Turisme residencial i índex de substituïbilitat entre diferents allotjaments

Tomás Mazón i Josep M. Raya

Generalitat de Catalunya
Departament d'Economia i Finances

Euroregió Pirineus Mediterrània
Eurorégion Pyrénées-Méditerranée
Eurorregión Pirineos Mediterráneo

Turisme residencial i índex de substituïbilitat entre diferents allotjaments

Mataró, maig de 2008

Aquest informe ha estat realitzat gràcies a la concessió d'un ajut a estudis econòmics i socials en el marc del Programa per a l'impuls de l'Euroregió Pirineus Mediterrània, Resolució de 6 de juliol del 2007.

Elaboració de l'estudi

Tomás Mazón

Josep M. Raya

© Generalitat de Catalunya

Departament d'Economia i Finances

Direcció General d'Anàlisi i Política Econòmica

http//www.gencat.cat/economia/

Dipòsit legal: B-6764-2009

Turisme residencial i índex de substituïbilitat entre diferents allotjaments

Agraïments: els autors volen agrair al Departament d'Economia i Finances de la Generalitat de Catalunya, especialment a Gemma Garcia i Daniel Montolio, les suggerències i el suport donat al llarg del projecte. De la mateixa manera volen agrair el suport i el finançament proporcionat pel Departament de Vicepresidència de la Generalitat de Catalunya. Finalment, agrair les suggerències dels acadèmics membres de la xarxa XEPAT: Francesc Sastre i Catalina Juaneda (Illes Balears), Vitelio Tena (Universitat de Saragossa) i Christian Bataillou (Universitat de Perpinyà) i el treball dels ajudants de cada centre en la recopilació de dades, especialment el treball de Sara Bagán (ajudant del CRTMaresme) en la coordinació d'aquests.

Sumari

Introducció 8

Part I: El fenomen del turisme residencial a l'euroregió 9

1. Introducció 10

2. Definició de turisme residencial 12

3. Les segones residencies 15

4. Causes de la popularització de les segones residències 17
   - 4.1. Cansament de la vida ciutadana 17
   - 4.2. La prosperitat econòmica i l'increment del nivell de vida als països d'Europa occidental 17
   - 4.3. La revolució de les comunicacions 18
   - 4.4. La segona residència com a inversió 18

5. Característiques del turisme residencial 20
   - 5.1. Marcada estacionalitat en l'ocupació dels habitatges 20
   - 5.2. Ofertes complementàries poc desenvolupades 21
   - 5.3. Producte turístic de difícil comercialització 22
   - 5.4. Alt grau de fidelitat envers la destinació turística 23
   - 5.5. Menor inclinació a la despesa 24
   - 5.6. Efectes ambivalents a les finances municipals 25
   - 5.7. Turisme residencial i insostenibilitat ambiental 25

6. La demanda turisticoresidencial 28

7. Perspectives del turisme residencial 31

8. Balears 33

9. Aragó 38

10. Catalunya 40

11. Languedoc-Rousillon 42

12. Conclusions 44

13. Bibliografia 47

Part II: Índex de substituïbilitat entre formes d'allotjament 51

1. Introducció 52

2. Literatura econòmica 53
    2.1. Literatura de preus hedònics 53
    2.2. Literatura sobre preus hedònics al mercat de l'habitatge 56
    2.3. Literatura de preus hedònics aplicada als hotels 65
    2.4. Literatura de preus hedònics aplicada als apartaments turístics i les cases rurals 65

3. Selecció i representativitat de la mostra 67

4. Creació i depuració de les dades 70

5. Definició de les variables 72

6. Dades de poblacions de sol i platja 74
    6.1. Estadística descriptiva dels hotels del turisme de sol i platja 74
        6.1.1. Anàlisi descriptiva per poblacions 77
    6.2. Estadística descriptiva dels apartaments de turisme de sol i platja 81
        6.2.1. Anàlisi descriptiva dels apartaments per poblacions 85
    6.3. Resultats 88
        6.3.1. Anàlisi de regressió del preu dels hotels a les zones de platja 88
        6.3.2. Índex de preus estacionals ajustats per qualitat 89
        6.3.3. Anàlisi de regressió del preu dels apartaments a les zones de platja 93
        6.3.4. Índex de preus estacionals ajustats per qualitat 94
    6.4. Comparació de valoracions de les característiques 97
    6.5. Comparació de valoracions de les poblacions 97
    6.6. Comparació dels índexs de preus estacionals ajustats per qualitat 98

7. Dades de poblacions de muntanya 100
    7.1. Estadística descriptiva dels hotels de turisme de muntanya 103
        7.1.1. Anàlisi descriptiva per poblacions 103
    7.2. Estadística descriptiva dels apartaments de turisme muntanya 105

7.2.1. Anàlisi descriptiva dels apartaments per poblacions 105
7.3. Resultats 110
7.3.1. Anàlisi de regressió del preu dels hotels a les zones de muntanya 110
7.3.2. Índex de preus estacionals ajustats per qualitat 111
7.3.3. Anàlisi de regressió del preu dels apartaments a les zones de muntanya 114
7.3.4. Índex de preus estacionals ajustats per qualitat 115
7.4. Comparació en la valoració de les característiques 117
7.5. Comparació de valoracions de les poblacions 118
7.6. Comparació dels índexs de preus estacionals ajustats per qualitat 118

8. Conclusions 120

9. Bibliografia 122

Valoracions finals 127

Introducció

El fenomen del turisme residencial ha gaudit d'una gran expansió durant els darrers anys; expansió que, per altra banda, no ha estat exempta de polèmica. Així, per exemple, a Editur (2005) es fa ressò d'un informe d'Exceltur on es posa de manifest que el client de segones residències genera una menor contribució econòmica i d'ocupació a la destinació al llarg termini. Segons aquest estudi, deu vegades menys. Així, tot i el ràpid benefici econòmic de la construcció i la venda d'habitatges, no sembla la millor estratègia per al desenvolupament econòmic d'un municipi. En canvi, Torres, C. (2007), en un estudi en què s'avalua la disponibilitat a pagar per una millora en la qualitat de l'aigua de la costa, observa una major probabilitat de pagar per part dels ocupants de segona residència que s'explica per una major sensibilitat cap als temes relacionats amb la platja i un major poder adquisitiu.

De tota manera, siguin quines siguin les repercussions econòmiques i la sensibilitat dels propietaris de segones residències, es tracta d'un fenomen que sembla imparable (el nombre de viatgers que s'allotgen per aquesta via suposa avui més d'un 22%, mentre que eren poc més d'un 13% fa 10 anys). Per tant, d'aquest sentiment surt l'estratègia de simbiosi que es visualitza en productes com ara hotels de condomini, apartaments de propietat amb serveis o clubs residencials privats.

En aquest projecte "Turisme residencial i índex de substituïbilitat entre allotjaments" es pretén aprofundir en l'estudi d'aquest fenomen. En aquest sentit, a continuació es presenta un informe amb dues parts diferenciades. A la primera part, s'estudia el fenomen de la segona residència a l'Euroregió. A la segona, es realitza un exercici de preus hedònics aplicat als preus dels hotels i els apartaments, tant de les zones de platja com de muntanya. L'objectiu és realitzar una comparativa de les valoracions de les característiques físiques, la localització i els índexs de preus estacionals ajustats per qualitat entre apartaments i hotels. Prèviament a aquesta comparativa es fa un repàs de la literatura econòmica relativa a la temàtica i una estadística descriptiva de les dades recopilades per les diferents poblacions de l'Euroregió.

PART I: EL FENOMEN DEL TURISME RESIDENCIAL A L'EUROREGIÓ

1. Introducció

El turisme residencial és una activitat econòmica que indirectament es troba lligada al turisme. Des dels orígens del turisme modern, al començament de la dècada de 1960, la totalitat de localitats costaneres del Mediterrani espanyol es trobaven immerses en aquest tipus de desenvolupament. Milers de torres d'apartaments jalonen les primeres línies del litoral, alhora que als territoris de segona i tercera línia s'han aixecat gairebé desenes de milers d'urbanitzacions de xalets, vil·les, adossats o bungalous. El procés d'urbanització que s'ha associat amb aquest model de desenvolupament ha arribat fins a l'extrem d'haver assolit tal nivell d'ocupació del territori que, en molts municipis, s'ha esgotat el sòl urbanitzable, amb els problemes que aquesta situació comporta per poder continuar amb aquest tipus creixement.

Contràriament, juntament amb aquest desmesurat procés de desenvolupament urbà, pocs municipis són els que han estat capaços de disposar les bases per poder establir una oferta hotelera apropiada. Generalment, podem trobar-nos davant de situacions en les quals la planta de segones residències turístiques pot arribar a sobrepassar les 400.000 places, mentre que l'hotelera és pràcticament testimonial, amb escassament 1.800 llits, com és el cas de la localitat alacantina de Torrevieja.

Davant d'aquesta situació de desequilibri i de risc que implica el model de desenvolupament centrat de forma gairebé exclusiva en el turisme residencial –en el qual els protagonistes són els promotors immobiliaris i les empreses constructores, i no els tècnics en turisme–, una part aclaparadora de localitats continuen apostant per aquest model de desenvolupament immobiliari, que no turístic. I referent a això, es pot assenyalar que, amb el temps, en el turisme residencial els efectes negatius solen superar els positius:

a) menor rotació de visitants,
b) menor inclinació a la despesa,
c) marcada estacionalitat en l'ocupació d'habitatges,
d) ofertes complementàries poc desenvolupades,
e) producte turístic de difícil comercialització que competeix de forma al·legal amb els hotels i,
f) generació de seriosos impactes ambientals (Mazón i Aledo, 2005), tal com tindrem ocasió d'analitzar de forma detallada més endavant.

Quadre I-1. Habitatges d'ús no principal

Comunitat	1981	2004
Andalusia	662.595	1.113.945
Balears	127.899	196.362
Canàries	125.322	298.966
Catalunya	696.674	998.299
Comunitat Valenciana	686.332	1.054.983
Regió de Múrcia	132.937	298.966

Font: INE (2004). Elaboració pròpia.

A la llum de les xifres del quadre 1, es pot afirmar que el model de desenvolupament que està basat en el turisme residencial és hegemònic en totes les comunitats del litoral Mediterrani espanyol, així com als arxipèlags balear i canari, i que totes elles registren un gran procés de creixement en els últims anys, fins al punt de gairebé doblar el nombre d'habitatges edificats en alguna d'elles.

Sobre aquest tema, el turisme residencial, s'està produint bastant de literatura i són molts els autors que posen èmfasi en els riscos que aquest model de desenvolupament urbà-turístic porta aparellat, havent-hi unanimitat gairebé total en afirmar que els beneficis que es recullen en les societats implicades en aquest tipus de creixement són tan sols a curt termini i protagonitzats pels promotors immobiliaris, empreses constructores i propietaris del sòl, i no per empreses turístiques. Entre aquests autors, destaquen Vera Rebollo, 1987 i 1997; Mazón, 1987, 2001 i 2005; Jurdao, 1979; Bertolín, 1983; García Gómez, 1983; Monreal, 2001; Torres Bernier, 2003; Mateu, 2003; Callejo, Gutiérrez i Viedma, 2004; Miralles, 2004.

Bàsicament, el que el turisme residencial fa és confondre el turisme amb l'activitat immobiliària, ja que el circuit econòmic d'aquest model es redueix a la construcció i la venda d'habitatges anomenats turístics, que gran part de l'any es troben buits, per la qual cosa no es genera l'efecte multiplicador que aporta el turisme a l'economia, amb els conseqüents efectes negatius que aquesta situació té sobre l'ocupació turística.

2. Definició de turisme residencial

Probablement, el primer investigador que va fer servir el terme "turisme residencial" fou Jurdao Arrones (1979) al seu llibre *España en venta: compra de suelo por extranjeros y colonización de campesinos en la Costa del Sol.* En aquest s'analitzaven els efectes que s'estaven produint a la localitat de Mijas (Màlaga), amb el canvi d'ús del sòl agrícola per ser urbanitzat. Segons aquest autor, en aquest municipi s'estava produint un nou fenomen: *"la venta de fincas de los agricultores de Mijas a urbanizadores extranjeros para su posterior transformación en urbanizaciones particulares turísticas, donde se construirían chalets y bungalows, que posteriormente serian adquiridos por extranjeros, la mayoría jubilados. A este proceso, que surgía al socaire del turismo hotelero, lo llamé turismo residencial"* (Jurdao, 1979).

També, en època primerenca, Tomás Mazón (1987) va publicar un text amb el títol *La urbanización de la playa de San Juan: un espacio turístico residencial,* en què denunciava que en aquesta platja, immediata a la ciutat d'Alacant, s'havia creat un panorama urbanístic irracional, densament edificat, inharmònic, mancat dels equipaments i serveis necessaris, així com de zones verdes i espais oberts.

En aquests mateixos anys, el també professor Pere Salvà es va fer eco d'aquest nou fenomen que s'estava protagonitzant a les costes mediterrànies espanyoles. Casualment, aquest autor no parla de turistes i sí d'immigrants: "*se consolida un flujo de inmigrantes extranjeros de dirección norte-sur de origen europeo, en el cual se tiene que distinguir, por un lado, una inmigración residencial integrada por personas que vienen a descansar y, por otro, el conjunto de inmigrantes con motivación laboral, en el cual destaca un contingente de personas asalariadas y un elevado número de empresarios"* (Salvà Tomàs, 1986).

Per a Bertolín (1983) es tracta d'un procés de desenvolupament urbà que no és més que una mera *"revitalización artificial por cuanto las características del sector turístico-residencial no permiten la estabilidad económica de los municipios. Los problemas estructurales de la economía de los mismos queda sin solucionar"*.

Per la seva part, García Gómez (1983) diu: *"la segunda residencia es un ejemplo claro de irracional, antieconómica y contradictoria dinámica de la política urbana, ejemplo a su vez del irracional modelo social, basado en el desarrollo económico como valor y el consumo como medio".*

En els anys noranta, els professors Tomás Mazón i Antonio Aledo van publicar el llibre titulat *El turismo inmobiliario en la provincia de Alicante: análisis y propuestas* (1996). En ell van plasmar la definició sobre el turisme residencial següent: *"entendemos por turismo residencial la actividad económica que se dedica a la urbanización, construcción y venta de viviendas turísticas residenciales que conforman el sector extra hotelero, formado a su vez, por el conjunto de viviendas, generalmente de propiedad individual, que son ofrecidas al mercado turístico, casi siempre fuera de canales oficiales y que están situadas, en su gran mayoría en la zona litoral"*. Aquests mateixos autors en el seu estudi que du el títol *El Bajo Segura: análisis turístico* (1997) advertien que en aquesta comarca, al sud de la capital alacantina, s'estava produint un creixement turístic errat en els seus plantejaments, amb una total hegemonia de les segones residències, i qualificaven aquest desenvolupament de "turisme immobiliari": "*con un crecimiento excesivamente rápido y no planificado, abrigado por las expectativas económico-especulativas (...) que ha supuesto un verdadero despilfarro de las óptimas precondiciones turísticas y de los recursos naturales"* (Aledo i Mazón, 1997).

Ja entrats en el nou mil·lenni, altres autors s'han ocupat d'aquest fenomen immobiliari de segones residències turístiques. La definició més concloent és la que aporta Torres Bernier (2003), per a qui el "turisme residencial" simplement no existeix: *"Es preciso comenzar diciendo que este concepto lleva en su propia definición su contradicción más evidente, ya que por su principal característica (la residencia) no debiera ser considerado como turismo en la mayoría de los casos, y de hecho así ocurre en numerosos foros académicos e institucionales"*.

De la incoherència existent entre els termes "turista" i "resident" se serveix Mateu Lladó (2003) quan afirma que *"se aprecia por ello que lo que se denomina 'turismo residencial' se basa en la confusión precisamente entre el 'turista' y el 'residente'. La evolución socioeconómica y política del último decenio en un destino como el de Baleares no ha hecho más que confirmar que los límites entre uno y otro van a estar cada vez más difusos"*.

Més en la línia argumental de Mazón i Aledo es troben les definicions d'altres autors. "*El turismo residencial consiste en la adquisición de viviendas por ciudadanos españoles y extranjeros que deciden pasar largas temporadas o habitar permanentemente en determinadas zonas, fundamentalmente de la Costa del Sol, la Costa Blanca, Baleares y la costa catalana"* (Martínez Gómez).

Per a Prado Seseña, *"El término 'turismo residencial', aún ser de uso común, alude a una tipología de turista determinada, el turista que utiliza para sus estancias un alojamiento extra-*

hotelero, en la mayoría de los casos un alojamiento en propiedad, alquilado, cedido o de multipropiedad".

Butler (2002) les defineix com *"propiedades que se mantienen con una finalidad relacionada con el ocio y que no son las residencias habituales o principales de sus propietarios (...) construidas específicamente para cumplir una finalidad accesoria, no esencial"*.

Per la seva part, Joan Miralles (2004) formula la definició següent sobre el turisme residencial: *"Turista residente: aquel individuo que desplazándose a un territorio que no es el de origen, se establece de manera temporal o semi temporal. Su desplazamiento no responde a una necesidad de emigración por razones económicas, políticas y/o religiosas, sino en busca de una mejor calidad de vida o un cambio de rutina, en el sentido que proporciona el turismo. Pese a no vivir todo el año en la zona de destino, ha comprado una casa o la ha alquilado, a menudo pensando en el beneficio económico que puede sacar a medio o largo plazo"*.

Per a Juan Monreal (2001), aquest tipus de turisme és *"un fenómeno que implica movilidad entre espacios emisores y áreas receptoras de demanda, de forma que el residencialismo sería más bien un proceso de reasentamiento de población"*.

Per la seva part, Callejo, Gutiérrez i Viedma (2004) afirmen que el *"turismo residencial es el que utiliza como alojamiento viviendas de carácter privado, ya sean propias o de amigos y parientes".*

D'acord amb totes aquestes definicions, podem entendre que el turisme residencial és *"la actividad económica que se dedica a la urbanización, construcción y venta de viviendas que conforman el sector extrahotelero, cuyos usuarios las utilizan como alojamiento para veranear o residir, de forma permanente o semipermanente, fuera de sus lugares de residencia habitual, y que responden a nuevas fórmulas de movilidad y residencialidad de las sociedades avanzadas"* (Mazón y Aledo, 2005).

3. Les segones residencies

Des de fa uns anys, la implantació quotidiana i massiva de segones residències es pot considerar una pràctica habitual en les societats desenvolupades. Apareix amb l'arribada de la societat industrial i metropolitana. La gran aglomeració urbana provoca en els habitants d'aquesta una necessitat de fugir. Hi ha una crisi urbana, ja que la ciutat ha passat a ser un problema en ella mateixa; gran part dels problemes socials tenen com a marc la ciutat. També molts dels desequilibris que, en l'actualitat, angoixen les persones estan recolzats per la deshumanització de la ciutat, per la insolidaritat urbana i per les deficients condicions de vida a les ciutats.

L'increment dels nivells de renda, la reducció de les hores de treball i la conseqüent disposició de més temps lliure, han permès generalitzar per a àmplies capes de la societat aquest tipus de demanda, que es pot classificar en tres grups principals:

- Zones pròximes per a ús diari.
- Zones de cap de setmana.
- Zones d'estiueig o de vacances (Omberg, 1991).

Però les segones residències no són quelcom nou. Antany, l'aristocràcia i l'alta burgesia ja disposaven d'aquest tipus de residències –amples finques i xalets– per gaudir-ne, sobretot, en les èpoques estivals. En l'actualitat, la novetat rau en l'ampliació d'aquest fenomen cap a altres classes socials a les quals, fins ara, aquests luxes estaven vetats i que, com en tants aspectes de la vida, tracten d'imitar els hàbits de les classes dominants. En el rerefons d'aquest fet pot veure's així mateix el desig de sentir-se propietaris, encara que per a això els treballadors es vegin obligats a haver d'hipotecar-se i assumir despeses mes grans; no oblidem que mantenir una segona casa implica adquirir electrodomèstics, satisfer les despeses d'aigua, llum, gas i de la comunitat de propietaris, i contribuir a les arques de l'Estat i del municipi amb més impostos.

Per la seva part, la massificació del fenomen de la segona residència està estretament lligada a una sèrie de factors, dels quals es poden ressaltar els següents:

a) Desenvolupament de les classes mitjanes, amb la qual cosa s'amplia sensiblement el nombre de famílies que poden arribar a permetre's el luxe de poder adquirir una segona residència.

b) Les progressives conquestes socials, sobre tot aquelles que fan referència a les vacances i al temps de lleure, ja que són moltes les persones que conclouen les seves jornades laborals els divendres al migdia i fugen de les grans ciutats, encara que sigui per un breu parèntesi de temps.

c) El desig, per part de les classes mitjanes i dels treballadors, d'imitar la forma que tenen d'ocupar el temps lliure les classes econòmicament més privilegiades, aquelles que tradicionalment han tingut la possibilitat de gaudir de les residències secundàries.

I així ha estat que des del començament dels anys seixanta del passat segle XX, Espanya ha contemplat com, no només els seus nuclis tradicionals, les seves ciutats de sempre, han vist augmentar la seva superfície urbana i incrementar els seus serveis d'infraestructura, sinó que separats d'aquells, fora de les seves zones d'eixample, han anat apareixent nous nuclis o urbanitzacions particulars –ocupades majoritàriament per segones residències– que no tenen cap nexe d'unió amb el nucli principal, com no sigui el de pertànyer al mateix municipi i el de trobar-se sota la jurisdicció del mateix ajuntament (Nasarre, 1972).

En relació amb els factors fonamentals de la localització de les segones residències, cal citar el paisatge, tant el natural, com el que formen el mar, els rius, les muntanyes o els boscos, com el creat per l'home, en aquest cas referit a pobles amb atractius de diversa índole. El clima és un altre element molt important en la localització d'aquest tipus d'hàbitat, és més, en els seus orígens, el clima es va constituir com un dels factors més destacats per raons sanitàries, ja que els banys de mar o el contacte amb l'aire sec i pur de la muntanya són beneficiosos per a un ampli ventall de malalties, tant de tipus respiratori com cardíaques, dermatològiques o circulatòries.

A més, en aquest sentit hem de destacar que, en el cas espanyol, el clima ha estat i és el factor més important per a l'adquisició d'una segona residència per part de ciutadans del centre i el nord d'Europa. Un altre factor de localització el podem establir en les facilitats d'accés, tingudes molt en compte pels potencials usuaris d'aquest model de desenvolupament urbanístic. Actualment, la presència d'un aeroport i que determinades zones hi estiguin ben comunicades expliquen aquest tipus d'assentaments (López Colas, 2003).

4. Causes de la popularització de les segones residències

4.1. Cansament de la vida ciutadana

Amb la primera Revolució Industrial es va iniciar un procés d'urbanització que no havia tingut parangó al llarg de tota la historia urbana. Però a partir de 1950 l'Europa desenvolupada es va veure immersa en el període més brillant del seu desenvolupament polític, econòmic i social, tant pel ritme de creixement econòmic, com per la intensitat dels canvis en el sistema productiu i en l'estructura social.

Aquesta transformació va produir una profunda alteració en les ciutats grans i mitjanes europees, fet que va constituir una veritable revolució urbana, ja que, des de llavors, les ciutats no han deixat de créixer. Aquest desenvolupament urbà va comportar que les ciutats deixessin de ser llocs còmodes i atractius per als ciutadans. Comencen a sorgir a diari un cúmul de problemes: tràfic, llargs i tediosos desplaçaments, contaminació acústica, mediambiental i visual, deshumanització, estrès, pèrdua de les relacions familiars i de veïnatage, etc., que han fet que es generalitzi un sentiment col·lectiu de deteriorament de la qualitat de vida, i s'hagin associat les grans ciutats amb la responsabilitat de la major part dels problemes socials i dels patiments de la societat moderna (Estébanez, 1991).

És així com les ciutats es constitueixen en espais on les persones deixen d'estar còmodes i necessiten canviar d'escenari, fugir-ne, fins l'extrem que molts autors coincideixen a assenyalar el fenomen de les segones residències com un efecte derivat dels problemes que generen les grans ciutats (López Colás, 2003).

4.2. La prosperitat econòmica i l'increment del nivell de vida als països d'Europa occidental

En aquest sentit, ens diu Fernández Fuster (1991) que la política econòmica que va seguir l'Europa occidental a partir de l'any 1945 tenia com a principal objectiu reconstruir un continent devastat per la contesa, a través d'una nova producció industrial i d'un comerç paral·lel i vigorós, que havien de comptar amb la supressió de les restriccions i els acords bilaterals que permeteren l'expansió de les exportacions europees i la liberalització del comerç. El resultat d'aquesta política econòmica integracionista es va traduir en la recuperació dels

anys cinquanta i en la prosperitat dels seixanta, amb una expansió desorbitada, mai coneguda anteriorment a Europa.

És una conjuntura en la qual es produeix un increment general de les rendes i en la qual els assalariats veuen augmentat el seu poder adquisitiu, sorgeixen i evolucionen les classes mitjanes i es generalitza l'accés a l'oci per a àmplies capes de la societat (Brunet i Belzunegui, 2000). Aquesta situació permet que, per primera vegada, un gran contingent de població de classe mitjana i obrera pugui passar les seves vacances fora del seu país d'origen, així com la proliferació d'un nombre indeterminat de destins turístics que es concentren, en els seus primers estadis, a les costes del mar Mediterrani.

4.3. La revolució de les comunicacions

Després de la Segona Guerra Mundial l'aviació comercial incorpora el jet, un avió a reacció que assoleix velocitats supersòniques i permet el transport massiu de passatgers en poc temps. A partir d'aquest moment viatjar en avió serà molt més econòmic i més ràpid, sobretot amb l'aparició dels vols xàrter que permeten un notable abaratiment dels preus gràcies als seus coeficients de càrrega (Vogeler i Hernández, 1997).

Paral·lelament es perfeccionen i es fan més confortables els desplaçaments terrestres i marítims; la proliferació de línies d'autobusos contribueix notablement a incrementar els viatges col·lectius per carretera, gràcies a les seves tarifes econòmiques, i també seria decisiu l'establiment de línies regulars amb itineraris fixes, còmodes i segurs a l'abast del públic en general. De la mateixa manera, a partir del final dels anys cinquanta es produeix l'expansió de l'automòbil; la seva fabricació en sèrie, junt a la producció de models cada cop més assequibles i la possibilitat de ser adquirits mitjançant sistemes de crèdit, simplifica que puguin ser comprats per amplis sectors de la població. Des de llavors el parc automobilístic creix sense cessar de forma espectacular i, conseqüentment, facilita l'increment de persones que el poden utilitzar per als seus desplaçaments turístics

4.4. La segona residència com a inversió

Entre els diferents béns que les persones o les famílies poden posseir al llarg de la seva vida, l'habitatge és probablement el de major valor econòmic. D'aquí que comprar-lo, per a moltes famílies, suposi un gran esforç; encara que, a diferència d'altres béns, l'habitatge és un bé durador i les possibilitats per obtenir-ne, al llarg del temps, una considerable revalorització econòmica són abundants. A Espanya es troba molt estesa la idea que la compra d'un

habitatge és una inversió molt segura per als estalvis, i en el cas concret de la segona residència, a la inversió s'ha d'incloure la possibilitat d'utilització turística que ofereix aquest tipus d'habitatge (López Colás, 2003).

En definitiva, es pot afirmar que el predomini dels desenvolupaments residencials de baixa intensitat contribueix a la dispersió urbana i, com es pot extrapolar dels treballs de Francesco Indovina (González Reverté, 2005) sobre el procés d'urbanització al Veneto italià, genera una problemàtica socioeconòmica i territorial que es concreta en:

- el predomini de l'espontaneïtat en la construcció i d'una inadequada o deficitària planificació local,
- l'elevadíssim consum del sòl a causa de les baixes densitats i la privadesa,
- l'elevadíssim consum energètic com a conseqüència d'una organització territorial fonamentada en la mobilitat,
- l'elevadíssim cost públic, atès que l'organització de la ciutat difusa encareix la prestació de serveis públics i de les infraestructures dels residents,
- l'existència de processos d'identificació territorial dèbils, i
- la dicotomia entre una elecció residencial més lliure en el marc de la ciutat difusa i els episodis "d'expulsió" de la ciutat concentrada (Indovina a López Colás, 1998).

5. Característiques del turisme residencial

Exposem a continuació quines són les principals característiques que, en línies generals envolten el desenvolupament del que es coneix com turisme residencial (Mazón y Aledo, 2005), i com aquestes característiques acostumen a ser perjudicials, a la llarga, per a les destinacions o societats receptores, ja que la riquesa esperada s'esdevé, a curt termini o a mitjà termini, bàsicament en l'etapa d'urbanització. Al mateix temps els grans beneficis generats per aquest model de desenvolupament recauen sobre uns pocs, mentre que el conjunt de la societat ha de suportar, en etapes posteriors, totes les externalitats negatives associades a aquest tipus de creixement.

