

## Trabajo Fin de Grado

Incidencia de los apartamentos turísticos en la  
economía y ocupación turística en las Islas  
Baleares

Incidence of tourist apartments in the  
economy and tourist occupation in the  
Balearic Islands

Autor/es

Miguel Covas Bartolomé

Director/es

Begoña Espinosa

Escuela de Turismo Universitaria de Zaragoza

2016

## ÍNDICE

---

<b>1. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>2-4</b>
1.1. Justificación del proyecto.....	3
1.2. Objetivos del estudio.....	3-4
1.3. Metodología.....	4
<b>2. MODELO TURÍSTICO BALEAR.....</b>	<b>5-11</b>
2.1. Modelo “sol y playa”.....	6-8
2.2. La estacionalidad.....	8-10
2.3. Caminando hacia un desarrollo sostenible.....	10-11
<b>3. ANÁLISIS DEL SECTOR DEL ALOJAMIENTO EN APARTAMENTO TURÍSTICO.....</b>	<b>11-14</b>
3.1. Apartamento turístico como modelo de alojamiento.....	12
3.2. Concepto de apartamento turístico.....	12-13
3.3. Condiciones mínimas de los apartamentos turísticos.....	13-14
3.4. Clasificación de apartamentos turísticos.....	14
<b>4. ANÁLISIS DE LA OFERTA.....</b>	<b>15-19</b>
4.1. Apartamentos reglados ofertados.....	15-16
4.2. Apartamentos o viviendas no regladas.....	16-19
<b>5. ANÁLISIS DE LA DEMANDA.....</b>	<b>19-24</b>
5.1. Introducción.....	19-20
5.2. Alojamiento en apartamentos turísticos.....	20
5.3. Informe de alojamiento en apartamentos turísticos.....	20-24
<b>6. CONCLUSIONES.....</b>	<b>25</b>
<b>7. BIBLIOGRAFÍA Y WEBGRAFÍA.....</b>	<b>26-27</b>
<b>ANEXO. ENCUESTA INE PARA APARTAMENTOS TURÍSTICOS.....</b>	<b>28-31</b>

## **1. INTRODUCCIÓN**

El turismo supone una de las mayores fuentes de ingresos en muchos países, lo que le otorga la consideración de una actividad clave en la economía de todos ellos, situándose, según La Organización Mundial del Turismo, entre las cinco categorías más importantes de las exportaciones mundiales.

Cada año, la industria turística crece, aumentando los ingresos y se prevé para el futuro que sea un sector de mayor crecimiento. El PIB turístico registró en el año 2015 un avance del 3,7%, alcanzando los niveles máximos registrados en los últimos 15 años (Exceltur, 2016).

La investigación se puede utilizar en desarrollar conocimientos para ponerlos en práctica en actividades turísticas y como referencia a la hora de tomar decisiones estratégicas. Atendiendo a la información de María Elena Romero (Jefa de Recepción de los Apartamentos Villa-Real), con la investigación en el turismo podemos:

- Planificar la actividad por parte de la empresa de manera más precisa, al contar con información del sector y el entorno.
- La administración pública puede aplicar estas investigaciones para el mejor desarrollo turístico sostenible.
- Solucionar problemas gracias a informes previos que tengan una base contrastada.

El mercado turístico Balear es sin duda uno de los principales de España. Cómo cita el *Informe de Coyuntura Turística* (2015), elaborado por el Gobierno de las Islas Baleares: “*Baleares recibió el año pasado un total de 13,5 millones de visitantes, un 4% más respecto al año pasado*”. Su evolución en los últimos años ha sido espectacular, revertiendo la situación de crisis económica que afectó de manera muy notable al turismo balear y consolidándose como un pilar fundamental de la economía y sostén de la prosperidad futura del archipiélago.

Actualmente, la apuesta principal es la consolidación de la estrategia turística y su diversificación hacia nuevas actividades, reduciendo sus impactos ambientales para conseguir un desarrollo sostenible. Un ejemplo de lo anterior es la actividad *Paisatges Sostenibles* llevada a cabo por el Jardí Botànic de Sóller en el año 2015 y que pretende concienciar la conservación ecológica a través de actividades como exposiciones, concursos de fotografía o conferencias dirigidas tanto a la población local como a turistas. Atendiendo a las palabras de Agustín Pacheco (Director de Recursos Humanos del Hotel Cristóbal Colón), el modelo tradicional de “sol y playa” se ha estancado y por eso, los empresarios hoteleros y del turismo en general en Baleares están trabajando para promover actividades complementarias que permitan romper

la estacionalidad y a su vez generen beneficios económicos que garanticen el bienestar y calidad de vida de los ciudadanos.

### **1.1. Justificación del proyecto**

He elegido este tema por ser una situación novedosa en el sistema de alojamientos turísticos en las Islas Baleares entre 2008 y 2012, que supuso un cambio de tendencia en el comportamiento tanto de la oferta como de la demanda. Al haber realizado prácticas en Mallorca dentro de diferentes empresas del sector de alojamiento, he conseguido acceso a la encuesta del INE para apartamentos turísticos a la que únicamente tienen acceso los profesionales del sector y bajo una petición documentada y que en ningún caso es facilitada al público ajeno al sector.

Además, supone una motivación personal para dar a conocer las características acerca del turismo y la situación económica de la Comunidad Autónoma en la que nací y a la que estoy muy ligado.

### **1.2. Objetivos del estudio**

- Investigar el origen del crecimiento de la demanda de este tipo de alojamiento.
- Conocer la incidencia del turismo en la economía balear.
- Estudiar un tipo de alojamiento complementario al hotelero tradicional en el turismo en Baleares.
- Desglosar los factores del entorno que inciden en los alojamientos turísticos en las Islas Baleares.

Desde la perspectiva de oferta y demanda turística y en relación con los informes que se editan parece que todos ellos se basan en alojamientos hoteleros, como es el caso del estudio llevado elaborado por Oliver, Font, Penalva y Nadal (2005), pero la demanda de apartamentos turísticos, ya sea, por la economía mundial, por el cambio de perfil del turista que en los últimos años se viene dando, como afirma el estudio de Sastre y Payeras (2009) o por otras características que inciden en el turismo, va en aumento.

En esta investigación se pretende destacar el aumento de la demanda de apartamentos turísticos, así como determinar que este aumento se ha producido por causas económicas, tomando como punto de partida un estudio de las pernoctaciones en este tipo de alojamientos

desde el año 2008 hasta el año 2012, donde se podrá apreciar que las pernoctaciones medias aumentan.

### **1.3. Metodología**

Se ha realizado un estudio de tipo descriptivo, utilizando fuentes de datos secundarias obtenidas de páginas web especializadas en estudios turísticos (IET, OMT, INE, etc.), investigaciones de otros autores, revistas de tipo divulgativo, etc.

Además, también he utilizado fuentes primarias basadas en conversaciones en el ámbito laboral con personal cualificado del sector con una vasta experiencia; no han sido entrevistas en profundidad ante la negativa de éstos a grabar dichas conversaciones y la imposibilidad de transcribirlas por encontrarme dentro de mi horario laboral. A todo ello hay que añadir mi propia experiencia personal trabajando en diferentes ámbitos de sistemas de alojamiento en Baleares durante 6 meses que me permiten un conocimiento de primera mano de mucha información y datos utilizados en mi trabajo de investigación.

A continuación, se muestra una ficha (tabla I) con los datos de las personas que han aportado información a mi investigación, especificando el puesto laboral que desempeñan y el periodo de consulta:

*Tabla I. Ficha entrevistados*

María Elena Romero	Jefa de Recepción de los Apartamentos Villa-Real	Marzo - Junio 2016
Agustín Pacheco	Director de Recursos Humanos del Hotel Cristóbal Colón	Abril – Junio 2016
Elena Casado	Jefa de recepción del Hotel Cristóbal Colón	Abril – Junio 2016
Rebeca Pitti	Directora de Calidad y Medio Ambiente del Hotel Cristóbal Colón	Abril – Junio 2016

Fuente: Elaboración propia

## **2. EL MODELO TURÍSTICO BALEAR**

El modelo turístico balear tradicional es el de “sol y playa”, de carácter vacacional y con precios asequibles, dando lugar a una demanda masiva que proviene eminentemente de países europeos con peores condiciones meteorológicas; pero desgraciadamente es de mercado carácter estacional focalizado en los meses de verano. Además, es importante señalar que durante el desarrollo histórico de esta tipología turística se han llevado a cabo planificaciones territoriales con bastantes imperfecciones medioambientales tales como moratorias urbanísticas en vez de prohibiciones, compra de tierras en vez de imposición de la Ley de Costas, etc., que han desembocado en:

- Crecimiento urbanístico desordenado con grandes impactos territoriales, sobretodo en la costa.
- Actuaciones sobre espacios ecológicos y naturales
- Infraestructuras pobres o inexistentes
- Explotación de los recursos naturales, como el agua.

Como dice Rebollo (2015), este modelo se encuentra en pleno declive, con precios desorbitados e infraestructuras anticuadas si los comparamos con otros lugares con productos y servicios similares como el Caribe u otros países mediterráneos. Además de ser un sistema dominado mayoritariamente por la influencia de los turooperadores, que dejan muy poco margen de maniobra a los establecimientos turísticos en aras de desarrollar nuevas ofertas de servicios o buscar otros nichos de mercado.

