

# Características de la demanda del turismo rural de Baleares

## Demand characteristics of rural tourism in the Balearic Islands

Ramón Cardona<sup>1</sup> & Antoni Serra Cantallops<sup>2</sup>

**RESUMEN:** en los últimos treinta años se ha desarrollado el turismo rural en España. Las Islas Baleares han desarrollado un turismo rural con características diferentes a otras regiones, tanto en la oferta como en la demanda. Al comparar, vemos que la demanda en España se caracteriza por ser mayoritariamente españoles que realizan escapadas de fin de semana, predominantemente en verano y puentes. Mientras que en el caso de baleares, la demanda muestra un importante predominio de extranjeros, principalmente alemanes, que permanecen cinco días de media en las islas, principalmente entre abril y octubre. El objetivo de este trabajo es describir las características de la demanda del turismo rural de Baleares.

**Palabras Clave:** Turismo rural, Baleares, demanda.

**ABSTRACT:** In the last thirty years has developed rural tourism in Spain. The Balearic Islands have developed a rural tourism with characteristics different from other regions, both supply and demand. Comparing, we see that the demand in Spain is characterized by performing mostly Spanish weekend getaways, predominantly in summer and bridges. While in the case of Baleares, the demand shows a significant predominance of foreigners, mainly Germans, who remain five days on average in the islands, mainly between April and October. The aim of this paper is to describe the characteristics of rural tourism demand of Baleares.

**Keywords:** rural tourism, Baleares, demand.

(Presentado: Noviembre 30, 2013. Aceptado: Diciembre 21, 2013)

---

<sup>1</sup> Profesor asociado. Departamento de Economía de la Empresa, Universitat de les Illes Balears, España. E\_mail: [jose.ramon@uib.es](mailto:jose.ramon@uib.es)

<sup>2</sup> Profesor Titular de Comercialización e Investigación de Mercados. Departamento de Economía de la Empresa, Universitat de les Illes Balears, España. E\_mail: [antoni.serra@uib.es](mailto:antoni.serra@uib.es)

## INTRODUCCIÓN

El turismo rural es una forma de turismo que ha aparecido en las últimas décadas debido al surgimiento de un nuevo tipo de turista que busca el contacto con la naturaleza y la tranquilidad (Bote, 1988; Colombram, 2009; Yagüe, 2002). Es en 1967 cuando se producen los primeros antecedentes de lo que podríamos considerar turismo rural en España. Desde entonces esta actividad ha tenido un continuo crecimiento en todo el Estado y ha motivado el interés y preocupación de las Administraciones, especialmente comunidades autónomas. Corrales (1993a) define y distingue al turismo rural de otros modelos turísticos por sus características cualitativas, que hacen del turismo rural una forma distinta de consumir el tiempo de ocio y vacaciones. Estas características cualitativas son:

- Una oferta turística reducida, geográficamente dispersa y de gestión local. Ello permite disfrutar de una estancia tranquila, sin aglomeraciones y en contacto directo con la naturaleza y sus moradores.
- Utiliza pequeñas infraestructuras, preferiblemente ligadas a las explotaciones rurales o a espacios naturales de valor ecológico. Se suele hacer uso de edificaciones ya existentes en la zona, sin llegar a cambiar significativamente el entorno.
- Es una alternativa turística que sostiene los recursos naturales y sociales de la zona de actuación. Revitaliza social y económicamente las zonas rurales, a la vez que desarrolla los contactos entre las poblaciones rurales y foráneas, enriqueciéndose ambas. El turismo rural debe estar planteado como parte de una economía diversificada que permita obtener beneficios tanto económicos como sociales.

