

# LA ESTACIONALIDAD TURÍSTICA EN LA ISLA DE EIVISSA

*por Mariano Ramón (alumno del ciclo superior de los estudios de Turismo)*

Las Baleares han logrado consolidarse como uno de los destinos turísticos más emblemáticos del área mediterránea gracias a unos elementos naturales y climáticos que les confieren su privilegiada posición en lo que ha sido la cuna de la cultura y civilización actual, una de las áreas más pobladas del planeta debido a las corrientes o flujos que se han establecido a las orillas de este, nuestro Mediterráneo, lo cual demuestra que existen unos elementos que han arrastrado a esta zona durante todos los tiempos a innumerables cantidades de gentes de los lugares más cercanos y remotos del Planeta.

Actualmente estamos usando estas cualidades para este nuevo fenómeno de flujos de viajeros que llamamos turismo. Pero para ello se ha tenido que crear una infraestructura adecuada para que estos viajeros puedan desarrollar diferentes actividades, básicamente de ocio y esparcimiento, lo cual nos ha convertido en una región cuya economía esta prácticamente basada en proporcionar los diferentes servicios a nuestros visitantes.

Este monocultivo económico nos obliga a un estudio profundo de los efectos y aspectos que atañen al sector. Podemos afirmar que una de las consecuencias que más efectos nos causa es la estacionalidad.

Nuestra alta estacionalidad es debida a varios factores de los que podemos destacar las características del producto que ofrecemos, basado prácticamente en el turismo vacacional, el cual tiene una de las estacionalidades más altas si los comparamos con otros tipos de turistas (negocios, VAP, etc.), que van en busca de sol y playa ,por lo que nos encontramos con unos condicionantes climáticos, imprescindibles para el desarrollo de este tipo de oferta y los cuales son imposibles de sustituir. Otros condicionantes son los de tipo social como los calendarios vacacionales de las empresas, las vacaciones escolares, etc. que están fuertemente institucionalizadas, a pesar de ello observamos unos tímidos cambios debidos al dinamismo de los mercados y nuevas formas de trabajo que aparecen con la aplicación de las nuevas tecnologías, lo que aumenta la disposición de tiempo libre o de ocio, el cual sabemos que se destina buena parte a actividades turísticas, por lo que merece un seguimiento de estas nuevas costumbres que se van implantando en la sociedad actual.

Por todo ello nos encontramos en un sector que es competitivo respecto al los demás en unos cortos periodos. A pesar de ello las empresas del sector que han sabido adecuar sus ciclos de producción con los de nula o escasa demanda pueden considerarse como un éxito económico.

Algunos de los efectos de la estacionalidad se han intentado equilibrar mediante la adecuación de los precios a la demanda existente, con la división del periodo productivo en temporadas altas o bajas y con unos niveles de precios que no llegan a equilibrar la demanda con la oferta (por la inelasticidad de esta) y con unas variaciones que alcanzan el 40%.

Para el análisis de esta situación tenemos que acudir a las características de la demanda y la oferta de la distribución de los costes en este sector, de los cuales un elevado porcentaje son fijos, por lo que resulta lógico que con esta política de variación de precios se intente atraer a una demanda que cubra los amplios costes variables y adecuando el precio a una demanda que alcance a cubrir los costes marginales, si nuestra política es la maximización de resultados, pero existe el punto crítico en el que la demanda no sube lo suficiente para cubrir los costes marginales.

La aplicación de la política de niveles de precios, no afecta solamente a las temporadas bajas sino que debido a la inelasticidad de la oferta respecto a la demanda lo que produce es un desequilibrio que rara vez o por un periodo muy corto se traduce en un equilibrio total de la demanda y la oferta, este efecto aplicado a la realidad del sector turístico es patente pues en el caso que existiera un equilibrio total no existirían camas vacías en temporada alta ni tampoco existirían problemas de overbooking y ninguno de nuestros hoteleros se haría la pregunta de que hubiera ocurrido si hubiese subido un poco más los precios y no tener que responder a un cliente directo que aparece en pleno agosto con sus maletas a la puerta del establecimiento y le tenemos que responder, ...lo siento pero estamos completos.