Con la crisis económica mundial se aumentó la percepción de que esa situación debía cambiar y se desarrollaron planes, véase el *Plan Territorial de Mallorca* (aprobado el 13 de diciembre de 2004) y cambios sostenibles para mejorar la imagen de Baleares como destino turístico, como, por ejemplo:

- Protección de áreas naturales
- Modernización de los establecimientos de alojamiento turístico.
- Frenar el crecimiento de nuevas plazas hoteleras.
- Planes urbanísticos restrictivos.
- Ordenaciones de sectores que tienen que ver con actividades turísticas, por ejemplo, campos de golf, puertos deportivos, turismo rural...

## **2.1. Modelo “sol y playa”**

El producto “sol y playa” es entendido como una necesidad de disfrutar de un buen clima para personas que residen en zonas continentales, frías y/o alejadas del mar. Las islas que integran la Comunidad Autónoma se convierten, al menos en temporada alta, en un destino familiar en un enclave con las garantías de seguridad, confort, oferta complementaria, etc.

En palabras de Elena Casado (Jefa de Recepción del Hotel Cristóbal Colón), pude extraer que la evolución y el comportamiento de los turistas en las Islas Baleares demuestra su envejecimiento, a partir de ahí, se observa lógicamente un aumento del turista que viene acompañado con familia. Además, el 85% de los turistas son repetidores y, por tanto, poseen un alto nivel de fidelidad. Pese a que erróneamente se une la visión exterior de Baleares (exceptuando Menorca) con el turismo de alcohol de los jóvenes extranjeros, este tipo de turismo se limita a zonas muy concretas y no son una imagen certera del gran número turistas que viajan en familia o amigos en busca de buen tiempo.

Baleares sigue dando muestras de ser un destino con capacidad de crecimiento desde el lado de la demanda, incluso sin tener en cuenta la posible aparición de nuevos países emisores de turismo, como mencionan en su publicación Flores Ruiz y Barroso González (2012). Por otro lado, desde el punto de vista de la oferta, lo que nos permitirá mantener una relación calidad-precio aceptable será:

- La seguridad, tanto política como monetaria.
- Una amplia oferta complementaria en un contexto ordenado.
- Condiciones sanitarias, higiénicas, de limpieza, ruidos, etc., cada vez más exigentes.
- Una oferta monumental y cultural que debe ser ordenada, publicitada, con una programación de los eventos, etc.
- Un entorno natural-paisajístico y rural cuidadosamente preservado.
- Unas posibilidades de comunicaciones rápidas y eficientes de menor congestión.
- Un entorno urbano más abierto y la creación de espacios verdes

En definitiva, si los precios, aunque lógicamente controlados, no pueden jugar una baza única en nuestra estrategia competitiva, sí lo han de hacer elementos como los que acabamos de citar. Dicho de otra manera, el producto turístico que podemos ofrecer es un producto que va a tener un alto contenido de bienes públicos (seguridad, paisaje preservado, servicios, etc.) y el menor contenido posible de externalidades negativas (congestión, contaminación, etc.).

En contra de lo que se afirma en determinados ámbitos, la preservación del medio ambiente es una opción cara, esta afirmación la corrobora Rebeca Pitti (Directora de Calidad y Medio Ambiente del Hotel Cristóbal Colón). Los ejemplos son múltiples: la adquisición y mantenimiento de espacios naturales; los servicios de depuración, saneamiento limpieza, etc.; las más que probables indemnizaciones por los planes de ordenación que eliminaron derechos consolidados; la adquisición o intercambio para su derribo de edificios obsoletos con impacto negativo; la dotación de servicios de un transporte público y eficiente y, en definitiva, persuasivo de la utilización del transporte privado que generaría durante años fuertes déficits; la declaración y correspondiente gestión de parques naturales; el apoyo al medio rural para su supervivencia como activo medioambiental de primer orden sin olvidar el situar una red de carreteras a los niveles requeridos.

El otro gran tema tiene que ver con la ordenación del territorio, donde se tiene que buscar la preservación de los espacios naturales y el mundo rural, a la vez que se busca la recuperación de las primeras líneas de playa y la integración de las líneas posteriores con ofertas deportivas, de ocio y culturales que perfeccionen el producto turístico global.

Dicho todo esto, no hay duda en el hecho de que Baleares ha pasado en cincuenta años de ser una economía pobre y agrícola a una economía desarrollada gracias al modelo turístico del que hoy son líderes.

Atendiendo al estudio *"Situación actual y perspectivas del turismo en las Illes Balears"* (2003) elaborado por la Cámara de Comercio de Mallorca, el turismo ha sufrido una mejora considerable alcanzando los índices más bajos de paro de España. Para conseguir la retención del turismo hay que garantizar un futuro sostenible que permita la creación de actividades complementarias, sin embargo, la falta de estructuras apropiadas impide este desarrollo. El modelo turístico balear se ha transformado en una tipología hotelera y residencial, concentrando su comercialización en turoperadores extranjeros (principalmente Alemania y Reino Unido) con cifras históricas del 80% de la afluencia de turistas al archipiélago. Como consecuencia a esto, el incremento de la integración vertical en los casos de RIU con TUI y Barceló con FirstChoice. Además de todo esto, la insularidad y el clima inciden de manera notable en un modelo en constante desarrollo.

Por todo ello, los retos de la política turística deberían de ser los siguientes:

- Recuperar el poder hacia la demanda.
- Seguir mejorando la oferta y los servicios, a la vez que se aumenta la oferta complementaria como el turismo deportivo, de congresos, etc.

- Resolver los problemas servicios públicos e infraestructuras.
- Propiciar la unión de empresas con el objetivo de crear una imagen de marca.
- Incrementar la expansión internacional y desarrollar otros canales de distribución.

Si se consigue todo ello, entonces podremos afirmar que el modelo turístico balear tiene un futuro más que prometedor.

## **2.2. La estacionalidad**

El principal problema del sector turístico en Baleares es la estacionalidad, bien es cierto que se hacen esfuerzos para paliarla, pero no son suficientes y en los últimos años, con la crisis, se ha acentuado más.

Atendiendo al estudio de Seguí Llinas (2006), las islas Baleares se posicionan en el mar Mediterráneo, entre el litoral catalán y el continente africano. Están conformadas por tres islas principales (Mallorca, Ibiza y Menorca), dos de menor relevancia (Formentera y Cabrera) y numerosos islotes (Conejera, Dragonera, Malgrats, etc.). Con un 0,16% de la superficie total de la UE y un 0,24% de la población de la misma, las islas Baleares reciben más de diez millones de turistas anuales consolidándose como un destino turístico a nivel internacional.

Al igual que en muchas otras regiones en el mundo, el turismo balear se ha caracterizado por el predominio del modelo de turismo de masas, modelo Fordista de desarrollo económico cuyas principales características son la falta de diferenciación del producto y la rigidez que han estado continuamente presentes. Pese a ello, el modelo balear ha obtenido resultados positivos en lo que a creación de empleo y crecimiento económico se refiere, es por ello por lo que Baleares se considera una región muy dinámica dentro del entorno socioeconómico nacional superando la media de la UE en Índice de PIB.

Para realizar una planificación turística exitosa se debe estudiar a la demanda potencial para conocer sus características y motivaciones y así elaborar un producto acorde a sus inquietudes. Según Antoni Sastre y Margalida Payeras (2009), la demanda turística consecuencia del modelo sol y playa es heterogénea, concentrándose en los meses de verano (temporada alta). Pese a todo ello, en los últimos años se han llevado a cabo estrategias y medidas políticas para revertir la estacionalidad tan acusada de las islas Baleares como por ejemplo el diseño y la comercialización de nuevos productos turísticos como el turismo de golf o el cicloturismo, tendentes a atraer turistas durante los meses de invierno, que constituyen la temporada baja para el turismo balear.

Las principales consecuencias de la estacionalidad son las variaciones en los precios (inflación en meses estivales) y en la ocupación de los hoteles (desde alojamientos vacíos hasta overbooking), la poca rentabilidad en los meses de invierno que impiden cubrir los gastos de mantenimiento y mejora de infraestructuras y una congestión de las carreteras en la isla que aumentan exponencialmente el número de siniestros. Además de todo lo anterior, la estacionalidad también representa una inestabilidad del mercado laboral unida a la predominancia de contratos temporales de 3 o 6 meses, impactos medioambientales negativos y contaminación acústica y la saturación de los servicios públicos que tienen que dar cabida a una cantidad ingente de personas durante los meses estivales.

Con el presente estudio quiero aportar algunas ideas para desestacionalizar el sector turístico en Baleares:

- Mejorar las prestaciones de los alojamientos (calefacción, piscinas climatizadas, etc.).
- Invertir en campañas de promoción turística y paisajística.
- Promover eventos deportivos y culturales.
- Mejorar las comunicaciones aéreas y marítimas en invierno.
- Dirigirse a aquellos turistas que no viajan por motivos de sol y playa.
- Preparar los alojamientos para recibir a un turista de larga estancia.
- Subvencionar otros segmentos del turismo.
- Atraer turistas de países con menor afluencia actualmente.
- Crear nuevos productos turísticos.