5.1. Marcada estacionalitat en l'ocupació dels habitatges

El turisme residencial té dos tipus d'usuaris/clients: el residencialista i l'estiuejant residencial. Entenem per residencialista l'usuari d'habitatge turístic que passa llargues temporades l'any a la seva segona residència. L'estiuejant residencial (entès com l'usuari estacional dels habitatges turisticoresidencials) per la seva part, ocupa l'habitatge turístic només en els seus períodes vacacionals que s'acostumen a centrar en el període estival, Setmana Santa i algun pont. Quan el percentatge d'estiuejants residencials és alt, ens trobem davant d'un acusat problema d'estacionalitat.

Una de les principals particularitats, en municipis que opten per captar aquest tipus de demanda, és que es genera un model de desenvolupament urbà i turístic mancat de població permanent. Ens trobem amb zones completament urbanitzades i buides de residents. Qui visiti una zona turística fora de temporada tindrà la sensació de ser en una mena de "ciutat fantasma". Això es deu al fet que la major part dels habitatges són ocupats de forma estacional, sobretot en el període estival, i romanen buits bona part de l'any –l'any 2003, segons dades recollides per Exceltur, el nivell d'ocupació d'aquest tipus de residència turística havia oscil·lat entre 32 i 66 dies.

S'ha arribat a un escenari de molt difícil resolució ja que en els municipis implicats en aquest desenvolupament la població censada és sempre molt inferior a la població real en temporada alta. Aquest fet provoca greus desajustaments entre serveis i usuaris. S'ha de tenir en compte que l'Administració estatal o regional planifica d'acord amb la població que apareix als censos i recomptes oficials. El poc temps que el turista estiuejant passa a les poblacions turístiques no justifica la construcció de més infraestructures i serveis que únicament

serien utilitzats al màxim unes poques setmanes l'any. Aquest fet provoca un doble efecte en relació amb les infraestructures i els serveis municipals i turístics. En temporada baixa hi ha una clara infrautilització d'aquests i, per contra, en temporada alta, els serveis i les infraestructures es veuen completament desbordats per l'elevat nombre de residents. Aquesta particularitat origina que siguin habituals les mancances de tot tipus de serveis per a l'escassa població permanent.

De la mateixa manera, sorgeix un altre problema que afecta l'economia local i que provoca que el sector empresarial no lligat al negoci immobiliari sigui molt dèbil. Un habitatge desocupat no genera cap efecte multiplicador en les economies locals. Són, doncs, uns espais profundament urbanitzats en els quals les poques prestacions ofertes en temporada alta es veuen en la necessitat, a causa del buit demogràfic existent, d'haver de tancar fora del període estival.

5.2. Ofertes complementàries poc desenvolupades

Provocada pel fenomen de l'estacionalitat i per la manca d'una autèntica política de desenvolupament turístic, una de les mancances de major relleu de l'oferta turística del model residencial és la inexistència d'una oferta complementària deguda i adequada, entenent per oferta complementària el conjunt de serveis turístics que no són d'allotjament o transport, com ara restauració, oferta d'oci, oferta cultural, oferta esportiva, etc.

Com ja hem citat anteriorment, s'acostuma a confondre la indústria turística amb el negoci immobiliari, basat en l'especulació del sòl i en la construcció i venda d'habitatges. Aquesta simplificació del fet turístic ha provocat la intrusió a les costes espanyoles de promotors aliens a la indústria turística que no varen assentar les bases per a la creació i el desenvolupament de la necessària oferta complementària. Es van atendre únicament els problemes derivats del procés d'urbanització, marginant qualsevol altre tipus d'activitats relacionades directament amb el turisme.

Amb aquests models de desenvolupament –protagonitzats pels promotors immobiliaris i no pels empresaris turístics– no ha de sorprendre que l'oferta complementària es redueixi, en multitud d'espais turístics del Mediterrani espanyol, a la presència d'uns pocs restaurants i bars, en molts dels quals preval la baixa qualitat.

Ens trobem, doncs, en un escenari en el qual l'oferta complementària és, en línies generals, escassa i d'una dubtosa qualitat. Tan sols la construcció de camps de golf i marines esportives

milloren el nivell de l'oferta complementària (a l'informe de Greenpeace, de juliol de 2005, s'afirma que la proximitat d'un camp de golf revaloritza un immoble entre un 15% i un 20%), encara que aquests serveis són desenvolupats amb el clar objectiu d'augmentar el valor afegit de l'oferta immobiliària.

5.3. Producte turístic de difícil comercialització

L'oferta d'aquest producte està desestructurada:

1) competeix de forma deslleial amb el sector hoteler,
2) bona part dels canals de comercialització són en mans d'empreses estrangeres, i
3) les empreses promotores i constructores es caracteritzen, majoritàriament, per la seva petita mida i per mancar de cultura empresarial.

Un percentatge molt elevat d'aquest tipus d'allotjament, entorn al 90% dels habitatges turisticoresidencials, no s'oferten de forma oficial al mercat turístic. Ens serveix d'exemple el fet que el nombre d'apartaments registrats a la província d'Alacant per l'Agència Valenciana de Turisme és tan sols de 17.725, mentre que únicament en la seva zona litoral s'han comptabilitzat 343.910 habitatges turístics residencials (cens de 2001). Davant d'aquesta situació, les administracions competents es troben totalment desbordades i no han sabut establir els mecanismes adequats capaços de controlar aquest tipus d'oferta d'allotjament il·legal.

La clandestinitat que va lligada a aquest segment és la causa que les unitats que s'ofereixen al mercat de lloguer ho facin de forma oculta i fraudulenta per a Hisenda. Aquesta situació anòmala està fent que l'oferta de residències turístiques es constitueixi, en l'actualitat, com una de les principals competidores del sector hoteler espanyol, així com de les mateixes empreses que, oficialment, es dediquen al lloguer d'apartaments turístics.

En els últims anys, el notable increment en l'ús d'aquest model d'allotjament –sempre més econòmic i que en molts casos és gratuït– explica bona part de l'augment del nombre de turistes estrangers que es desplacen a Espanya i, més concretament, a les costes mediterrànies. Referent a això, s'ha de dir que l'any 2004, el 21,1% del turisme exterior que va arribar a Espanya –un total d'11,4 milions de persones- van recórrer, en el seu viatge, a l'allotjament que brinden els habitatges gratuïts, bé propi o de familiars i amics (Exceltur, 2005). A més, aquest tipus d'oferta d'allotjament es veu afavorida per l'èxit que estan adquirint les línies aèries de low-cost que propicien que passar les vacances al nostre país arribi a ser summament econòmic, mercès

a un transport molt barat -un passatge aeri des de qualsevol ciutat del centre i del nord d'Europa pot costar menys de 60 €- i un allotjament gratuït.

Davant d'aquesta situació, podem afirmar que s'està constituint un escenari de risc per al turisme espanyol en general, i per a l'hoteler, en particular. Els viatges aeris summament econòmics i un allotjament gratuït són elements prou atractius per atreure determinats segments de demanda amb escàs poder de despesa, amb comportaments poc dinàmics i amb pobres aportacions a les economies i a l'ús de les destinacions turístiques. Com ja s'ha assenyalat, aquests contribueixen que, en les destinacions turístiques, es produeixi una major massificació, un col·lapse de les infraestructures i els serveis disponibles i, conseqüentment, una pèrdua de la imatge i de la qualitat del producte global ofert per aquests municipis de vocació turisticoresidencial.

L'escassa potència que tenen la majoria de les empreses espanyoles que es dediquen a la construcció i venda d'habitatges turisticoresidencials ocasiona que es vegin obligats a dependre d'empreses intermediàries estrangeres per a la comercialització dels seus productes als països d'origen de la demanda. Aquests intermediaris cobren elevadíssimes comissions. Com a conseqüència, el preu dels habitatges s'eleva i els empresaris espanyols estan en una situació de risc ja que aquests intermediaris sempre poden optar per dirigir la demanda cap a nous mercats.

Finalment, davant d'un nombre escàs de companyies fortes amb una llarga experiència al mercat i fermament establertes al mercat internacional, la majoria de les empreses són de petit volum i sorgeixen en les èpoques de creixement econòmic. La seva manca de cultura empresarial i la debilitat econòmica ocasiona que desapareguin amb facilitat, que la gestió sigui molt deficient i que el seu objectiu sigui recuperar la inversió, ja que en nombroses ocasions el que s'invertia era el patrimoni personal. Aquestes condicions comporten que el producte sigui de baixa qualitat i que no es desenvolupin teixits empresarials potents i duradors.

5.4. Alt grau de fidelitat envers la destinació turística

Tant el turista residencial com l'estiuejant mostren una gran fidelitat a la destinació. Fa més de deu anys vàrem definir aquests col·lectius de visitants com a "turistes captius" (Mazón i Aledo, 1994). En el cas del turista residencial és clara la seva decisió de comprar un nou habitatge per tal de construir un nou focus residencial, una nova xarxa social i un nou estil de vida generalment associat a la seva nova etapa no productiva. Per la seva part, per a l'estiuejant, la despesa que ocasiona la compra d'una segona residència exigeix rendibilitzar-la amb l'ús, o bé

llogant-la, fet que s'ha detectat com a molt menys freqüent en el cas espanyol, possiblement per raons culturals. Per aquest motiu, els estiuejants de segona residència són un grup que mostra una alta fidelitat a la destinació. Es tracta d'un procés d'elecció d'una destinació turística amb una perspectiva a llarg termini que implica una vinculació contractual prolongada.

Segons dades ofertes per Familitur, l'any 2003, els espanyols van mostrar un elevat grau de satisfacció en els seus viatges turístics, la qual cosa té com a conseqüència que la gran majoria, el 92,2%, es mostrin disposats a tornar en una altra ocasió a la mateixa destinació. D'aquesta forma, la fidelitat a les destinacions nacionals és molt elevada, com posa de manifest que el 77% dels viatges turístics protagonitzats pels espanyols es van efectuar a llocs ja visitats, declarant estar repetint la visita a aquest lloc. Aquesta fidelitat és favorable al turisme residencial ja que és difícil que una persona o un grup familiar adquireixi el caràcter de turista resident sense haver estat abans un turista normal, assidu, fidelitzat (Torres Bernier, 2003) i, per això, coneixedor de la zona i que es vincula d'una forma més permanent amb la destinació turística.

5.5. Menor inclinació a la despesa

El turisme residencial es caracteritza per l'escassa rotació dels turistes i per una menor despesa de turista/dia. Els usos turístics d'aquest model són molt més domèstics i menys donats a la despesa externa, la qual cosa condueix a una substantiva reducció de la despesa efectuada per turistes. Així es desprèn de les dades recollides per l'enquesta de Familitur (2004), en la qual es diu que els nivells de despesa mitjana diària d'un turista allotjat en un establiment hoteler se situen en els 93,40€, mentre que per al turisme residencial, la despesa per turista és sensiblement inferior i se situaria en els 33,90€, quan es tracta d'un habitatge llogat a un particular, i de 17,10€, quan es tracta d'un habitatge propi.

Els turistes d'hotel, amb un nombre de pernoctacions limitat a uns pocs dies d'estada, acostumen a gastar fins i tot per sobre de les seves possibilitats, ja sigui perquè han estalviat per al viatge o perquè utilitzaran diferents mecanismes de crèdit.

Contràriament, els turistes residents tenen una despesa en lleure limitada per la tendència a fer els àpats a casa o més possibilitats de fer-ho, una utilització del vehicle propi major i un millor coneixement de les oportunitats de mercat en la destinació, per la qual cosa s'assemblen, en hàbits de consum, als residents (Torres Bernier, 2003). Tenint en compte l'ús de l'habitatge de familiars o amics i l'habitatge propi, s'observa que en el 55% dels viatges dels espanyols no es

generen despeses d'allotjament, mentre que el 21,1% dels turistes estrangers que arriben a Espanya utilitzen aquest tipus d'oferta d'allotjament en detriment dels hotels o de qualsevol altre tipus d'allotjament de pagament.

5.6. Efectes ambivalents a les finances municipals

La legislació urbanística espanyola deixa a les mans de les corporacions locals bona part de la gestió i planificació del sòl. La gran majoria dels ajuntaments costaners basen el finançament dels seus pressuposts en els ingressos que generen els impostos i les taxes relacionats amb la construcció i l'habitatge. Aquesta és una de les principals raons que expliquen l'absència de planificació. Tant les autoritats locals com els empresaris immobiliaris han vist la planificació urbana com un obstacle, o un fre, per al continu i accelerat creixement dels beneficis econòmics que la construcció de les urbanitzacions produïa.

Des de la promulgació de la Llei del sòl de 1956, recau sobre els ajuntaments espanyols el principal protagonisme en tots els temes que fan referència a la planificació urbana dels seus termes municipals. Paral·lelament, el finançament dels ajuntaments s'estableix d'acord amb la seva població censada, circumstància que és clarament negativa a les localitats turístiques que es veuen obligades a haver de dotar de serveis i equipaments urbans a una població de fet molt superior a la de dret.

D'aquesta forma, els ajuntaments han trobat en l'urbanisme, des dels inicis del desenvolupament turístic, un mecanisme ideal per aconseguir majors ingressos econòmics i sanejar les arques municipals a través dels importants beneficis econòmics derivats de la realització de plans parcials, de les llicències d'obres, les cèdules d'habitabilitat i la venda de sòl. Així doncs, l'urbanisme turístic es constitueix en un component estructural de les hisendes locals, per la qual cosa els ajuntaments fomenten la construcció de nous assentaments turisticoresidencials, malgrat que, amb aquest capteniment, es destrueixen les bases de la pròpia indústria turística per l'ocupació intensiva del sòl i la destrucció del paisatge (Mazón, 2001).

5.7. Turisme residencial i insostenibilitat ambiental

Com s'ha mostrat, el model de turisme residencial aplicat al litoral espanyol té fortes debilitats estructurals (baixa qualitat de l'oferta residencial i complementària, dèficits en infraestructures i serveis, etc.) així com una inviabilitat econòmica, en l'àmbit local, atesa la seva estreta dependència d'un recurs exhaurible com és el sòl urbanitzable. A aquestes dificultats s'hi sumen

els problemes ambientals que aquest model de desenvolupament genera. D'una banda, la fórmula de turisme residencial, de ràpid creixement i no planificat, ha ocasionat un gran impacte ambiental als municipis litorals del mar Mediterrani espanyol (Gartnet, 1987; Vora Repasta, 1987; Grenon, 1990); d'altra banda, el consum no regulat de recursos bàsics -com l'aigua i el sòl- es resol mitjançant l'exportació d'insostenibilitat a altres regions.

Observem en primer lloc els impactes ambientals que el turisme residencial ocasiona a escala local. Entre els efectes negatius s'han destacat: la degradació del paisatge, la reducció de biodiversitat local, la desforestació i l'increment dels incendis forestals, la pèrdua de vegetació, l'erosió i la desertificació, l'increment de la contaminació edàfica, acústica, hídrica (tant superficial com subterrània) (Almenar, Bo i García, 2000).

L'extensió espacial del desenvolupament turístic residencial multiplica els seus impactes ambientals: primer, perquè estén les cobertes d'asfalt i ciment, impermeabilitzant el terra i afavorint els processos erosius i la desertificació abans esmentats (Aledo, 1999); segon, perquè el control, la gestió i les mesures de reducció d'impacte són més difícils i costosos que quan s'actua sobre nuclis habitats concentrats.

El creixement descontrolat de centenars d'urbanitzacions sense les instal·lacions necessàries per a la depuració de les aigües residuals és una realitat freqüent en els municipis costaners. Un exemple d'aquesta situació el trobem a la comarca de la Marina Baixa (al nord de la província d'Alacant), on les depuradores d'aigües urbanes no estan preparades per gestionar el volum d'aigua que els arriba en temporada turística alta, per la quan cosa han d'evacuar directament al mar les aigües residuals sense tractament previ, amb la conseqüent disminució de la qualitat de les aigües de bany per augment dels coliformes.

Pel que fa a l'esgotament de recursos bàsics, podem afirmar que l'aigua i el sòl són dos recursos que limiten el desenvolupament del turisme residencial. Alguns exemples són el ràpid consum de sòl urbanitzable, que ha situat nombrosos ajuntaments del litoral de la província d'Alacant en una situació límit en la qual ja no es disposa de sòl per poder continuar amb el model. Quant al problema de l'aigua, bona part de la província d'Alacant està situada en una regió semidesèrtica amb un important dèficit hídric, més acusat a la seva zona sud, amb una mitjana anual pluviomètrica que se situa entre els 250-300 mm/anuals. El 1999 es calculava que el balanç hídric negatiu d'aquesta zona era de -83 hm3 (Rico Amorós, 1998: 36).

Un dels principis que regeixen el concepte de sostenibilitat és que el consum de recursos no pot superar els recursos disponibles i que la velocitat d'extracció ha de ser inferior a la de renovació.

En el cas del sud de la Costa Blanca, el dèficit hídric ocasionat perquè la demanda supera l'oferta regional de recursos disponibles s'intenta resoldre mitjançant: 1) la captació de recursos hídrics hipogeus que han originat l'esgotament i greus processos d'intrusió marina als aqüífers subterranis de la zona, i 2) transvasaments d'aigua procedent d'altres conques. Ambdues solucions generen insostenibilitat, ja sigui exportant-la cap al subsòl o bé traspassant el problema hídric a altres regions, a aquesta insostenibilitat s'ha de sumar l'impacte ambiental que generen les infraestructures per la construcció dels transvasaments.

6. La demanda turisticoresidencial

La demanda d'aquest tipus d'oferta turística prové de dos mercats principals:

a) En primer lloc, del nacional, ja que el desenvolupament socioeconòmic experimentat per la societat espanyola a les últimes dues dècades ha permès als ciutadans espanyols comprar un segon habitatge turístic.

b) En segon lloc, s'hi han sumat ciutadans de la Unió Europea, fonamentalment jubilats procedents de països del centre i del nord d'Europa. Aquests últims són atrets, especialment, per la benignitat del clima així com per la diferència del cost de vida entre Espanya i els seus països d'origen i pel preu de l'habitatge (Mazón i Huete, 2005).

Aquests desplaçaments internacionals es poden entendre pel sorgiment d'un nou escenari en el qual la mobilitat de les persones és, en aquests temps, una de les seves característiques més rellevants. Aquesta mobilitat es veu reforçada, en l'àmbit dels països desenvolupats, pels avenços de l'estat del benestar junt amb l'evolució i l'abaratiment dels mitjans de transport que han permès, a més de nous comportaments culturals, la introducció de nous models de consum i d'ús del temps lliure, amb un notable increment del turisme residencial (Salvà, 2005).

En aquest sentit, és cada vegada major el nombre de persones jubilades o prejubilades que, procedents de països desenvolupats, passen llargues temporades residint en altres llocs amb millors condicions climàtiques i fins i tot econòmiques, a la recerca d'una esperada major qualitat de vida. Espanya és una de les destinacions preferides per a aquest tipus de migració, fins a l'extrem que s'hi han establert importants comunitats d'alemanys, noruecs, holandesos, belgues, etc., en localitats del Mediterrani espanyol.

És una realitat que en els últims anys la societat actual es troba sotmesa a grans canvis socials, així com a profundes transformacions que estan incidint en les formes i els estils de vida de la població dels països desenvolupats, d'entre els quals es poden destacar:

- l'envelliment de la població i la major esperança de vida,
- la incorporació de la dona al món laboral,
- les noves estructures familiars,
- la creixent urbanització,
- la reducció del temps de treball,

- l'escurçament de la vida laboral,
- els continus avanços tecnològics,
- la globalització de l'economia i la societat de la informació,
- l'abaratiment dels mitjans de transport.

Dins de les múltiples conseqüències que tenen aquests canvis es troba la generació de temps lliure i de lleure, noves pautes de consum, major atenció a la salut i a la cura personal i, per tant, una recerca de l'increment de la qualitat de vida.

En aquesta nova societat el que es coneix com a turisme residencial està adquirint un desenvolupament fulgurant. Centenars de milers de persones han escollit les localitats costaneres espanyoles, tant peninsulars com insulars, com a zones preferides per a l'adquisició d'un habitatge amb finalitats turístiques, de lleure o bé per establir-s'hi de forma permanent o semipermanent i passar en aquests llocs els anys de la seva jubilació a la recerca d'una millor qualitat de vida.

En línies generals, es pot afirmar que el turista resident s'adscriu al perfil d'una persona d'edat mitjana avançada; gran part de les persones i famílies que es plantegen la possibilitat d'ampliar o canviar de lloc de residència a una zona turística o propera a ella tenen una edat que supera els cinquanta anys, encara que últimament el ventall s'està obrint a edats més joves. Aquesta característica condiciona també la seva demanda, tant de l'espai residencial que escullen com de la destinació on està ubicat i també les activitats de lleure que demanden.

El que coneixem com a turisme residencial està protagonitzat per aquelles persones que superen estades de sis mesos de durada, bé perquè es troben ja jubilades o prejubilades, o perquè la seva activitat laboral els ho permet, com és el cas de tots aquells que tenen professions liberals, (artistes, creatius, executius adaptats al teletreball, etc.) que poden realitzar el seu treball sense necessitat de veure's subjectes a la presència física en un centre laboral. En tots aquests casos aquestes persones o famílies solen passar alguns mesos a l'any a les seves zones de residència originària, generalment en l'etapa estival.

Una altra característica és el fet que les rendes d'aquests col·lectius procedeixin d'altres zones, fins i tot d'altres països aliens a la destinació turística, assenyalant que, en línies generals, els seus ingressos solen ser superiors a la mitjana de la població on residiran. Les despeses del turista resident són importants a la localitat o zona de destinació. En primer lloc es troba la despesa que han de realitzar en l'adquisició de l'immoble. Aquest desemborsament sol tenir uns

importants efectes directes sobre el sector de la construcció, i més concretament sobre el subsector de l'habitatge.

També cal tenir en compte que bona part de la despesa d'aquests grups residencials es realitza als mateixos establiments freqüentats per la població autòctona de la destinació turística, com per exemple, supermercats, grans superfícies comercials, serveis personals, farmàcies i comerç en general. Totes aquestes persones solen tenir bastant temps lliure per diverses causes. Les principals són estar jubilats, no tenir una feina remunerada (mestresses de casa), o tenir una professió que els permet disposar i distribuir el seu propi temps. Precisament, en aquesta circumstància es troba la raó que es plantegin la possibilitat de traslladar la seva residència, d'una manera total o parcial, a un altre lloc en el qual aspiren a assolir una qualitat de vida millor i més oportunitats per gaudir d'aquell temps lliure de què disposen.

7. Perspectives del turisme residencial

El litoral mediterrani, en general, se situa en el punt de mira de les inversions immobiliàries dels britànics, tant amb finalitats turístiques com, sobretot, amb vista a la jubilació. En aquest sentit, l'empresa del Regne Unit Blendon Communications afirma que un total de 200.000 britànics pretenen, cada any, adquirir un habitatge a l'estranger; i són un clima assolellat la major part de l'any i uns nivells de serveis i qualitat de vida òptims, les principals causes per les quals els inversors immobiliaris d'aquell país han identificat la província d'Alacant com un lloc ideal per a les seves compres d'habitatges. Segons aquesta empresa, Blendon Communications, aquestes terres disposen de qualitats prou atractives per seduir els europeus que busquen no només una destinació eventual per a les seves vacances, sinó que, a més, tenen el desig d'establir la seva residència permanent, i no únicament amb vista a la seva futura jubilació.

Actualment, les estadístiques ens diuen que els compradors d'habitatges turístics britànics tenen una mitjana d'edat que oscil·la entre els 45 i els 65 anys, però últimament s'està enregistrant, com ja s'ha citat anteriorment, un marcat augment de compradors més joves, amb edats que arriben a estar compreses entre els 25 i 44 anys.

És així com la inversió estrangera en turisme residencial va créixer un 30% al llarg del 2002 respecte a l'any anterior i va assolir els 560 milions d'euros, amb un volum de negoci proper als 22.000 milions d'euros. D'aquesta forma, Espanya es converteix en el segon focus a nivell mundial del turisme residencial, només per darrere dels Estats Units, situant-se molt per davant d'altres destinacions tradicionalment atractives en aquest tipus d'oferta turística, com són França, Itàlia o Grècia.

En aquesta mateixa línia, es troba un informe elaborat pel banc britànic Barclays, on s'afirma que més de 600.000 britànics estan pràcticament segurs que adquiriran un habitatge turístic a Espanya -un 30% dels enquestats així ho declara- en els pròxims anys, deixant clar que aquest país és la seva primera elecció en el moment de comprar a l'estranger, molt per davant d'Estats Units -un 15%-, França -un 14%-, Itàlia -un 10%- o Sud-àfrica -un 6%. Aquest estudi denota que en el futur entorn a 2,2 milions de britànics adquiriran un habitatge, amb la qual cosa duplicaran la xifra d'immobles que aquests ciutadans tenen actualment fora del seu país. S'esmenta especialment que Espanya és la destinació preferida pels britànics que viuran a l'estranger.

D'aquesta forma, en els últims temps el turisme residencial està suposant una gran font d'ingressos per a l'economia espanyola, gràcies, en primer lloc, a l'entrada de divises i, en segon lloc, al creixement del sector dels serveis i la construcció, amb les favorables conseqüències

econòmiques que aquest fet porta aparellat i que, al seu torn, s'estan convertint en una magnífica font de creació d'ocupació.

Quant al comprador estranger de segona residència, segons les dades de què es disposa en l'actualitat, s'assenyala que el 52% dels compradors estrangers són britànics -els clients més dinàmics en aquest tipus d'oferta turística-; el 22%, alemanys; el 8%, francesos; el 6%, italians; el 3%, belgues, i el 3%, escandinaus.

8. Balears

Al llarg de l'any 2005 les Illes Balears van rebre un total d'11,6 milions de visitants, la qual cosa representa un 1,2% més que l'any anterior. L'estada mitjana es va situar en els 11,1 dies, davant els 10,9 de l'any 2004, i un total de 117,8 milions d'estades, un 5,6% més que l'any anterior.

El mercat turístic alemany ha tornat a créixer al voltant d'un 6,8%, tanmateix, l'arribada d'un altre important col·lectiu de visitants d'aquesta illa, els britànics, ha baixat un 4,4% a causa, principalment, de l'alta cotització de la lliura esterlina al mercat internacional de divises. Pel que fa a l'arribada de turistes a aquestes illes per via aèria, tant per als alemanys com per als britànics, les xifres s'apropen bastant: 3,8 milions en el cas dels alemanys, i 3,3 en el dels britànics.

L'arribada de turistes espanyols a les Illes Balears no fa més que confirmar la seva escalada positiva, iniciada a partir de l'any 2001 i que en el 2005 va augmentar a un ritme superior al 13%, fins arribar a comptabilitzar un total de 2,2 milions de visitants espanyols.

Els hotels de Mallorca van aconseguir augmentar els seus ingressos per turisme al llarg de tot l'any 2005, a causa principalment a dos motius: d'una banda, millors percentatges d'ocupació i, de l'altra, l'increment dels preus. Tot això no ha fet més que permetre assolir una major rendibilitat per establiment, segons l'informe d'opinió realitzat per la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos. Tanmateix, els hotels de Menorca van obtenir menys ingressos i menor rendibilitat al llarg del 2005 respecte a l'any anterior a causa, especialment, del fet que van mantenir preus similars. I malgrat això, no van aconseguir assolir una millor ocupació. Quant als hotels d'Eivissa, s'ha de dir que van presentar un balanç molt similar entre els anys 2004 i 2005, amb unes xifres molt semblants, tant pel que fa als ingressos obtinguts com a la rendibilitat empresarial, malgrat que van apujar els preus (Sastre, 2006).

L'oferta d'allotjament de les Illes Balears ascendeix a un total de 2.619 establiments, amb un increment inapreciable respecte a l'any 2004, i en el seu conjunt disposen d'un total de 423.112 places, que han augmentat en 233 respecte a l'any 2004.

La distribució dels allotjaments presenta algunes diferències segons quin sigui el seu tipus, així, l'oferta dels hotels, en conjunt, va créixer en un percentatge del 0,34% en places, però l'esmentat increment va ser producte d'un notable increment dels hotels de quatre estrelles i una reducció elevada dels d'una i dues estrelles, cosa que manifesta, clarament, la tendència cap a una major categoria de l'allotjament turístic

Quadre I-2. Evolució de l'oferta d'allotjament a les Balears

	Establiments			Places		
Hotels	**2005**	**2004**	**Var. %**	**2005**	**2004**	**Var. %**
5 estrelles	25	25	0,00	6.057	6.057	0,00
4 estrelles	241	229	5,24	80.201	76.680	4,59
3 estrelles	496	494	0,40	170.641	170.126	0,30
2 estrelles	131	138	-5,07	26.239	28.447	-7,76
1 estrella	68	72	-5,56	5.777	6.631	-12,88
Total	961	958	0,31	288.915	287.941	0,34
Apartaments						
4 claus	6	6	0,00	980	980	0,00
3 claus	205	207	-0,97	31.506	31.674	-0,53
2 claus	289	293	-1,37	37.893	38.124	-0,61
1 clau	468	473	-1,06	28.287	28.677	-1,36
Total	968	979	-1,12	98.666	99.455	-0,79
Altres allotjaments						
Hostals	362	369	-1,90	18.175	18.624	-2,41
H. rurals	30	27	11,11	992	926	7,13
Agroturisme	155	145	6,90	2.054	1.917	7,15
Càmpings	8	7	14,29	3.337	2.837	17,62
Ciutats de vacances	13	14	-7,14	8.676	8.962	-3,19
T. interior	44	38	15,79	546	470	16,17
Fondes, pensions	78	78	0,00	1.751	1.747	0,23
Total	690	678	1,77	35.531	35.483	0,14
TOTAL	2.619	2.615	0,15	423.112	422.879	0,06

Font: CITTIB a Sastre, 2006.