Otros de los efectos que produce la alta estacionalidad en los sectores turísticos son los impactos sociales, laborales, económicos y financieros que tanto impacto causan en una región como la nuestra que tanto depende de este sector, por ello es un tema de obligado análisis y de preocupación por parte de las autoridades y responsables políticos de nuestra región y se ha puesto de manifiesto todas las veces que se trata el tema, aunque los pasos para abordarlo de manera seria han sido pocos y de momento con escasa eficacia. Este sigue siendo un tema de actualidad año tras año cuando tras la temporada veraniega y después de un análisis de los resultados, nace la pregunta sobre si estos no podrían maximizarse aprovechando la gran infraestructura que poseemos y que se queda infrautilizada la mitad del año.

Para ello creo que no basta con la elaboración de un "Plan de desestacionalización" elaborado por una empresa a petición de nuestras autoridades insulares.

De todos es sabido que el turismo no es fácil de comparar ni definir como una industria, sino más bien como la suma de las contribuciones de muchos factores y sectores, algunos de ellos de manera directa y otros indirecta, dando como resultado final un "producto turístico" el cual, a pesar de lo dicho, tiene algunas coincidencias con otro producto cualquiera de un sector industrial, lo que permite aplicar técnicas y estudios para reconocerlo, definir sus características y propiedades.

En el caso de Ibiza tenemos un clásico producto turístico ya maduro y que está perfectamente posicionado en el mercado. Ante el desafío de elaborar un nuevo producto destinado a la estación invernal, nos encontramos con un verdadero reto que requiere la colaboración de todos los agentes involucrados, y en nuestro caso, de la sociedad entera, además debemos contar con la colaboración mutua de otros sectores que tienen otros intereses totalmente ajenos a los nuestros, nos estamos refiriendo a los que realmente confeccionan los paquetes turísticos, los TTOO.

Ante todo tenemos que preguntarnos cuales han sido los motivos que les han llevado a este cambio de sentido respecto a las anteriores temporadas en las que no habían mostrado ningún interés por el desvío de turistas hacia las islas fuera de la temporada estival. ¿Habrán sido los malos resultados y las conflictivas situaciones de otros destinos alternativos clásicos como la región del norte de África y Egipto?; este punto tiene un especial interés en el análisis ya de explica el de dependencia que tenemos ante ellos, con lo cual puede llevarnos a conocer cuales son los márgenes de maniobra que tenemos y hasta que punto estamos obligados a sus condiciones, las cuales conocemos perfectamente y sabemos sus alcances a la hora de una negociación de precios.

En segundo lugar tenemos que definir qué es lo que realmente queremos, si nuestros esfuerzos tienen que ir dirigidos a la desestacionalización para toda la temporada, un alargamiento de esta en sus principios y finales o aprovechar las ya institucionalizadas oscilaciones vacacionales como la Semana Santa y las Navidades. Turismo nacional o extranjero. Un segmento definido o indiscriminadamente. Asimismo debemos conocer quienes son nuestros competidores directos, si estamos capacitados para recibir turistas en invierno, etc. Estas son algunas de las cuestiones iniciales antes de lanzarnos al vacío y que nuestros esfuerzos promocionales y económicos no resulten en vano.

En tercer lugar, es primordial hacer una clara definición sobre si la campaña va a ir hacia un público en general, como en la actualidad, o si vamos a definir un público objetivo, esta será una de las respuestas que nos tendrá que dar nuestro plan de marketing.