El objetivo principal del turismo rural es recuperar el medio rural tanto económicamente como socialmente (Cavaco 1995; Hoggart, Buller, & Black, 1995; Williams & Shaw, 1998). Es difícil definir el turismo rural, aunque una buena aproximación sería: actividad turística en el espacio rural destinada a un turismo interesado en el conocimiento y disfrute de entornos rurales y naturales (Bardón, 1987; Bote, 1992; Crosby, 1993; Fuentes, 1995; Valdés, 1996). Una definición más acotada implicaría expulsar de ella a ofertas consideradas de turismo rural. Cada

comunidad autónoma ha regulado por su cuenta, existiendo múltiples legislaciones con múltiples tipologías de establecimiento. Esta variedad de tipos de establecimiento provoca que la demanda sufra cierto desconcierto sobre la oferta existente. Esta variabilidad entre las comunidades autónomas se ve incrementada por el hecho de que dentro de un mismo tipo de establecimiento de una determinada comunidad autónoma se pueden englobar establecimientos con unos servicios y comodidades muy diferentes.

En cuanto a la demanda del turismo rural español, en 2011 los establecimientos de turismo rural abiertos alojaron a 2,715.986 personas que realizaron 7,696.369 pernoctaciones. La inmensa mayoría de la demanda es de origen nacional, ya que el mercado español representa el 87,6% de los turistas y el 80,0% de las pernoctaciones. La estancia media de los turistas fue de 2,83 días, aunque existieron diferencias entre los españoles (2,59 días) y los extranjeros (4,56 días). La duración de la estancia tiene relación con la distancia a recorrer y la dificultad del viaje para los turistas. Se observa que las regiones más inaccesibles o cuyo viaje es más caro son las que poseen estancias medias mayores.

En cuanto a la distribución temporal de la demanda, el turismo rural padece la misma pauta estacional del turismo tradicional (Figura 1), pero ligeramente suavizado por la existencia de puentes a lo largo del año y por la tendencia a repartir las vacaciones. A parte de la estacionalidad anual encontramos la estacional intrasemana. Por norma general los fines de semana muestran una ocupación 11 puntos superior a la media semanal, debido a que el turismo rural es una oferta muy típico de las escapadas de fin de semana. Esta estacionalidad es más acusada en las regiones con mayor porcentaje de turismo nacional, como es el caso de Navarra o La Rioja (con más de 20 puntos de diferencia) y menor en las regiones con mayor demanda extranjera, como Canarias y Baleares (con menos de 5 puntos de diferencia). Por tanto, la mayor demanda se produce en verano y, dentro de la semana, los fines de semana.

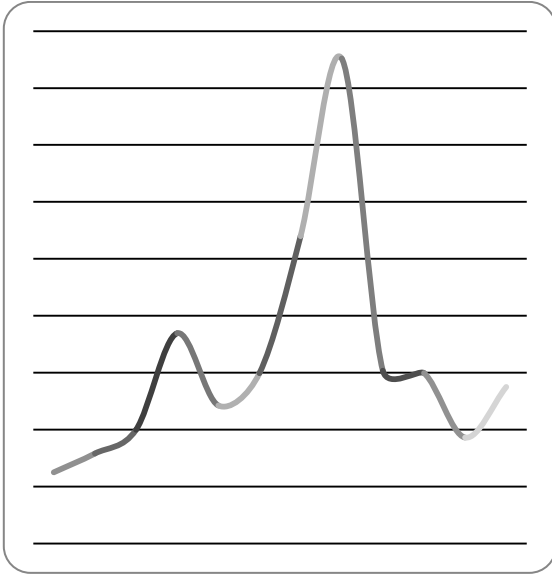


Figura 1. Volumen de pernотaciones en turismo rural por mes en España (año 2011).

Fuente: Encuesta de Ocupación en Alojamientos Turísticos.

El objetivo pretendido es describir las características y peculiaridades de la demanda del turismo rural que se ha desarrollado en las Islas Baleares y sus diferencias con el turismo rural de otras regiones españolas.