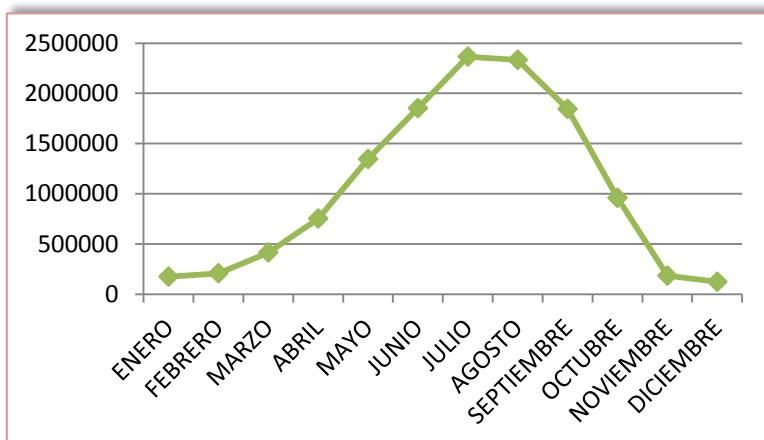
#### Diferencias estadísticas entre la ocupación en temporada baja y alta

Según el estudio realizado por Antoni Sastre y Margalida Payeras (2009) bajo la supervisión de la Universidad de las Islas Baleares en el departamento de economía aplicada, durante la temporada alta el turista predominante es un turista de menos de 30 años, que viaja acompañado (el 30% viaja acompañado de sus hijos también), se aloja en hoteles en régimen de media pensión a través de un paquete organizado y de media gasta 82 euros diarios con una estancia media de 10 días. En cuanto a sus motivaciones son el clima y las playas.

En cambio, en temporada baja se trata de un turista mayor de 45 años que viajan acompañados y se alojan en sus propias casas o de amigos (debido a la carente oferta de alojamiento que hay durante estos meses), optan por reservar su viaje a través de internet y se gastan una media de 54 euros/día durante los 7 días que dura su viaje también por término medio. Las motivaciones de viajar a las islas Baleares son el clima, la calidad del entorno y la tranquilidad de la que disfrutan.

Este ejemplo de estacionalidad tomando como referencia el año 2012, se repite con los demás años analizados.

Gráfica 1. Entrada mensual de turistas en las Islas Baleares en el año 2012.



Fuente: Estudios turísticos CAIB (2016). Elaboración propia

Como se puede apreciar la estacionalidad es máxima en los meses invernales donde la ocupación escasa; todo lo contrario, sucede en los dos meses principales de verano.

La economía balear, que fundamentalmente se rige por el turismo, sobrevive por estos dos meses, por ello el Gobierno Balear está en los dos últimos años lanzando propuestas para minimizar esta estacionalidad, véase promoción de paquetes organizados en los primeros meses del año, colaboración con el IMSERSO, promoción de actividades, eventos artísticos y culturales, etc.

### **2.3. Caminando hacia un desarrollo sostenible**

Según el estudio de Santamarta (2000) y apoyándome también en el testimonio de Rebeca Pitti (Directora de Calidad y Medio Ambiente del hotel Cristóbal Colón), las administraciones se van concienciando y se están redactando normativas para la mejora de los futuros desarrollos urbanísticos. Hace unos años, las campañas de sensibilización ambiental y las acciones de sostenibilidad llevadas a cabo por empresarios de apartamentos turísticos se cumplían parcialmente y encubrían una realidad en la que la única motivación era la promoción de sus establecimientos con el fin de aumentar sus ingresos económicos. Pese a todo ello, los organismos autonómicos responsables decidieron fijar unos estándares mínimos de responsabilidad sostenible en los apartamentos turísticos para preservar el medio ambiente

con acciones como el reciclaje y la reducción de productos contaminantes. A pesar de las mejoras que se han conseguido en materia medioambiental, aún queda mucho recorrido sobre todo en lo referido a rentabilidad económica para el empresario; por ello se están reforzando las infraestructuras para la depuración de las aguas sucias, se han puesto en marcha nuevas desaladoras con el fin de aprovechar el agua marina para el uso humano y a la vez se han implantado planes de embellecimiento de las zonas turísticas. Todo ello con la pretensión de alcanzar un nuevo modelo turístico general aplicable a todas las islas que sea atractivo, competitivo y sobre todo sostenible.

El paisaje es uno de los grandes valores de las Islas Baleares, se pueden encontrar paisajes agrícolas, montañosos, planas, y no debemos olvidar el mar con costas y playas de arena fina, acantilados de piedra, calas, etc. Las poblaciones siguen teniendo aspectos característicos de zonas no urbanizadas, núcleos en las montañas con sabor rural; el entorno natural y el contacto con la naturaleza constituyen un valor añadido para los turistas, como por ejemplo el Torrente de Pareis. Además de contar con la Sierra de Tramontana que posee una vegetación exuberante y una caída imponente al mar, que otorga una visión y experiencia singular por lo que es considerada Patrimonio Mundial.

Por último, pero no menos importante, su patrimonio etnográfico que incide en el carácter de la Comunidad y constituyen la identidad insular. Además del patrimonio arquitectónico, el cual es extenso, hay gran número de edificios emblemáticos (Castillo de Bellver), con una riqueza patrimonial y considerados Bienes de Interés Cultural (Catedral de Palma de Mallorca y Judería de Menorca, entre otros).

### **3. ANÁLISIS DEL SECTOR DEL ALOJAMIENTO EN APARTAMENTO TURÍSTICO.**

*“En la década de los años 80 se produjo un aumento sustancial de oferta de apartamentos turísticos, se pasó de 11.755 en 1980 a una oferta de 68.518 en 1986”* (Seguí Llinas, 2006)

Entre las razones por este fuerte aumento cabe destacar:

- Cambios en el gusto de la demanda, los turistas prefieren la libertad que dan los apartamentos en contra de la rigidez del alojamiento hotelero.
- Mayor rentabilidad económica para familias.
- Aumento de la oferta por el coste de construcción más económico que un hotel, aparte que el gasto de explotación es menor puesto que no se ofrecen los servicios de un hotel y no se necesita tanto personal.

### **3.1. Apartamento turístico como modelo de alojamiento**

*“Explotación de forma habitual, profesional de la actividad de alquilar las unidades de alojamiento, en este caso, es un contrato entre una empresa turística y un particular, por lo tanto, requiere autorización administrativa” (OMT).*

Existe un negocio mercantil ya que existen dos partes: el empresario extra hotelero de apartamentos turísticos de uso vacacional y, por otro lado, el consumidor. Además, el cliente de este tipo de contrato paga unos servicios y asistencias obligatorios además del precio del alojamiento.

La normativa aplicable a este tipo de empresas es la ORDEN de 1967 modificada a nivel estatal por el Real Decreto de 1982 que afecta a todas las autonomías que carecen de materia legal específica; dado que únicamente Asturias, Baleares, Canarias, Cataluña, País Vasco y Comunidad Valenciana poseen legislación propia respecto a los apartamentos turísticos.

### **3.2. Concepto de apartamento turístico**

Según el Real Decreto de 1982, se define apartamento turístico como:

*“Conjunto de unidades de alojamiento que pueden ser apartamentos, villas, bungalow, chalet y similares, ofrecidos empresarialmente ya de forma habitual para su inmediata ocupación por motivos vacacionales o turísticos y dotados de mobiliario, instalaciones, servicios y equipos para su inmediata ocupación.”*

Las empresas de apartamentos turísticos tienen dos modalidades:

- Conjuntos: regentados bajo una misma dirección situados en distintos edificios, chalets, villas, urbanizaciones, etc.
- Bloques: edificio o conjunto de ellos formados por apartamentos que se ofrecen bajo una misma unidad de explotación.

La diferencia entre una modalidad y la otra es la disgregación del conjunto frente a la unión del bloque.

Al empresario se le exige constituir una fianza que garantice la cobertura de posibles responsabilidades, así como la retribución de las cantidades cobradas anticipadamente en caso de que el servicio sea incorrecto o defectuoso. Únicamente, no se exigirá la fianza en el caso de que la empresa explotadora sea al mismo tiempo propietaria de los inmuebles y así lo

acredite ante la administración turística competente. Todo ello se debe a que el cliente paga por adelantado.

Es decir, cuando el explotador de la empresa apartamento turístico no es propietario del inmueble, tendrá que presentar un título que le acredite como autoridad administrativa para actuar como empresario del apartamento turístico por escrito.

### **3.3. Condiciones mínimas de los apartamentos turísticos**

La norma establece unas condiciones mínimas comunes a todos los apartamentos turísticos. Se trata de unos requisitos básicos en cuanto a capacidad y composición que todos los apartamentos deben cumplir sea cual sea su tipología o categoría, y que a continuación voy a detallar:

- Capacidad: determinada por el número de camas en los dormitorios y el número de camas convertibles existentes en otras habitaciones.
- Composición mínima:
  - 1 dormitorio, entendido como la parte del apartamento destinadas exclusivamente a esa finalidad.
  - 1 baño/aseo, salvo en alojamientos que excedan de 6 plazas, dónde existirán 2 piezas de este tipo.
  - 1 sala de estar/comedor, que tiene que tener ventilación directa. Su superficie depende de las categorías, estableciéndose un mínimo de 9 metros cuadrados
  - 1 cocina que debe estar dotada de todo tipo de utensilios para la conservación y preparación de alimentos y se exige como mínimo fregadero, despensa, frigorífico y fuego cualquiera que sea su sistema de alimentación.