Una vez determinadas las respuestas y descartados los objetivos que de momento parecen más inviables la planificación y elaboración de un producto sería más viable que en la situación actual, aunque parece imposible que todas estas interrogantes se despejen de un año para otro como podría deducirse del ímpetu con el que se ha abordado este tema. Un mal resultado en los primeros intentos o el llegar a la conclusión de que los primeros visitantes no obtuvieran los servicios, calidad o expectativas deseadas, pudieran acarrear funestas consecuencias para actuaciones futuras.

Por las condiciones que posee Ibiza creo que un adecuado plan de desestacionalización beneficioso para la sociedad en general merecería tener en cuenta los siguientes puntos:

- La adecuada elaboración y planificación de un plan estratégico debe elaborarse con unos fines perfectamente definidos, una de las primeras fases es la confección del producto o las partes de este, el cual será ofrecido por los TTOO.

En este aspecto es adecuarlo a la demanda y para saber cuales son sus expectativas no sirve solamente ofrecer lo que tenemos, por muchas que sean las ofertas, sino que además tenemos que saber lo que quieren y para ello es primordial saber quien es nuestro publico objetivo, lo que implica una segmentación y elegir cual o cuales van a ser estos, para obtener de ellos lo que quieren sea acudiendo a su lugar de origen con campañas de encuestas realizadas en Ibiza, en las cuales debería figurar un apartado a saber su disponibilidad a visitarnos en invierno y en su caso cuales serian sus expectativas. En caso contrario nos podemos encontrar en la situación que decidamos mejorar alguno de los aspectos de nuestra infraestructura y después de una gran inversión económica darnos cuenta que no se utiliza por no haber hecho una previa encuesta, tenemos ejemplos de ello en Mallorca donde después de tener un magno palacio de congresos y convenciones para miles de participantes, se han dado cuenta que el mercado de convenciones con tan alto numero de participantes es limitado y tiene una competencia con mejores condiciones.

Para ello antes de lanzarnos a grandes empresas lo ideal es utilizar lo que ya tenemos y consideramos que esta infrautilizado y sin grandes costes de oportunidad, como por ejemplo el parque ferial, instalaciones deportivas, puertos deportivos, aeropuerto etc.

Otros de las actividades a promocionar son las que necesitan de los llamados bienes libres como las aguas, para las cuales disponemos de unas grandes flotas de barcos de alquiler que son totalmente infrautilizados en la temporada invernal. También nuestras aguas tienen infinitas posibilidades por su belleza submarina ,lo que implicaría la implicación de las autoridades para la creación y protección de zonas específicas para estos usos y a la vez limitar la practica abusiva de pesca submarina que esta acabando con nuestra fauna marina.

En referencia a las proposiciones efectuadas en el plan elaborado por la conselleria en el que cuentan con gran numero de actividades y proposiciones de ocio, ninguna de ellas son de despreciar ,excepto algunas que hacen referencia a actividades que creo son incompatibles con la protección del medio ambiente como la de los conocidos safaris de vehículos todo terreno que además de ser un peligro para la circulación ,suelen realizarse en parajes que resultan seriamente dañados. También algunas de las actividades propuestas, pueden resultar incompatibles con el tipo de turistas que nos visiten, un claro ejemplo de ello es proponer excursiones de escalada a turistas de la tercera edad. Pero salvo estas excepciones, la oferta de actividades complementarias se vería regulada por la propia demanda, por lo que no son descartables ninguna de ellas en un principio.

Respecto a la segmentación ,uno de los mercados que se debe tener muy en cuenta es el mencionado de la tercera edad que estudiando las pirámides de población de los mercados emisores, se va a convertir en el mayor mercado del futuro sea estacional o no, pero creo que todas las acciones encaminadas a promocionarnos específicamente a ellos serán positivas por motivos como:

- Su disponibilidad de tiempo libre
- Su incremento futuro
- Su disponibilidad a viajar en cualquier época
- El gasto que realizan en oferta complementaria

- Su mayor atracción hacia actividades culturales, artísticas etc. de las cuales Ibiza puede ofrecer muchas de ellas.
- Etc.