#### LA DEMANDA DE TURISMO RURAL EN BALEARES

Baleares es una de las comunidades autónomas con mayor volumen de turistas, lo que combinado con su pequeña extensión, la convierte en una región fuertemente dependiente del turismo. La oferta tradicional de Baleares la constituye el turismo de sol y playa, en sus diversas variantes, pero en las últimas décadas se ha intentado complementar, más que diversificar, la oferta tradicional con turismo alternativo. La finalidad pretendida es mantener el liderazgo de la región dentro del sector nacional e internacional.

El turismo rural en Baleares es de creación reciente, habiendo sólo algún establecimiento considerable como tal antes de la regulación del sector en 1991. La oferta de turismo rural ha pasado de inexistente a estar formada por 319 establecimientos, con 5.325 plazas y más de 1.500 trabajadores empleados en verano. A pesar del rápido crecimiento del sector, representa un porcentaje muy pequeño de la oferta total de las islas (1,26% de las plazas), mostrando que se trata más de un complemento que de una alternativa al turismo tradicional.

#### Demanda de turismo rural en Baleares.

El turismo rural da servicio a un nuevo tipo de turista que no desea un paquete turístico estandarizado, rígido y masificado, les gusta sentirse diferentes y disfrutar de un turismo más individualizado, basado en la tranquilidad, el contacto con la naturaleza y la cultura. Son turistas más espontáneos e impredecibles, siendo la calidad fundamental para ellos (Colombram, 2009; García, 2003; Ioannides & Debbage, 1998; Poon, 1993). El objetivo de los distintos tipos de turismo alternativo, entre los que se encuentra el turismo rural, es atender este nuevo tipo de turistas.

La descripción de la demanda de turismo rural en Baleares se basa en diversos trabajos empíricos realizados en diversos momentos. Los problemas de trabajar con encuestas y muestras es que distintos estudios dan cifras distintas aunque se hayan realizado con poca diferencia temporal y metodológica. Se ha optado por tomar los datos de la fuente más fiable o por indicar un intervalo o un valor medio, en el resto de casos. Aunque las cifras posean cierta variación entre los estudios, las conclusiones a las que se llega son fundamentalmente idénticas independientemente del estudio que se siga como referencia.

El turismo rural de Baleares recibió 123.693 turistas en 2011, según la Encuesta de Ocupación en Alojamientos Turísticos, y realizaron un total de 593.946 pernотaciones. Si tenemos en cuenta que las Baleares reciben 10 millones de turistas extranjeros y otros dos millones de turistas nacionales al año, generando más de 100 millones de pernотaciones, vemos que el turismo rural de las islas es una fracción muy pequeña del total del sector.

El 87,6% de los turistas que se alojan en establecimientos rurales en España son españoles (15 de las 17 comunidades autónomas tienen más del 80% del turismo de origen nacional). Las dos únicas excepciones son las comunidades insulares (Baleares y Canarias), en las cuales los turistas extranjeros son mayoría. De estas dos, el caso más clamoroso es Baleares, ya que sólo el 21% de los turistas es españoles y el 50% de estos son de las propias Islas. Cuando analizamos las pernотaciones observamos que sólo el 14,0% de ellas se debe al turismo nacional. Del resto de comunidades, sólo Canarias, con el 22,3%, posee un porcentaje inferior al 65% de pernотaciones

realizadas por turistas españoles. En cuanto a la estancia media, sólo en Canarias las estancias son más largas que en Baleares (6,1 días frente a 4,8 días) y ambos archipiélagos muestran estancias medias muy superiores a las del resto del país. Estas mayores estancias medias se deben a la gran presencia de turistas extranjeros, y a la lejanía de los mercados emisores. Cabe mencionar que en los primeros tiempos, las estancias eran mucho más largas que ahora en Baleares (Morro, 1993).

