámica del turismo de lujo**. *diariodeibiza.es*. 2 setiembre 2016. Recuperado de <https://www.diariodeibiza.es/autores/jose-miguel-l-romero.html>

Romero, J.M. (17 marzo 2019). **¿Le sale caro el lujo a Ibiza?**. *diariodeibiza.es*. 17 marzo 2019. Recuperado de <https://www.diariodeibiza.es/autores/jose-miguel-l-romero.html>.

Téllez Pérez, J.C. (2017). **Turismo sostenible en espacios insulares: el caso de Ibiza (España)**. (Tèsi Doctoral. Universitat Autònoma de Barcelona, Catalunya). Recuperado de https://ddd.uab.cat/pub/tesis/2017/hdl_10803_462038/jctr1de1.pdf

Vizcaino, M (2015). Evolución del turismo en España: El turismo cultural. *International Journal of Scientific Management and Tourism*, 4,75-95.

© *Turística, papers de Turisme* de l'edició.

© Bianca Marín Casero dels continguts de
l'article.

ISSN 2695-5334

Tramesa d'Originals

Adreça de tramesa i indicacions sobre els lliuraments

L'adreça de correu electrònic per a la tramesa d'originals és: **Turística, papers de Turisme**

Pel que fa al format, els originals es lliuraran com a documents de qualsevol processador de textos d'ús habitual, tot i que es recomana fer servir programes de codi obert o que no requereixin de cap llicència específica per al seu ús. No s'admetran documents que impedeixin, per mor d'estar protegits amb qualsevol tipus de clau o contrassenya, la transformació de continguts al format xml/html.

La publicació té una periodicitat anual. Els originals han de lliurar-se abans del dia 30 de maig. L'extensió del articles ha de correspondre's amb **l'àmbit temàtic específic**, tot i que el Consell de Redacció podrà proposar canvis en l'extensió quan siguin adients. Orientativament, el contingut (incloses imatges i bibliografia) no hauria de superar les 25 pàgines en format A4 amb marges de 2,5 cm, lletra arial d'11 punts i interlineat d'1,5.

El permís per a la publicació de continguts (imatges, gràfiques, etc.) protegits per drets de còpia haurà de ser gestionat pels autors dels articles a fi de publicar-los explícitament a *Turística. Papers de turisme*.

Els autors hauran de comprovar la validesa dels enllaços i fer servir l'estil de bibliografia i citacions proposat per l'American Psychological Association (APA).

Les llengües de la revista són: català; espanyol i anglès. Cada original s'iniciarà amb un resum en la llengua de l'article i un altre en llengua anglesa, d'una extensió màxima de 100 paraules. Els autors també proposaran un màxim de cinc paraules claus referides als continguts de l'article.

Els autors hauran de remetre un document signat amb una declaració, en la qual manifestaran explícitament l'originalitat dels continguts. La manca d'aquest darrer requisit implicarà el rebuig de l'article.

Els originals seran revisats anònimament per experts en cada àmbit temàtic.