El grau d'ocupació de l'oferta d'allotjament turístic de les Illes Balears no ha variat en gran mesura entre l'any 2004 i el 2005. Cal destacar que l'ocupació per illes posa de manifest

l'elevada estacionalitat que presenten les illes menors, ja que des del novembre fins al març tan sols un 5% dels establiments roman obert i amb una mitjana que no supera el 50%. Contràriament, a Mallorca, per la seva major dimensió i diversificació, estan oberts en temporada baixa una mitjana del 25% dels establiments amb una mitjana d'ocupació anual que és superior al 63%.

Quadre I-3. Grau d'ocupació de l'oferta d'allotjament a les Balears

	% Planta oberta			% Ocupació s/planta oberta		
Balears	**2005**	**2004**	**Var.%**	**2005**	**2004**	**Var.%**
Gener	14,0	13,6	2,9	43,5	43,5	0,0
Febrer	21,9	20,8	37,5	53,6	57,8	-7,3
Març	28,6	24,7	15,8	64,2	63,9	0,5
Abril	38,2	45,3	-15,7	59,5	56,9	4,6
Maig	94,0	96,3	-2,4	59,9	59,5	0,7
Juny	99,0	99,3	-0,3	76,3	76,3	0,0
Juliol	99,5	100	-0,5	86,1	87,6	-1,7
Agost	99,9	100	-0,1	91,5	93,6	-2,2
Setembre	98,5	100	-1,5	82,6	79,2	4,3
Octubre	82,9	84,0	-1,3	56,7	59,0	-3,9
Novembre	13,9	13,3	4,5	58,1	59,4	-2,2
Desembre	11,0	11,0	0,0	41,9	45,8	-8,5
	58,1	58,7	-1,0	72,8	73,0	-0,3

Font: CITTIB a Sastre, 2006.

A les Illes Balears, segons dades publicades pel Govern autonòmic, es van rebre durant l'any 2005, com hem dit més amunt, un total d'11,6 milions de turistes. D'aquests, 11,19 milions van arribar per via aèria, mentre que 437.000 ho van fer per via marítima. És important assenyalar que el nombre de turistes espanyols que van optar per alguna de les moltes destinacions turístiques de Balears es va incrementar en un 2,2% respecte a l'any 2004. Paral·lelament, el turisme estranger també va créixer, encara que en menor mesura, amb un percentatge positiu de l'1%.

Aquestes xifres, al costat de les analitzades anteriorment referides al grau d'ocupació de l'oferta d'allotjament reglat de les Illes Balears, fa evident un clar desajust. D'una banda s'incrementa el nombre dels turistes i, per l'altra, descendeix el grau d'ocupació en la planta hotelera. Aquesta situació ens porta a pensar que aquí també està succeint el mateix que en altres comunitats del litoral mediterrani espanyol en les quals el turisme residencial està cobrant un gran protagonisme, tal com tindrem ocasió d'analitzar més endavant.

Quadre I-4. Parc d'habitatges a les Balears

Parc d'habitatges a les Balears	
Total habitatges	501.840
Habitatges secundaris	97.148
Habitatges buits	85.535
Habitatges potencials de turisme residencial (secundaris més buits)	182.683

Font: INE (2004).

És un fet que el que es coneix com a turisme residencial es troba molt desenvolupat a les Balears i que la seva quantificació és molt complicada a causa de la manca d'estadístiques sobre aquest tipus d'allotjament. Òbviament, se suposa que tots els habitatges que oficialment estan registrats com a segones residències es poden adscriure al turisme residencial. No obstant això, també es pot afirmar que molts dels habitatges que en els registres oficials consten com a buits, s'ocupen turísticament, sobretot en període estival, bé sigui pels seus propietaris o perquè aquests els treuen al mercat de lloguer, gairebé sempre fora dels canals oficials ja que no estan registrats o donats d'alta. De tal manera que, fent un exercici d'aproximació a la realitat dels fets, podem afirmar que els habitatges que es poden englobar en el que coneixem com a turisme residencial superen, amb escreix, les cent mil unitats amb un total de places que supera el mig milió de persones.

Segons recull el professor Pere Salvà (2005), les informacions publicades per l'INE a partir de les Encuestas de Coyuntura Turística Hotelera y la Encuesta de Ocupación en Alojamientos Turísticos Extrahoteleros de l'any 2004, el total de turistes que van utilitzar allotjaments turístics (hotels, apartaments, turisme rural i càmpings) van sumar un total de 8.031.398 viatgers, de la qual cosa deduïm com a primera dada l'existència de 3.455.270 turistes arribats a les Illes que no van utilitzar l'oferta d'allotjaments turístics legalitzada o reglada. D'aquests, 2.561.906 corresponen a turistes estrangers, mentre que 893.379 turistes eren de nacionalitat espanyola. Bona part d'aquests turistes van utilitzar en la seva estada a les Balears apartaments i/o habitatges secundaris de la seva propietat

i/o llogats de manera no regular, o bé van declarar residir en cases d'amics o familiars. Aquestes xifres de turistes, que suposarien 51.177.064 milions de pernoctacions i una estada mitjana de 14,85 pernoctacions per turista, justificarien l'existència de més de 100.000 places d'ús turístic no regularitzades, bona part de les quals foren una oferta d'allotjament gratuït, la qual cosa demostra l'enorme importància d'aquest segment del turisme que visita les Illes Balears.

9. Aragó

Segons recull Lacosta (2007), les xifres del sector turístic aragonès han mantingut la tendència de creixement dels últims tres anys. S'han incrementat, al llarg del 2006, tant el nombre de viatgers com el de pernoctacions: el 10,87% i el 6,91%, respectivament, de la mateixa forma que l'oferta d'allotjament també ha crescut un 4,40%, assolint la xifra total de 78.192 places turístiques.

Quadre I-5. Oferta d'allotjaments a Aragó

Allotjament	Establiments	Places
Hotels	379	25.153
Paradors	4	379
Hostatgeries	7	323
Hostals	280	7.931
Pensions	158	2.568
Subtotal	*828*	*36.354*
Apartaments turístics	129	2.619
Habitatges turisme rural	910	6.751
Albergs	76	3.486
Refugis muntanya	13	524
Campaments turístics	77	24.564
Àrees d'acampada	13	3.804
Àrees d'acampada rural	5	90
Total allotjament	**2.051**	**78.192**

Pel que fa a la demanda, l'any 2006 es van registrar a Aragó un total de 2.131.707 viatgers en establiments hotelers, que van efectuar 4.389.544 pernoctacions, amb una presència aclaparadora de clientela espanyola, el 85,65%, davant les visites efectuades pels estrangers, 14,35%. Cal destacar, així mateix, l'escassa durada de les estades, ja que l'estada mitjana se situa en 2,06 nits per viatger. Quant al grau d'ocupació, cal ressaltar la marcada estacionalitat que caracteritza l'afluència turística cap a Aragó, la qual cosa es tradueix en una baixa taxa

d'ocupació hotelera durant bona part de l'any. La ràtio d'ocupació hotelera a Aragó va ser, l'any 2006, del 39,61%, xifra molt allunyada de la que s'enregistra en altres destinacions turístiques -en el cas de les Balears hem pogut comprovar que se situa al voltant del 73%- i que mostra clarament una baixa intensitat d'ús de les instal·lacions hoteleres aragoneses.

Quadre I-6. Parc d'habitatges a Aragó

Parc d'habitatges a Aragó	
Total habitatges	654.483
Habitatges secundaris	117.980
Habitatges buits	85.716
Habitatges potencials de turisme residencial (secundaris més buits)	203.696

La presència de turisme residencial és fortament present a Aragó, de fet, hi ha registrats gairebé 120.000 habitatges com a segones residències. A aquesta xifra, a més a més, cal sumar un alt percentatge dels declarats com a buits i que en períodes d'alta ocupació són ocupats pels seus propietaris, o llogats com a turisme residencial. De tal manera que la presència de la modalitat turística residencial pot superar els 150.000 habitatges, amb una capacitat global de gairebé mig milió de turistes residents, molt per sobre de la capacitat que té Aragó en una oferta d'allotjament reglada que amb prou feines supera, en conjunt, les 78.000 places.

10. Catalunya

La segona residència constitueix a Catalunya un fenomen social d'ampli calat territorial i de dilatada existència en el temps, fets que justifiquen que les seves manifestacions siguin tan diverses i heterogènies. Es podria dir que, tot i comptar amb factors de localització específics, la "mirada residencial" abraça el conjunt del territori català i que les particularitats locals defineixen les especificitats en les quals es concreta una mateixa tendència de producció residencial que obeeix, i dóna forma, al procés d'urbanització en curs a Catalunya.

La tendència al creixement de la segona residència respon en bona mesura al cicle immobiliari general i s'explica sobretot perquè el marc productiu de moltes localitats catalanes s'orienta, en part o de forma especialitzada, cap a la construcció. A més a més, l'ús de la segona residència contribueix a explicar la seva dinàmica de producció, ja que poden actuar com a reserva d'habitatges per a un posterior ús com a residencia principal; com a allotjament d'ús familiar i fins i tot com a peça de suport al procés del canvi en la composició de les llars (per exemple, com a habitatge paraigües en el cas de parelles que se separen o divorcien); com a bé de canvi ofert al mercat de lloguer, ja sigui de forma reglada o irregular, i com a inversió econòmica, amb major o menor component especulatiu.

Finalment s'ha destacat que els efectes de les segones residències sobre els municipis que les suporten no són sempre negatius sinó que també contribueixen a generar efectes positius. No obstant això, quan predominen les promocions de baixa densitat i no existeix un projecte urbanístic integrador, els clústers de segona residència es converteixen en un important vector de dispersió urbana, banalització paisatgística i impacte territorial i ambiental. Des d'un altre punt de vista hem de destacar també que la producció residencial (encara que no únicament de segones residències) genera una relació de dependència fiscal als municipis més especialitzats. A canvi d'una bona posició relativa pressupostària que permet a aquestes localitats fer front a la demanda de serveis i posseir capacitat d'inversió, l'orientació productiva local recau, en ocasions com a monocultiu, sobre la producció immobiliària, per la qua cosa la pressió sobre el sòl urbanitzable és constant, i es debilita o limita la creació d'altres activitats urbanes generadores de riquesa alhora que es dificulta la gestió urbanística i es tendeix a planificar a curt termini i sense criteris d'ordenació territorial.

Catalunya manté la seva posició de lideratge respecte a altres destinacions espanyoles i va aconseguir atreure, l'any 2006, 15,7 milions de turistes estrangers. Al seu torn, ocupa la segona posició en aconseguir el 19% dels espanyols que viatgen pel territori nacional. Pel que fa al

mercat estranger, cal dir que França és el principal país emissor de turistes cap a Catalunya, ja que aporta més d'una quarta part dels turistes estrangers que aquí es desplacen.

Quadre I-7. Oferta d'allotjaments a Catalunya

Catalunya	Establiments	Places
Hotels	2.625	259.145
Càmpings	354	240.943
Turisme rural	1.723	12.890
Total	4.702	512.978

Respecte a l'oferta d'allotjament a Catalunya, cal assenyalar que l'habitatge secundari suposa per al conjunt de l'oferta la principal modalitat, (prenent les 514.943 unitats que consten al cens de 2001), de manera que la resta de l'oferta analitzada: establiments hotelers, de turisme rural i càmpings, suposen tan sols un 1% del total d'establiments i amb prou feines un 27% del total de places (Vila, 2007). Referent a això, i per tenir una millor idea de la importància que té la presència d'un parc tan enorme d'habitatges secundaris, es pot dir que poden donar allotjament a prop de dos milions i mig de persones fora dels canals d'allotjament tradicionals i reglats.

Quadre I-8. Parc d'habitatges a Catalunya

Parc d'habitatges a Catalunya	
Total habitatges	3.314.155
Habitatges secundaris	514.943
Habitatges buits	452.921
Habitatges potencials de turisme residencial (secundaris més buits)	967.864

Comprovem que el nombre de habitatges d'ús turisticoresidencial potencials assoleix gairebé el milió d'unitats. Òbviament, els que consten als registres oficials com a habitatges secundaris suposen una xifra molt elevada, als quals cal afegir un percentatge dels que els seus propietaris tenen registrats com a buits, però que en un bon nombre seran ocupats amb finalitats turístiques. D'aquesta manera podem xifrar que, de forma aproximada, el nombre d'habitatges que es poden adscriure al que es coneix com a turisme residencial pot assolir les 750.000 unitats, amb més de tres milions de places. Aquesta xifra està molt allunyada de l'oferta d'allotjament turístic reglat de Catalunya.

11. Languedoc-Rousillon

A la zona del Languedoc el turisme litoral és un fenomen recent. Tradicionalment aquesta regió es caracteritzava per les seves activitats agrícoles, sobretot a través d'una economia vitícola, que era la que marcava la vida política, social i econòmica, mentre que, fins fa uns anys, l'espai marítim no deixava de ser més que una cosa relativament perifèrica (Dedieu, 2005). No va ser fins a l'eclosió del turisme de masses, al final dels anys 50, que començà a sorgir una demanda turística al Languedoc: turistes que hem d'adscriure, essencialment, a una economia modesta (Dugrand, 1963). D'aquesta forma, l'any 1957 ja comptava, aquest litoral, amb diverses estacions turístiques litorals, per la qual cosa, en alguns anys, la imatge del litoral del Languedoc es transformà totalment sota l'efecte del seu desenvolupament turístic.

> L'activité touristique joue un rôle croissant dans l'économie. Elle est l'objet d'un véritable engouement. De récents sondages sur l'aménagement du territoire ont montré que, dans la plupart des régions, la population considérait le tourisme comme un atout plus déterminant que l'agriculture ou l'industrie. C'est là une révolution mentale considérable qui n'est, il est vrai, pas assortie de la conscience de l'ampleur des moyens nécessaires pour jouer de cet atout (Guichard, 1965).

Va ser a l'època del gaullisme, quan en aquesta zona es va imposar un turisme d'estat, quan la DATAR, braç armat estatal en termes de desenvolupament del territori, va establir que el turisme es constituïa l'activitat privilegiada per reconvertir determinades zones que es trobaven en via de declivi econòmic. D'aquesta forma, trobem que el desenvolupament del litoral del Languedoc està lligat a una intervenció de l'Estat francès (Dedieu, 2005).

Actualment, la regió del Languedoc-Russillon és la tercera regió turística de França amb més de 63 milions de pernoctacions turístiques assolides a la seva zona litoral l'any 2001, encara que des d'aquest any s'està registrant la tendència a perdre, anualment, un 10% del turisme. La major part del turisme es localitza sobre el litoral regional, on la vocació turística i el desenvolupament han estat planificats i efectuats al llarg dels anys 60 a 80. Actualment, les infraestructures d'acollida i l'oferta turística són qüestionades a causa de la marcada estacionalitat turística.

Davant d'altres destinacions mediterrànies, com és el cas d'Espanya, el Marroc, Tunísia, etc., que disposen de centres turístics destinats a donar satisfacció al turisme de sol i platja i amb tarifes molt més competitives, la regió de Languedoc-Roussillon ha de canviar la seva política turística en diverses direccions (Reau, 2005) per poder continuar essent competitiva en un mercat tan disputat com el turistic.

En un primer moment, s'ha actuat per rehabilitar, millorar i desenvolupar les estructures d'acollida turístiques, com ha estat la millora de la urbanització de zones concretes. Paral·lelament, una segona via de treball per intervenir en matèria turística ha estat la política de diversificar l'oferta turística per, d'aquesta manera, donar resposta a una creixent demanda que busca noves destinacions més autèntiques, més ecològiques, que tinguin poc o gens a veure amb les tradicionals. I en aquesta nova visió turística, en aquesta regió s'està apostat pel que es coneix com a "turisme verd". Aquesta nova modalitat de desenvolupament turístic suposa la valorització d'un patrimoni natural local i s'inscriu en un corrent més antic i més general centrat en les preocupacions mediambientals. Així mateix, contribueix a inscriure un referent de qualitat en l'oferta turística de la zona que se centra, principalment, en la qualitat del medi. A més, aquest fenomen està reforçat per l'aparició de lleis relatives a la protecció de la natura i, més específicament, a l'espai litoral que condicionen el futur desenvolupament als imperatius de protecció. D'aquesta forma, l'Estat francès manté un paper preponderant en el desenvolupament del territori litoral, per una part, a través de la reglamentació legislativa i per una altra, en el procés d'adquisició patrimonial dirigit en nom seu pel Conservatori del Litoral (Reau, 2005).

12. Conclusions

Es pot afirmar que, de forma gairebé generalitzada a la zona euromediterrània, el model de desenvolupament turístic que s'ha adoptat al llarg del temps és el que es correspon amb el que comunament es denomina "turisme residencial". Relatius a aquesta qüestió ja han sorgit profunds dubtes sobre la idoneïtat d'aquest model de desenvolupament turístic. Per a molts investigadors el turisme residencial simplement no existeix (Mazón, 2005); per a d'altres, costa molt trobar els punts de contacte o d'identificació d'aquest model amb el turisme (Iribas, 1993).

La tangibilitat dels efectes del turisme residencial, d'entre els quals es poden destacar l'augment del parc edilici amb grans difusions geogràfiques provocades per actuacions de promoció immobiliària en forma d'assentaments de baixa densitat, la insuficiència de les xarxes viàries, els alts nivells de massificació, la demanda turística monocord basada en la concentració motivacional del binomi sol i platja, els severs impactes mediambientals i la pèrdua de paisatges, així com una generalitzada absència d'adequades polítiques de desenvolupament urbà i turístic, estan portant a la fallida del model del turisme residencial de les costes de l'Euroregió. Generalment, els municipis litorals han recorregut a un urbanisme d'improvisació i de tolerància per satisfer, per la via d'urgència, la demanda de productes massius, en molts casos procedents de segments de demanda amb baixa capacitat adquisitiva. I malgrat que aquest tipus d'actuacions està presentant en l'actualitat les seves facetes més negatives, no s'entreveu una preocupació per solucionar els problemes, al contrari, el turisme residencial està adquirint un apogeu inusitat (Mazón i Aledo, 2005).

D'aquesta forma, ens trobem amb multitud de localitats en les quals l'oferta turística se centra en un ampli ventall d'habitatges, tant apartaments, com bungalous, adossats, aparellats, vil·les o xalets de tot tipus. Aquest model de desenvolupament està protagonitzat per tres actors principals:

1. En primer lloc, els poders polítics, ja que aquest model de desenvolupament mal dit turístic genera importants ingressos extraordinaris a les arques municipals, d'allà l'especial interès que tenen els ajuntaments en els processos immobiliaris, fins a l'extrem de ser, en molts casos, ells mateixos els que fomenten aquest tipus de desenvolupament.

2. En segon lloc se situen els promotors immobiliaris i els constructors. Gairebé el total protagonisme del desenvolupament del turisme residencial està en mans d'aquests agents socials que, en definitiva, són els que decideixen on edificar, de quina manera i quan, així com l'elecció de la tipologia d'habitatge que es construirà.

3. I, en tercer lloc, podem assenyalar els especuladors. És conegut que des de la dècada de 1960 els preus dels habitatges sempre han tingut una tendència a l'alça. És per això que els processos d'urbanització sempre s'han vist sotmesos als vaivens imposats per determinats grups socials que han tractat d'organitzar el teixit urbà d'acord amb els seus interessos personals. Dins d'aquest context especulatiu cal ressaltar l'aparició d'una gran quantitat de "nou vinguts" i especuladors, les actuacions dels quals són altament rendibles alhora que nocives, i generen moviments negatius per l'entorn a mitjà i llarg termini, encaridors i que obstaculitzen el desenvolupament urbà (Mazón, 1997).

Contràriament, la planta hotelera de multitud de municipis anomenats turístics, arriba a ser, llevat d'algunes excepcions, mínima o fins i tot no deixa de ser més que testimonial. Tot això malgrat que el sector hoteler és una peça fonamental de la cadena turística. Els hotels sempre han estat lligats al turisme i indefectiblement en formen. Els seus orígens discorren en paral·lel als primers moments de la història del turisme i encara que en el transcurs del temps han sofert una lògica transformació, la seva principal funció, bàsicament, és la mateixa: oferir allotjament a aquelles persones que es desplacen fora dels seus llocs habituals de residència.

El motor dels hotels és l'empresari hoteler. Els hotels poden prendre diferents models empresarials per a la seva gestió, encara que són dos els eixos principals que marcaran les seves opcions: la "gestió independent" de l'hotel o la "gestió a través de diferents fórmules d'integració o agrupament amb altres establiments".

En el primer cas, l'objectiu de l'hotel és mantenir una total independència en la seva administració, encara que molts d'aquests establiments utilitzin sistemes de col·laboració entre si per optimitzar-ne la gestió, la promoció i la comercialització. El segon cas es refereix a les cadenes hoteleres, empreses que engloben, sota una gestió unificada, un nombre més o menys ampli d'hotels amb una distribució geogràfica relativament extensa que, en determinats casos, arriba a ser internacional. Les fórmules per les quals operen les cadenes hoteleres solen ser les següents: hotels en propietat, hotels en arrendament, hotels en gestió i hotels en franquícia (Vogeler i Hernández, 1997).

Per la seva part, el sector hoteler es caracteritza per la seva concentració espacial. Aquesta concentració és deguda a processos de simpatia i a la racionalització en l'explotació hotelera. Així mateix, la construcció d'hotels és menys costosa per a l'entorn ja que concentra l'oferta, multiplica la clientela, fa rotació de les estades, promou una ocupació intensiva d'un espai reduït, genera una intensa activitat econòmica al llarg de tot l'any -amb els efectes multiplicadors de la indústria turística- i crea nombrosos llocs de treball, tant estable com

estacional. D'aquesta forma, una oferta turística centrada en un predomini del sector hoteler promou una millor gestió del territori i obliga a una comercialització constant d'aquest (Iribas, 1993).

Per a qualsevol localitat turística un desenvolupament turístic centrat en una adequada planta hotelera és beneficiós pel que comporta. Opinem que, en el tema d'allotjaments, la millor política que pot adoptar un municipi turístic és la de facilitar el camí perquè s'hi puguin obrir hotels i, alhora, mantenir una actitud molt més selectiva i restrictiva en la concessió de llicències per a la construcció de grans torres d'apartaments així com d'urbanitzacions de xalets, adossats, o qualsevol altra modalitat de vil·la turística.

En definitiva, i per concloure, aquest posicionament no vol dir que s'hagi d'evitar qualsevol tipus de construcció que no sigui hotelera. No és així. L'allotjament extrahoteler també forma part de l'oferta turística de qualsevol localitat, però aquest model requereix una bona planificació i, per tant, s'ha d'evitar qualsevol tipus de creixement espontani, com en tantes ocasions succeeix. Cal comptar amb estudis adequats sobre l'impacte que poden representar aquestes construccions a nivell urbanístic, turístic, mediambiental i social. Cal fugir de la massificació i de la vulgaritat i tenir molt en compte el medi en el qual s'actua, per no superar els llindars que una zona pugui assumir.

13. Bibliografia

ALEDO, A. (1999). "Desertificación y urbanismo: el fracaso de la utopía", a *Ciudades para un futuro más sostenible*, 9.
Http://habitat.aq.upm.es/boletin/n9/lista.html. 1999.

ALMENAR, BONO i GARCÍA (2000). *La sostenibilidad del desarrollo: el caso valenciano.* València: Fundació Bancaixa i Universitat de València.

BERTOLÍN CORBATÓN, Josefa (1983). "Motivaciones ideológicas de la segunda residencia", a *Urbanismo y medio rural: Valencia. La vivienda ilegal de segunda residencia.* València: Diputació Provincial de València.

BRUNET i BELZUNEGUI (2000). "Los límites del turismo de masas: necesidad de una planificación sostenible para el desarrollo turístico", a LATIESA i ÁLVAREZ (eds.) *El turismo en la sociedad contemporánea: diversificación, competitividad y desarrollo.* Granada: Proyecto Sur de Ediciones.

BUTLER, Richard (2002). *Enciclopedia del turismo*, a Jafar JAFARI. Madrid: Editorial Síntesis.

CALLEJO, Javier; GUTIÉRREZ, Jesús; VIEDMA, Antonio (2004). *Transformaciones de la demanda turística española: apuntes prácticos.* Madrid: Editorial Centro de Estudios Ramón Areces.

DEDIEU, Olivier (2005). "L'invention du tourisme languedocien", a MAZÓN i ALEDO (eds.). *Turismo residencial y cambio social. Nuevas perspectivas teóricas y empíricas.* Alacant: Editorial Aguaclara.

DUGRAND, Raymond (1963). Villes *et campagnes en Bas-Languedoc*. París: PUF.

ESTÉBANEZ ÁVAREZ, José (1991). *Las ciudades: morfología y estructura.* Madrid: Editorial Síntesis.

FERNÁNDEZ FÚSTER, Luis (1985). *Introducción a la teoría y técnica del turismo*. Madrid: Alianza Universidad Textos.

FERNÁNDEZ FÚSTER, Luis (1991). *Historia general del turismo de masas.* Madrid: Alianza Universidad Textos.

GARCÍA GÓMEZ, Dionisio (1983). "Ecología, medio ambiente y segunda residencia", a *Urbanismo y medio rural: Valencia. La vivienda ilegal de segunda residencia*. València: Diputació Provincial de València.

GARTNER, W.C. (1987). "Environmental impacts of recreational home development", a *Annals of Tourism Research*, 14, p. 38-57.

GONZÁLEZ REVERTÉ, Francesc (2005). "La segunda residencia en Cataluña. Caracterización, impactos y retos" a MAZÓN i ALEDO (eds.) *Turismo residencial y cambio social. Nuevas perspectivas teóricas y empíricas.* Alacant: Editorial Aguaclara.

GRENON, M. (1990). *El plan azul: el futuro de la Cuenca Mediterránea*. Madrid: Ministerio de Obras Públicas y Transporte.

GUICHARD, Olivier (1965). *Aménager la France.* París: Laffont-Gonthier.

IRIBAS SÁNCHEZ, José Miguel (1993). "Consideraciones sobre la situación urbana y turística del litoral alicantino", a *Agua y espacios de ocio*, volumen III. Alacant: U.I.M.P.

JURDAO ARRONES, Francisco (1979). *España en venta: compra de suelos por extranjeros y colonización de campesinos en la Costa del Sol*. Madrid: Editorial Ayuso.

LACOSTA, Antonio J. (2007). "Aragón" a *La actividad turística española en 2006.* Madrid: AECIT i Editorial Universitaria Ramón Areces.

LÓPEZ COLAS (2003). *La residencia secundaria en España: estudio territorial de su uso y tenencia.* Tesi doctoral, Departament de Geografia, Universitat Autònoma de Barcelona.

MARTÍNEZ GÓMEZ, Antonio.
http://www.abserver.se/futurelx/docs/jornadas/jor2urb.doc

MATEU LLADÓ, J. (2003). "Turismo residencial y dispersión urbana en Mallorca. Un ensayo metodológico en el municipio de Pollença", a *Estudios Turísticos*, 155-156.

MAZÓN, Tomás (2001). *Sociología del Turismo*. Madrid: Editorial Centro de Estudios Ramón Areces.

MAZÓN, Tomás (1997). *Introducción a la planificación urbana*. Alacant: Editorial Aguaclara.

MAZÓN, Tomás (1987). *La urbanización de la Playa de San Juan: un espacio turístico-residencial.* Alacant: Instituto de Estudios Juan Gil-Albert.

MAZÓN, Tomás; ALEDO, Antonio (eds.) (2005). *Turismo residencial y cambio social. Nuevas perspectivas teóricas y empíricas.* Alacant: Editorial Aguaclara.

MAZÓN, Tomás; ALEDO, Antonio (eds.) (2005). "El dilema del turismo residencial: ¿turismo o desarrollo inmobiliario?" a MAZÓN i ALEDO (eds.) *Turismo residencial y cambio social. Nuevas perspectivas teóricas y empíricas.* Alacant: Editorial Aguaclara.

MAZÓN, Tomás; ALEDO, Antonio, et al. (1996). *El turismo inmobiliario en la provincia de Alicante: análisis y propuestas.* Alacant: Diputació Provincial d'Alacant.

MAZÓN, Tomás; ALEDO, Antonio, et al. (1997). *El Bajo Segura: análisis turístico.* Patronato Provincial de Turismo Costa Blanca, Diputació d'Alacant.

MAZÓN, Tomás; ALEDO, Antonio, et al. (1994). *Estudio del sector turístico del municipio de Alicante (1989-1994)*. Alacant: Departament de Ciències Socials i de l'Educació de la Universitat d'Alacant.

MAZÓN, Tomás; HUETE, Raquel (2005). "Turismo residencial en el litoral alicantino" a MAZÓN i ALEDO (eds.). *Turismo residencial y cambio social. Nuevas perspectivas teóricas y empíricas.* Alacant: Editorial Aguaclara.