Todos ellos deben estar dotados de agua corriente, energía eléctrica con indicación del voltaje, sistema de combustible para la cocina, calentador, calefacción, sistema de recogida de basuras y ascensor (cuando los apartamentos estén en bloques de 5 o más plazas). Además de contar con un mobiliario adecuado a la capacidad y a la categoría. Se entiende por mobiliario, a todos los muebles que componen la decoración del apartamento, el menaje, las ropas de cama y mesa y los utensilios de limpieza y cocina.

Excepcionalmente existen otros requisitos mínimos aplicables a empresas que exploten 10 o más unidades de alojamiento. Son los siguientes:

- Conserjería/ recepción: atendida por personal cualificado, cuya misión es el registro de entradas y salidas de turistas, tramitar la correspondencia y reclamaciones, custodiar las llaves y atender llamadas telefónicas.
- Teléfono: disponible todo el día para el uso personal de los clientes y que debe estar ubicado en las cercanías a la recepción.
- Servicio de lavandería y limpieza: representa un coste adicional para el cliente que requiera este servicio y puede ser interna o bien estar externalizada con una empresa subcontratada.

### **3.4. Clasificación de apartamentos turísticos**

Los apartamentos turísticos se clasifican en cuatro categorías que son válidas prácticamente en todo el territorio nacional; incluso las pocas Comunidades Autónomas que han regulado los apartamentos turísticos respetan esta categorización y sólo alguna de ellas ha suprimido la 3<sup>a</sup> categoría. Las categorías (lujo, 1<sup>a</sup>, 2<sup>a</sup> y 3<sup>a</sup>) se identifican con LLAVES siendo lujo/ 4 llaves, 1<sup>a</sup>/ 3 llaves, 2<sup>a</sup>/ 2 llaves, 3<sup>a</sup>/ 1 llave.

La placa distintiva normalizada se encontrará en el acceso de entrada a todas y cada una de las unidades de alojamiento que conformen los apartamentos turísticos. El formato de dicha placa será rectangular, de color rojo y las letras AT en color blanco al igual que las llaves que indican la categoría de los apartamentos, y que viene determinada por las instalaciones (de alojamiento y zonas de uso común) y los servicios complementarios que se oferten.

### **La crisis económica y la acción del Gobierno Balear en materia legislativa**

Según las palabras de María Elena Romero (Jefa de Recepción de los Apartamentos Villa-Real), la crisis económica internacional agravó la situación del sector turístico en Baleares, lo que hizo que entre 2010 y 2011 los poderes públicos adoptasen medidas de carácter legislativo que eran necesarias pero que resultaban insuficientes, dada la envergadura del problema estructural de la industria del turismo balear.

En un primer momento se aprobó la Ley 4/2010, de 16 de junio, de medidas urgentes para la inversión en las Islas Baleares; posteriormente, la Ley 10/2010, de 27 de julio, de medidas urgentes relativas a determinadas infraestructuras y equipamientos de interés general en materia de ordenación territorial, urbanismo y de impulso a la inversión, normas que han sido complementadas con el Decreto 13/2011, de 25 de febrero, por el que se establecen las disposiciones generales para facilitar la libertad de establecimiento.

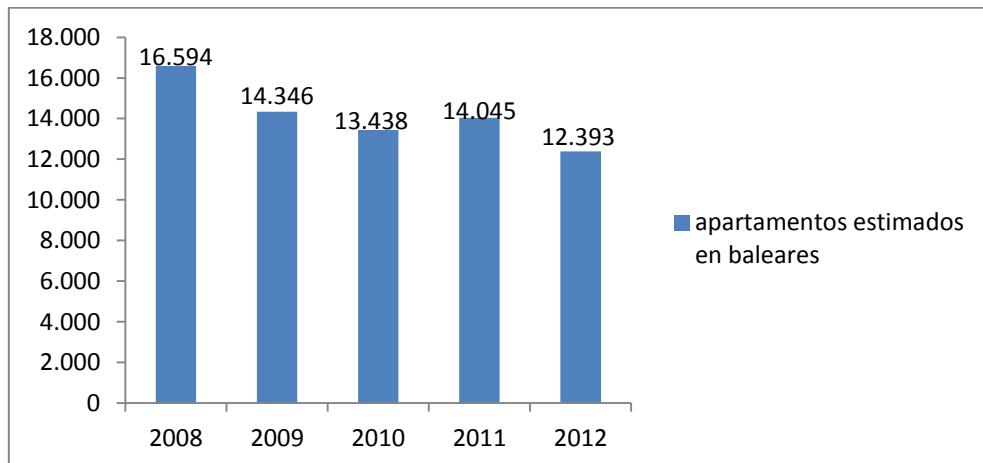
#### **4. ANALISIS DE LA OFERTA**

A continuación, voy a desarrollar un análisis individualizado de la oferta de los apartamentos reglados y los no reglados con el fin de conocer la situación de este tipo de alojamientos en las islas Baleares desde el punto de vista de la oferta, así como poner cifras a un aspecto de gran controversia en el turismo balear como son los “alquileres ilegales” de apartamentos privados que tantos quebraderos de cabeza dan a los empresarios de las islas.

##### **4.1. Apartamentos reglados ofertados**

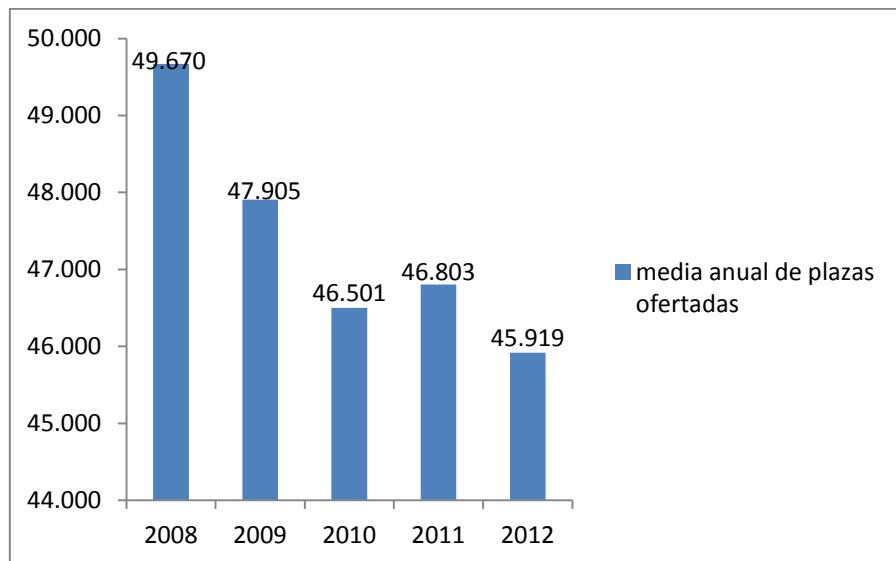
En las siguientes gráficas se puede apreciar la evolución de los apartamentos turísticos ofertados en Baleares, así como el número de plazas desde 2008 a 2012, dónde se refleja una reducción paulatina de ambos indicadores.

*Gráfica 2: Media anual de apartamentos turísticos ofertados en las Islas Baleares*



Fuente: INE (2016). Elaboración propia

Gráfica 3: Media anual de plazas en apartamentos turísticos ofertadas en Baleares.



Fuente: INE (2016). Elaboración propia

La oferta de apartamentos turísticos tuvo una tendencia decreciente durante el periodo de mi investigación, entre 2008 y 2012. La crisis mundial influyó en que algunos establecimientos tuvieran que reestructurarse por falta de ocupación y se convirtieran en viviendas familiares ajenas a la explotación o que finalmente hayan desaparecido.

Las empresas que intentaban explotar sus negocios de manera ilegal por no adaptarse a las nuevas situaciones, tendieron a desaparecer ya que los turistas y turoperadores únicamente contrataban negocios normalizados para evitar problemas legales. Unido a esto, durante 2011 y 2012, se produjeron numerosas inspecciones de la Conserjería de Turismo de las Islas Baleares que obligaron a cesar la actividad e incluso clausurar numerosos establecimientos que no habían actualizado su documentación legal.

#### **4.2. Apartamentos o viviendas no regladas.**

Atendiendo a la información dada por María Elena Romero (Jefa de Recepción de los Apartamentos turísticos Villa-Real), en los últimos años han cambiado los hábitos de viaje de los turistas nacionales e internacionales, se han visto reducidas las y en contraprestación se efectúan más viajes por la aparición de nuevas compañías aéreas *low-cost*, además los servicios se contratan mayoritariamente por internet. El turista se aloja cada vez más en viviendas de familiares o amigos y ellos mismos se componen el viaje a su medida, dejando el paquete turístico en un elemento residual.

La oferta de estos apartamentos se realiza de manera directa o bien con pequeñas agencias que participan de este fraude. Todo ello provoca unas cifras económicas y de afluencia irreales, y ante todo una competencia desleal para aquellas empresas de alojamiento regularizadas.

Según la normativa comunitaria, Decisión de la Comisión Europea 1999/34/ de 9 de diciembre de 1.998, el alojamiento colectivo entra en la oferta reglada, y el alojamiento privado dentro de la oferta no reglada, no disponen de licencia de apertura y de actividad, no pueden ser dados de alta en el registro de actividades y empresas turísticas.

Los Anuarios económicos de La Caixa hicieron una serie de estudios para poder estimar el número de viviendas regladas y no regladas; las pernoctaciones regladas en España se elevaron a un 29% mientras que las no regladas alcanzó un 71%. Ante tal diferencia, urge una solución inmediata que revierta una situación de falsedad en los datos turísticos en España.