La distribución temporal de los turistas muestra un elevado nivel de estacionalidad concentrada en verano (Figura 2), al igual que el resto del sector balear, pero la temporada es más extensa en el turismo rural, habiendo niveles de ocupación superiores a la media desde abril hasta octubre. Aunque los meses invernales muestran una ocupación muy inferior, se trata de niveles similares a la media anual de otras comunidades. El grado de ocupación de los establecimientos de Baleares es el más elevado del país, con un 40,1% de media anual, seguido de lejos por Navarra (23,7%) y Euskadi (23%). Además, la diferencia entre el grado de ocupación en fin de semana (44,4%) y la media total es la más baja de España (sólo 4,3 puntos) después de la de Canarias (2 puntos). Es más que probable que la baja estacionalidad intrasemana se encuentre relacionada con la mayor duración de la estancia media.

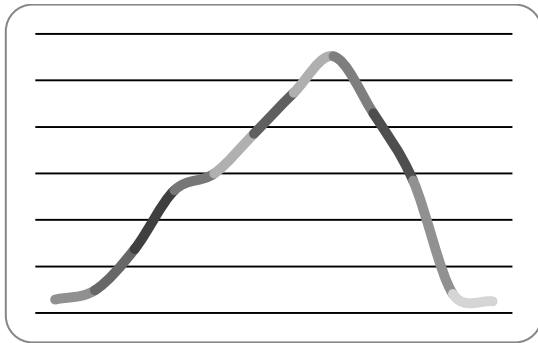


Figura 2. Volumen de pernoctaciones en turismo rural por mes en Baleares (año 2011).

Fuente: lbestat.

El principal mercado emisor es el alemán (40%), seguido del español (22%) y el británico (16%). El predominio del mercado alemán ya se daba en los inicios del sector (Morro, 1993; Seguí, 2000). En Mallorca predomina el mercado alemán (más del

50%), seguido del británico (16%) y el español (15,5%). En Menorca predomina el español (66%), seguido del británico (16%) y el alemán (8%). En Ibiza predominan el mercado español (32%) y el británico (24%), seguidos del alemán (12%). El 55,4% de los turistas rurales tienen edades comprendidas entre los 30 y 45 años (Colombram, 2009; Garau, 2009), y en un principio eran incluso de mayor edad, 45 a 66 años (Morro, 1993). Tradicionalmente, los perfiles profesionales dominantes son de nivel medio-alto (Colombram, 2009; Garau, 2009; Morro, 1993; Seguí, 2000): los altos ejecutivos, propietarios de empresas y profesionales liberales son el 40% de los turistas, y los cuadros intermedios el 22%. Otra característica de los turistas rurales de Baleares es su elevada formación (el 60% posee estudios universitarios) y sus elevadas rentas (el 50% posee ingresos familiares anuales superiores a 60.000 €).

Las fuentes de información más valoradas por los turistas son la experiencia previa, las opiniones de amigos e Internet (el 80% de los turistas consulta la página web del establecimiento antes de viajar). En los inicios, los folletos y los amigos eran las principales fuentes de información (Morro, 1993) pero, con la irrupción de Internet, los folletos han sido substituidos por la página Web del establecimiento. Existe un elevado grado de repetición, y entre el 66% y el 75% de los turistas habían estado antes en las Islas (Colombram, 2009; Garau, 2009). Desde el principio, gran parte de los turistas rurales ya conocían las Islas (Morro, 1993), pero el grado de repetición no era tan elevada, rondando el 40% (Seguí, 2000). En el caso de Ibiza también poseen gran relevancia las revistas especializadas y las guías. En Mallorca también son muy importantes los folletos y las agencias de viajes virtuales. La asistencia a ferias y los anuncios en prensa poseen poca relevancia salvo en el caso de Ibiza.

Las principales alternativas al turismo rural de Baleares son Italia, Alemania y Austria, resultado lógico si tenemos en cuenta que el principal mercado emisor es el alemán. También poseen cierta significación destinos como Francia, Grecia y Reino Unido. Dentro de España, los principales destinos alternativos son Cataluña, Andalucía, Asturias y Canarias (Colombram, 2009; Garau, 2009).