MIRA, Eduardo (1995). "El turismo: la experiencia soñada, la experiencia vivida", a ALAMINOS, *Informe sociológico de la provincia de Alicante (1990-1995).* Alacant: Diputació Provincial.

MIRALLES PLATALAMOR, Joan (2004). *Impactos socioculturales del turismo residencial en España.* Alacant: Tesi doctoral, Universitat d'Alacant.

MONREAL, Juan (dir.) (2001). *Un nuevo mercado turístico: jubilados europeos en la región de Murcia.* Universitat de Múrcia.

NASARRE, R. (1972). *Las urbanizaciones particulares*. Madrid: Editorial Montecorvo.

OMBERG, Ketil (1991). "Planificación de zonas recreativas y de tiempo libre: cuestiones locales y regionales", a *Desarrollos de segunda residencia.* Madrid: MOPT.

PRADO SESEÑA, José.
Profesionales.visitacostadelsol.com/bd/mostrar_fichero.php?ident=673.

REAU, Marion (2005). "Tourisme vert a Paulilles: le Conservatoire du Littoral, acteur de l'amenagement touristique?" a MAZÓN i ALEDO (eds.) *Turismo residencial y cambio social. Nuevas perspectivas teóricas y empíricas.* Alacant: Editorial Aguaclara.

RICO AMORÓS, Antonio (1998). *Agua y desarrollo en la Comunidad Valenciana.* Alacant: Universitat d'Alacant.

SALVÀ TOMÁS, Pere (2005). "Procesos, pautas y tendencias del turismo residencial en las Islas Baleares ¿inmigrantes de lujo o turistas de larga estancia?", a MAZÓN i ALEDO (eds.) *Turismo residencial y cambio social. Nuevas perspectivas teóricas y empíricas.* Alacant: Editorial Aguaclara.

SASTRE ALBERTI, Francesc (2006). "Baleares", a *La actividad turística española en 2005.* Madrid: AECIT i Editorial Universitaria Ramón Areces.

TORRES BERNIER, Enrique (2003). "El turismo residenciado y sus efectos en los destinos turísticos", a *Estudios Turísticos*, 155-156.

VERA REBOLLO, Fernando (1997). *Análisis territorial del turismo*. Barcelona: Editorial Ariel.

VERA REBOLLO, Fernando (1987). *Turismo y urbanización en el litoral alicantino*. Alacant: Instituto de Estudios Juan Gil-Albert.

VILA, Mar (2007). "Cataluña" a *La actividad turística española en 2006*. Madrid: AECIT i Editorial Universitaria Ramón Areces.

VOGELER, Carlos; HERNÁNDEZ, Enrique (1997), *Estructura y organización del mercado turístico*. Madrid: Editorial Centro de Estudios Ramón Areces.

PART II: ÍNDEX DE SUBSTITUÏBILITAT ENTRE FORMES D'ALLOTJAMENT

1. Introducció

En la primera part del present estudi s'ha definit el turisme residencial i se n'han quantificat l'impacte i les implicacions dins el context geogràfic de l'Euroregió. Gran part de la demanda d'aquest turisme residencial (que se situa per sobre dels 120.000 habitatges[1] a l'any al territori espanyol) és una demanda que procedeix de turistes que van arribar mitjançant operadors turístics i que es van allotjar en hotels. Per tant, entre ambdues formes d'allotjament existeix un cert grau de substituïbilitat. En aquest sentit, diverses són les iniciatives del sector hoteler per adaptar-se a aquest nou entorn, com els condohotels o els clubs residencials (amb escriptura de propietat o sense).

Resulta necessari, en aquest context, l'estudi comparatiu de les valoracions de les característiques físiques i de localització dels apartaments i dels hotels per tal de poder comparar com es valora una mateixa característica en ambdues formes d'allotjament. De la mateixa manera, l'estudi comparatiu de l'efecte de l'estacionalitat en ambdues formes d'allotjament ens permetrà conèixer la sensibilitat davant aquest fenomen de les dues formes d'allotjament.

Aquest és l'objectiu d'aquesta segona part, que realitza aquesta anàlisi per a diverses poblacions turístiques de l'Euroregió i que, addicionalment, fa distinció entre poblacions de turisme de sol i platja i de turisme de muntanya.

Aquesta segona part, s'estructura com s'especifica a continuació. En primer lloc, es realitzarà un repàs a la literatura de preus hedònics (metodologia en la qual es basarà l'anàlisi) posant especial èmfasi en la seva aplicació en el camp turístic. A continuació, es presentarà la base de dades per la qual es realitza l'estudi tot especificant els criteris de selecció de la mostra, la depuració de les dades i la definició de les variables emprades a l'estudi. Tot seguit, es realitzarà una anàlisi estadística descriptiva així com una descripció dels principals resultats obtinguts tot comparant entre apartaments i hotels, i tant per a poblacions de sol i platja com per a poblacions de muntanya; i les valoracions de les característiques físiques, de la localització i de l'efecte de l'estacionalitat. Finalment es resumiran les principals conclusions.

---

[1] Institut Nacional d'Estadística.

2. Literatura econòmica

2.1. Literatura de preus hedònics

Va ser en l'entorn del mercat automobilístic on va sorgir la literatura econòmica dels preus hedònics. En aquest marc se situa el treball clàssic de Griliches (1971), que va ser qui popularitzà els models mencionats. En aquest treball, s'estima el preu dels automòbils un cop controlades les característiques d'aquests que incideixen en el preu, com la potència o el consum. Val a dir, no obstant, que no va ser ell qui va "inventar" aquest tipus de models, ni tan sols qui encunyà per primer cop el terme "hedònic". Va ser Andrew Court amb el seu treball del principi dels anys quaranta (Court, 1941). Ambdós treballs gaudeixen encara de certa actualitat en interrogar-se ja sobre la forma funcional dels esmentats models.[2]

Un cop popularitzada la tècnica als anys cinquanta (Tinbergen 1951), es trigà una mica més d'una dècada a dotar-la de fonament teòric. En aquest cas l'obra clàssica pertany a Rosen (1974)[3]. En aquesta es mostra com els productes heterogenis estan conformats de diferents característiques i que el preu marginal implícit d'aquestes pot ser conegut a partir de l'estimació d'un model (model de preus hedònics) que explica el preu d'un producte a partir de les seves característiques. Evidentment, l'habitatge és un bé que encaixa perfectament en el marc dels models de preus hedònics.

L'habitatge és un bé singular, és a dir, cada habitatge es diferencia en algun aspecte de la resta d'habitatges. Entre les seves característiques trobem la necessitat, una major durabilitat, el seu caràcter espacialment fix, la indivisibilitat, la pràcticament absència de mercats de futurs i assegurances rellevants, les asimetries en la informació, la importància del mercat de lloguer procedent del seu cost elevat i, sobretot, l'heterogeneïtat multidimensional que justifica plenament la utilització de la tècnica hedonista.

Seguint Rosen (1974), i procedint a la caracterització que realitza en el seu treball del mercat de béns heterogenis, el problema es redueix pel costat de la demanda a la maximització de la

---

[2] Per a una anàlisi detallada del treball d'Andrew Court i les raons per les quals es va oblidar la seva tècnica durant més de dues dècades vegeu Goodman (1998).

[3] La tècnica hedonista es recolza en la teoria moderna de l'elecció del consumidor, segons la qual aquest extrau utilitat no directament del bé sinó de les seves característiques. Vegeu Lancaster (1966).

utilitat d'un consumidor subjecta a la restricció pressupostària exògena. L'oferta d'atributs és important per a la determinació del preu hedònic, però és exògena per a un consumidor donat. Un consumidor d'un bé heterogeni, com l'habitatge, amb un vector de característiques socioeconòmiques α que el caracteritza, obté utilitat d'un vector de *n* característiques,[4] objectivament mesurables $z = (z_1,...z_n)$ i d'un bé numerari no-habitatge, *x*. Per tant, la funció d'utilitat:

$$U = U(z_1,...z_n, x, \alpha) \qquad \text{(I.1)}$$

es maximitza subjecta a la restricció pressupostària:

$$y = x + p(z_1,...z_n) \qquad \text{(I.2)}$$

on *y* és la renda i $p(z) = p(z_1,...z_n)$ és la funció que relaciona els preus i els atributs revelats a partir dels mercats implícits dels productes. La funció de probabilitat conjunta d'*y* i α per a la població de consumidors és *F(y,* α*)* i els consumidors són preu-acceptants, prenent la forma funcional $p(z)$ com donada.

La maximització de la utilitat subjecta a la restricció pressupostària dóna lloc al vector de *n* funcions de demanda per a les característiques:

$$p_z = \frac{U_z(z, y - p(z);\alpha)}{U_x(z, y - p(z);\alpha)} = h(z, y - p(z);\alpha) \qquad \text{(I.3)}$$

on p_z és el vector de les primeres derivades de la funció de preus hedònics respecte als seus arguments, i U_z i U_x són les utilitats marginals dels béns *z* i *x* respectivament.

Per una altra banda, els productors fan front a una funció de costos *C(N,z;*β*)* on *N* és el número d'unitats de productes amb característiques *z* que l'empresa produeix, i β és un vector que caracteritza al productor individual. La funció de distribució per a β és *G(*β*)*. Els productors són també preuacceptants en la seva maximització de beneficis (*B*):

[4] Com veurem més endavant, de vegades s'inclouen també variables socioeconòmiques amb l'objectiu de controlar l'heterogeneïtat del consumidor o variables fiscals amb la finalitat de comprovar alguna hipòtesi d'intervenció pública.

$$B = p(z)N - C(N, z; \beta) \qquad \text{(I.4)}$$

Observem que els productors prenen la funció *p(z)* com a donada en prendre les seves decisions de producció. A llarg termini, les condicions de primer ordre de maximització de benefici són:

$$p_z = \frac{C_z(N, z; \beta)}{N} \qquad \text{(I.5a)}$$

$$p(z) = C_N(N, z; \beta) \qquad \text{(I.5b)}$$

La distribució de la quantitat oferta com a funció de *z* es deriva utilitzant *G* i les equacions (I.5a) i (I.5b), mentre que la distribució de les quantitats demandades es deriva utilitzant *F* i l'equació (I.3).

L'equilibri requereix que la quantitat de demandada del producte amb els atributs *z* sigui igual a l'oferta per a tot *z*.

Centrant-nos en les funcions de demanda, Rosen (1974) proposa un mètode d'estimació en dues fases:

- A la primera fase es realitza l'estimació hedònica, és a dir, aquella que relaciona els preus dels habitatges amb les seves característiques, per, posteriorment, computar un conjunt de preus marginals implícits per derivació, els preus hedònics, $p_i(z)$

$$\frac{\partial p(z)}{\partial z_i} = p_i(z) \qquad \text{(I.6)}$$

- A la segona fase s'estimen les equacions de demanda per a cada una de les característiques de l'habitatge utilitzant les estimacions dels preus hedònics de l'etapa anterior. De forma addicional, s'acostuma a incloure un vector de variables sociodemogràfiques α de la família, així com el seu nivell de renda *y*.

$$z_i = D(p_1(z_1), \ldots p_n(z_n), y, \alpha) \qquad \text{(I.7)}$$

L'objectiu últim d'aquesta segona fase és obtenir les elasticitats-preu i renda de les diferents característiques de l'habitatge. Pel que fa al càlcul de les elasticitats-preu i renda per als atributs hedònics convé citar també l'aportació de Wilhelmsson (2002)[5] en la qual combina metodològicament la funció hedònica amb un complet sistema lineal de despesa.

L'aplicació dels models de preus hedònics al mercat de l'habitatge ha estat molt estesa i l'interès dels esmentats estudis s'ha centrat en diferents aspectes. A la secció següent es realitza una presentació d'aquesta literatura empírica per al cas del mercat de l'habitatge.

2.2. Literatura sobre preus hedònics al mercat de l'habitatge

L'estimació de models de preus *hedònics* per al preu de l'habitatge que va ser realitzada per primera vegada de forma gairebé contemporània, encara que amb objectius diferents, per Nelson (1978), Harrison i Rubinfeld (1978) i Erekson, *et al* (1979), no està exempta de dificultats. La majoria d'aquestes dificultats estan lligades a l'estimació de la funció de demanda de característiques. Amb l'objectiu de veure com la literatura ha solucionat aquestes dificultats, tractarem, en primer lloc, la literatura que fa referència a la utilització dels models de preus *hedònics* com a primera fase per estimar les funcions de demanda.

La primera d'elles és la no-linealitat de la funció de preus hedònics, que fa que els preus marginals que s'obtenen de l'equació (I.6) no siguin constants. És a dir, el consumidor pot influir en el preu pagat variant la quantitat de característiques comprades, encara que no pot influir en l'estructura de preus total (els preus per a cada quantitat de característiques consumides sí vénen donats pel mercat). Per tant, la noció de preuacceptant en un mercat d'un bé heterogeni difereix de la noció en el mercat homogeni. Així, el preu marginal a què s'enfronta el consumidor depèn de les quantitats escollides i està correlacionat amb el terme d'error de l'equació de demanda de la característica en qüestió, de manera que l'estimació per mínims quadrats ordinaris (MCO) produeix resultats esbiaixats. Aquest fet ja s'analitza en l'estudi més

[5] Kim (1992) també combina la metodologia de preus hedònics i les equacions de demanda, encara que aquest treball s'enquadra en un altre tipus de literatura: la literatura dels models de recerca. Els esmentats models sorgeixen amb l'objectiu d'entendre la dinàmica del mercat de l'habitatge. En ells el comportament del venedor es descriu amb una distribució d'ofertes que arriben en forma de seqüència temporal. Si es rep una oferta, el venedor ha de decidir si accepta l'esmentada oferta o la rebutja i continua buscant. Es tracta d'una elecció estratègica en un entorn d'incertesa on el venedor pot, fins i tot, no tornar a rebre una oferta. L'objectiu és, òbviament, obtenir el major preu de venda possible. Per part del comprador, en cada període, se suposa que la família buscarà un habitatge més apropiat que el que té i amb una certa probabilitat de trobar-lo. Això li suposa uns costos de recerca així com uns costos de transacció en el cas que es mogui. L'aportació de Zuelke i Rassmusen (1986) també s'enquadraria en aquest context.

clàssic i àmpliament citat d'aplicació de la metodologia hedònica al mercat de l'habitatge, (Palmquist, 1984). Partint del marc de Rosen, l'autor assegura que l'estimació hedònica revela poca informació de les ofertes i demandes subjacents amb l'única excepció que tots els consumidors siguin iguals. Es tracta d'incorporar variabilitat entre individus mitjançant característiques socioeconòmiques d'aquests. Així, com hem esmentat, per obtenir la funció de demanda compensada, a més de linealitzar el pressupost es presenta el problema que el preu de les característiques és una variable endògena ja que depèn de la quantitat de característiques consumides. Per a això es troben instruments dels esmentats preus que no són més que les variables socioeconòmiques, la qual cosa permet estimacions consistents. Goodman i Kawai (1982) mostren com per estimar correctament les elasticitats-preu i renda de la demanda és convenient utilitzar variables instrumentals (VI) que aproximin tant la renda permanent com la transitòria.

En una línia similar, els treballs de Mendelsohn (1984), Bartik (1987) i Epple (1987) demostren que l'estimació per MCO no és consistent a causa de la correlació entre les variables no observables i les observables, i s'ofereix una especificació per a aquests components aleatoris i s'aporten solucions en termes d'utilització de variables instrumentals, tal com va realitzar Palmquist, o d'utilització de dades de diversos mercats. Linneman i Voith (1989) examinen el problema de les estimacions consistents de les capitalitzacions mitjançant un model de preus hedònics on es combinen mostres de propietaris i arrendataris, recalcant que una mostra que inclou únicament habitatges procedents d'un dels règims de tinença presenta un biaix de selecció[6].

Un segon problema és el de la identificació entre la funció de preus i la funció de demanda. En absència de restriccions addicionals, l'estimació de la segona etapa pot ser que només reprodueixi la informació ja proporcionada per la primera. El problema, analitzat per Brown i Rosen (1982) i McConelly i Phipps (1987), s'evita només si els coeficients de la funció de preus marginals per a z_i no poden ser expressats com una combinació exacta dels coeficients de les funcions de demanda. La solució consisteix, per tant, a especificar la funció del preu de tal manera que un factor exogen s'introdueixi en el preu marginal possibilitant la identificació de les funcions de demanda. Així, la literatura empírica soluciona el problema utilitzant dades de diversos mercats en l'espai o en el temps, i es calcula una funció hedònica en cada mercat i

[6] De forma paral·lela a aquest tipus de literatura es troba el treball de Blackley i Ondrich (1988) en el qual mostren com el tradicional logit multinomial utilitzat per a eleccions discretes de característiques de l'habitatge no és vàlid quan la funció d'utilitat presenta variables contínues i discretes alhora.

una sola demanda per a tots els mercats. Així, a la pràctica, són necessaris diversos mercats per a l'estimació d'una única equació de demanda.

Ja centrant-nos en la funció de preus hedònics pròpiament dita, hi ha un conjunt d'autors que es plantegen la problemàtica de la forma funcional més adequada. D'entre ells, Anglin i Gençay (1996) i Gençay i Yang (1996) mostren la bondat d'una especificació semiparamètrica (si les no-inealitats no es poden solucionar mitjançant termes d'interacció) davant d'especificacions paramètriques, lineals, logarítmiques, o semilogarítmiques, atesos els menors errors de predicció d'aquella. En canvi, Goodman (1978), Linneman (1980), Bender *et al* (1980) i Quigley (1982) destaquen la bondat d'utilitzar la transformació Box-Cox, que presenta, en canvi, els inconvenients de la seva difícil interpretació, així com la inconsistència que es genera en el cas que la transformació no segueixi una distribució normal[7].

Un altre aspecte interessant és l'anàlisi de la curvatura de la mateixa funció hedònica. Així, Anderson (1985) realitza un senzill test de convexitat per a diferents formes funcionals, l'esmentada convexitat resulta necessària per a la determinació de l'equilibri hedònic teòric. El test es basa en el valor dels valors propis de les segones derivades d'una funció de preus hedònics la forma funcional del qual és la Box-Cox. De fet, uns valors propis positius són suficients perquè la matriu de les segones derivades parcials sigui definida positiva, i, per tant, perquè la funció de preus hedònics sigui convexa. El resultat del test confirma l'esmentada convexitat. Burgess i Harmon (1991) suggereixen la utilització de diversos tests diferents de l'especificació d'Hausman amb l'objectiu d'aïllar les fonts de subespecificació. Els autors conclouen que dades nacionals no són adequades per estimar els models de preus hedònics**.** Per obtenir una variació exògena en el preu amb l'objectiu d'identificar una equació de preferències per a cada característica d'interès és necessari un bon nombre d'observacions procedents d'uns quants mercats ben separats. Els resultats d'estimacions amb aquestes dades són rebutjables a partir de la utilització de tests d'especificació. D'altra banda, Peña i Ruiz-Castillo (1984), utilitzen l'estimació d'un model de preus de l'habitatge llogat a Madrid per valorar i corregir de forma robusta la presència d'*outliers* en termes de l'elecció de la forma funcional.

Quant a l'especificació de la funció de preus hedònics, un últim aspecte a comentar procedeix del treball de Clapp i Giacotto (1998). En aquest treball es deixa constància, en primer lloc, de l'estreta dependència que tenen la resta de coeficients del coeficient de l'edat de l'habitatge

---

[7] Bender i Hwang (1985) utilitzen la transformació Box-Cox per comprovar la validesa del model urbanístic monocèntric en el qual se suposa que el preu de l'habitatge varia inversament respecte de la distància al centre neuràlgic.

de l'especificació hedònica. Serveixin com a exemple les associacions de la localització i la qualitat amb l'edat. La primera associació es fa evident quan constatem que els habitatges es construeixen en grups, concentrats en zones que s'edifiquen per primera vegada o es rehabiliten. La segona associació és també immediata: llevat d'escasses excepcions els habitatges més contemporanis resulten de major qualitat. Per tant, no és el mateix controlar per algun d'aquests aspectes que no fer-ho. Els autors conclouen que és necessària una especificació acurada per separar la depreciació d'altres efectes relacionats amb l'edat. Així mateix, ofereixen un marc teòric per al coeficient de l'edat en els models hedònics basat en la teoria de les expectatives racionals. El coeficient de l'edat es pot dividir en dues parts: el component de secció creuada pur (depreciació) i un component pel costat de la demanda associat amb canvis en la demanda per a habitatges de diferent edat. L'esmentat component canvia a través del temps cosa que fa necessària una anàlisi de sèries temporals. El treball mostra també com és possible aconseguir índexs de preus de qualitat constant (la literatura dels quals analitzarem una mica més endavant) amb una mostra de vendes repetides[8] que contingui l'any de construcció.

Finalment, Ihlanfeldt i Martínez-Vazquez (1986) discuteixen sobre quin ha de ser el valor de l'habitatge que s'ha d'utilitzar com a variable dependent en les tècniques hedòniques. La forma de mesurar el preu de l'habitatge no és única. Una primera aproximació correspondria al preu pel qual s'ha dut a terme la transacció i que, en general, hauria de correspondre's amb el preu escripturat. Aquest preu és el resultat d'un procés de negociació, per al qual hi ha dos preus de partida: el preu d'oferta dels habitatges, és a dir, el preu al qual el venedor està disposat a vendre el seu immoble i que seria el preu inicial de la negociació, i el preu que està disposat a pagar el comprador, informació aquesta última, difícilment disponible. Així mateix, els preus de l'habitatge es poden mesurar com a preus de taxació. En aquest cas, el procediment de càlcul del valor de l'habitatge es realitza, a partir d'expressions elaborades per les societats de taxació, on s'utilitzen paràmetres com el valor del sòl, el valor de la construcció, l'antiguitat i la depreciació de l'immoble, així com certa informació aportada pel mateix taxador. És evident que els diferents preus comentats no són coincidents i encara que tenen elements determinants comuns responen a processos de formació diferents. Així, Ihlanfeldt i Martínez-Vazquez (1986) estudien la importància de les limitacions de les tres mesures més utilitzades: les estimacions del propietari, el valor cadastral i el preu d'oferta. En general, les dues

[8] L'esmentada literatura, encara que està àmpliament lligada a la literatura de preus hedònics, hi coexisteix. La seva comesa és predir el preu dels habitatges a partir de mostres de successives vendes d'una mateixa unitat. Amb aquest tipus d'informació s'aconsegueix controlar per les característiques dels habitatges sense incorporar-les com a variables explicatives, ja que, si no hi ha hagut reforma, l'habitatge l'evolució del preu del qual es compara en successives vendes és exactament el mateix.

primeres presenten errors de mesura mentre que el preu d'oferta presenta biaix de selecció. El resultat de major rellevància de l'estudi rau en la constatació que les estimacions dels propietaris causen biaixos de relativa importància en les estimacions de gran part dels coeficients de les variables independents.

Una de les aplicacions derivades de l'estimació de models de preus hedònics és l'estimació d'índexs de preus de l'habitatge de qualitat constant. La informació desitjable per a calcular aquests índexs de preus seria la corresponent a una mostra de vendes repetides d'un mateix habitatge representatiu de la població. Aquest tipus de mostres, així com les mostres de promocions d'habitatges amb idèntiques característiques, permeten obtenir l'evolució dels preus d'uns habitatges homogenis. No obstant això, i atesa la dificultat pràctica d'obtenir dades d'aquest tipus, els models de preus hedònics apareixen com una alternativa per al càlcul d'índexs de preus de l'habitatge.

Per a l'obtenció d'índexs de preus hedònics es poden seguir diversos enfocaments. L'enfocament directe es realitza incorporant a les regressions hedòniques variables fictícies temporals. En els mètodes indirectes es calculen els índexs hedònics superlatius i exactes que van ser introduïts per Fiexler i Zieschang (1992) i Feentrs (1995). Els mètodes directes presenten, segons Silver i Heravi (2004) alguns problemes. La aplicació de MQO tracta totes les observacions com si tinguessin la mateixa importància (sense ponderar per la diferent importància relativa de cada observació). Finalment, els coeficients de les característiques resten constants al llarg del temps (tot el període si es tracta d'índexs de base fixa i dos períodes en els índexs encadenats)[9].

Mills i Simenauer (1996) estimen models de preus hedònics que permeten la comparació dels índexs de preus de l'habitatge, a través dels set anys de la mostra i entre regions. Els resultats mostren que més de la meitat dels creixements en els preus durant el període són procedents de millores als immobles. Per la seva part, Bover i Velilla (2001) aborden l'estimació de preus hedònics de multiunitats d'habitatge (conjunt d'habitatges individuals d'una mateixa zona en una mateixa fase de construcció per part d'una mateixa constructora) que fa innecessària la inclusió en les estimacions de la majoria de les característiques de l'habitatge, ja que dins d'una multiunitat els habitatges individuals comparteixen la majoria de les característiques. D'aquesta forma es presenta l'estimació d'un model hedònic tradicional i es compara amb un model d'efectes additius i amb el model multiplicatiu en el qual es permet que algunes de les

[9] Per solucionar aquest problema es podrien introduir interaccions entre les variables explicatives i les fictícies temporals, i per solucionar el primer cal aplicar MQPonderats com a Diewert (2002) i Silver (2002).

característiques de la multiunitat puguin influir en l'elasticitat de la superfície. Tots aquests estudis arriben a la mateixa conclusió: els índexs de preus habituals sobrevaloren els augments dels preus de l'habitatge en no tenir en compte els canvis en la qualitat[10].

Per al cas espanyol, mereixen ser esmentats, a més del treball de Peña i Ruiz-Castillo (1984) ja comentat, els treballs de Bengoechea (2000), Bilbao (2000), Bover i Velilla (2001) i Branas-Garza *et al* (2002)[11]. Bengoechea (2000) estudia la relació dels preus de l'habitatge i la disponibilitat de zones verdes amb dades de la ciutat de Castelló, mentre que Bilbao (2000) té com a objectiu estimar una funció de demanda d'habitatge tenint en compte que l'habitatge és un bé heterogeni. Per a l'esmentat *objectiu Bilbao (2000)* utilitza dades de les principals poblacions de la zona central del Principat d'Astúries. D'altra banda, *Bover i Velilla (2001)* tenen com a objectiu construir un índex de preus de l'habitatge nou a Espanya ajustat per qualitat. Per últim, Branas-Garza *et al* (2002) en un treball que se situa en el marc de l'economia urbana estudien la validesa del model monocèntric amb dades per a la ciutat de Còrdova.

El quadre II.1 resumeix la informació comentada durant aquest repàs a la literatura de preus hedònics, incloses les referències a altres treballs empírics. Es destaquen els aspectes següents per a cada un dels treballs inclosos en la llista: objectiu del treball, zona geogràfica en la qual s'ubica i quin tipus de forma funcional, mètode d'estimació i preu s'hi utilitza.

---

[10] Vegeu Englund *et al* (1999) i Chun *et al* (1998), com a exemples d'altres estudis d'aquest tipus, entre d'altres.

[11] També val la pena ressaltar, per al cas espanyol, el treball de García-Montalvo i Mas (2000) com a model de creixement de preus de tipus macroeconòmic amb estimacions MCO, efectes fixos i variables instrumentals per a la mateixa especificació en la línia dels treballs de Bover (1993) i Poterba (1991).

Quadre II-1. Models empírics de preus hedònics

Article	Zona geogràfica	Forma funcional	Mètode d'estimació	Tipus de preu
Erekson *et al* (1979)	North Carolina	Lineal	MCO	Estimació propietari
Linneman (1980)	EUA	Box-Cox	MV	Estimació propietari
Goodman i Kawai (1982)	New Haven	Lineal, log	VI	Estimació propietari
Mendelsohn (1984)	EUA	Lineal, log, semilog	VI, MCO	Estimació propietari
Palmquist (1984)	EUA (7 àrees)	Log, semilog	VI, MCO	Preu de venda
Peña i Ruiz-Castillo (1984)	Madrid	Log	MCO	Lloguer
Bender i Hwang (1985)	Chicago	Box-Cox	MV	Preu de venda
Ihlanfeldt i Martínez-Vázquez (1986)	Atlanta	Log	MCO	Estimació propietari/preu de venda
Bartik (1987)	Phoenix	Semilog	VI, MCO	Preu de venda
Linneman i Voith (1989)	Philadelphia	Log	MCO	Estimació propietari
Burgess i Harmon (1991)	EUA	Lineal	MCO	Estimació propietari
Kim (1992)	Sacramento	Lineal	MCO, MV	Lloguer
Anglin i Gençay (1996)	Windsor i Essex	Semiparamètrica	MCO	Preu de venda

Gençay i Yang (1996)	Essex	Semiparamètrica, Box-Cox	MCO	Preci de venda
Mills i Simenauer (1996)	EUA	Log	MCG	Preus de venda
Englund *et al* (1999)	Estocolm	Log	MCO	Preus de venda
Bengoechea (2000)	Castelló	Lineal, log, semilog	MCO	Preus de oferta
Bilbao (2000)	Astúries	Lineal	MCO	Preus de venda
Bengoechea (2000)	Castelló	Lineal, log, semilog	MCO	Preus de oferta
Bover y Velilla (2001)	Espanya	Log	MCO i MCG	Preus d'oferta
Branas-Garza,et al (2002)	Córdova	Log	MCO i SURE	Preus de venda
Wilhelmsson (2002)	Estocolm	Lineal, log, semilog, Box-Cox	MCO	Preus de venda
Zabel (2004)	EUA	Log	MCO, VI	Preus de venda

Notes: log: logarítmica; semilog: semilogarítmica; VI: variables instrumentals; MV: màxima versemblança; MCG: mínims quadrats generalizats; SURE: sistema d'equacions aparentment no relacionades

2.3. Literatura de preus hedònics aplicada als hotels

En l'àmbit dels hotels, Coenders *et al.* (2003), amb dades de diferents destinacions turístiques de l'Estat espanyol proporcionades per diferents operadors turístics, estima un model de preus hedònics per valorar els atributs més importants dels hotels d'aquestes destinacions turístiques.