Al igual que en el resto de España, las Islas Baleares cuentan con el mismo problema con la excepción de que el porcentaje de viviendas regladas supera al de viviendas no regladas, siendo la única Comunidad Autónoma donde sucede esta situación. Esto se debe al control estricto del Gobierno autonómico sobre los alojamientos, dado que de ellos depende el principal desarrollo de la economía balear.

En la tabla II se puede observar el número de viviendas regladas y no regladas de las principales Comunidades Autónomas en materia de turismo, donde se observan las diferencias existentes entre ellas:

Tabla II. Viviendas no regladas y regladas por Comunidad Autónoma.

CCAA	REGLADAS	%	NO REGLADAS	%	TOTAL
C. VALENCIANA	37.10	17.5	174.7	82.5	211.8
ANDALUCIA	51.40	26.9	140.0	73.1	191.4
CATALUÑA	60.6	31.4	132.7	68.6	193.3
CANARIAS	76.3	41.4	107.8	58.6	184.1
I.BALEARES	60.2	50.2	59.8	49.8	120.0
OTRAS	67.5	21.10	252.4	78.9	319.9
TOTAL	353.1	28.9	867.4	71.1	1220.5

Fuente: La Caixa. Anuario económico de España (2012)

La información facilitada por La Caixa en el Anuario económico de España (2012) indica que las pernoctaciones regladas en España fueron de 353 millones, siendo 867 millones las correspondientes a las referidas a las viviendas no regladas, es decir, más del doble. Sin embargo, a todo esto, hay que añadir que las Islas Baleares reciben alrededor de 11,5 millones de turistas, de los que 5 millones cuentan con vivienda propia o se instalan en casas de amigos o familiares.

Para realizar un diagnóstico más detallado de la situación de los alojamientos turísticos no reglados se presenta un análisis DAFO:

#### DEBILIDADES

- Legislación estatal en materia de apartamentos turísticos anticuada y que no refleja la realidad del panorama turístico actual.
- Falta de homogeneidad entre las Comunidades Autónomas que actualmente regulan estos alojamientos.
- Carentes inspecciones por falta de recursos y medios que permitan llevarlas a cabo.
- Extrema dificultad para controlar los apartamentos no reglados de aquellos que son de familiares o amigos.
- No existe una marca de representación específica de apartamentos turísticos.
- Escasa información a los potenciales turistas que quieran elegir los apartamentos turísticos como sistema de alojamiento en las islas.

#### AMENAZAS

- Competencia desleal e intrusismo dirigido a los establecimientos regularizados.
- Reducción de calidad en la oferta
- Pérdidas económicas para las Administraciones Públicas.
- Escasez e incumplimiento de las normas de higiene, seguridad y responsabilidad civil.

#### FORTALEZAS

- Creciente demanda de los apartamentos turísticos por parte de los turistas nacionales e internacionales.
- Regularidad de la importante oferta de apartamentos turísticos en las Islas Baleares.
- Unión de los empresarios turísticos en la lucha contra la oferta de viviendas no regularizadas para desarrollar la actividad de alojamiento turístico.
- Implicación de los estamentos gubernamentales en la regulación de los apartamentos turísticos a través de la proposición de leyes.

## OPORTUNIDADES:

- Mejorar las condiciones de los apartamentos turísticos para conseguir que la demanda acuda a ellos en lugar de buscar alojamientos no reglados.
- Modificar algunas legislaciones restrictivas que permita recuperar el número de apartamentos turísticos y plazas con las que contaban las Islas Baleares antes de la crisis económica y permita la inclusión legal de este tipo de alojamientos

## 5. ANALISIS DE LA DEMANDA

### 5.1. Introducción

Según la OMT (1994), el turismo es concebido como las actividades de personas que viajan a lugares situados fuera de su entorno habitual y permanecen allí durante no más de un año seguido por motivos de ocio o negocio o por otras razones.

De esta definición se pueden extraer diferentes rasgos característicos de la demanda turística:

- Se trata de un traslado de personas desde su lugar de residencia hacia otro lugar distinto por diversas motivaciones
- Consta de dos elementos: el viaje hacia los destinos y las estancias en los mismos (actividades practicadas en los destinos).
- La estancia es ocasional, de corta duración y fuera del lugar de residencia habitual.
- Dentro de las motivaciones que empujan al turista a tomar la decisión de viajar, no están la búsqueda de empleo ni cambio de residencia.

La demanda turística engloba tanto el desplazamiento como los bienes y servicios consumidos por el turista antes, durante y después del periodo en el que se encuentra fuera de su lugar de residencia, siendo estos gastos vinculantes con el viaje realizado. (Flores y Barroso, 2012)

A su vez, la demanda turística se puede dividir en:

- Demanda interna, formada por los turistas de un país que viajan dentro del mismo país
- Demanda internacional, formada por los turistas de un país que viajan hacia otro país.

La demanda balear sigue teniendo potencial a la hora de elegir las islas como destino vacacional por las siguientes razones:

- El clima, el mero hecho de ser islas, la accesibilidad rápida y fácil, el auge de la presencia del medio natural como complemento a la oferta de sol y playa, el contexto cultural.
- El estar en la Comunidad Económica Europea hace que se liberalice el mercado, los precios sean asequibles para la mayoría de los europeos y muchos elijan las islas para instalar su segunda residencia.
- La inestabilidad en los países árabes que pueden ser competidores pero que su inseguridad mina la confianza de los turistas.
- Los demandantes de Baleares siguen siendo mayoritariamente europeos, dónde destacan ingleses y alemanes.
- La duración media de la estancia está descendiendo, pero no así la repetición de destino turístico que aumenta fuertemente por la facilidad de transporte y la frecuencia.

## **5.2. Alojamiento en apartamentos turísticos**

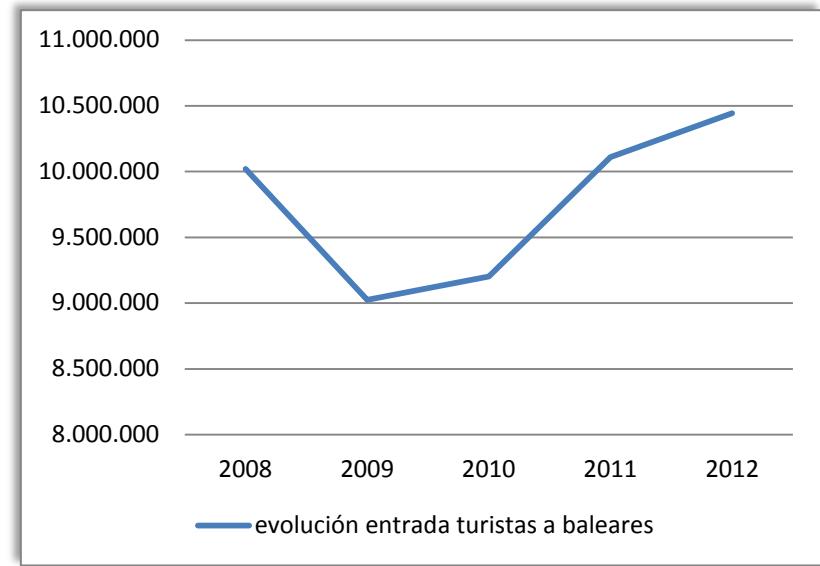
La ocupación en apartamentos turísticos, exceptuando el año 2009 marcado por el inicio de la crisis, ha ido incrementando, lo que le ha permitido un reconocimiento por parte de los estudios estadísticos en materia de turismo.

Como voy a presentar a continuación en las gráficas, la evolución de la elección de los turistas por este modelo de alojamiento es acorde a la entrada de turistas en otros sistemas de alojamiento más consolidados como son los hoteles. Además, la estancia media se ha visto reducida anualmente debido a la nueva tendencia de realizar mayor número de viajes de menor duración en lugar de realizar un único viaje de mayor prolongación temporal, sustentado principalmente en diferentes distribuciones de las vacaciones laborales y la mayor oferta de viajes *low-cost*.

## **5.3. Informe de alojamiento en apartamentos turísticos**

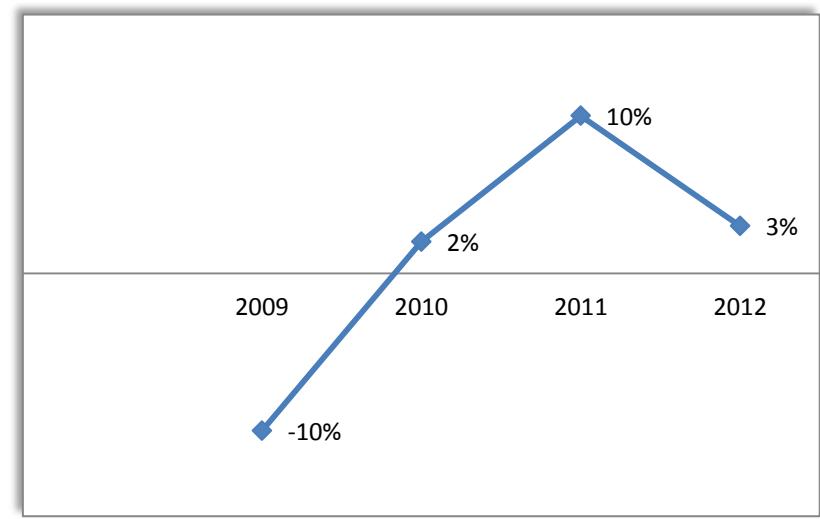
A continuación se presenta el informe acerca de la evolución cuantitativa en la tendencia de los turistas en Baleares entre los años 2008 y 2012, dónde se detalla su afluencia tanto a las islas como a los apartamentos turísticos con un enfoque especial hacia el turismo extranjero, que es el mercado de mayor incidencia en la economía turística de las Islas Baleares.