Tabla 1. Actividades realizadas durante la estancia.

Actividad	%
Visitas a pueblos y mercados típicos	74,31
Descubrir la gastronomía local	69,69
Ir a la playa	65,06
Tomar el sol en la piscina	65,06
Pasear	61,37
Visitas a lugares históricos y monumentos	56,38
Ir de compras	44,92
Visitas a parques o zonas naturales protegidas	37,15
Senderismo	36,04
Realizar actividades culturales	19,04
Cicloturismo	12,75
Actividades acuáticas	12,38
Entretención nocturna	10,35
Golf	8,13
Observación de pájaros	7,39
Submarinismo	6,10
Otras prácticas deportivas	3,44
Pasear a caballo	1,65
Visitas a parques acuáticos y de atracciones	
Pesca	
Caza	
Otras actividades	

Fuente: Colombram (2009).

Los turistas contratan en el 52,5% de los casos alojamiento y desayuno, en el 21,2% de los casos sólo alojamiento, y en el 15,4% de los casos media pensión. El 60% viaja en pareja y el 30% en familia. En los primeros años de desarrollo era muy habitual que viajaran en grupos de amigos en pareja y contrataban a través de turoperadores (Morro, 1993), en la actualidad la contratación directa es lo habitual y se viaja de forma más individualizada (Colombram, 2009; Garau, 2009). Las principales actividades realizadas durante la estancia son (Tabla 1): descubrir la gastronomía local, tomar el sol y realizar visitas a pueblos o mercados típicos son actividades realizadas por el 70% de los turistas, y más del 50% realiza compras y visitas a lugares pintorescos. Las excursiones son una de las actividades más destacadas desde los inicios del sector (Colombram, 2009; Garau, 2009; Morro, 1993). En Menorca predominan las actividades que impliquen un mayor contacto con la naturaleza, en Mallorca predominan las de tipo cultural y en Ibiza las compras y el ocio nocturno.

El nivel de satisfacción con la visita es bastante elevado (8,4 sobre 10), en especial entre los alemanes (8,5) y el 70% tiene intención de repetir

en los próximos tres años (Garau, 2009). El 56% dice sentirse muy satisfecho y el 38% bastante satisfecho con la experiencia. Lo que más valoran es la tranquilidad y descanso, el trato familiar, el entorno natural, el conocimiento de la gastronomía local, y el equipamiento del alojamiento (piscina, solárium, césped, jardines, etc.). Las principales críticas hacen referencia a los precios, la masificación de la destinación y a la degradación de las zonas turísticas. La confusión existente en cuanto a tipologías de establecimientos se observa en el hecho de que más de dos tercios de los turistas rurales de Baleares desconocen las diferencias entre los diferentes tipos de alojamientos existentes (Colombram, 2009).

Los precios de las islas distan mucho de los establecidos en otras partes de España. El precio medio de la habitación doble se sitúa en más de 200 € en los Hoteles Rurales, 150 € en Agroturismos (en Ibiza llegan a 250 €) y 130 € en Turismo de Interior, en temporada alta. En temporada baja los precios son menores, pero aun así son superiores a los 150 € en Hoteles Rurales, 120 € en Agroturismos y 100 € en Turismo de Interior. Los establecimientos más económicos son los de Menorca al no tener unos niveles de confort y equipamientos tan elevados como en las otras islas.

El gasto total que realizan los turistas por persona y día es de 190 € (sumando 90 € de gasto en origen y 100 € de gasto en destino). Entre los diversos gastos, destacan bares, restaurantes y cafeterías (37 € de media) y compras (24 €). La isla con mayor gasto medio de sus turistas rurales es Ibiza, que se sitúa un 40% por encima de la media de Baleares (Colombram, 2009; Garau, 2009; Tur & Garau, 2002). Las estimaciones económicas son difíciles de realizar y los datos son muy variables, pero parece que el impacto económico del turismo rural sobre Baleares rondaría los 130 millones de euros, aunque algunos autores consideran que sería superior a los 200 millones (Colombram, 2009).