Més ambiciós és el treball d'Espinet *et al.* (2003) amb una sèrie històrica per als hotels de la Costa Brava sud, durant el període 1991-1998, ja que utilitza models hedònics dinàmics amb dades de panell per obtenir valoracions dels diferents atributs relacionats amb els hotels i valorar la correlació preu-mida de l'hotel. En el mateix estudi es contrasta si hi ha diferències entre els preus dels diferents operadors turístics i es rebutja aquesta hipòtesi.

Rigall (2004) utilitzant les dades d'Espinet *et al.* (2003) obté indicadors de preus per temporades i índexs de característiques. Finalment, estén els models tradicionals per tal d'incloure el poder de mercat i l'endogeneïtat de preus estimant per variables instrumentals. A Espinet (2004) es recullen les dades dels treballs anteriorment citats i es calcula un índex de preus ajustats per qualitat.

Finalment, Ferri i Uriel (2005) apliquen diferents mètodes hedònics (directes i indirectes, de base fixa i encadenada i ponderats i no ponderats) per descompondre els preus dels hotels espanyols durant el període 1993-2002 en canvis en la qualitat i variacions "pures" dels preus. L'objectiu és considerar la utilització dels mètodes hedònics en l'elaboració dels índexs de preus dels hotels. Les dades, de tipus agregat, provenen del directori d'establiments hotelers de l'Institut d'Estudis Turístics.

2.4. Literatura de preus hedònics aplicada als apartaments turístics i les cases rurals

Aplicant la metodologia de preus hedònics als apartaments turístics i les cases rurals, destaca, en primer lloc, Saló (2005) on s'estima un model de preus hedònics amb dades per als apartaments turístics de la Costa Brava (de gener a octubre) per tal d'obtenir els atributs que es valoren més en els lloguers d'aquests, mostrant així, les preferències de la demanda. De la mateixa manera, s'aprofita per comparar aquests resultats amb els obtinguts per altres estudis similars per a l'oferta hotelera.

Un pas endavant fa Ropero (2006) que contrasta un model de fixació de preus per les empreses turístiques per a les Illes Canàries i Balears on cada allotjament té en compte el grau d'ocupació propi i del rival a l'hora de fixar els preus. Per a realitzar l'anàlisi empírica recopilen

informació setmanal sobre la variació en la tarifa (durant els mesos anteriors) de l'oferta d'hotels i apartaments per a una determinada setmana. Per a l'estimació, utilitzen un model multinomial (segons si han pujat, baixat o s'han mantingut els preus) on com a variables explicatives, a més de les variables corresponents al model teòric (quota de mercat, pressió dels preus i competència) es realitzen controls per les característiques de l'oferta i la localització d'aquesta. Finalment, s'estima un model Tobit per tal de determinar els efectes de les anteriors variables explicatives sobre la magnitud de les pujades o baixades dels preus.

Finalment, i per al cas de les cases rurals, Rambonilaza (2006) estima un model de preus hedònics –incorporant controls per a les característiques de les cases rurals així com les de l'entorn i la localització d'aquestes– per a l'obtenció del premi del segment *labelled* de les cases rurals a França en relació amb el segment *non-labelled*. Les variables claus que expliquen aquest premi són les variables mediambientals (com la densitat de població del municipi on es troba la casa rural).

3. Selecció i representativitat de la mostra

En aquest punt, s'han de definir els municipis subjectes a estudi de cadascuna de les zones de l'Euroregió. Els criteris per a l'elecció d'aquests combinen el fet de ser un municipi eminentment turístic d'acord amb *l'índex d'especialització turístic*[12] amb la disponibilitat d'informació, tant d'apartaments com d'hotels, en els catàlegs turístics dels operadors turístics.

Aleshores, s'han avaluat els municipis especialitzats en segones residències. L'índex més idoni per realitzar aquesta anàlisi és l'anomenat *índex d'especialització* (habitatges secundaris per habitatge principal), que mesura el grau de concentració del fenomen residencial. A més, es tracta de l'índex que utilitza la nova llei reguladora de les hisendes locals per identificar els municipis turístics. Segons la llei, es consideren municipis turístics aquells que tinguin una població de dret superior a 20.000 habitants i que el nombre d'habitatges secundaris sigui superior al nombre d'habitatges principals, és a dir, que l'índex d'especialització sigui superior a 1.

Segons aquesta definició, els únics municipis turístics a Catalunya, per exemple, actualment, són: Blanes, Cambrils, Lloret de Mar i El Vendrell, dos ubicats a la província de Girona i dos a la de Tarragona (quadre II-2). Ara bé, si es relaxa la condició que fa referència als habitants de dret, considerant qualsevol municipi amb un nombre d'habitatges totals superior a 1.000, s'observen un total de 51 pobles que compleixen aquest criteri.

Quadre II-2. Índex d'especialització a Catalunya

	Total	Principals	No principals	Índex
Blanes	22.987	11.186	11.801	1,05
Cambrils	25.375	7.669	17.704	2,31
Lloret de Mar	17.120	7.428	9.692	1,30
El Vendrell	26.750	8.846	17.903	2,02

Font: Cens de població i habitatges (2001).

Seguint aquest criteri i seguint Bosh *et al.* (2004) i, per tant, relaxant si s'escau el criteri de la nova llei reguladora de les hisendes locals, els municipis analitzats en cadascuna de les zones són els següents:

[12] A l'annex en CD es presenten els índexs d'especialització per a Catalunya, Aragó, Alacant, Balears i Pirineus Orientals.

Catalunya:

- Lloret de Mar: en aquest cas, el municipi compliria les condicions de la nova llei reguladora de les hisendes locals, ja que té un població al voltant de 33.000 habitants i un índex d'especialització turístic d'1,30. Es tracta d'un municipi de la comarca de la Selva i la zona de la Costa Brava

- Alt Maresme: inicialment es pretenia utilitzar un municipi de la costa del Maresme. Atès el baix nivell de turisme residencial en termes absoluts en aquesta zona, s'ha decidit considerar la zona completa. En aquest punt, i tant per als apartaments turístics com per a l'oferta hotelera, s'han considerat els municipis més rellevants de l'Alt Maresme: Calella, Malgrat de Mar, Pineda de Mar i Santa Susanna. Aquests quatre municipis engloben més del 50% dels habitatges secundaris del Maresme, la tipologia de turisme residencial és similar ja que totes localitats són de sol i platja i entre les quatre hi ha el municipi amb major nombre d'habitatges secundaris del Maresme (Pineda de Mar: 3.538) i el municipi amb major índex d'especialització turística de la comarca (Santa Susanna: 1,29).

Alacant:

- Dénia: població de la Costa Blanca amb més de 20.000 habitants (prop de 42.000) i índex d'especialització d'1,87.

- Xàbia: població de la Costa Blanca amb més de 20.000 habitants (prop de 30.000) i índex d'especialització d'1,82.

Per tant, en ambdós casos, es compleixen els criteris de la Llei reguladora de les hisendes locals.

Balears:

- Calvià: població de l'oest de les Illes Balears amb més de 20.000 habitants (prop de 53.000) i índex d'especialització d'1,51.

- Alcúdia: població del nord-est de les Illes Balears amb més de 18.000 habitants i índex d'especialització d'1,65

Per tant, en tots casos, es compleixen els criteris de la Llei reguladora de les hisendes locals, entesos amb certa laxitud ateses les dimensions poblacionals dels municipis de les Illes Balears.

Aragó:

- Jaca: població d'Aragó amb més de 17.000 habitants i índex d'especialització d'1,27.

- Alto Gállego: població d'Aragó amb més de 3.000 habitants i índex d'especialització de 5,57.

Per tant, en tots casos, es compleixen els criteris de la Llei reguladora de les hisendes locals, entesos relaxada la condició de la població atès el minifundisme municipal d'Aragó.

Languedoc-Roussillon:

En el cas de Perpinyà, les poblacions escollides són: Les Angles, Font-Romeu, Argelès-sur-Mer i Collioure.

- Les Angles: població de muntanya amb una població molt petita (no arriba als 1.000 habitants) però amb el major índex d'especialització de la regió (9,38).
- Font-Romeu: població de muntanya amb una població molt petita (poc més de 2.000 habitants) però amb un índex d'especialització de 3,81.
- Argelès-sur-Mer i Collioure: poblacions de turisme de sol i platja. En tots dos casos l'índex d'especialització és superior a 1 d'acord amb les dades de l'INSEE (Direction du Tourisme): Argelès-sur-Mer té una població de més de 9.000 habitants i un índex d'especialització de 2,83, mentre que Collioure té una població de gairebé 3.000 habitants i un índex d'especialització d'1,98.

Midi-Pyrénée:

- Foix: població de muntanya amb una població que no arriba als 10.000 habitants però amb un índex d'especialització de 3,68.

4. Creació i depuració de les dades

Un cop seleccionats els municipis per als quals realitzar l'estudi, cal obtenir la informació per aplicar els models de preus hedònics. En aquest punt s'han obert dues vies segons la tipologia turística de la zona.

Així, per a les localitats costeres i de muntanya, s'ha dut a terme una recerca de catàlegs en paper d'intermediaris majoristes i s'ha efectuat el buidatge exhaustiu de la seva web. La base de dades contindrà preus i característiques d'apartaments turístics i habitacions d'hotel des de maig fins a octubre del 2007 (en el cas de les localitats costaneres) i des de juliol fins a desembre del 2007 (per a les localitats de muntanya). En aquest punt cal afegir que s'han homogeneïtzat les dates entre els diferents territoris, ja que els catàlegs de les poblacions franceses començaven i acabaven en dates diferents (per exemple, 15 dies abans en el cas de les poblacions de platja).

En aquest punt, es realitza el buidatge i la tabulació d'aquestes fonts de dades, seguint les fitxes que s'incorporen a l'annex en CD on les característiques que es tenen en compte per a cada tipologia d'allotjament són les habituals en la literatura econòmica sobre la temàtica[13].

Com a depuració inicial de les dades a l'hora de tabular les observacions, cal tenir en compte els aspectes següents. En primer lloc, atès que cada operador turístic comença i acaba la setmana en dies diferents, els preus de cada setmana són la mitjana ponderada de cadascun dels preus d'oferta que hi conflueixen.

En segon lloc, i pel que fa als hotels, s'ha tingut en compte tota la casuística de preus possible, segons el tipus de règim i d'habitació, dotant d'una major riquesa a la base de dades que en d'altres estudis previs.

[13] A títol il·lustratiu es poden veure els treballs ja esmentats de Rigall (2004), per a les dades dels hotels; Saló (2005), per a les dades d'apartaments turístics, i Rambonilaza (2006), per a les dades de cases rurals.

Finalment, cal comentar que no es realitzarà cap contrast de la informació (com ara un contrast de mitjanes de preus, per exemple) segons la font utilitzada ja que, en més del 90% dels casos la font és la mateixa per a cada població: catàleg de Viajes Iberia, per als hotels d'estiu a Espanya; catàleg Interhome, per als apartaments d'estiu a l'Euroregió; Ot-foix, per als apartaments de les poblacions franceses de muntanya; Ecoturismo de Aragón, per als apartaments de les poblacions de Saragossa[14].

[14] Per al cas dels hotels a Saragossa la font és molt variada, i en la majoria dels casos, el mateix hotel, amb la qual cosa el contrast tampoc no tindria sentit.

5. Definició de les variables

Les variables utilitzades en l'estudi s'agrupen d'acord amb el tipus d'allotjament i turisme analitzat. Així pel que fa als hotels, dividirem l'anàlisi segons si es tracta d'hotels de muntanya o de sol i platja.

Hotels de poblacions de sol i platja:

- Preu: preu de l'habitació en euros.
- Població: variable que fa referència a la població a la qual pertany l'hotel: Lloret de Mar, Calp, Dénia, Alcúdia, Calvià, Argelès-sur-Mer, Collioure, Alt Maresme.
- Categoria: variable que pren valors d'1 a 5 segons el nombre d'estrelles de l'hotel.
- Règim: règim de l'habitació de l'hotel (només allotjament, allotjament i esmorzar, mitja pensió, pensió completa, tot inclòs).
- Habitació: tipus d'habitació (individual, doble, *junior suite*).
- Habitacions: nombre d'habitacions de l'hotel.
- Distància a la platja: quilòmetres de distància a la platja més propera.
- Distància al centre: quilòmetres de distància al centre de la ciutat.

Finalment, un seguit de variables fictícies capten la disponibilitat de diferents característiques per part de l'hotel: bar, restaurant, piscina, pàrquing, jardí/terrassa, sala TV, aire condicionat, instal·lacions esportives i animació.

Hotels de poblacions de muntanya:

- Preu: preu de l'habitació en euros.
- Població: variable pel que fa a la població a la qual pertany l'hotel: Alto Gállego, Jaca, Les Angles, Font-Romeu i Foix.
- Categoria: pren valors d'1 a 5 segons el nombre d'estrelles de l'hotel.
- Règim: règim de l'habitació de l'hotel (només allotjament, allotjament i esmorzar, mitja pensió, pensió completa).
- Habitació: tipus d'habitació (individual, doble, *junior suite*).
- Habitacions: nombre d'habitacions de l'hotel.
- Distància a l'estació d'esquí: quilòmetres de distància a l'estació d'esquí més propera.

Finalment, un seguit de variables fictícies capten la disponibilitat de diferents característiques per part de l'hotel: bar, restaurant, piscina, pàrquing, jardí/terrassa, sala TV, aire condicionat, instal·lacions esportives i animació.

Finalment, pel que fa als apartaments:

Apartaments de poblacions de sol i platja:

- Preu: preu de l'apartament en euros.
- Població: fa referència a la població a la qual pertany l'apartament: Lloret de Mar, Calp, Dénia, Alcúdia, Calvià, Argelès-sur-Mer, Collioure, Alt Maresme.
- Categoria: pren valors d'1 a 5 segons el nombre d'estrelles de l'apartament.
- Nombre de persones: nombre de persones màxim a qui es pot llogar l'apartament.
- Habitacions: nombre d'habitacions de l'apartament.
- Distància a la platja: quilòmetres de distància a la platja més propera.
- Distància al centre: quilòmetres de distància al centre de la ciutat.
- Distància al transport públic: quilòmetres de distància al transport públic més proper.

Finalment, un seguit de variables fictícies capten la disponibilitat de diferents característiques per part de l'apartament: piscina, pàrquing, i jardí/terrassa.

Apartaments de poblacions de muntanya:

- Preu: preu de l'apartament en euros.
- Població: fa referència a la població a la qual pertany l'apartament: Alto Gállego, Jaca, Les Angles, Font-Romeu i Foix.
- Categoria: pren valors d'1 a 5 segons el nombre d'estrelles de l'apartament.
- Nombre de persones: nombre de persones màxim a qui es pot llogar l'apartament.
- Habitacions: nombre d'habitacions de l'apartament.
- Distància a l'estació d'esquí: quilòmetres de distància a l'estació d'esquí més propera.
- Distància al transport públic: quilòmetres de distància al transport públic més proper.

Finalment, un seguit de variables fictícies capten la disponibilitat de diferents característiques per part de l'apartament: piscina.

6. Dades de poblacions de sol i platja

6.1. Estadística descriptiva dels hotels del turisme de sol i platja

A continuació es presenten un seguit de quadres amb la informació necessària per caracteritzar la mostra d'hotels utilitzada. En primer lloc, si fem una comparativa del nombre d'hotels en les diferents poblacions podem observar diferències bastant significatives. Les poblacions més representades a la mostra són Lloret de Mar i la zona de l'Alt Maresme (amb un 27,07% i un 33,29%, respectivament), mentre que a l'extrem contrari trobaríem Calp, Argelès-sur-Mer i Collioure que no arriben al 5%. Finalment tenim les poblacions de Dénia, Alcúdia i Calvià que comprenen cadascuna entre un 7 i un 11% del volum total d'allotjament hoteler de la mostra. Evidentment el pes de cada població en la mostra està relacionat amb la seva oferta hotelera.

Si realitzem la mateixa anàlisi per zones (quadre II-4) veiem que el major volum d'allotjament hoteler es troba a Catalunya (60,36%), mentre que Alacant i Balears mostren pràcticament el mateix percentatge, al voltant d'un 15%, i és la zona de Languedoc-Rousillon la que mostra un menor volum (8,72%).

Quadre II-3. Nombre d'hotels per poblacions

Hotels	%
Lloret de Mar	27,07
Calp	4,68
Dénia	10,62
Alcúdia	8,49
Calvià	7,13
Argelès-sur-Mer	4,36
Collioure	4,36
Alt Maresme	33,29

Quadre II-4. Nombre d'hotels per zones

Zona	%
Catalunya	60,36
Alacant	15,30
Balears	15,62
Languedoc-Rousillon	8,72

A continuació es mostra una divisió per categories del conjunt d'allotjaments hotelers de la nostra mostra. Veiem que la categoria d'hotel predominant és la de 3 estrelles (57,92%), seguida de la de 4 estrelles amb un 33,23%. La resta de categories (1, 2 i 5 estrelles) presenten percentatges inferiors al 7%.

Quadre II-5. Categoria dels hotels de la mostra

Categoria	%
1 estrella	0,45
2 estrelles	6,67
3 estrelles	57,02
4 estrelles	33,23
5 estrelles	2,63

Pel que fa als règims d'allotjament (quadre II-6), el més ofert és el de *mitja pensió* (36,72%), seguit del de *pensió completa* i el d'*allotjament i esmorzar* (28,22% i 21,71%, respectivament). Amb percentatges bastant inferiors trobaríem el règim de *tot inclòs* (10,24%), seguit del de *només esmorzar* (3,11%).

Quadre II-6. Règim dels hotels de la mostra

Règim	%
Només allotjament	3,11
Allotjament i esmorzar	21,71
Mitja pensió	36,72
Pensió completa	28,22
Tot inclòs	10,24

Quant al tipus d'habitació, predomina l'habitació doble, amb un 95,34%, i són poc representatives l'habitació individual i la *junior suite*.

Quadre II-7. Tipus d'habitació dels hotels de la mostra

Habitació	%
Individual	1,54
Doble	95,34
Junior suite	3,12

Al quadre següent es mostra la mitjana i la desviació típica d'algunes de les característiques dels hotels de la mostra. Una d'aquestes variables és el nombre d'habitacions, amb una mitjana de 207,11 habitacions per hotel. Pel que fa a les variables de distància trobem que, de mitjana, els hotels es troben a 290 metres de la platja i a 620 metres del centre. Per últim, la variable preu ens indica que el preu mitjà per habitació és de 60€. Cal indicar la gran variabilitat (relativa a la mitjana) existent en la informació de les distàncies a la platja i al centre, procedent del fet que en diverses ocasions la informació existent als catàlegs no era del tot precisa.

Quadre II-8. Estadística descriptiva d'algunes característiques dels hotels

Variable	Mitjana	Desv. típica
Habitacions	207,11	191,64
Distància a la platja	0,29	0,39
Distància al centre	0,62	1,03
Preu	59,85	44,10

Finalment, al quadre II-9 es mostra el percentatge d'hotels de la mostra que disposen d'un seguit de característiques. Respecte a les instal·lacions esportives, veiem que és lleugerament major el nombre d'hotels que no disposen d'aquestes instal·lacions (53,52%). Quant a si disposen d'aire condicionat, el percentatge d'hotels que en tenen és del 54,11%. Pràcticament el 70% dels hotels estudiats incorporen sala de televisió, i més del 90% disposen de restaurant i bar. Pel que fa als serveis d'animació, els inclouen aproximadament un 60% dels hotels de la mostra. En el cas de la piscina, el 91,09% dels hotels en disposen. Finalment, hem de dir que és

major el percentatge d'hotels que no disposen de pàrquing i terrassa a les habitacions, encara que els percentatges volten el 50%[15].

Quadre II-9. Disponibilitat de característiques dels hotels de la mostra

Característiques	%
Sala de TV	68,68
Restaurant	92,69
Bar	95,31
Aire condicionat	54,31
Instal·lacions esportives	46,48
Animació	60,38
Jardí/terrassa	47,96
Pàrquing	54,28
Piscina	91,09

6.1.1. Anàlisi descriptiva per poblacions

El quadre II-10 recull la mitjana i la desviació típica dels preus per habitació segons la població. Cal dir que la mitjana de preus més elevada la trobem als hotels de Dénia (115,12 €) i Collioure (104,93 €), mentre que la més baixa es dóna als hotels de Lloret de Mart i l'Alt Maresme amb 39,88 € i 36,44 €, respectivament. La mitjana de preus de la resta de poblacions fluctua entre els 70 i els 87 euros. Aquest fet posa de manifest l'especialització en turisme de baix poder adquisitiu dels hotels de les localitats catalanes incloses a la mostra, i podria ser un primer punt de reflexió.

[15] Cal esmentar que el percentatge reduït en la disponibilitat d'alguna d'aquestes característiques es deu al fet que només es considera que l'hotel disposa d'aquesta característica quan l'explicita en la seva descripció, fet que no té per què suposar, en el 100% dels casos, que l'hotel no gaudeixi d'aquesta característica. Al quadre per poblacions (quadre II-16) s'apreciarà de forma més clara aquest aspecte.

Quadre II-10. Mitjana del preu per poblacions de la mostra

Preu	Mitjana	Desv. típica	Observacions
Lloret de Mar	39,88	18,42	3277
Calp	71,08	24,08	567
Dénia	115,12	66,6	1287
Alcúdia	84,42	34,63	1028
Calvià	81,98	34,42	864
Argelès-sur-Mer	86,59	39,11	528
Collioure	104,93	56,58	528
Alt Maresme	36,44	20,17	4028

Continuant amb l'anàlisi per poblacions, pel que fa a la mitjana d'habitacions (quadre II-11) és Alcúdia la població que presenta els hotels més grans, amb 420 habitacions de mitjana per hotel. En un segon nivell trobaríem les poblacions de Lloret de Mar, Calvià i l'Alt Maresme, amb una mitjana d'entre 200 i 250 habitacions per hotel. Seguidament es troba Calp, amb 150, i finalment, amb menys de 60 habitacions per hotel, Dénia, Argelès-sur-Mer i Collioure.

Quadre II-11. Mitjana del nombre d'habitacions per poblacions de la mostra

Nre. d'habitacions	Mitjana	Desv. típica	Observacions
Lloret de Mar	219,87	142,6	3279
Calp	149,14	100,27	567
Dénia	56,08	66,42	1287
Alcúdia	419,34	378,65	1028
Calvià	216,22	99,66	864
Argelès-sur-Mer	34,06	15,4	528
Collioure	22,73	4,14	528
Alt Maresme	243,83	152,31	4033

A continuació (quadre II-12) observem la informació de la categoria dels hotels segons població. En primer lloc destaca l'elevada concentració de l'oferta hotelera en hotels de 2, 3 i 4 categories a totes les poblacions. Només a Dénia hi ha hotels d'una estrella (4,2% del total), i

només hi ha hotels de cinc estrelles a Collioure (9,52%) i Dénia (16,78%). Dintre de les categories majoritàries, cal destacar l'elevat percentatge d'hotels de dues estrelles a Calvià (53,13%), de tres estrelles a Lloret de Mar (65,75%) i l'Alt Maresme (71,49%), i de quatre estrelles a Calp (57,14%) i Alcúdia (55,54%). Així, podem dir que més del 50% dels hotels són de quatre estrelles o superior a Calp, Alcúdia i Collioure.

Quadre II-12. Categoria dels hotels per poblacions de la mostra

Categories	Lloret de Mar	Alt Maresme	Calp	Dénia	Alcúdia	Calvià	Argelès-sur-Mer	Collioure
1 estrella	-	-	-	4,2	-	-	-	-
2 estrelles	0,64	7,14	19,05	12,59	-	53,13	29,55	14,29
3 estrelles	65,75	71,49	23,81	37,06	44,46	40,63	34,66	28,57
4 estrelles	33,61	21,37	57,14	29,37	55,54	6,25	35,8	47,62
5 estrelles	-	-	-	16,78	-	-	-	9,52

Pel que fa als tipus de règims més oferts (quadre II-13) destaca que el més ofert a gairebé totes les poblacions (a excepció de l'Alt Maresme) és es de *mitja pensió*. A Dénia, aquest règim acapara gairebé el 90% de les ofertes, mentre que a Alcúdia i Calvià aquest règim en suposa més del 50%. Pel que fa als altres règims, a Lloret de Mar (35,15%) i a l'Alt Maresme (41,50%) destaca el de *pensió completa*, mentre que el de *tot inclòs* destaca a Calp (28,57%) i a Alcúdia (26,46%), i *l'allotjament i l'esmorzar* a les localitats del Languedoc: Argelès-sur-Mer (24,62%), i Collioure (36,36%).

Quadre II-13. Règim dels hotels per poblacions de la mostra

Règim	Lloret de Mar	Alt Maresme	Calp	Dénia	Alcúdia	Calvià	Argelès-sur-Mer	Collioure
Allotjament i esmorzar	8,30	8,66	4,76	2,10	7,88	12,50	24,62	36,36
Mitja pensió	43,61	39,02	38,10	89,51	54,86	56,25	39,96	45,45
Pensió completa	35,15	41,50	28,57	4,20	10,80	18,75	20,27	13,64
Tot inclòs	12,94	10,82	28,57	4,20	26,46	12,50	15,15	4,55

Tot seguit procedirem a fer una anàlisi d'estadística descriptiva de les distàncies al centre i a la platja dels hotels de la mostra segons les diferents poblacions d'aquesta. Al quadre II-14, observem la mitjana i la desviació típica de la distància a la platja dels hotels de les localitats de la mostra. Així, observem la major distància a la platja en els hotels d'Argelès-sur-Mer (més d'un quilòmetre), mentre que les menors (180 metres), les observem a Alcúdia, Calvià i l'Alt Maresme.

Quadre II-14. Distància a la platja dels hotels per poblacions de la mostra

Distància platja	Mitjana	Desv. típica
Lloret de Mar	0,31	0,17
Calp	0,30	0,31
Dénia	0,51	0,60
Alcúdia	0,18	0,23
Calvià	0,18	0,18
Argelès-sur-Mer	1,13	1,21
Collioure	0,25	0,18
Alt Maresme	0,18	0,17

Quant a la distància al centre (quadre II-15), és a Lloret de Mar on els hotels es troben més propers al centre (330 metres), seguida de Collioure i l'Alt Maresme, amb 440 metres de distància. Per contra, els més allunyats són a Calp i l'Alcúdia (1,36 i 1,31 km aprox.).

Quadre II-15. Distància al centre dels hotels per poblacions de la mostra

Distància centre	Mitjana	Desv. típica
Lloret de Mar	0,33	0,40
Calp	1,36	1,10
Dénia	0,91	1,69
Alcúdia	1,31	1,50
Calvià	0,90	1,66
Argelès-sur-Mer	1,11	0,90
Collioure	0,40	0,10
Alt Maresme	0,40	0,48

Finalment, pel que fa a la resta de característiques, al quadre II-16 es presenta el percentatge d'hotels en cada població que disposa de la resta de característiques comentades al quadre 9. En aquest sentit, destaquem Dénia (84%) i Alcúdia (87%) com les poblacions amb major percentatge d'hotels amb instal·lacions esportives; Calvià i Argelès-sur-Mer, com les poblacions amb percentatge d'hotels que disposen d'aire condicionat, sala TV, jardí i pàrquing. Per altra banda, tots els hotels de l'Alt Maresme, Calp, Dénia i Alcúdia disposen de restaurant; tots els de Lloret, l'Alt Maresme, Calp, Alcúdia i Calvià disposen de piscina; tots els de Calp, Dénia i Alcúdia disposen de bar i, finalment, destaca el percentatge d'hotels amb disponibilitat d'animació d'Alcúdia (78%) i Collioure (75%).