Gráfica 4. Evolución de la entrada de turistas en las Islas Baleares



Fuente: INE, FRONTUR. (2016) Elaboración propia

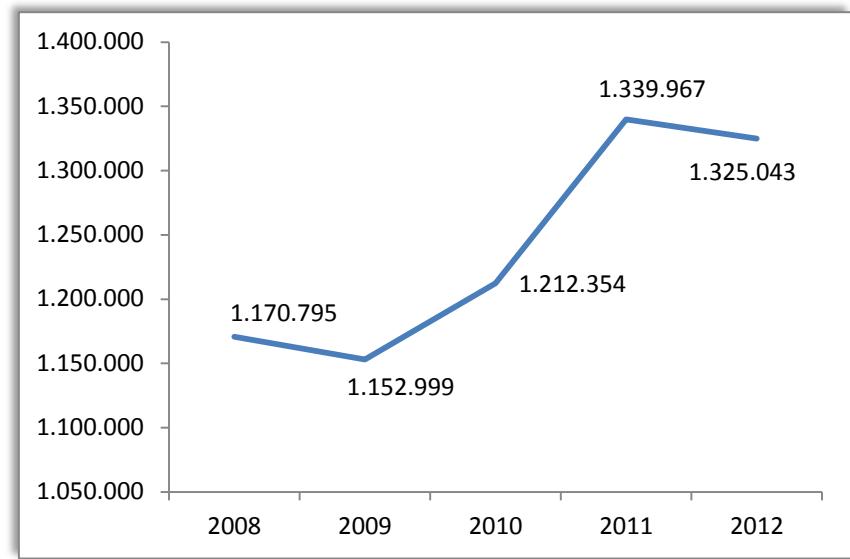
Gráfica 5. Variación interanual de la entrada de turistas en las Islas Baleares



Fuente: INE, FRONTUR (2016) Elaboración propia

En las dos gráficas anteriores podemos observar cómo a pesar de la del número de apartamentos turísticos, la elección de los turistas que visitan Baleares a partir del año 2009 se dirige hacia este modelo de alojamiento debido, entre otras razones, a las mejores condiciones económicas que ofrecen y como consecuencia, a la situación de crisis que se comenzó a vivir. Sobre todo, vemos el notable ascenso que se produce en el año 2011; a partir de ese año el crecimiento es más lento, pero se sigue observando la tendencia positiva en valores absolutos.

*Gráfica 6: Entradas de turistas españoles a apartamentos turísticos en las Islas Baleares*

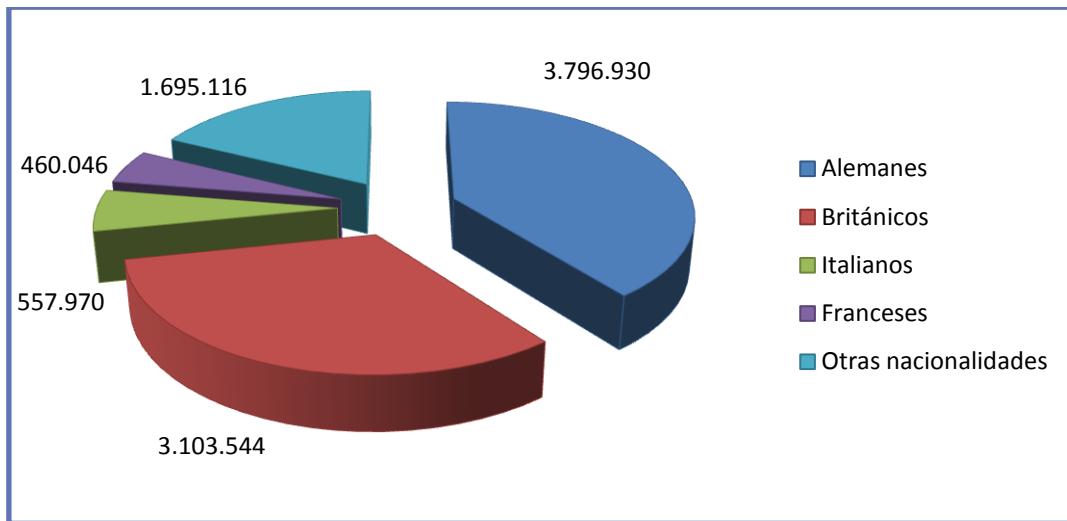


Fuente: INE, IBESTAT (2016) Elaboración propia

La gráfica anterior sirve como ejemplo de que la situación global observada anteriormente se extiende también a los turistas españoles, que a partir del año 2010 empiezan a elegir los apartamentos turísticos en Baleares como medio de alojamiento durante su estancia en las islas, alcanzando su pico de máxima ocupación en el año 2011 para después descender ligeramente, en una situación de mínimas oscilaciones en los años posteriores a esta investigación.

En la gráfica 7 se puede apreciar de forma clara y visual distribución de la “parte del pastel” repartida en el turismo extranjero en Baleares. Más de 2/3 de los turistas extranjeros que visitan las Islas Baleares son de procedencia germana y británica, manteniendo la tendencia histórica en Baleares. El resto se reparte de forma simbólica entre países europeos (destacar la irrupción de los rusos, aunque su continuidad fue mucho menor de la esperada), países sudamericanos y de manera residual estadounidenses y chinos. Pese a reflejar la situación en 2012 (último año de mi estudio), la situación en los años posteriores se ha mantenido prácticamente invariable con ligeras oscilaciones.

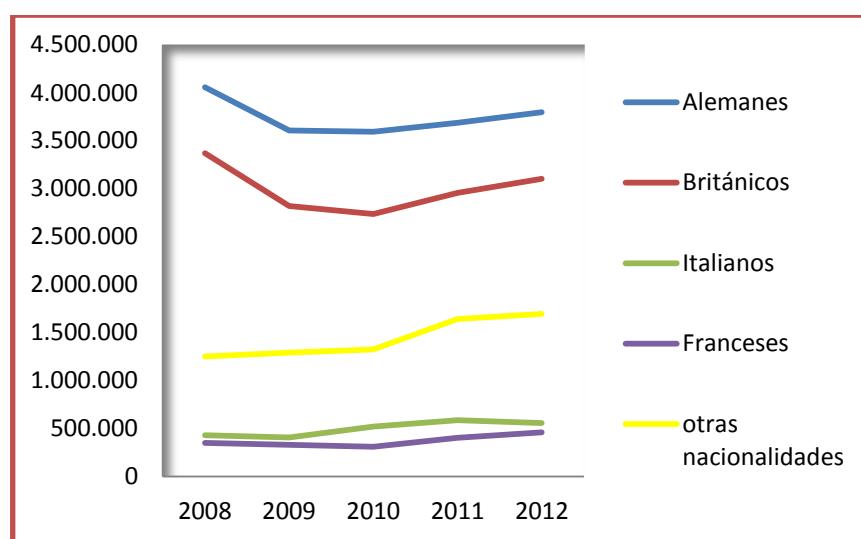
Gráfica 7. Alojamiento en apartamentos turísticos según nacionalidad extranjera en 2012



Fuente: FRONTUR (2016) Elaboración propia

La tendencia anual de los principales países emisores de turistas a Baleares (gráfica 8) se mantiene constante, aunque con algunas oscilaciones como la que se observa en 2009 debido a la situación de alarma general que generó los primeros instantes de la reciente crisis económica. Sin embargo, las cifras registradas durante todos los años de mi estudio son excelentes y demuestra que pese a los problemas económicos y sociales consecuencia de la crisis, el turismo en las Islas Baleares ha seguido teniendo un gran volumen de afluencia eminentemente europea; de manera que se corrobora también lo explicado anteriormente.

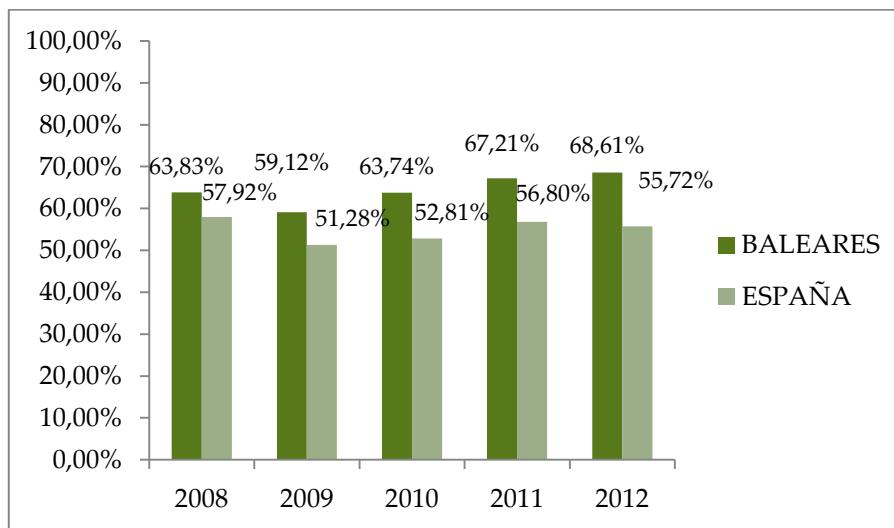
Gráfica 8. Evolución de entradas de turistas extranjeros en apartamentos en Baleares



Fuente: INE (2016) Elaboración propia

Si comparamos el comportamiento de la ocupación en apartamentos turísticos en España y en las Islas Baleares (gráfica 9) podemos observar que la tendencia es muy similar en ambos casos. Se aprecia un desplome en el año 2009 debido al inicio de la crisis y el desconcierto social que esto supuso, pero después se produce una recuperación paulatina en los siguientes años, a excepción del año 2012 dónde Baleares continúa con su crecimiento y en España se refleja un retroceso en la ocupación de los apartamentos turísticos.