Al comparar con el resto del país, vemos que la demanda de turismo rural en España se caracteriza por ser mayoritariamente españoles que realizan escapadas de fin de semana, predominantemente en verano y puentes. Mientras que en el caso de Baleares, la demanda muestra un importante predominio de

extranjeros, principalmente alemanes, que permanecen cinco días de media en las islas, principalmente entre abril y octubre.

## CONCLUSIONES

El turismo rural es una modalidad turística reciente que ha surgido junto con el ecologismo, y la preocupación por el estrés y la salud. En Baleares se inició la regulación del turismo rural en 1991, pero la evolución del sector hizo que en 1995 se regulara de nuevo. Las normas aprobadas en 1995 son las actualmente en vigor, regulando cuatro figuras (Hotel Rural, Agroturismo, Turismo de Interior y Otras Ofertas Complementarias). El sector resultante posee unas características distintivas:

En Baleares no existe un sistema de clasificación de los establecimientos según su calidad, como si existe en otras comunidades, dificultando la obtención de información por parte de los turistas potenciales. Aunque en general tienen niveles de confort elevados, algunos establecimientos son más austeros.

En Baleares, la oferta se ha dirigido desde sus inicios a cubrir una demanda internacional, en especial de origen alemán, con elevadas rentas familiares. Mientras que en la Península se encuentra orientado al mercado nacional, en Baleares la mayoría de los clientes son extranjeros (con la excepción de Menorca, donde dos tercios son españoles).

El precio medio de las habitaciones supera los 120 €/día siendo en muchos casos superior a los 200 €/día (Colombram, 2009). La oferta de Baleares posee precios muy elevados, y superiores a la mayoría de la oferta nacional. Este hecho conlleva que se haya constituido en una oferta más apta para turistas con elevadas rentas.

Los principales canales de distribución son Internet, los folletos promocionales y las guías turísticas. Las principales fuentes de información de los turistas son Internet, los amigos y la experiencia previa. Lo más habitual es la contratación directa vía Internet, teléfono o fax. Con el paso de los años los folletos y guías se han visto eclipsados por las páginas Web en la promoción y distribución, pero este hecho no es ni mucho menos exclusivo de Baleares. Lo que sí es distinto en las Islas es la poca importancia de las asociaciones en la promoción y distribución.

La estacionalidad del turismo rural es inferior a la del turismo tradicional. Aunque también posee una fuerte concentración de la demanda durante los meses de verano, el periodo de gran afluencia turística es mayor en el caso del turismo rural que en el del turismo tradicional. En relación con la media nacional, la temporada veraniega de Baleares es más larga pero es más fuerte el descenso invernal y no se percibe un pico debido a la semana santa.

El perfil del turista rural no ha sufrido modificaciones sustanciales con el paso de los años. Este perfil se corresponde con una persona de mediana edad, de clase media-alta, con ingresos elevados, de nacionalidad alemana y de alto nivel educativo que pasa una semana de vacaciones en compañía de su pareja, que ha visitado con anterioridad las Islas y busca relajarse y disfrutar de un entorno agradable y tranquilo, escapando de la rutina diaria.

El perfil del turista rural es parecido al del resto de España, salvo por diversos aspectos característicos de Baleares: la estancia media es muy superior, el mercado principal es extranjero, el nivel de ingresos familiares es superior y muestran menos interés por las actividades rurales. Destacan entre las actividades de los turistas rurales de Baleares la playa, las compras y el ocio nocturno por ser elementos poco habituales en el turismo rural.

Los principales destinos alternativos al turismo rural de Baleares son Italia, Alemania, Austria, Francia, Grecia y Reino Unido. Dentro de España, los destinos alternativos son Cataluña, Andalucía, Asturias y Canarias. Al poseer un mercado emisor eminentemente extranjero los destinos competidores son también eminentemente extranjeros.