Quadre II-16. Disponibilitat de la resta de característiques dels hotels per poblacions de la mostra (%)

	Inst. esportives	Aire condicionat	Sala TV	Restaurant	Bar	Animació	Jardí	Pàrquing	Piscina
Lloret de Mar	33	68	88	92	94	58	37	66	100
Alt Maresme	0	14	14	100	86	57	33	24	100
Calp	61	15	19	100	100	13	59	57	100
Dénia	84	8	18	100	100	59	56	20	61
Alcúdia	87	25	34	100	100	78	44	32	100
Calvià	40	85	100	65	83	-	74	84	100
Argelès-sur-Mer	0	95	100	43	-	-	67	70	56
Collioure	42	68	89	97	96	75	50	44	38

6.2. Estadística descriptiva dels apartaments de turisme de sol i platja

A continuació es presenten un seguit de quadres amb la informació necessària per caracteritzar la mostra d'apartaments utilitzada. En primer lloc (quadre II-17) si fem una comparativa del nombre d'apartaments en les diferents poblacions podem observar diferències que expliquen el pes del turisme residencial i l'oferta d'apartaments a cadascuna de les poblacions. Les poblacions més representades a la mostra son les d'Alacant, Dénia i Calp (amb un 26,36 i un 21,51%, respectivament), mentre que a l'extrem contrari trobaríem Alcúdia, amb un 6,74%, i l'Alt Maresme, amb un 3,74%. Finalment, tenim les poblacions d'Argelès-sur-Mer i Lloret de Mar, ambdues amb percentatges pròxims al 8%, i les poblacions de Calvià i Collioure, que comprenen cadascuna entre un 11 i un 13% del volum total d'apartaments de la mostra.

Quadre II-17. Nombre d'apartaments per poblacions

Apartaments	%
Lloret de Mar	8,43
Calp	21,51
Dénia	26,36
Calvià	11,64
Alcúdia	6,74
Argelès-sur-Mer	8,63
Collioure	12,96
Alt Maresme	3,74

Si realitzem la anàlisi per zones (quadre II-18) veiem que el major volum d'apartaments es troba a Alacant (47,87%), mentre que Balears i Languedoc-Rousillon comprenen entre el 18 i el 22%, i que és la zona de Catalunya la que mostra un menor volum (12,17%).

Quadre II-18. Nombre d'apartaments per zones

Zones	%
Catalunya	12,17
Alacant	47,87
Balears	18,38
Languedoc-Rousillon	21,58

A continuació (quadre II-19), es mostra una divisió per categories del conjunt d'apartaments de la nostra mostra. Veiem que la categoria predominant és la de 3 claus (50,93%), seguida de la de 2 claus, amb un 38,23%. La resta de categories (1 i 4 claus) presenten percentatges inferiors al 7%.

Quadre II-19. Categoria dels apartaments de la mostra

Categoria	%
1 clau	6,11
2 claus	38,23
3 claus	50,93
4 claus	4,74

Pel que fa a la capacitat dels apartaments (quadre II-20), els més habituals són els de 4 persones (54,25%), seguits dels de 2 persones (15,96%), els de 6 (11,25), els de 3 (10,03%) i els de 5 persones, que conformen el 6,59% de l'oferta total. Els apartaments de més de 6 persones no arriben al 2%de la mostra.

Quadre II-20. Nombre de persones dels apartaments de la mostra

Nombre de persones	%
2 persones	15,96
3 persones	10,03
4 persones	54,25
5 persones	6,59
6 persones	11,20
Més de 6 persones	1,98

Quant al nombre d'habitacions per apartament (quadre II-21), predominen els apartaments de 2 habitacions, amb un 46,63%, seguits dels d'una habitació, amb un 38,49%. Més lluny trobaríem els de 3 habitacions, amb un 12,69%, i finalment, els de 4 habitacions, amb un pes del 2,2% de la mostra.

Quadre II-21. Nombre d'habitacions dels apartaments de la mostra

Habitacions	%
1 habitació	38,49
2 habitacions	46,63
3 habitacions	12,69
4 habitacions	2,20

Al quadre següent (quadre II-22) es mostra la mitjana i la desviació típica de les variables d'ubicació i preu dels apartaments de la mostra. Una d'aquestes variables és la distància al transport públic que, de mitjana, és de 250 metres. Pel que fa a les altres dues distàncies, de mitjana, els apartaments es troben a 290 metres de la platja i a 620 metres del centre. Per últim, la variable preu ens indica que el preu mitjà d'un apartament per nit és de 73,66 €. Cal indicar la gran variabilitat (relativa a la mitjana) existent en la informació de les distàncies (especialment la distància a la platja), procedent del fet que en diverses ocasions la informació existent als catàlegs no era del tot precisa.

Quadre II-22. Estadística descriptiva d'algunes característiques dels apartaments

Variable	Mitjana	Desv. típica	Observacions
Distància transport públic	0,25	0,27	1411
Distància platja	0,59	1,16	4198
Distància centre	2,48	2,27	2830
Preu	73,66	34,65	5618

Finalment, al quadre II-23 es mostra el percentatge d'apartaments de la mostra que disposen d'un seguit de característiques. Podem veure que més del 70% dels apartaments disposen de jardí o terrassa i de piscina a les seves instal·lacions. Finalment, hem de dir que és major el percentatge d'apartaments que no disposen de pàrquing, encara que els percentatges volten el 50%[16].

[16] Cal esmentar que el percentatge reduït en la disponibilitat d'alguna d'aquestes característiques es deu al fet que només es considera que l'apartament disposa d'aquesta característica quan l'explicita en la seva descripció, fet que no té per què suposar, en el 100% dels casos, que l'apartament no gaudeixi d'aquesta característica.

Quadre II-23. Disponibilitat de característiques dels apartaments de la mostra

Característiques	%
Jardí/terrassa	72,96
Piscina	74,20
Pàrquing	48,83

6.2.1. Anàlisi descriptiva dels apartaments per poblacions

El quadre II-24 recull la mitjana i la desviació típica dels preus per apartament i nit segons la població. Cal dir que la mitjana de preus més elevada la trobem als apartaments de Calvià (102,41 €), mentre que la més baixa es dóna als apartaments d'Argelès-sur-Mer (51,70 €). La mitjana de preus de la resta de poblacions fluctua entre els 64 i els 78 euros.

Quadre II-24. Mitjana del preu per poblacions de la mostra

Preu	Mitjana	Desv. típica	Observacions
Lloret de Mar	69,67	28,30	469
Calp	69,07	24,95	1197
Dénia	77,63	32,38	1467
Calvià	102,41	57,65	648
Alcúdia	77,27	35,35	375
Argelès-sur-Mer	51,70	17,71	480
Collioure	64,07	16,88	706
Alt Maresme	71,63	26,41	208

A continuació, trobem informació relativa a la categoria dels apartaments segons població (quadre II-25). En primer lloc destaca l'elevada concentració de l'oferta d'apartaments de 2 i 3 claus a totes les poblacions. Encara que amb percentatges menys significatius, totes les poblacions tret de Lloret de Mar i Calvià disposen d'oferta d'apartaments d'una clau. Per

contra, a les poblacions analitzades es fa palesa la manca d'oferta de 5 claus i l'escassa oferta d'apartaments de 4 claus (només a Calp i l'Alcúdia, amb un 17,38% i un 7,20%, respectivament). Dintre de les categories majoritàries cal destacar l'elevat percentatge d'apartaments de dues claus a Argelès-sur-Mer (85%), i de tres claus a Dénia (71,55%) i a Calvià (83,33%). Podem concloure que, com a mínim, el 75% dels apartaments de cada població són de 2 o 3 claus.

Quadre II-25. Categoria dels apartaments per poblacions de la mostra

Categories	Lloret de Mar	Alt Maresme	Calp	Dénia	Alcúdia	Calvià	Argelès-sur-Mer	Collioure
1 clau	-	25,00	2,17	7,68	7,20	-	15,00	7,13
2 claus	71,51	62,50	28,24	20,67	28,27	16,67	85,00	49,93
3 claus	28,49	12,50	52,21	71,55	57,33	83,33	-	42,94
4 claus	-	-	17,38	-	7,20	-	-	-
5 claus	-	-	-	-	-	-	-	-

Tot seguit procedirem a fer una anàlisi d'estadística descriptiva de les distàncies al centre, a la platja i al transport públic dels apartaments de la mostra segons les diferents poblacions d'aquesta. Al quadre II-26, observem la mitjana i la desviació típica de la distància a la platja dels apartaments de les localitats de la mostra. Així, observem la major distància a la platja en els apartaments de Dénia, amb 1.210 metres de mitjana, mentre que les menors les observem a l'Alt Maresme (200 m), Calvià (210 m) i Alcúdia (220 m). Cal tenir en compte la manca de dades per a aquesta variable en el cas de la població francesa de Collioure.

Quant a la distància al centre (quadre II-27), és a Argelès-sur-Mer on els apartaments es troben més propers al centre (570 m). A l'altre extrem trobaríem els apartaments de Dénia, amb la major distància al centre (prop de 4 km), seguits dels de l'Alcúdia, amb una distància de 2 km. A la resta de poblacions els apartaments es trobarien entre 1,15 km i 1,39 km de distància respecte al centre. De nou, cal destacar l'absència de dades per a les poblacions de Calvià i Collioure.

Quadre II-26. Distància a la platja dels hotels per poblacions de la mostra

Distància platja	Mitjana	Desv. típica	Observacions
Lloret de Mar	0,39	0,16	443
Calp	0,30	0,34	1067
Dénia	1,21	1,91	1282
Calvià	0,21	0,17	405
Alcúdia	0,22	0,26	269
Argelès-sur-Mer	0,50	0,29	456
Collioure	-	-	0
Alt Maresme	0,20	0,19	208

Quadre II-27. Distància al centre dels apartaments per poblacions de la mostra

Distància centre	Mitjana	Desv. típica	Observacions
Lloret de Mar	1,15	0,83	364
Calp	1,39	0,94	755
Dénia	3,88	2,53	1334
Calvià	-	-	0
Alcúdia	2,00	0,05	53
Argelès-sur-Mer	0,57	0,30	168
Collioure	-	-	0
Alt Maresme	1,17	0,79	156

Finalment, pel que fa a la distància al transport públic (quadre II-28) en aquest cas no es disposa de dades per a cap de les dues poblacions franceses. Quant a la resta de poblacions, les distàncies més grans es troben a Alcúdia i l'Alt Maresme (460 m i 490 m respectivament), mentre que la resta fluctuen entre els 100 m i els 240 m.

Quadre II-28. Distància al transport públic dels apartaments per poblacions de la mostra

Distància transport públic	Mitjana	Desv. típica	Observacions
Lloret de Mar	0,16	0,08	235
Calp	0,17	0,09	78
Dénia	0,24	0,20	728
Calvià	0,10	0,05	135
Alcúdia	0,46	0,52	79
Argelès-sur-Mer	-	-	0
Collioure	-	-	0
Alt Maresme	0,49	0,47	156

6.3. Resultats

6.3.1. Anàlisi de regressió del preu dels hotels a les zones de platja

Al quadre II-29[17], es presenta la regressió del preu dels hotels (en logaritmes[18]). En aquest sentit, recordem que quan la variable depenent està en logaritmes l'efecte de la variable explicativa sobre la variable depenent és l'exponencial del seu coeficient.

Pel que fa a la categoria, el fet que un hotel sigui de dues, tres, quatre i cinc estrelles augmenta el preu de l'habitació respecte al preu d'un hotel d'una estrella, respectivament, en un 43,45%, un 66,45%, un 124,52% i un 79,80%. En bona lògica en augmentar la categoria, l'efecte sobre el preu és major. En el cas dels hotels de cinc estrelles el fet de que siguin pocs (2,63% de la

[17] També s'han estimat altres especificacions que incloïen les variables de distància a la platja o al centre. El fet del menor nombre d'observacions per les quals es té aquesta informació redueix l'espai mostral i la consistència de les estimacions que es tradueix en termes de multicolinealitat. Respecte a les característiques dels hotels només s'han inclòs a l'especificació final la disponibilitat de jardí, piscina i pàrquing ja que per aquestes característiques és per les que semblava més plausible, d'acord amb l'estadística descriptiva, el supòsit que si no es nombrava la característica a l'anunci del catàleg és perquè l'hotel no disposa d'aquesta. Així mateix, s'han estimat regressions on la variable de localització s'ha especificat en quatre zones: Catalunya, Balears, Alacant i Perpinyà. Totes les regressions es poden demanar als autors.

[18] Prèviament s'ha realitzat la regressió en la qual el preu s'especifica en la forma funcional Box-Cox, i s'ha obtingut un valor de $\lambda = -0.010$ amb la qual cosa no es pot rebutjar al 5% de nivell de significació la hipòtesi nul·la que $\lambda = 0$, és a dir, la idoneïtat de la forma funcional logarítmica.

mostra) i estiguin concentrats a tres poblacions pot explicar que el seu coeficient sigui menor que en el cas dels hotels de quatre estrelles.

Quant al règim, respecte a la categoria de referència (tot inclòs): un règim en pensió completa disminueix el preu de l'habitació en un 2,44%, un règim de mitja pensió ho fa en un 14,67%, un règim d'allotjament i esmorzar ho fa en un 18,82% i, per últim, un règim de només allotjament disminueix el preu de l'hotel en un 52,42%.

El tipus d'habitació afecta el preu de l'habitació, ja que una habitació individual té un preu un 25,88% inferior a l'habitació doble, mentre que el fet que l'habitació sigui del tipus *junior suite* augmenta el preu de l'habitació doble en un 45,50%.

Per últim, pel que fa a la resta de característiques de l'hotel, s'observa com l'efecte del nombre d'habitacions de l'hotel és negatiu, tot i que molt reduït: a l'augmentar en una habitació l'hotel el preu disminueix en un 0,02%. El fet que l'hotel disposi de pàrquing augmenta el preu de l'habitació en un 7,39%, mentre que el fet que l'hotel disposi de jardí augmenta el preu en un 2,80% i la disponibilitat de piscina no afecta al preu de l'habitació. El fet que tots siguin hotels que se situen a prop del mar i que més del 91% dels hotels disposen d'aquesta característica explica la no significativitat d'aquesta variable.

A continuació comentarem l'efecte que l'hotel se situï en una població o en una altra de la mostra. Així, l'exponencial del coeficient de la població en la regressió del quadre II-29, dóna compte de l'efecte que té sobre el preu d'una mateixa habitació el fet que l'hotel se situï a Lloret, Calp, Dénia, Alcúdia, Calvià, Argelès-sur-Mer o Collioure respecte a que estigui situat a l'Alt Maresme. En aquest sentit, observem com el fet que l'hotel pertanyi a Lloret de Mar augmenta el preu de l'habitació en un 2,32%, essent aquest augment del preu per a la resta de poblacions de 92,13% (Calp), 205,02% (Dénia), 131,52 (Alcúdia), 132,94% (Calvià), 151,63% (Argelès-sur-mer) i, finalment, 194,25% (Collioure).

6.3.2. Índex de preus estacionals ajustats per qualitat

Per finalitzar, l'efecte de l'estacionalitat es pot visualitzar a través del comentari dels coeficients que afecten la setmana en la qual s'ha recollit la informació del preu. Recordem que aquestes setmanes (24) van des de la primera de maig fins a la segona d'octubre. Així, es pot calcular un índex de preus setmanal de l'habitació de l'hotel en aquestes poblacions, tenint com a base 100 el preu de l'habitació en la primera setmana de maig. El resultat d'aquest índex, que

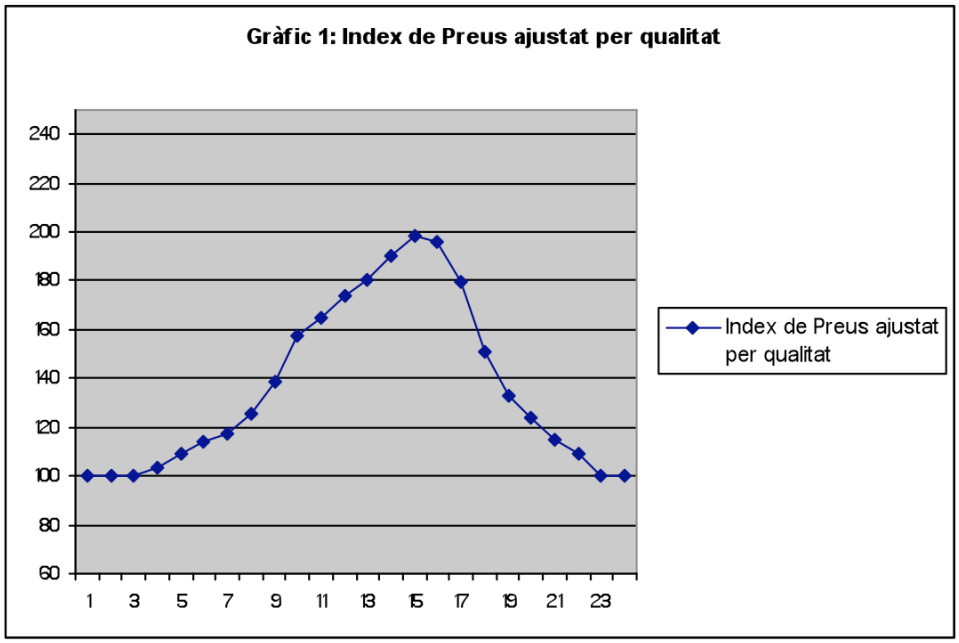
s'observa al gràfic 1, es pot entendre com un índex de preus estacional ajustat per qualitat, ja que mostra com canvia el preu d'una mateixa habitació d'hotel en una mateixa població només pel fet que canviï la setmana en la qual es recull la informació. En particular, es tracta d'un índex de preus directe de base fixa i no ponderat (Ferri i Uriel, 2005). En aquest gràfic es veu clarament l'estacionalitat del producte turístic ja que l'índex, amb base 100 per a la primera setmana de maig, té una evolució creixent al llarg de les setmanes fins arribar a un màxim (setmana 15: primera setmana completa d'agost) en què el preu d'una mateixa habitació en una mateixa localització gairebé es dobla (198,57). A partir d'aquest moment el preu de l'habitació comença a tenir una evolució decreixent, fins a tornar al valor de 100 per a les dues setmanes d'octubre observades.

Quadre II-29. Model explicatiu del preu (log) dels hotels de platja

Variable	Coeficient	t
Categoria		
1 estrella		
2 estrelles	0,3587	7,83
3 estrelles	0,5095	11,21
4 estrelles	0,8089	17,69
5 estrelles	0,5867	11,99
Població		
Alt Maresme		
Lloret de Mar	0,0235	3,34
Calp	0,6531	48,32
Dénia	1,1152	75,97
Alcúdia	0,8396	75,74
Calvià	0,8456	72,95
Argelès-sur-Mer	0,9229	53,56
Collioure	1,0793	56,11
Règim		
Només allotjament	-0,4215	-17,54
Allotjament i esmorzar	-0,1724	-14,35

Mitja pensió	-0,1369	-14,70
Pensió completa	-0,0244	-2,52
Tot inclòs		
Característiques		
Jardí	0,0280	4,87
Piscina	0,0083	0,57
Pàrquing	0,0714	11,34
Nre. d'habitacions	-0,0002	-13,92
Habitació		
Doble		
Individual	-0,2303	-9,82
Junior suite	0,3750	23,35
Setmana		
Setmana 1		
Setmana 2	0,0208	1,09
Setmana 3	0,0131	0,69
Setmana 4	0,0371	1,95
Setmana 5	0,0868	4,57
Setmana 6	0,1343	7,07
Setmana 7	0,1630	8,58
Setmana 8	0,2289	12,05
Setmana 9	0,3259	17,14
Setmana 10	0,4548	23,92
Setmana 11	0,4999	26,29
Setmana 12	0,5518	29,03
Setmana 13	0,5905	31,06
Setmana 14	0,6450	33,93
Setmana 15	0,6860	36,08

Setmana 16	0,6712	35,31
Setmana 17	0,5862	30,83
Setmana 18	0,4099	21,56
Setmana 19	0,2813	14,81
Setmana 20	0,2150	11,32
Setmana 21	0,1354	7,13
Setmana 22	0,0852	4,48
Setmana 23	0,0119	0,63
Setmana 24	0,0072	0,38
Constant	2,7620	57,33
Observacions	**11781**	
R^2	**0,78**	



6.3.3. Anàlisi de regressió del preu dels apartaments a les zones de platja

Al quadre II-30[19], es presenta la regressió del preu dels apartaments (en logaritmes[20]).

Pel que fa a la categoria, el fet que un apartament sigui de dues, tres i quatre estrelles augmenta el preu d'aquest respecte al preu d'un apartament d'una estrella, respectivament, en un 13,96%, un 28,04% i un 82,90%. En bona lògica a l'augmentar la categoria, l'efecte sobre el preu és major, i s'observa un salt quantitativament significatiu quan l'apartament és de quatre estrelles.

Pel que fa a la resta de característiques de l'apartament, s'observa com l'efecte del nombre d'habitacions de l'apartament és positiu: en augmentar en una habitació l'apartament el preu augmenta en un 20,56%[21]. El fet que l'apartament disposi de pàrquing augmenta el preu de l'apartament en un 5,85%, mentre que el fet que l'apartament disposi de jardí l'augmenta en un 2,49%. D'igual manera la disponibilitat de piscina augmenta el preu de l'apartament en un 13,76%.

A continuació, comentarem l'efecte que l'apartament se situï en una població o una altra de la mostra. Així, l'exponencial del coeficient de la població en la regressió del quadre II-30 dóna compte de l'efecte que té sobre el preu d'un mateix apartament el fet que l'apartament se situï a Lloret, a Calp, a Dénia, a Alcúdia, a Calvià, a Argelès-sur-Mer o a Collioure respecte que estigui situat a l'Alt Maresme. En aquest sentit, observem com el fet que l'apartament pertanyi a Lloret de Mar augmenta el preu de l'apartament en un 9,56%, essent aquest augment del preu de 9,15% a Alcúdia i del 28,24% a Calvià. En canvi, a la resta de poblacions el preu de

---

[19] Novament s'han estimat regressions tot incloent la distància al centre i a la platja. En aquest cas, la reducció de la mida de la mostra comportava la pèrdua d'observacions d'una població (Collioure) i, per tant, del coeficient d'aquesta. També s'han estimat regressions on la variable de localització s'ha especificat en quatre zones: Catalunya, Balears, Alacant i Perpinyà. Totes les regressions es poden demanar als autors.

[20] Prèviament s'ha realitzat la regressió on el preu s'especifica en la forma funcional Box-Cox, i s'ha obtingut un valor de $\lambda = -0.029$ amb la qual cosa no es pot rebutjar al 5% de nivell de significació la hipòtesi nul·la que $\lambda = 0$, és a dir, la idoneïtat de la forma funcional logarítmica.

[21] Un efecte similar s'observa si a la regressió incorporem el nombre de persones màxim per al qual es permet llogar-lo, ja que la correlació entre ambdues variables es gairebé del 67%.

l'apartament disminueix en relació amb el de l'Alt Maresme. En particular aquestes disminucions són del 12,19% (Calp), el 10,41% (Dénia), el 24,76% (Argelès-sur-Mer) i, finalment, el 19,33% (Collioure).

6.3.4. Índex de preus estacionals ajustats per qualitat

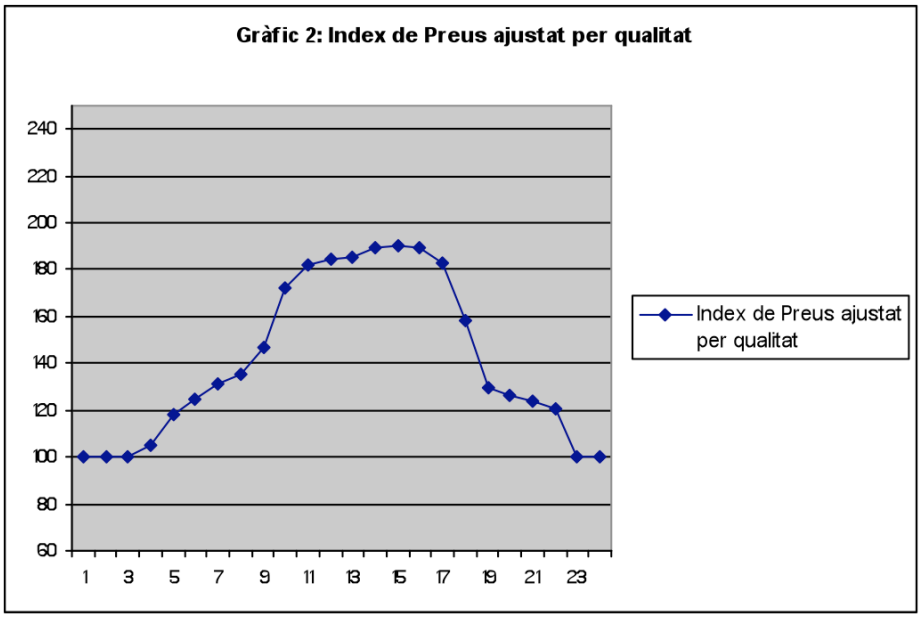
De la mateixa manera que es va dur a terme en el cas dels hotels, l'efecte de l'estacionalitat es pot analitzar a través del comentari dels coeficients que afecten la setmana (24 en total) en la qual s'ha recollit la informació del preu. Així, es pot calcular un índex de preus estacional directe, de base fixa i no ponderat del preu de l'apartament en aquestes poblacions, que té com a base 100 el preu de l'habitació en la primera setmana de maig. El resultat d'aquest índex, que s'observa al gràfic 2, mostra clarament l'estacionalitat del producte turístic ja que l'índex té una evolució creixent al llarg de les setmanes fins arribar a un màxim (setmana 15: primera setmana completa d'agost) on el preu d'un mateix apartament en una mateixa localització gairebé es dobla (190,34). A partir d'aquest moment el preu de l'habitació comença a tenir una evolució decreixent, fins a tornar al valor de 100 per a les dues setmanes d'octubre observades.

Quadre II-30. Model explicatiu del preu (log) dels apartaments de platja

Variable	Coeficient	t
Categoria		
1 estrella	-	-
2 estrelles	0,1307	7,94
3 estrelles	0,2471	14,75
4 estrelles	0,6038	24,95
Població		
Alt Maresme	-	-
Lloret de Mar	0,0913	4,18
Calp	-0,1300	-7,00
Dénia	-0,1100	-5,72

Alcúdia	0,0876	4,00
Calvià	0,2487	11,47
Argelès-sur-Mer	-0,2845	-12,20
Collioure	-0,2149	-10,69
Característiques		
Jardí	0,0246	2,69
Piscina	0,1289	11,81
Pàrquing	0,0569	6,79
Nre. d'habitacions	0,1870	32,45
Setmana		
Setmana 1	-	-
Setmana 2	0,0060	0,24
Setmana 3	0,0108	0,43
Setmana 4	0,0499	1,99
Setmana 5	0,1694	6,76
Setmana 6	0,2205	8,81
Setmana 7	0,2689	10,76
Setmana 8	0,3050	12,18
Setmana 9	0,3824	15,29
Setmana 10	0,5456	21,76
Setmana 11	0,5997	23,95
Setmana 12	0,6129	24,48
Setmana 13	0,6160	24,60
Setmana 14	0,6406	25,59
Setmana 15	0,6437	25,67
Setmana 16	0,6404	25,54
Setmana 17	0,6056	24,19
Setmana 18	0,4601	18,35

Setmana 19	0,2568	10,25
Setmana 20	0,2358	9,42
Setmana 21	0,2147	8,58
Setmana 22	0,1905	7,61
Setmana 23	0,0004	0,02
Setmana 24	-0,0091	-0,36
Constant	3,2740	110,76
Observacions	**4441**	
R^2	**0,6612**	



6.4. Comparació de valoracions de les característiques

Al quadre II-31 es mostra una comparativa de la valoració de les característiques comunes als hotels i apartaments, destacant, en cada cas, on es valoren més i la diferència de punts percentuals. Així, podem observar com a l'hotel es valora considerablement més (22 punts percentuals) el fet de que sigui de dues o tres estrelles en relació amb el fet de ser d'una estrella, (de fet, es valora igual la diferència entre dues i tres estrelles en ambdues formes d'allotjament). Quan la comparativa és entre quatre estrelles i una estrella, la valoració és marginalment superior en el cas dels apartaments. La disponibilitat de pàrquing i jardí també són característiques que es valoren marginalment millor (al voltant d'un punt percentual) en el cas dels hotels. En canvi, la disponibilitat de piscina és una característica que es valora molt més en el cas de l'apartament que en el cas dels hotels (14 punts percentuals). Aquest fet pot explicar-se per la major variabilitat d'aquesta variable en el cas de la mostra dels apartaments, ja que, en aquest cas, un 25,80% dels apartaments de la mostra no disposen de piscina.