Debido la importancia que creo que tiene este segmento seria importante que se realizasen esfuerzos a nivel gubernamental, para elaboración de planes parecidos a los que se realizan en nuestro país con el INSERSO a nivel europeo para que los países del norte pudieran disfrutar de nuestro clima y paisajes. De ello ya se han percatado algunos TTOO y utilizan estos colectivos para las épocas de baja ocupación, por ello seria más adecuado a nuestros intereses que se realizara a nivel de gobierno y poder eliminar así la participación de un intermediario cuyos beneficios podrían repercutir directamente en una mejor calidad y servicio en destino.

Otro segmento es el de deporte pero ante este tenemos que concienciarnos que necesita unas grandes infraestructuras en instalaciones deportivas, su gasto en oferta complementaria es bajo y si acudimos a las estadísticas, estas nos muestran que sólo un 45% de europeos lo practica con asiduidad (con lo que con una promoción hacia este segmento, se despreja el 55% del mercado) y la mayoría de estos practica el paseo y la bicicleta, aspectos en los que tenemos los elementos suficientes y que no necesitan unas instalaciones especiales, por lo que podemos resaltar que no se trata de un segmento tan diferenciado como parece. A estos tenemos que diferenciar el de elite pero ese si que es un reducido numero y con unos condicionantes muy específicos que merecen un estudio especial.

- En un primer momento ,los esfuerzos deben ir encaminados a un alargamiento de la temporada, aprovechando como un principio las vacaciones de Semana Santa, con el lanzamiento de campañas promocionales específicas y evitar que se produzca un bajón tan acentuado en las fechas posteriores a esta y la temporada veraniega en si. Ya en los finales de temporada, a partir de octubre, se pueden potenciar la buena climatología que excepto en fechas contadas suele ser apta incluso par los deportes acuáticos ,pues el mar sigue teniendo unas temperaturas incluso mejores que en algunas zonas como Canarias que no llega a alcanzarlas a lo largo de todo el año.

Lo ideal seria que este alargamiento alcanzara las fechas navideñas donde también se podría aprovechar las idílicas temperaturas que solemos tener por esas épocas en relación al gélido invierno europeo y con la realización de una buena campaña promocional, Ibiza podría consolidarse como destino navideño por excelencia. Ello es posible de deducir debido a la cantidad de europeos que poseen aquí una segunda residencia ,se desplazan hasta aquí para pasar estas fechas.

## **ACTIVIDADES ALTERNATIVAS**

Como ampliación a las actividades propuestas en el plan del Consell Insular ,se pueden añadir las siguientes:

- Aprovechar el recinto ferial para el desarrollo de otras ferias así como actividades multitudinarias artísticas .
- Para el turismo de convenciones, no es necesario el disponer de grandes espacios, pues son escasos los eventos que impliquen la participación de grandes números de participantes, por lo que existen cantidad de establecimientos con locales apropiados par celebración de estos eventos.
- Realización de cursillos de cocina mediterranea, tan bien cualificada por los expertos en nutrición y de escaso conocimiento por parte de algunos países europeos.
- Cursos intensivos de español u otros idiomas ,dirigidos a profesionales que no disponen de tiempo en su vida cotidiana, por lo que se pueden usar las vacaciones con fines didácticos. Junto con los idiomas y la cocina se pueden sumar un gran numero de especialidades que distintos tipos de turistas estarían interesados en participar en ellos, lo que le confiere a la enseñanza una s características ideales para pasar a formar parte de la oferta complementaria.
- Uno de los grandes activos que se esta infrautilizando en el invierno son las instalaciones aeroportuarias; en Europa hay un creciente numero de personas interesados por las practicas de pilotos privados, el principal inconveniente que tienen es que durante el invierno. Las duras condiciones meteorológicas del invierno europeo hacen imposible para estos pilotos noveles la realización de sus prácticas, en algunos casos se han dirigido a los responsables del aeroclub existente en Ibiza para la utilización de sus instalaciones, pero el resultado de las conversaciones ha sido nula debido a las diferentes legislaciones existentes en diferentes países, pero principalmente a una falta de coordinación para llevar a cabo proyecto semejante, sería interesante un estudio de este tema.