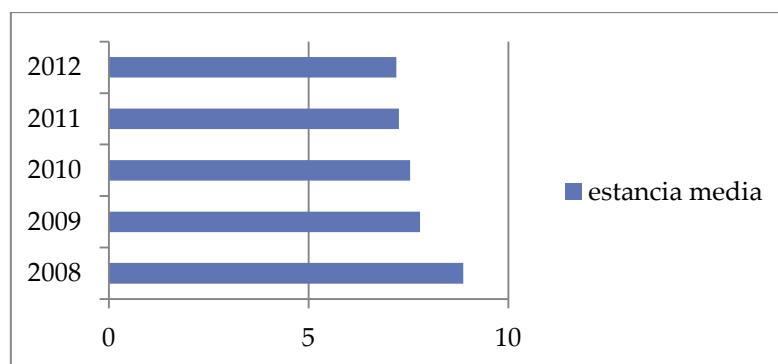
Gráfica 9. Comparación porcentual de la ocupación en apartamentos turísticos en Baleares frente al resto de España



Fuente: IBESTAT (2016) Elaboración propia

Para finalizar el análisis se muestra la duración de la estancia media en apartamentos turísticos de los turistas que visitan Baleares (gráfica 10), observando el descenso continuado que se produce desde el año 2008, pasando de una estancia media de casi 9 días a los 7 días en el año 2012. Por estos datos y por la tendencia de los turistas antes mencionada, no hay perspectivas de que esta situación se revierta.

Gráfica 10. Estancia media de los turistas en apartamentos turísticos en Baleares.



Fuente: IBESTAT (2016) Elaboración propia

## **6. CONCLUSIONES**

Hasta el año 2008, se había producido un descenso de la elección de las Islas Baleares como destino turístico y la tendencia invitaba a pensar que esa situación difícilmente iba a cambiar. Eran unos años de incertidumbre en todos los aspectos donde llegaban noticias de una incipiente crisis que pensábamos que nunca llegaría a una España sumida en la burbuja inmobiliaria que estaba a punto de estallar, de todas formas, la gravedad de esta crisis alcanzó niveles inimaginables en todos los ámbitos y por supuesto también en el turismo de nuestro país, caracterizado por su elasticidad de la demanda con la renta, y en el que las Islas Baleares tienen gran protagonismo.

Esto no quita para que, en Baleares, uno de los motores que han permitido salir de esta crisis y tener esperanza respecto a la prosperidad económica de nuestro país haya sido el turismo; alcanzando puestos de liderazgo dentro de España en cuanto a renta per cápita se refiere. Con este estudio he pretendido analizar la incidencia positiva de los apartamentos turísticos en la economía balear durante los años de la crisis como reflejo de la recuperación que experimentó el turismo en el archipiélago balear.

En ocasiones se ha dicho en los medios de comunicación o prensa especializada que el modelo de “sol y playa” está agotado pero después de tantos años y la aparición de numerosos países y regiones turísticas que siguen el mismo modelo, Baleares sigue estando en el punto de mira de todos los europeos que desean viajar por el clima, patrimonio cultural y la gastronomía; donde no se encuentran en otros países como por ejemplo los de la costa africana u Oriente Medio donde la inestabilidad sociopolítica y los atentados terroristas recientes han provocado que el número de turistas internacionales también vaya en aumento. Por todo esto, considero que sería un buen momento para atraer y fidelizar a estos nuevos turistas que están empezando a visitar las islas o que fijan el Mediterráneo como destino anual; todo ello a través de la calidad en los productos y servicios ofertados, mejora en las infraestructuras para poder acoger de manera eficiente a todos los turistas y darle una gran experiencia, y sobre todo con precios competitivos (no tirados) que atraigan un turista respetuoso y acorde a la imagen que deben tener las Islas Baleares.

La combinación de todos los elementos hace que la economía balear siga creciendo y con ella los apartamentos turísticos, los cuales avanzan positivamente como modelo de alojamiento demandado y se espera que continúe así en el futuro, dando una alternativa de calidad al tradicional sistema hotelero que predomina en Baleares.

## **7. BIBLIOGRAFÍA Y WEBGRAFÍA**

- Gobierno de las Islas Baleares (2015). Informe de Coyuntura Turística.
- Oliver, A. B., Font, A. R., Penalva, A. R., & Nadal, J. R. (2005). *Estrategias de especialización y diferenciación de la planta hotelera en las Baleares*. Cuadernos de turismo, (16), 49-64.
- Rebollo, J. F. V. (2015). *El modelo turístico del Mediterráneo español: agotamiento y estrategias de reestructuración*. Papers de turisme, (14-15), 131-147.
- Seguí Llinas, M. (2006) *El turismo a les Balears (1950 – 2005)* Edicions Documento Balear.
- Cámara de Comercio de Mallorca (2013). Situación actual y perspectivas del turismo en las Illes Balears
- Santamarta, J. (2000). Turismo y medio ambiente: World Watch, 52.
- BOE. Boletín Oficial del Estado. 8 de agosto 2012.
- Aguiló Pérez. E., Barros, V. (2004) Las actitudes de los residentes en Baleares frente al turismo: Universitat de les Illes Balears.
- Sastre, A., Payeras, M. (2009) Diferencias en el perfil del turista de la temporada alta y baja en Baleares: Departamento de Economía aplicada de la Universitat de Les Illes Balears.
- Flores Ruiz, D., Barroso González, M. (2012). *La demanda turística internacional. Medio siglo de evolución*.

### **Webgrafía:**

- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA. Recuperado en abril y mayo de 2016 en:  
<http://www.ine.es/>
- FRONTUR. Recuperado en abril de 2016 en:  
<http://estadisticas.tourspain.es/es/estadisticas/frontur/paginas/default.asp>
- EGATUR. Recuperado en abril y mayo de 2016 en:  
<http://estadisticas.tourspain.es/es/estadisticas/egatur/paginas/default.aspx>
- COYUNTUR. Recuperado en abril y mayo de 2016 en:  
<http://estadisticas.tourspain.es/es/estadisticas/analisisturistico/coyuntur/Paginas/default.aspx>
- Organización Mundial del Turismo (OMT). Recuperado el 28 de abril de 2016 en:  
<http://www2.unwto.org/es>

- FAMILITUR. Recuperado en abril de 2016 en:  
<http://estadisticas.tourspain.es/es/estadisticas/familitur/paginas/default.asp>
- CAMARA DE COMERCIO MALLORCA. Recuperado el 5 de mayo de 2016 en:  
<http://www.cambramallorca.com/>
- Turismo en las Islas Baleares (INESTUR). Recuperado en abril y mayo de 2016 en:  
<http://www.inestur.es/>
- Museo de Arte Moderno y Contemporáneo de Palma. Recuperado el 17 de mayo de 2016 en: <http://www.esbaluard.org/es/activitats/625/la-sostenibilidad-ambiental-en-las-islas-baleares/>
- Gobierno de las Islas Baleares. Recuperado en mayo de 2016 en:  
<http://www.caib.es/govern/index.do?lang=ca>
- García Sastre, M., Martorell Cunill, O. “Una reflexión sobre el modelo turístico de las Illes Balears”. Recuperado el 23 de mayo de 2016 en:  
<http://dialnet.unirioja.es/servlet/portadarevistas>.
- Instituto Balear de Estadística (IBESTAT). Recuperado en abril y mayo de 2016 en:  
<http://www.ibestat.cat/ibestat/inici>

## ANEXO

### MODELO DE ENCUESTA DE OCUPACION EN APARTAMENTOS TURISTICOS DEL INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICA.

**IN  
e Instituto Nacional de Estadística**

## **Encuesta de Ocupación en Alojamientos Turísticos. Apartamentos turísticos**

**Identificación del establecimiento**

**1. Modificaciones en la identificación (Cumplimente sólo los apartados sujetos a variación)**

Nombre o razón social del establecimiento o de la empresa explotadora	NIF	
Dirección		
Código Postal	Municipio	Provincia
Categoría (llaves)	Teléfono	Fax

Nombre o razón social de la empresa gestora

Dirección

Teléfono	Fax	
Código Postal	Municipio	Provincia

Este cuestionario se enviará, una vez cumplimentado, en los siete días naturales siguientes a los que se refieren los datos, a la Delegación Provincial del Instituto Nacional de Estadística, a la que podrá dirigirse para cualquier aclaración.