Quadre II-31. Comparativa de la valoració de les característiques

Variable	Valoració
Categoria	
2 estrelles	Hotel (22)
3 estrelles	Hotel (22)
4 estrelles	Apartament (1)
Pàrquing	Hotel (1)
Piscina	Apartament (14)
Jardí	Hotel (Menys d'1)

6.5. Comparació de valoracions de les poblacions

Al quadre II-32 es mostra una comparativa de les valoracions de la localització dels hotels i dels apartaments. En primer lloc, observem com els índexs de localització presenten una dispersió molt menor quan es tracta de valorar la localització d'un mateix apartament que quan es tracta de valorar la localització d'una mateixa habitació d'hotel. Així, la diferència entre les valoracions de les localitats que més (Dénia i Collioure) i menys (Alt Maresme i Lloret)

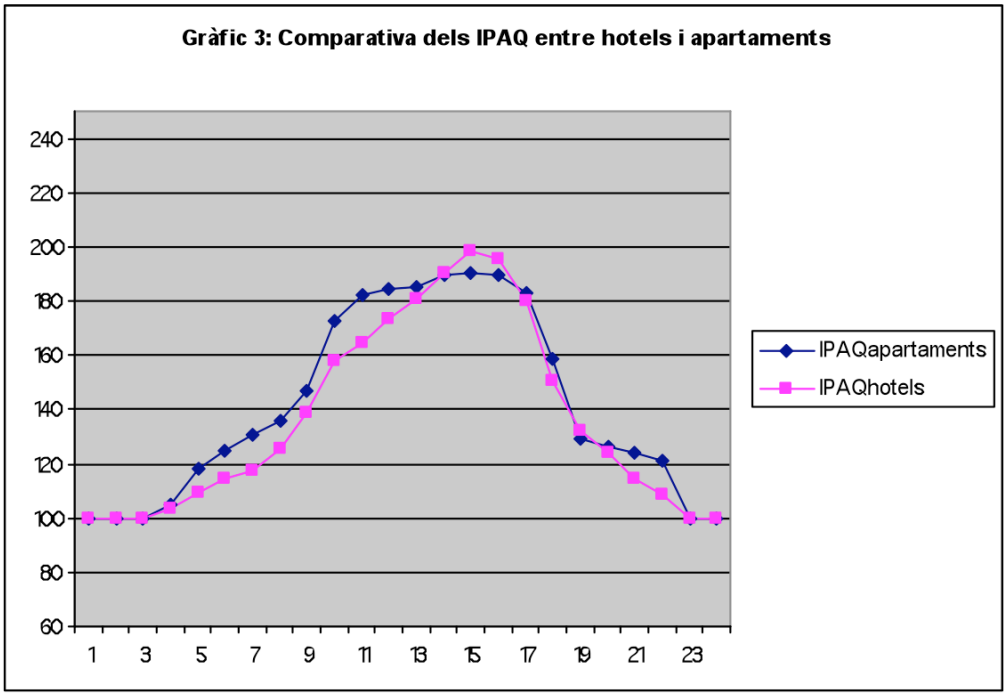
augmenten la valoració del seus hotels és més del 200%, mentre que en el cas dels apartaments aquesta diferència és poc més del 50%. En segon lloc, en els hotels, la valoració de les localitats de l'Alt Maresme i Lloret és molt inferior que la de la resta de localitats, mostrant així, una política de servei molt basada en els preus dirigida a un turista de nivell socioeconòmic baix que pren les decisions únicament en base a aquesta variable. En el cas dels apartaments, la política de preus per a aquestes localitats no sembla tan visiblement agressiva essent, de fet, les localitats catalanes estudiades les que fan augmentar més el preu dels apartaments juntament amb les localitats balears.

Quadre II-32. Comparativa de la valoració de la localització

Variable	Valoració hotels	Valoració apartaments
Alt Maresme	100	100
Lloret	102,32	109,56
Alcúdia	231,52	109,15
Calvià	232,94	128,24
Collioure	294,25	80,67
Argelès-sur-mer	251,63	75,24
Dénia	305,02	89,59
Calp	192,13	87,81

6.6. Comparació dels índexs de preus estacionals ajustats per qualitat

En el gràfic 3 es presenten, en un mateix gràfic, els índexs de preus estacionals ajustats per qualitat (IPAQ) per als hotels i els apartaments. Tot i l'evolució similar d'ambdós índexs, fortament marcada pel fenomen de l'estacionalitat, es poden observar petites diferències. D'aquesta manera, s'observa una lleugera menor estacionalitat en els hotels durant la majoria del període, especialment entre les setmanes 5 i 12. Per altra banda, l'excepció a aquest comportament genèric és a les setmanes 15 i 16 on es troba el valor màxim en ambdós casos. En aquest cas l'índex de preus ajustat per qualitat dels hotels és major que el dels apartaments.


Gràfic 3: Comparativa dels IPAQ entre hotels i apartaments
240
220
200
180
160
140
120
100
80
60
1
3
5
7
9
11
13
15
17
19
21
23
IPAQapartaments
IPAQhotels

7. Dades de poblacions de muntanya

7.1. Estadística descriptiva dels hotels de turisme de muntanya

A continuació, es presenten un conjunt de quadres amb la informació necessària per caracteritzar la mostra d'hotels utilitzada. En primer lloc (quadre II-33), si fem una comparativa del nombre d'hotels en les diferents poblacions podem observar que les poblacions més representades a la mostra són l'Alto Gállego i Jaca (amb un 32,88% i un 28,77% respectivament), mentre que a l'extrem contrari trobaríem Les Angles amb un 4,11%. Finalment, els pesos a la mostra de Font-Romeu i Foix són del 13,70% i el 20,55%, respectivament.

Quadre II-33. Nombre d'hotels per poblacions

Hotels	%
Alto Gállego	32,88
Jaca	28,77
Font-Romeu	13,70
Foix	20,55
Les Angles	4,11

Si efectuem la mateixa anàlisi per zones (quadre II-34), veiem que el major volum d'allotjament hoteler es troba a Aragó (61,64%). En segon lloc trobem la regió de Languedoc-Rousillon, amb un volum del 17,81%, i finalment el Midi-Pyrénées, amb un 20,55%.

Quadre II-34. Nombre d'hotels per zones

Zona	%
Aragó	61,64
Languedoc-Rousillon	17,81
Midi-Pyrénees	20,55

Tot seguit es mostra una divisió per categories del conjunt d'allotjaments hotelers de la nostra mostra. Veiem que la categoria d'hotel predominant és la de 2 estrelles (50,68%), seguida de la

de 3 estrelles, amb un 21,92%. Amb percentatges inferiors trobem els hotels d'1 estrella (12,33%) i els de 4 estrelles (10,96%). Finalment, i amb el menor percentatge, trobem la categoria d'hostal, que representa únicament el 4,11% de la mostra.

Quadre II-35. Categoria dels hotels de la mostra

Categories	%
Hostal	4,11
1 estrella	12,33
2 estrelles	50,68
3 estrelles	21,92
4 estrelles	10,96

Pel que fa als règims d'allotjament (quadre II-36), els més oferts són els d'*allotjament i esmorzar* i el de *mitja pensió* (amb un 43,18% i un 39,68%, respectivament). Amb percentatges notablement inferiors apareixen els règims de *pensió completa* (14,48%) i el de *només allotjament* (2,65%). Aquestes dades mostren un comportament diferent respecte als hotels de platja, on acostuma a imposar-se els règims de *mitja pensió* i *pensió completa*.

Quadre II-36. Règim dels hotels de la mostra

Règim	%
Només allotjament	2,65
Allotjament i esmorzar	43,18
Mitja pensió	39,68
Pensió completa	14,48

Quant al tipus d'habitació, predomina l'habitació doble amb un 58,19%, seguida de la individual, amb un 40,04%. En tercer lloc i com a molt poc representativa trobem la modalitat *junior suite*, amb un 1,77%.

Quadre II-37. Tipus d'habitació dels hotels de la mostra

Habitació	%
Individual	40,04
Doble	58,19
Junior suite	1,77

Al quadre següent es mostra la mitjana i la desviació típica d'algunes de les característiques dels hotels de la mostra. Pel que fa a les variables de distància trobem que, de mitjana, els hotels es troben a uns 17 km de l'estació d'esquí més propera i a uns 330 metres del transport públic. Per últim, la variable preu ens indica que el preu mitjà per habitació és de 85,56 €. Cal indicar la gran variabilitat (relativa a la mitjana) existent en la informació de les distàncies a l'estació d'esquí i, sobretot, al transport públic, procedent del fet que en diverses ocasions la informació existent a les fonts d'informació no era del tot precisa.

Quadre II-38. Estadística descriptiva d'algunes característiques dels hotels[22]

Variable	Mitjana	Desv.típica	Observacions
Distància a l'estació d'esquí	16,54	11,36	60
Distància al transport públic	0,33	0,35	57
Preu	85,56	40,84	73

Finalment, al quadre II-39 es mostra el percentatge d'hotels de la mostra que disposen d'unes certes de característiques. Respecte a les instal·lacions esportives, veiem que és lleugerament major el nombre d'hotels que no disposen d'aquestes instal·lacions (51,39%). Quant a l'aire condicionat, el 100% dels hotels de la mostra en tenen. El 75% dels hotels estudiats incorporen sala de televisió, i més del 70% disposen de restaurant. Quant al bar, només el 53,57% l'incorporen a les seves instal·lacions. Pel que fa als serveis d'animació, els inclouen

[22] Cal fer esment que les característiques *distàncies a transport públic* i *distància a l'estació d'esquí*, com es veu a la columna d'observacions, no es tenen per a totes les poblacions.

aproximadament un 92% dels hotels de la mostra. Finalment, el 58,33% disposen de jardí i més del 73% de pàrquing[23].

Quadre II-39. Disponibilitat de característiques dels hotels de la mostra

Característiques	%
Instal·lacions esportives	48,61
Aire condicionat	100,00
Sala de TV	75,00
Restaurant	70,37
Bar	53,57
Animació	92,31
Jardí	58,33
Pàrquing	73,33

7.1.1. Anàlisi descriptiva per poblacions

Pel que fa a l'estadística descriptiva per poblacions, es presenten a continuació els quadres que fan referència a les característiques de les quals es té informació per a totes les poblacions. Així, per exemple, el quadre II-40 recull la mitjana i la desviació típica dels preus per habitació segons la població. Cal dir que la mitjana de preus més elevada la trobem als hotels de Font-Romeu (105,82 €), Foix (98,66 €) i l'Alto Gállego (94,18 €). Amb mitjanes inferiors trobem els hotels de Les Angles i Jaca, amb preus que fluctuen entre els 68 i el 75 €.

[23] Cal esmentar que el percentatge reduït en la disponibilitat d'alguna d'aquestes característiques es deu al fet que només es considera que l'hotel disposa d'aquesta característica quan l'explicita en la seva descripció, fet que no té per què suposar, en el 100% dels casos, que l'hotel no gaudeixi d'aquesta característica.

Quadre II-40. Mitjana del preu per poblacions de la mostra

Preu	Mitjana	Desv. típica
Alto Gállego	94,18	43,60
Jaca	74,75	38,17
Font-Romeu	105,82	34,09
Foix	98,66	15,27
Les Angles	68,23	22,79

Respecte a la categoria dels hotels segons població, apreciem que la distribució dels hotels per categories no segueix un patró comú sinó que varia notablement a cada població. També cal esmentar que no es disposa de dades d'hotels de 5 estrelles, i que en el cas de Jaca s'ha introduït també la categoria hostal. Així, per exemple, veiem que la població Alto Gállego mostra una distribució de categories bastant uniforme, en que és la de dues estrelles (37,51%) la que més destaca. Pel que fa a Jaca, aquesta és la població que mostra més varietat de categories, destacant les de 2 i 3 estrelles (28,57%). Per altra banda les poblacions franceses són les que mostren menys varietat. En el cas de Font-Romeu trobem un 70% d'hotels de 2 estrelles i un 30% de tres estrelles. Foix mostra únicament una oferta hotelera de 2 estrelles, i Les Angles una majoria hotels d'1 estrella.

Quadre II-41. Categoria dels hotels per poblacions de la mostra

Categories	Alto Gállego	Jaca	Font-Romeu	Foix	Les Angles
Hostal	-	14,29	-	-	-
1 estrella	20,83	19,05	-	-	80,00
2 estrelles	37,51	28,57	70,00	100,00	13,33
3 estrelles	20,83	28,57	30,00	-	6,67
4 estrelles	20,83	9,52	-	-	-

Pel que fa als tipus de règims predominants a cada població, podem dir que el règim *d'allotjament i esmorzar* és el més ofert a la zona d'Aragó, mentre que a les poblacions franceses s'imposa el de la *mitja pensió*. Cal destacar el règim de *només allotjament* que únicament apareix a la població de Les Angles, encara que ho fa amb un pes important.

Quadre II-42. Règim dels hotels per poblacions de la mostra

Règim	Alto Gállego	Jaca	Font-Romeu	Foix	Les Angles
Només allotjament	-	-	-	-	40
Allotjament i esmorzar	51,04	44,12	38,89	-	6,67
Mitja pensió	42,71	32,29	44,44	60	53,33
Pensió completa	6,25	23,59	16,67	40	-

7.2. Estadística descriptiva dels apartaments de turisme muntanya

La informació necessària per caracteritzar la mostra d'apartaments utilitzada es pot observar als quadres II-43 a II-52. En primer lloc observem que el quadre II-43, la representació entre poblacions és bastant equitativa. Amb la major representació trobem la població de Font-Romeu (33,42%), i a l'extrem contrari, Les Angles (16,71%).

Quadre II-43. Nombre d'apartaments per poblacions

Apartaments	%
Alto Gállego	26,49
Jaca	23,39
Font-Romeu	33,42
Foix	16,71

Si realitzem la mateixa anàlisi per zones (quadre II-44) veiem que el major volum d'apartaments es troba a Aragó (49,88%), seguit de Languedoc-Rousillon (33,42%), i, finalment, Midi-Pyrénées (16,71%).

Quadre II-44. Nombre d'apartaments per zones

Zona	%
Aragó	49,88
Languedoc-Rousillon	33,42
Midi-Pyrénees	16,71

A continuació, (quadre II-45) es mostra una divisió per categories del conjunt d'apartaments de la nostra mostra. Veiem que la categoria predominant és la de 2 claus (40,51%), encara que el pes dels apartaments sense categoria és també molt elevat (33,63%). Això fa que més del 80% de l'oferta d'apartaments turístics de la mostra estigui format per allotjaments amb categoria d'2 claus o inferior.

Quadre II-45. Categoria dels apartaments de la mostra

Categories	%
Sense categoria	33,63
1 clau	6,72
2 claus	40,51
3 claus	19,15

Pel que fa a la capacitat dels apartaments (quadre II-46), la més habitual és la de 4 persones (34,49%), seguida de la de 2 i 6 persones (aproximadament el 24% cadascuna). La resta mostra un percentatge que no supera el 8%.

Quant al nombre d'habitacions per apartament (quadre II-47), predominen els apartaments de 2 habitacions, amb un 41,06%, seguits dels d'una habitació, amb 25,63% i els de 3 habitacions (16,67%). Els apartaments amb major nombre d'habitacions no superen el 6% individualment i el 17% de forma conjunta.

Quadre II-46. Nombre de persones dels apartaments de la mostra

Capacitat	%
1 persona	1,11
2 persones	24,34
3 persones	4,46
4 persones	34,49
5 persones	7,80
6 persones	24,46
Més de 6 persones	3,33

Quadre II-47. Nombre d'habitacions dels apartaments de la mostra

Habitacions	%
1 habitació	25,63
2 habitacions	41,06
3 habitacions	16,67
4 habitacions	3,26
5 habitacions	5,57
6 habitacions	3,34
Més de 7 habitacions	4,44

Al quadre següent (quadre II-48) es mostra la mitjana i desviació típica de les variables de ubicació, mida i preu dels apartaments de la mostra. Una d'aquestes variables és la distància a l'estació d'esquí més propera que, de mitjana, és de 10,66 quilòmetres. Les dades de superfície mostren que, de mitjana, els apartaments de la mostra són de 57,31 metres quadrats. Per últim, la variable preu ens indica que el preu mitjà d'un apartament per nit és de 78,59 €. Cal indicar la gran variabilitat (relativa a la mitjana) existent en la informació de la distància a l'estació d'esquí.

Quadre II-48. Estadística descriptiva d'algunes característiques dels apartaments

Variable	Mitjana	Desv.típica	Observacions
Distància a l'estació d'esquí	10,66	8,58	75
Superfície	57,31	25,34	32
Preu	78,59	42,61	90

7.2.1. Anàlisi descriptiva dels apartaments per poblacions

Pel que fa a l'estadística descriptiva per poblacions, es presenten a continuació els quadres que fan referència a les característiques de les quals es té informació per a totes les poblacions. El quadre II-49 recull la mitjana i desviació típica dels preus per apartament i nit segons població. Cal dir que la mitjana de preus més elevada la trobem als apartaments de Jaca (102,67 €), mentre que la més baixa es dóna als apartaments de Foix (46,14 €).

Quadre II-49. Mitjana del preu per poblacions de la mostra

Preu	Mitjana	Desv.estàndard	Observacions
Alto Gállego	63,64	40,47	24
Jaca	102,67	44,49	21
Font-Romeu	89,83	38,41	30
Foix	46,14	10,57	15

A continuació trobem informació referent a la categoria dels apartaments segons població (quadre II-50). En primer lloc destaca la variabilitat de la distribució en categories dels apartaments de la mostra. Quant a l'Alto Gállego i Jaca, destaca la forta presència a la mostra d'allotjaments de turisme rural (70,87% i 61,90% respectivament), i no s'han observat apartaments de més de 2 claus. D'altra banda, a Font-Romeu i Foix els ofereixen d'1, 2 i 3 claus. En aquest últim cas, predominen els apartaments de 2 i 3 claus.

Quadre II-50. Categoria dels apartaments per poblacions de la mostra

Categories	Alto Gállego	Jaca	Font-Romeu	Foix
Casa rural	70,87	61,90	-	-
1 clau	4,05	9,52	6,67	7,14
2 claus	25,08	28,57	53,33	57,14
3 claus	-	-	40,00	35,71

Pel que fa a la capacitat dels apartaments (quadre II-51), s'observa com als apartaments d'Aragó, la capacitat és de 2, 4 i 6 persones, mentre que els apartaments de les zones franceses presenten una major diversitat quant a capacitat, tot i que predominin els apartaments per 4 persones.

Quadre II-51. Nombre de persones dels apartaments de la mostra

Capacitat	Alto Gállego	Jaca	Font-Romeu	Foix
1 persona	-	-	-	6,67
2 persones	58,53	23,81	10,00	-
3 persones	-	-	6,67	13,33
4 persones	25,00	33,33	33,33	53,33
5 persones	-	-	16,67	13,33
6 persones	16,67	33,33	30,00	13,33
Més de 6 persones	-	9,52	3,33	-

Quant al nombre d'habitacions per apartament (quadre II-52), la distribució també canvia segons si l'apartament és d'Aragó o de les zones franceses. Així, en aquest cas observem més varietat a la distribució dels apartaments d'Aragó que als de les localitats franceses. No obstant això, en tots els casos predominen els apartaments de menys de 4 habitacions, i destaca la presència dels apartaments de dues habitacions, que són el grup majoritari a l'Alto Gállego i a Foix i el segon grup en importància a Jaca (per darrera dels apartaments de 3 habitacions) i a Font-Romeu (per darrere dels apartaments d'una habitació).

Quadre II-52. Nombre d'habitacions dels apartaments de la mostra

Habitacions	Alto Gállego	Jaca	Font-Romeu	Foix
1 habitació	12,50	9,52	53,33	13,33
2 habitacions	37,50	28,57	36,67	73,33
3 habitacions	8,33	42,86	6,67	13,33
4 habitacions	8,33	-	3,33	-
5 habitacions	12,50	9,52	-	-
Més de 6 habitacions	21,83	9,52	-	-

7.3. Resultats

7.3.1. Anàlisi de regressió del preu dels hotels a les zones de muntanya

Al quadre II-53[24] es presenta la regressió del preu dels hotels (en logaritmes[25]). Quant al comentari dels coeficients, i pel que fa a la categoria, el preu de l'habitació d'un hostal es veu reduït en un 125,18% respecte al fet de ser un hotel de quatre estrelles. En aquest sentit, les reduccions en el preu de l'habitació dels hotels d'una, dues i tres estrelles respecte al preu d'un hotel de quatre estrelles són, respectivament, en un 124,39%, un 74,77% i un 28,63%. En bona lògica a l'augmentar la categoria, l'efecte sobre el preu és major.

Quant al règim, respecte a la categoria de referència (pensió completa): un règim en mitja pensió disminueix el preu de l'habitació en un 12,91%, un règim d'allotjament i esmorzar ho fa en un 50,42%, i un règim de només allotjament ho fa en un 46,18%. De tota manera, la diferència entre aquestes dues darreres categories no és estadísticament significativa.

[24] Addicionalment, s'han estimat altres especificacions que incloïen les variables de distància a l'estació d'esquí, la disponibilitat de piscina o la disponibilitat de pàrquing. El fet del menor nombre d'observacions per a les quals es té aquesta informació (no es té aquesta informació per a les poblacions de Font-Romeu i Les Angles) redueix l'espai mostral, la riquesa i la consistència de les estimacions. Així mateix, s'han estimat regressions on la variable de localització s'ha especificat en tres zones: Saragossa, Midi-Pirénées i Perpinyà. Totes les regressions es poden demanar als autors.

[25] Prèviament s'ha realitzat la regressió on el preu s'especifica en la forma funcional Box-Cox, amb l'obtenció d'un valor de $\lambda = -0.025$ amb la qual cosa no es pot rebutjar al 5% de nivell de significació la hipòtesi nul·la que $\lambda = 0$, és a dir, la idoneïtat de la forma funcional logarítmica.

El tipus d'habitació afecta al preu de l'habitació ja que una habitació individual té un preu un 35,29% inferior a l'habitació doble, mentre que el fet que l'habitació sigui del tipus *junior suite* disminueix el preu de l'habitació doble només en un 4,62%. Per últim, el fet que l'hotel disposi de jardí no afecta al preu del metre quadrat de l'habitació.

A continuació, comentarem l'efecte que l'hotel se situï en una població o en una altra de la mostra. Així, l'exponencial del coeficient de la població en la regressió del quadre II-53 dóna compte de l'efecte que té sobre el preu d'una mateixa habitació el fet de que l'hotel se situï a l'Alto Gállego, Jaca, Font-Romeu o Les Angles respecte al fet que se situï a Foix. En aquest sentit observem com el fet que l'hotel pertanyi a Font-Romeu augmenta el preu de l'habitació en un 45,16%, aquest augment del preu per la resta de poblacions és del 43,89% (Alto Gállego), i, finalment, del 25,46% (Jaca).

7.3.2. Índex de preus estacionals ajustats per qualitat

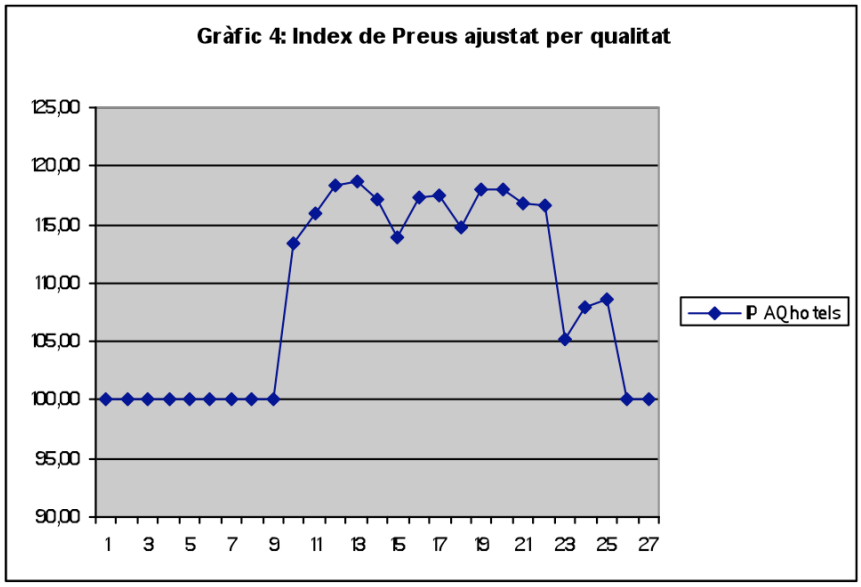
Finalment, l'efecte de l'estacionalitat es pot visualitzar a través del comentari dels coeficients que afecten la setmana en la qual s'ha recollit la informació del preu. Aquestes setmanes (27) van des de la primera de juliol de l'any 2007 fins a la primera de gener de l'any 2008. Així es pot calcular un índex de preus setmanal de l'habitació de l'hotel (índex de preus estacional ajustat per qualitat) en aquestes poblacions, tenint com a base 100 el preu de l'habitació la primera setmana de juliol.

En el gràfic 4 s'observa que, a diferència del cas dels hotels a les zones de platja, l'índex, amb base 100 per a la primera setmana de juliol, té una evolució irregular al llarg de les setmanes observades. Així, s'observa com al llarg dels primers dos mesos (juliol i agost), els preus no varien de forma significativa, mentre que, des d'aleshores i fins a la primera setmana de desembre (setmana 22), els preus augmenten, en relació amb aquests primers mesos, entre un 13% i un 19% (el preu màxim s'obté la setmana 13, quan els preus, en relació amb el moment base, augmenten un 18,69%). Durant aquest període, s'observen petits pics que coincideixen amb els festius en cada territori. Finalment, a partir de la setmana 23, l'índex evoluciona fins a situar-se, novament, al nivell 100.

Quadre II-53. Model explicatiu del preu (log) dels hotels de muntanya

Variable	Coeficient	t
Categoria		
Hostal	-0.8118	-44.70
1 estrella	-0.8082	-62.86
2 estrelles	-0.5583	-45.92
3 estrelles	-0.2518	-21.68
4 estrelles		
Població		
Alto Gállego	0.3639	19.72
Jaca	0.2268	11.88
Font-Romeu	0.3726	17.82
Foix		
Règim		
Només allotjament	-0.3797	-13.60
Allotjament i esmorzar	-0.4083	-38.57
Mitja pensió	-0.1214	-11.17
Pensió completa		
Característiques		
Jardí	-0.0108	-1.33
Habitació		
Doble		
Individual	-0.3023	-41.96
Junior suite	-0.0451	-1.67
Setmana		
Setmana 1		
Setmana 2	0.0036	0.15
Setmana 3	0.0052	0.22

Setmana 4	0.0066	0.27
Setmana 5	-0.0079	-0.33
Setmana 6	-0.0057	-0.23
Setmana 7	-0.0034	-0.14
Setmana 8	-0.0148	-0.60
Setmana 9	-0.0378	-1.57
Setmana 10	-0.1250	-5.19
Setmana 11	-0.1474	-6.12
Setmana 12	-0.1681	-6.98
Setmana 13	-0.1708	-7.09
Setmana 14	-0.1579	-6.56
Setmana 15	-0.1307	-5.43
Setmana 16	-0.1598	-6.64
Setmana 17	-0.1612	-6.69
Setmana 18	-0.1383	-5.73
Setmana 19	-0.1651	-6.87
Setmana 20	-0.1656	-6.88
Setmana 21	-0.1559	-6.48
Setmana 22	-0.1544	-6.41
Setmana 23	-0.0507	-2.11
Setmana 24	-0.0767	-3.18
Setmana 25	-0.0824	-3.42
Setmana 26	0.0201	0.84
Setmana 27	0.0174	0.72
Constant	4,9930	166,75
Observacions	**5946**	
R^2	**0,67**	



7.3.3. Anàlisi de regressió del preu dels apartaments a les zones de muntanya

Al quadre II-54[26], es presenta la regressió del preu dels apartaments (en logaritmes[27]).

Pel que fa a la categoria, el fet que un apartament sigui d'una o dues estrelles en fa disminuir el preu, respecte al preu d'una casa rural, en un 12,20%, i un 6,59%, respectivament. En canvi, es produeix un canvi de tendència en realitzar la comparativa de la casa rural amb un apartament de tres estrelles, ja que ara el preu és superior en el cas dels apartaments de tres estrelles en un 9,76%.

Pel que fa a la resta de característiques de l'apartament, s'observa com l'efecte del nombre d'habitacions de l'apartament és positiu: a l'augmentar en una habitació l'apartament el preu augmenta en un 1,10%. Així mateix, i per controlar l'escala, a l'augmentar en una persona el

[26] Novament s'han estimat regressions tot incloent la distància a l'estació d'esquí més propera. En aquest cas, la reducció de la mida de la mostra comportava la pèrdua d'observacions d'una població (Foix) i, per tant, del coeficient d'aquesta. També s'han estimat regressions on la variable de localització s'ha especificat en tres zones: Saragossa, Midi-Pyrénée i Perpinyà. Totes les regressions es poden demanar als autors.

[27] Prèviament s'ha realitzat la regressió on el preu s'especifica en la forma funcional Box-Cox, i s'ha obtingut un valor de $\lambda = -0.029$ amb la qual cosa no es pot rebutjar al 5% de nivell de significació la hipòtesi nul·la que $\lambda = 0$, és a dir, la idoneïtat de la forma funcional logarítmica.

nombre de persones màxim al qual es pot llogar l'apartament o la casa rural, el preu augmenta en un 11,71%.

Respecte a l'efecte que l'apartament o la casa rural se situï en una població o una altra de la mostra (exponencial del coeficient de la població al quadre II-54). En aquest sentit observem com el fet que l'apartament pertanyi a la població de l'Alto Gállego augmenta el preu de l'apartament en un 36,87%, augment que és del 100,26% a Jaca, i del 69,33%, a Font-Romeu.