Lo mismo se puede aplicar respecto a las embarcaciones deportivas.

En referencia a un plan más ambicioso de desestacionalización total tendríamos que volver al primer punto de este comentario, pero antes de iniciarlo, también es conveniente hacernos unas preguntas y darnos cuenta de

Que definitivamente esto seria de un impacto enorme en la sociedad en todos los aspectos pero sobretodo demográficos, de renta de trabajo etc. pero también tendría algunos aspectos negativos que son imposibles de evaluar pero a nadie puede obviar las siguientes cuestiones:

- Podría Ibiza resistir durante todo el año unas condiciones medioambientales aceptables así como una recuperación de sus recursos naturales, escasos algunos de ellos como el agua.
- Otra de las posibilidades que aparecen en el horizonte de nuestras islas es que se convierta como un lugar de segunda residencia para miles de europeos y que ya muchos de ellos disponen y sus aportaciones a nuestra economía son importantes ;al desaparecer la época invernal y con una relativa tranquilidad, estos residentes no abandonen las islas en busca de nuevos paraísos de tranquilidad.

Finalmente tenemos que preguntarnos nosotros mismos los ibicencos si es esto lo que queremos y también estamos dispuestos a prescindir del modo vida que disponemos en estos momentos en aras aumentar un poco nuestra renta ,mientras sean otros con unos intereses puramente económicos, por no decir especulativos, terminar definitivamente con uno de los elementos que mas podemos apreciar en estos momentos que es la gran diferencia entre la frenética actividad del verano y la paz y el sosiego que se respira en este otro mundo que es Ibiza en invierno, hasta cuando...

## LA DESESTACIONALIZACIÓN

Por *Eulària Escandell i Tony Matutes (alumnos del ciclo superior de los estudios de Turismo)*

*Dado que el principal problema en las Pitiüses es la estacionalidad del turismo, concentrado entre Mayo y Octubre, a continuación exponemos algunas ideas para alargar la temporada turística.*

Los niveles de ocupación esperados no serán los mismos que en verano, sino inferiores, y el objetivo será atraer un mayor número de turistas sobre todo a inicio y final de temporada.

### **CAPTACIÓN DE NUEVOS SEGMENTOS DE MERCADO Y POTENCIACIÓN DE LOS YA EXISTENTES:**

Captación de deportistas de élite de países con clima frío para que realicen la pretemporada tras el parón invernal en Ibiza.

Durante los meses de Enero y Febrero, aunque no pueda ofrecerse un turismo de Sol y playa, la temperatura de Ibiza permite llevar a cabo otros tipos de actividades.

Entre estas actividades está la realización de deporte al aire libre, como fútbol o atletismo, cuya práctica resulta imposible en los países del Norte de Europa (Alemania, Suecia, Suiza, Rusia...), de tal forma que se ven obligados a parar las competiciones profesionales, debido a las adversas condiciones meteorológicas en sus respectivos países de origen.

Esta iniciativa supondría la creación de infraestructura adecuada para dar servicio a tales deportistas. Dichas infraestructuras podrían estar situadas alrededor del núcleo de la ciudad, más concretamente en la zona de Can Misses. En su construcción deberían participar las administraciones junto con la iniciativa privada, que podrían sacar un provecho de ellas posteriormente, dando servicio a la población local de la isla. Se construirían campos de fútbol con césped natural y una pista de atletismo que permitirían la práctica de deportes en condiciones óptimas de calidad y tranquilidad.

El resto de infraestructura necesaria ( piscina, jacuzzi, etc. ) ya se encontraría dentro del propio hotel donde se alojarían los deportistas, preferiblemente cercano a las instalaciones deportivas.