El turismo rural de Baleares está enfocado a un mercado extranjero de clase media-alta y relativamente alejado del concepto tradicional de turismo rural. A pesar de que el turismo rural ha despertado el interés de los académicos por su novedad y por ser distinto y alternativo al turismo tradicional de sol y playa, aún se necesita obtener datos de mayor fiabilidad si se quiere que posea un desarrollo prospero y sostenible. En este aspecto Baleares no es la excepción.

## REFERENCIAS

- Bardón, E. (1987). El Turismo rural en España: Algunas iniciativas públicas. *Estudios Turísticos*, 94, 63-76.
- Bote, V. (1988). *Turismo en Espacio Rural: Rehabilitación del Patrimonio y de la Economía local*. Madrid: Ed. Popular.
- Bote, V. (1992). *Rehabilitación del Patrimonio Sociocultural y de la Economía Local*. Madrid: Ed. Popular.
- Cavaco, C. (1995). Rural tourism: The creation of new tourism spaces. En Montanari, A. & Williams, A. (ed.). *European tourism: Regions, Spaces and Restructuring*, Chichester: Wiley, 129–149.
- Colombram, M. (2009). *Análisi Estratègica del Turismo en el Medi Rural: el Cas de les Illes Balears*. Tesis doctoral. Universitat de les Illes Balears.
- Corrales, L. (1993a). Apuntes para la definición y concepto de turismo rural. En *Andanzas I, Cuadernos de la Escuela Regional de turismo de Castilla y León*. Edita Fundación cultural Sta. Teresa. Diputación de Ávila Servicio de Publicaciones.
- Crosby, A. (dir.) (1993). *El Desarrollo Turístico Sostenible en el Medio Rural*. Madrid: Centro Europeo de Formación Ambiental y Turística (CEFAT).
- Fuentes, R. (1995). Análisis de las principales características de la demanda de turismo rural en España. *Estudios Turísticos*, 127, 19-52.
- Garau, J. B. (2009). *El Turisme Rural a Balears 2008*. Col·lecció Estudis Turístics, nº 10. Palma de Mallorca: Govern Balear.
- García, B. (2003). *Marketing del Turismo Rural*. Madrid: Editorial Esic-Pirámide.
- Hoggart, K., Buller, H. & Black, R. (1995): *Rural Europe, Identity and Change*. London: Arnold.
- Ibestat. Web Site: <http://ibestat.caib.es> [consultado el 20 de octubre de 2012]
- INE. Web Site: <http://www.ine.es> [consultado el 20 de octubre de 2012]
- Ioannides, D. & Debbage, K. G. (ed.) (1998). *The Economic Geography of the Tourist Industry*. London: Routledge.
- Morro, A. (1993). Perfil de l'usuari d'agroturisme a Mallorca. En *La Formació, la rehabilitació y les noves modalitats turístiques*. III Jornades de Geografia del Turisme. Palma: UIB, 225-234.
- Poon, A. (1993). *Tourism, Technology and Competitive Strategies*. Wallingford: CABI International.
- Seguí, M. (2000). El turismo rural en las Islas Baleares. En *La Actividad Turística Española en 1999*. Edita AECIT, 515-520.
- Tur, V. & Garau, J. B. (2002). *Agroturismo y Turismo Rural en Baleares*. Palma de Mallorca: Estudis CAEB - CITTIB – Govern de les Illes Balears.
- Valdés, L. (1996). El turismo rural en España. En Pedreño, A., & Monfort, V. M. (ed.). *Introducción a la Economía del Turismo en España*. Madrid: Editorial Cívitas, 365-401.
- Williams, A. & Shaw, G. (ed.) (1998). *Tourism and Economic Development: European Experiences* (3rd ed.). Chichester: Wiley.
- Yagüe, R. M. (2002). Rural tourism in Spain. *Annals of Tourism Research*, 29:4, 1101-1110.