Persona de contacto a quien dirigirse, en caso necesario, para consultas, aclaraciones, o modificaciones sobre este cuestionario.

Sr./Sra. D/Dña.: \_\_\_\_\_ FIRMA O SELLO DE LA EMPRESA

Cargo o puesto que ocupa: \_\_\_\_\_

Teléfono: \_\_\_\_\_ Fax: \_\_\_\_\_

E-mail: \_\_\_\_\_

**Naturaleza, características y finalidad**

Esta estadística se enmarca dentro de las Encuestas de Ocupación en Alojamientos Turísticos. Los objetivos son ampliar y actualizar la información de los establecimientos del sector según directrices de la Unión Europea.

**Legislación**

Si deseas realizar la cumplimentación por Internet, accede a <https://marcain.es>

**Secreto Estadístico**

Serán objeto de protección y quedarán amparados por el **secreto estadístico**, los datos personales que obtengan los servicios estadísticos tanto directamente de los informantes como a través de fuentes administrativas (art. 13.1 de la Ley de la Función Estadística Pública de 9 de mayo de 1989, (LFEPI). Todo el personal estadístico tendrá la obligación de preservar el secreto estadístico (art. 17.1 de la LFEPI).

**Obligación de facilitar los datos**

Las Leyes 4/1990 y 13/1996 establecen la obligación de facilitar los datos que se soliciten para la elaboración de esta Estadística. Los servicios estadísticos podrán solicitar datos de todas las personas físicas y jurídicas, nacionales y extranjeras, residentes en España (artículo 10.1 de la LFEPI).

Todas las personas físicas y jurídicas que suministren datos, tanto si su colaboración es obligatoria como voluntaria, deben contestar de forma veraz, exacta, completa y dentro del plazo a las preguntas ordenadas en la debida forma por parte de los servicios estadísticos (art. 10.2 de la LFEPI).

El incumplimiento de las obligaciones establecidas en esta Ley, en relación con las estadísticas para fines estatales, será sancionado de acuerdo con lo dispuesto en las normas contenidas en el presente Título (art. 48.1 de la LFEPI).

Las infracciones muy graves serán sancionadas con multas de 3.005,07 a 30.050,61 euros. Las infracciones graves serán sancionadas con multas de 300,52 a 3.005,06 euros. Las infracciones leves se sancionarán con multas de 60,10 a 300,51 euros (art. 51.1, 51.2 y 51.3 de la LFEPI).

**Estadística de cumplimentación obligatoria**

**Nota:** este cuestionario está disponible en las distintas lenguas oficiales de las comunidades autónomas.



Mod.: EOAP-08

## 2. Entrada de viajeros durante la quincena de referencia y plazas ocupadas diariamente

Se entiende por viajero toda persona que llega y se aloja en el establecimiento. Se anotarán sólo las personas que entran cada día, aunque pernocten más de un día. *Ej.: Un matrimonio con un hijo, dará lugar a tres pernoctaciones o plazas ocupadas.*

**Quincenas de referencia:** mes de febrero: 1<sup>a</sup> quincena del 1-14/2<sup>a</sup> del 15 al fin de mes. Meses de 31 días: 1<sup>a</sup> quincena del 1-15 / 2<sup>a</sup> del 16 al 31

Lugar de residencia	Entrada de viajeros en el total de la quincena	Plazas ocupadas diariamente (número de pernoctaciones)							
		Día 1 <sup>a</sup>	Día 2 <sup>a</sup>	Día 3 <sup>a</sup>	Día 4 <sup>a</sup>	Día 5 <sup>a</sup>	Día 6 <sup>a</sup>	Día 7 <sup>a</sup>	
<b>Unión Europea</b>									
<b>ESPAÑA</b>									
1.1 Andalucía									
1.2 Aragón									
1.3 Asturias (Principado de)									
1.4 Baleares (Illes )									
1.5 Canarias									
1.6 Cantabria									
1.7 Castilla y León									
1.8 Castilla - La Mancha									
1.9 Cataluña									
1.10 Comunitat Valenciana									
1.11 Extremadura									
1.12 Galicia									
1.13 Madrid (Comunidad de)									
1.14 Murcia (Región de)									
1.15 Navarra (Comunidad Foral de)									
1.16 País Vasco									
1.17 Rioja (La)									
1.18 Ceuta y Melilla									
<b>RESTO DE LA UNIÓN EUROPEA</b>									
2. Alemania									
3. Austria									
4. Bélgica									
5. Dinamarca									
6. Finlandia									
7. Francia									
8. Grecia									
9. Irlanda									
10. Italia									
11. Luxemburgo									
12. Países Bajos									
13. Polonia									
14. Portugal									
15. Reino Unido									
16. República Checa									
17. Suecia									
18. Resto de la UE <sup>1</sup>									
<b>RESTO DE PAÍSES</b>									
19. Noruega									
20. Rusia									
21. Suiza									
22. Resto de Europa									
23. Estados Unidos									
24. Resto de América									
25. Países africanos									
26. Resto del mundo									

<sup>1</sup> Países incluidos en Resto de la UE: Bulgaria, Chipre, Eslovaquia, Eslovenia, Estonia, Hungría, Letonia, Lituania, Malta y Rumanía.

## 2. Entrada de viajeros durante la quincena de referencia y plazas ocupadas diariamente

Se entiende por plaza ocupada o pernoctación cada noche que un viajero se aloja en el establecimiento. Se anotará el número de personas que duermen cada noche, independientemente del día en que entraron.

Quincenas de referencia: mes de febrero 1<sup>a</sup> quincena del 1-14/2<sup>a</sup> del 15 a fin de mes. Meses de 31 días: 1<sup>a</sup> quincena del 1-15 / 2<sup>a</sup> del 16 al 31

Plazas ocupadas diariamente									Lugar de residencia
Día 8 <sup>a</sup>	Día 9 <sup>a</sup>	Día 10 <sup>a</sup>	Día 11 <sup>a</sup>	Día 12 <sup>a</sup>	Día 13 <sup>a</sup>	Día 14 <sup>a</sup>	Día 15 <sup>a</sup>	Día 16 <sup>a</sup>	
									<b>Unión Europea</b>
									ESPAÑA
									Andalucía 1.1
									Aragón 1.2
									Asturias (Principado de) 1.3
									Baleares (Illes) 1.4
									Canarias 1.5
									Cantabria 1.6
									Castilla y León 1.7
									Castilla - La Mancha 1.8
									Cataluña 1.9
									Comunitat Valenciana 1.10
									Extremadura 1.11
									Galicia 1.12
									Madrid (Comunidad de) 1.13
									Murcia (Región de) 1.14
									Navarra (Comunidad Foral de) 1.15
									País Vasco 1.16
									Rioja (La) 1.17
									Ceuta y Melilla 1.18
									<b>RESTO DE LA UNIÓN EUROPEA</b>
									Alemania 2.
									Austria 3.
									Bélgica 4.
									Dinamarca 5.
									Finlandia 6.
									Francia 7.
									Grecia 8.
									Irlanda 9.
									Italia 10.
									Luxemburgo 11.
									Países Bajos 12.
									Polonia 13.
									Portugal 14.
									Reino Unido 15.
									República Checa 16.
									Suecia 17.
									Resto de la UE <sup>1</sup> 18.
									<b>RESTO DE PAÍSES</b>
									Noruega 19.
									Rusia 20.
									Suiza 21.
									Resto de Europa 22.
									Estados Unidos 23.
									Resto de América 24.
									Países africanos 25.
									Resto del mundo 26.

### **3. Capacidad y ocupación durante la quincena de referencia**

<b>3.1 Capacidad</b>	Estudio	2/4 pax	4/6 pax	Otros
1. N.º total de apartamentos en cada modalidad				
2. Plazas totales de apartamentos				
	Día 1º	Día 2º	Día 3º	Día 4º
1. Número de apartamentos ocupados				
2. Número de plazas supletorias utilizadas				
	Día 5º	Día 6º	Día 7º	Día 8º
3. Número de apartamentos ocupados				
4. Número de plazas supletorias utilizadas				
	Día 9º	Día 10º	Día 11º	Día 12º
5. Número de apartamentos totales ocupados-día en cada modalidad <sup>2</sup>				

<sup>2</sup> Ej.: si un estudio se ocupa durante 15 días, en el apartado correspondiente se anotará: 15.

### **4. Personal ocupado** (no considere personal de vacaciones, de baja laboral, ...)

Personal ocupado durante la quincena de referencia	Personal no remunerado	Personal remunerado
	Fijo	Eventual

### **5. Precios** (en euros, no incluye IVA)

Indique el precio medio del apartamento por día según las distintas modalidades y tarifas, lo hayan aplicado o no, en la quincena de referencia. Señale también el porcentaje aproximado de cada tipo de tarifa sobre el total de apartamentos ocupados en cada modalidad, en la quincena de referencia. (Este porcentaje puede ser cero en algún caso).

Normal	Estudio		2/4 pax		4/6 pax		Otros	
	Precio en euros	%						
Fin de semana (por día)								
Tour- operadores y agencias de viajes								
Otras (especificar):								
	100% <sup>2</sup>		100% <sup>2</sup>		100% <sup>2</sup>		100% <sup>2</sup>	

<sup>2</sup> Este porcentaje será cero para las modalidad/es en las que no ha habido apartamentos ocupados durante la quincena de referencia.

**Observaciones:** \_\_\_\_\_

**Gracias por su colaboración**