## **POTENCIACIÓN DE TURISMO DE LA TERCERA EDAD DEL RESTO DE EUROPA.**

Se trata de potenciar el turismo español del Inverso ya existente, extendiéndolo a los demás países europeos.

Se llevaría a cabo principalmente entre el periodo de tiempo comprendido entre Semana Santa y el inicio de la temporada de verano, consiguiendo de esta forma que los hoteles logran cubrir sus costes fijos, pudiendo tener el hotel abierto desde Marzo-Abril, hasta la conclusión de la temporada.

Los hoteles que quisieran emprender esta actividad deberían contar con el equipamiento y personal necesario para atender las necesidades de este tipo de clientes:

ascensores, menús especiales, personal sanitario, rampas, etc.

Si se consigue atraer una cantidad importante de este segmento, el precio del paquete podrá ser bajo y aún así, los ingresos obtenidos superarían el BEP ( Break Even Point ) del hotel que los alojara.

La comercialización de este producto va a llevarse a cabo por medio de los principales Touroperadores que acepten trabajar con este tipo de clientes, considerando también que esperamos obtener un alto índice de repetición.

## **CAPTACIÓN DE VACACIONISTAS DE FIN DE SEMANA**

Trataremos en este punto de atraer turismo nacional, centrandó nuestra promoción en la vida nocturna existente en la isla. Se llevará a cabo durante el periodo comprendido entre Semana Santa y Noviembre, disminuyendo la oferta de este producto en la época de máxima ocupación estival.

La infraestructura para atraer este tipo de turismo ya está creada. Únicamente necesitamos que se mantenga abierta durante los meses anteriores y posteriores a la temporada tradicional.

La función Frecuencia de la Demanda turística / relación coste-tiempo del viaje, nos indica que trayectos caros o aquellos en los que el tiempo de desplazamiento sea elevado, cuentan con una reducida demanda. Para evitar esta situación, elegiríamos tres puntos de origen como son Barcelona, Madrid y Valencia, desde los que fletaríamos aviones con llegada a Ibiza el viernes por la noche y regreso el domingo por la tarde. Así el avión nos soluciona el problema del tiempo, y el hecho de ser charter, reduce el precio del paquete, siempre y cuando contáramos con un porcentaje de ocupación elevado que cubriera los costes fijos para la compañía aérea.

En cuanto al alojamiento, consistiría sobre todo en apartamentos situados en Ibiza ciudad y San Antonio que, o bien contasen con un servicio discrecional de autobuses, o bien como solución alternativa alargar la línea del Discobus, llegando a los diferentes establecimientos.

Una variante de este tipo de turismo sería la inclusión de los viajes de estudios, procedentes de la Península, lo que permitiría la apertura de hoteles durante unas semanas determinadas previas a la temporada.

Dadas las características de este tipo de turismo, deberían crearse hoteles especializados exclusivamente en el mismo durante la temporada mencionada, con capacidad para alojar varios grupos de estudiantes a la vez.

Se realizaría promoción de estos establecimientos, fijando un calendario con las semanas en las que se ofertaría este producto, en escuelas, institutos y universidades.

La principal atracción serían los precios bajos y la vida nocturna.

Al igual que con los charters se necesitaría una gran ocupación en los vuelos y en los hoteles.

Para los dos casos utilizaríamos Touroperadores nacionales.

**CUADRO DE DESESTACIONALIZACIÓN**

<b>MESES</b>	<b>DEPORTISTAS</b>	<b>3ª EDAD</b>	<b>WEEKEND</b>	<b>V. ESTUDIOS</b>
I	X			
II	X			
III		X	X	X
IV		X	X	X
V		X	X	X
<i>VI</i>			X	
<i>VII</i>			X (*)	
<i>VIII</i>			X (*)	
<i>IX</i>			X	
<i>X</i>			X	
XI			X	
XII				

(\*) Sólo si hay plazas.

NOTA: Los meses en negrilla representan la temporada tradicional.