7.3.4. Índex de preus estacionals ajustats per qualitat

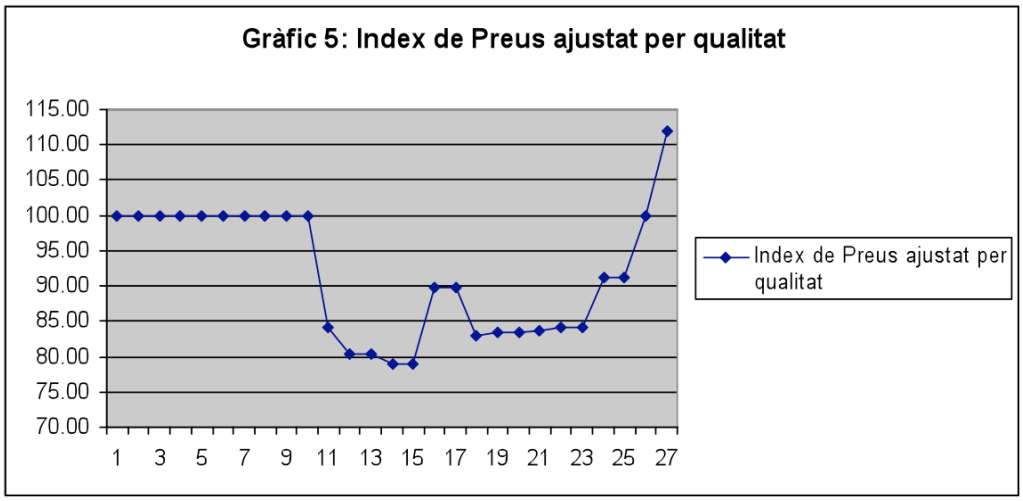
L'efecte de l'estacionalitat es pot analitzar a través del comentari dels coeficients que afecten la setmana (27 en total) en la qual s'ha recollit la informació del preu. Així, es pot calcular un índex de preus estacional directe, de base fixa i no ponderat, del preu de l'apartament en aquestes poblacions, tenint com a base 100 el preu de l'habitació a la primera setmana de juliol. El resultat d'aquest índex, que s'observa al gràfic 5, mostra clarament un comportament irregular però diferent del que hem vist en el cas dels hotels de muntanya. Així, observem com els preus semblen tenir un comportament decreixent respecte al moment base, ja que l'índex comença a decréixer significativament a partir de la setmana 11 (principis de setembre). Aquest decreixement (que té un patró similar a una U, i que arriba al mínim la setmana 14: 78,96), torna a la base 100 la setmana 26. La primera setmana de gener mostra un patró diferent amb un creixement dels preus d'un 12,03%, molt probablement per l'efecte "cap d'any". En qualsevol cas, per a les zones de muntanya no hem observat, ni en hotels ni en apartaments, pautes clarament estacionals com succeïa en el cas de les zones de platja.

Quadre II-54. Model explicatiu del preu (log) dels apartaments de muntanya

Variable	Coeficient	t
Categoria		
Casa rural		
1 estrella	-0.1151	-3.82
2 estrelles	-0.0638	-2.68

3 estrelles	0.0932	2.95
Població		
Alto Gállego	0.3139	12.22
Jaca	0.6945	25.78
Font-Romeu	0.5267	27.16
Foix		
Característiques		
Nombre de persones	0.1107	24.85
Nombre d'habitacions	0.0110	3.60
Setmana		
Setmana 1		
Setmana 2	-0.0696	-1.50
Setmana 3	-0.0890	-1.92
Setmana 4	-0.0870	-1.88
Setmana 5	-0.0717	-1.55
Setmana 6	-0.0675	-1.46
Setmana 7	-0.0262	-0.57
Setmana 8	0.0544	1.17
Setmana 9	0.0498	1.08
Setmana 10	-0.0176	-0.38
Setmana 11	-0.1740	-3.76
Setmana 12	-0.2184	-4.72
Setmana 13	-0.2190	-4.73
Setmana 14	-0.2362	-5.10
Setmana 15	-0.2357	-5.09
Setmana 16	-0.1077	-2.33
Setmana 17	-0.1084	-2.34
Setmana 18	-0.1868	-4.03

Setmana 19	-0.1814	-3.92
Setmana 20	-0.1812	-3.91
Setmana 21	-0.1771	-3.82
Setmana 22	-0.1739	-3.76
Setmana 23	-0.1729	-3.73
Setmana 24	-0.0913	-1.97
Setmana 25	-0.0913	-1.97
Setmana 26	0.0112	0.24
Setmana 27	0.1136	2.39
Constant	3,4501	79,72
Observacions	**2395**	
R^2	**0,5624**	



7.4. Comparació en la valoració de les característiques

En el cas de les zones de muntanya, l'única característica comuna a la mostra dels hotels i apartaments és la categoria de l'hotel/apartament. En aquest sentit, el quadre II-55 presenta una comparativa de com es valora la categoria en hotels i apartaments. De la seva lectura s'observa com l'efecte de passar d'un allotjament d'una estrella a dues estrelles és major en el cas de l'hotel (en 20 punts percentuals), com també ho és l'efecte de passar d'un allotjament d'una a tres estrelles (en 35 punts percentuals).

Quadre II-55. Comparativa de la valoració de les característiques

Variable	Valoració
Categoria	
2 estrelles	Hotel (20)
3 estrelles	Hotel (35)
4 estrelles	-

7.5. Comparació de valoracions de les poblacions

Al quadre II-56 es mostra una comparativa de les valoracions de la localització als hotels i als apartaments. Observem com els índexs de localització presenten una dispersió major quan es tracta de valorar la localització d'un mateix apartament que quan es tracta de valorar la localització d'una mateixa habitació d'hotel. Així, la diferència entre les valoracions de les localitats que més (Font-Romeu) i menys (Foix) augmenten la valoració del seus hotels és del 45%, mentre que en el cas dels apartaments –en aquest cas, entre Jaca i Foix– aquesta diferència és de més del 100%.

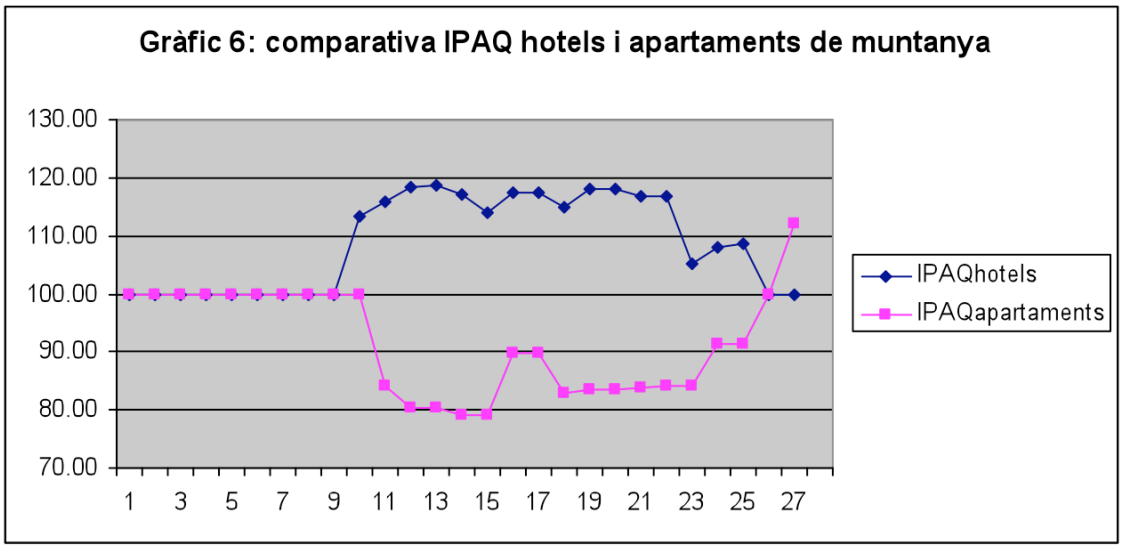
Quadre II-56. Comparativa de la valoració de la localització

Variable	Valoració hotels	Valoració apartaments
Foix	100	100
Alto Gállego	143.89	136.87
Jaca	125.46	200.26
Font-Romeu	145.16	169.33

7.6. Comparació dels índexs de preus estacionals ajustats per qualitat

En el gràfic 6 es presenten, en un mateix gràfic, els índexs de preus estacionals ajustats per qualitat (IPAQ) per als hotels i els apartaments de muntanya. Tot i l'evident diferència entre els dos índexs, ja que entre la setmana 10 i la 24 mostren una pauta inversa (d'U en el cas dels apartaments i d'U invertida en el cas dels hotels), evidenciant així una certa especialització temporal, s'ha de constatar que en cap dels dos casos ni la pauta és monòtona ni el rang de variació entre els valors màxims i mínims va molt més enllà del 20%. Per tant, i aprofitant per

realitzar la comparativa amb el cas dels allotjaments de platja, ni s'observa una pauta estacional clara, ni les variacions de preus que s'observen en els mesos analitzats és quantitativament rellevant, i respon, segurament, a moments esporàdics que al que podríem catalogar com a temporades.



8. Conclusions

A l'inici d'aquesta segona part es va plantejar com a objectiu la comparació de les valoracions de la demanda de les característiques físiques, de localització i d'estacionalitat per a l'allotjament hoteler i l'apartament turístic.

En primer lloc, i pel que fa a l'estadística descriptiva, cal destacar la baixa mitjana relativa de preus de l'habitació dels hotels de la mostra a les poblacions catalanes (aproximadament una tercera part del preu de Dénia i Collioure), així com la baixa mitjana relativa del preu d'un apartament a Argelès-sur-Mer (la meitat del preu de Calvià). Es detecta una major dispersió en els preus dels hotels que en el dels apartaments.

En segon lloc, i en relació amb els resultats del model de regressió per a les poblacions de les zones de sol i platja, s'observa una major valoració del fet de tenir una categoria de dues o tres estrelles (en relació amb el fet de tenir-ne una) en el cas dels hotels que en el dels apartaments. De la mateixa manera s'observa una major valoració de la disponibilitat de pàrquing i jardí en el cas dels hotels, així com una major valoració de la disponibilitat de tenir piscina en els apartaments. Pel que fa a la valoració de la localització, s'observa molta variabilitat en el cas dels hotels (on una habitació a Dénia, es valora, per exemple, el triple que a l'Alt Maresme), i poca en el cas dels apartaments (on un apartament a Calvià es valora en poc més de cinquanta punts percentuals més que a Argelès-sur-Mer). Finalment, comparant l'estacionalitat, s'observa una lleugera menor estacionalitat en el cas dels hotels –respecte al cas dels apartaments– al llarg del període.

Per a les poblacions de muntanya s'observa més variabilitat en els preus dels apartaments (dels 102,67 € de Jaca als 46,14 € de Foix), que en el cas dels hotels (dels 105,82 € de Font-Romeu als 68,23 € de Les Angles). En qualsevol dels casos, la variabilitat és molt menor que en el cas dels hotels de sol i platja. Respecte a la comparativa en la valoració de les característiques, únicament es pot realitzar en termes de la categoria de l'hotel o l'apartament, on s'observa una major valoració per part de categories superiors en el cas dels hotels respecte al cas dels apartaments. Pel que fa a la localització, s'observa una major variabilitat en la valoració d'aquesta en el cas dels apartaments (on la valoració d'un apartament amb idèntiques característiques a Jaca duplica el preu de Foix), i menor en el cas dels hotels (on la valoració de Font-Romeu és un 45,16% superior a la de Foix). Comparant l'efecte de l'estacional, s'observa una pauta inversa al llarg de l'època analitzada entre apartaments i hotels de muntanya (al contrari del que succeïa en el cas de les poblacions de sol i platja). No obstant

això, aquesta pauta estacional no resulta clara ni quantitativament rellevant, i respon més, en aquest cas, a moments esporàdics (ponts, per exemple) que a una temporada marcada.

9. Bibliografia

ANGLIN, P.M.; GENÇAY, R. (1996). "Semiparametric estimation of a hedonic price function", *Journal of Applied Econometrics*, 11, 633-648.

ANDERSON, J. (1985). "On testing the convexity of hedonic price functions", *Journal of Urban Economics*, 18: 334-337

BARTIK, T.J. (1987). "The estimation of demand parametres in hedonic price models", *Journal of Political Economy*, 95: 81-88.

BENDER, B.; GRONBERG, T.; HWANG, H. (1980). "Choice of functional form and the demand for air quality", *The Review of Economics and Statistics*, 62: 638-643.

BENDER, B.; HWANG, H. (1985). "Hedonic housing price indices and secondary employment centres", *Journal of Urban Economics*, 17: 90-107.

BENGOECHEA, A. (2000). "Estimación de una función hedónica de precio de las viviendas", Mimeo.

BILBAO, C. (2000). "El otro exceso de gravamen. Un análisis empírico aplicado a las políticas de vivienda directas", *Revista de Economía Aplicada*, 27: 35-61.

BLACKLEY, P.; ONDRICH, J. (1988). "A limiting joint-choice model for discrete and continuous housing characteristics", *The Review of Economics and Statistics* 70: 266-274.

BOSCH, J.; RAYA, J.M.; SAGUÉS, A.; SERRA, D. (2004). "La fiscalitat dela segona residència a Europa", Departament de Política Territorial de la Generalitat de Catalunya.

BOVER, O. (1993). "Un modelo empírico de la evolución de los precios de la vivienda en España (1976-1991)", *Investigaciones económicas*, 17: 65-86.

BOVER, O.; VELILLA, P. (2001). "Hedonic house prices without characteristics: the case of new multiunit housing", Banco de España, Estudios Económicos, 73.

BRANAS-GARZA, P.; RODERO, J.; PRESLEY, J. (2002). "The North-South divide and house price islands: the case of Cordoba (Spain)", *European Journal of Housing Policy*, 2: 45-63.

BROWN, J.N.; ROSEN, H.S. (1982). "On the estimation of structural hedonic price models", *Econometrica* 50: 765-768.

BURGESS, J.F.; HARMON, O. (1991). "Specification tests in hedonic models", *Journal of Real State Finance and Economics* 4: 373-393.

CHUN, C.; HAURIN, D.; MALPEZZI, D. (1998). "New place to place housing price indexes for US metropolitan areas, and their determinants", *Real State Economics*, 26.

CLAPP, J.M.; GIACOTTO, C. (1998). "Residential Hedonic Models: A rational expectation approach to age effects", *Journal of urban economics*, 44: 415-437.

COURT, L.M. (1941). "Entrepreneurial and consumer demand theories for commodity spectra", *Econometrica*, 9: 165-192, 241-297.

DIEWERT, W.E (1976). "Exact and superlative index numbers", *Journal of econometrics*, 4, 114-145.

ENGLUND, P.; QUIGLEY, J.; REDFEARN, C. (1999). "The choice of methodology for computing price indixes:comparisons of temporal aggregation and sample definition", *Journal of Real State Finance and Economics*, 19: 171-196.

EPPLE, D. (1987). "Hedonic prices and implicit markets: estimating demand and supply functions for differentiated products", *Journal of Political Economy*, 95: 59-80.

EREKSON, H.; SUMKA, H.J.; WITTE, A.D (1979). "An Estimate of a structural hedonic prices model of the housing market: an application of Rosen's theory of implicit markets", *Econometrica*, 47: 1151-1173.

ESPINET, J.M. (2003). "The effect on prices of the attributes of holiday hotels: a hedonic prices approach", *Tourism Economics*, 9: 165-177.

FEENSTRA, R.C. (1995). "Exact hedonic price indices", *Review of Economics and Statistics*, 77: 634-654.

FIXLER, D.; ZIESCHANG, K. (1992). "Incorporating ancillary measures processes and quality change into a superlative productivity index", *Journal of Productivity Analysis*, 2: 245-267.

GARCIA, J.; MATAS, A.; RAYA, J.M.; RAYMOND, J.LL. (2006). "Precios de la vivienda y localización: evidencia empírica para la ciudad de Barcelona". *Papeles de Economía Española*, 109: 125-139.

GARCÍA MONTALVO, J.; MAS, M. (2000). *La vivienda y el sector de la construcción en España.* Caja de Ahorros de Madrid.

GENÇAY, R.; YANG, X. (1996). "A forecast comparison of residential housing prices by parametric versus semiparametric conditional means estimations", *Economic Letters* 52: 129-135.

GOODMAN, C.A. (1978). "Hedonic prices, price indices and housing markets", *Journal of Urban Economics*, 5; 471-484.

GOODMAN, C.A. (1988). "An econometric model of housing price, permanent, tenure choice and housing demand", *Journal of Urban Econmics*, 23: 323-353.

GOODMAN, C.A.; KAWAI, M. (1981). "Permanent income, hedonic prices, and demand for housing: new evidence", *Journal of Urban Economics*, 12: 214-237.

GRILICHES, Z. (1971). *Price indixes and quality change: studies in new methods of mesurement*, Harvard University Press.

HARRISON, D.; RUBINFELD, D. (1978). "The air pollution and property value debate: some empirical evidence", *The Review of Economics and Statistics*, 60: 635-638.

IHLANFELDT, K.R.; MARTINEZ-VAZQUEZ, J. (1985). "Alternative value estimates of owner-occupied housing: evidence on sample selection bias and systematic errors", *Journal of Housing Economics*, 20: 356-369.

KIM, S. (1992). "Search, hedonic prices and housing demand", *The Review of Economics and Statistics*, 503-508.

LANCASTER, K.J. (1966). "A new approach to consumer theory", *Journal of Political Economy*, 74: 132-157.

LINNEMAN, P. (1985). "An econometric analysis of the homeownership decision", *Journal of Urban Economics*, *17:* 230-246.

LINNEMAN, P.; VOITH, R. (1989). "Housing price functions and ownership capitalization rates", *Journal of Urban Economics*, 30: 100-111.

MCCONELL, K.E; PHIPPS, T.T. (1987). "The identification of preference parametres in hedonic models: consumer demand with nonlinear budgets", *Journal of Urban Economics*, 22: 35-52.

MENDELSOHN, R. (1984). "Estimating the structural equations of implicit markets and household productions functions", *The Review of Economic and Statistics*, 66: 673-677.

MILLS, S.E.; SIMENAUER, R. (1996). "New hedonic estimates of regional constant quality house prices", *Journal of Urban Economics*, 39: 209-215.

NELSON, J.P. (1978). "Residential choice, hedonic prices and the demand for urban air quality", *Journal of Urban Economics*, *5:* 357-369.

PALMQUIST, R.B. (1984). "Estimating the demand for the characteristics of housing", *Review of Economics and Statistics*, 64; 394-404.

PEÑA, D.; RUIZ-CASTILLO, J. (1984). "Robust methods of building regresión models-an application to the housing sector", *Journal of Business and Economic Statistics*, 2: 15-20.

POTERBA, J.M. (1992). "Taxation and housing:old questions, new answers", *National Bureau of Economic Research*, working paper 3963: 237-242.

QUIGLEY, J.M. (1982). "Nonlinear budget constraints and consumer demand: an application to public programs for residential housing", *Journal of Urban Economics*, 12: 177-201.

RAMBONILAZA, M. (2006). "Labelling and differentiation strategy in the recreational housing rental market of rural destinations: the French case", *Tourism Economics*, 12: 347-359.

RIGALL, R. (2003). *Hisendes locals i turisme: tres assaigs*. Tesi doctoral. Universitat de Girona.

ROSEN, S. (1974). "Hedonic Prices and implicit markets: product differentiation in pure competition", *Journal of Political Economy*, 1: 34-55.

SALÓ, A. (2005). *Estudi sobre l'habitatge a la demarcació de Girona: habitatges principals, segones residències i apartaments turístics*. Tesi doctoral. Universitat de Girona.

SILVER, M. (2002). "The use of weights in hedonic regressions: the measurement of quality adjusted price changes", Mimeo, Cardiff Business School, Cardiff University.

SILVER, M.; HERAVI, S. (2004). "Hedonic price indexes and the matched models approach", *The Manchester School*, 72: 24-49.

TINBERGEN, J. (1951). "Some remarks on the distribution of labour incomes", *International Economic Papers*, 1: 195-207.

URIEL, E.; I FERRI, J. (2004). "Aplicación del enfoque hedónico para medir la evolución del precio de los hoteles en España", *Papeles de Economía Española*, 102: 141-159.

WILHELMSSON, M. (2002). "Household expenditure patterns for housing attributes: a linear expenditure system with hedonic prices", *Journal of Housing Economics*, 11: 75-93.

ZUELKE, T.W.; RASMUSSEN, D.W. (1986). *A search model of housing market transactions*, p. 623-629.

Valoracions finals

Un cop finalitzat el present estudi que tenia com a objectiu l'anàlisi del turisme residencial a la zona de l'Euroregió i la sustituïbilitat entre tipus d'allotjaments, cal resumir-ne els principals resultats. Respecte a l'anàlisi del fenomen del turisme residencial i el seu impacte a l'Euroregió, les principals conclusions són les següents:

- Es pot afirmar que, de manera gairebé generalitzada a la zona euromediterrània, el model de desenvolupament turístic que s'ha estat adoptant al llarg del temps és el que es correspon amb el que comunament es denomina "turisme residencial". Podem definir el turisme residencial com: activitat econòmica que es dedica a la urbanització, la construcció i la venda d'habitatges que conformen el sector extrahoteler, els usuaris dels quals els utilitzen com a allotjaments per estiuejar o residir, de forma permanent o semipermanent, fora dels seus lloc de residència habituals, i que responen a noves fórmules de mobilitat i residencialitat de les societats avançades.

- Tenint en compte la història podem observar que les segones residències no són quelcom nou. Antany, l'aristocràcia i l'alta burgesia ja disposaven d'aquest tipus de residències, la novetat rau l'ampliació d'aquestes cap a altres classes socials a les quals, fins ara, aquests luxes estaven vetats. Arribat aquest punt, la gran expansió d'aquest tipus d'habitatges sorgeix per: el desenvolupament de les classes mitjanes, l'escurçament de la jornada laboral, el desig d'imitar els hàbits de les classes dominants, el desig de sentir-se propietaris, el cansament de la vida ciutadana i la revolució de les comunicacions (transports).

- Actualment el perfil del turista residencial es caracteritza per: ser persones d'edat mitjana avançada, encara que últimament el ventall s'està obrint a edats més joves; superar estades de sis mesos de durada, bé perquè es troben ja jubilades o prejubilades, bé perquè la seva activitat laboral els ho permet; disposar de rendes procedents d'altres zones, fins i tot d'altres països aliens a la destinació turística, que solen ser superiors a la mitjana de la població on residiran; i realitzar bona part de la seva despesa als mateixos establiments freqüentats per la població autòctona de la destinació turística.

- Pel que fa a la demanda d'aquest tipus d'allotjaments trobem dos perfils de demandants diferenciats. En primer lloc, el nacional, ja que el desenvolupament socioeconòmic experimentat per la societat espanyola en les últimes dues dècades ha permès als ciutadans la compra d'un segon habitatge turístic. En segon lloc, a aquests s'hi han sumat

ciutadans de la Unió Europea, fonamentalment jubilats procedents de països del centre i del nord d'Europa. Aquests últims són atrets, especialment, per la benignitat del clima, per la diferència del cost de vida entre Espanya i els seus països d'origen, i pel preu de l'habitatge.

- El predomini d'aquests desenvolupaments residencials de baixa intensitat contribueix a la dispersió urbana i genera una problemàtica socioeconòmica i territorial que es concreta en: el predomini de l'espontaneïtat en la construcció i una inadequada o deficitària planificació local; l'elevadíssim consum del sòl a causa de les baixes densitats i la privadesa; l'elevadíssim consum energètic com a conseqüència d'una organització territorial fonamentada en la mobilitat; l'elevadíssim cost públic, atès que l'organització de la ciutat difusa encareix la prestació de serveis públics i de les infraestructures dels residents, i l'existència de processos d'identificació territorial febles.

- Altres efectes negatius derivats del turisme residencial són: menor contribució econòmica; menor ocupació a la destinació al llarg termini; menor rotació de visitants; menor inclinació a la despesa; marcada estacionalitat en l'ocupació d'habitatges; ofertes complementàries poc desenvolupades; producte turístic de difícil comercialització (el 90% no s'ofereixen de forma oficial), que competeix de forma il·legal amb els hotels; beneficis tan sols a curt termini i protagonitzats pels promotors immobiliaris, empreses constructores i propietaris del sòl; confusió del turisme amb l'activitat immobiliària; insostenibilitat ambiental (degradació del paisatge, reducció de biodiversitat local, desforestació i increment dels incendis forestals, pèrdua de vegetació, erosió i desertificació, increment de la contaminació, etc.); poca interacció turista-resident (en zones d'urbanitzacions residencials s'acostumen a crear colònies d'estrangers del mateix país, no existeix vida comunitària ni hi ha vincles de veïnatge entre la població), i canvi de propietat mitjançant transacció molt freqüent, per la qual cosa difícilment s'arriba a formar una població estable.

- Així, i com a conclusió de la primera part, en el tema d'allotjaments la millor política que pot adoptar un municipi turístic és la de facilitar el camí perquès s'hi puguin obrir hotels i, alhora, mantenir una actitud molt més selectiva i restrictiva amb les altres formes d'allotjament. Aquesta predisposició cap al sector hoteler recau en: major concentració espacial, menor cost per a l'entorn, multiplicació de la clientela, afavoriment de la rotació de les estades, promoció de l'ocupació intensiva d'un espai reduït i generació d'una intensa activitat econòmica al llarg de tot l'any. En definitiva, aquest posicionament no vol dir que s'hagi d'evitar qualsevol tipus de construcció turisticoresidencial, sinó que aquesta requereix una bona planificació i, per tant, evitar qualsevol tipus de creixement espontani.

Pel que fa a la segona part del treball, l'estudi de sustituïbilitat entre formes d'allotjament que tenia com a objectiu la comparació de les valoracions de la demanda de les característiques físiques, de localització i d'estacionalitat per a l'allotjament hoteler i l'apartament turístic, se n'han extret les conclusions següents:

- Del repàs de la literatura econòmica sobre el model de preu hedònics, entès com aquell que explica el preu d'un producte a partir de les característiques d'aquest, destaquen els autors següents, segons l'àrea de treball. En la literatura sobre preus hedònics aplicada al mercat de l'habitatge, destaquen Rosen (1974), Palmquist (1984), Mendelsohn (1984) i Bartik (1987). En la literatura aplicada als hotels, trobem Coenders *et al.* (2003), Espinet *et al.* (2003) i Rigall (2004). I, per últim, en l'àmbit d'apartaments turístics i cases rurals, Saló (2005), Ropero (2006) i Rambonilaza (2006).

- Els criteris per a l'elecció dels municipis han estat el fet de ser municipis eminentment turístics, d'acord amb l'índex d'especialització turística, i la disponibilitat d'informació tant d'apartaments com d'hotels en els catàlegs turístics dels majoristes. Seguint aquests criteris els municipis escollits han estat: Lloret de Mar i l'Alt Maresme (Catalunya), Dénia i Xàbia (Alacant), Andratx, Calvià i Alcúdia (Balears), Jaca, l'Alto Gállego (Aragó), Les Angles, Argelès-sur-Mer i Collioure (Languedoc-Rousillon), i Foix (Midi-Pyrénées). Les dades s'han recollit, com s'ha dit prèviament, a través de catàlegs de majoristes i s'han introduït en fulls de MS-Excel.

- Centrant-nos en els resultats obtinguts de l'estadística descriptiva, cal ressaltar la baixa mitjana relativa del preu per habitació als hotels catalans de la mostra, mitjana que equivaldria aproximadament a una tercera part del preu de les poblacions de Collioure i Dénia. D'igual manera sorprèn la baixa mitjana relativa del preu d'un apartament a Argelès-sur-Mer, la meitat del preu mitjà que s'obté al municipi de Calvià. Pel que fa al grau dispersió dels preus, aquest s'incrementa quan es tracta d'hotels.

- En relació al model de regressió per a poblacions de sol i platja podem observar com, en el cas dels hotels, es dóna una valoració superior al fet de tenir una categoria de dues o tres estrelles (en relació al fet de tenir-ne una). Altres característiques que reben una major valoració són la disponibilitat de pàrquing i jardí, en el cas dels hotels, i la disponibilitat de piscina, en els apartaments. Pel que fa a la valoració de la localització, s'observa molta variabilitat en el cas dels hotels (una habitació a Dénia es valora, per exemple, el triple que a l'Alt Maresme), i poca en el cas dels apartaments (un apartament a Calvià es valora en poc més de cinquanta punts percentuals més que a Argelès-sur-Mer). Pel que fa a l'estacionalitat,

molt marcada, a llarg termini aquesta sembla lleugerament menor en el cas dels hotels que en els apartaments.

- Pel que fa a les poblacions de muntanya cal destacar, en primer lloc, que la variabilitat en els preus és molt menor que en el cas dels hotels de sol i la platja. Tot i això, aquesta variabilitat és major als apartaments (dels 102,67 € de Jaca als 46,14 € de Foix) que als hotels (dels 105,82 € de Font-Romeu als 68,23 € de Les Angles). Quant a la valoració per categories, veiem com és dóna una major valoració per part de categories superiors en el cas dels hotels respecte als apartaments. Pel que fa a la localització, són els apartaments els que mostren una major variabilitat en la valoració (un apartament amb idèntiques característiques a Jaca duplica el preu de Foix). Com hem dit, aquesta és menor en el cas dels hotels, on la valoració de Font-Romeu és un 45,16% superior a la de Foix. Finalment, en relació amb l'estacionalitat, observem una pauta inversa al llarg de l'època analitzada entre apartaments i hotels de muntanya (al contrari del que succeïa en el cas de les poblacions de sol i platja). Tot i així, aquesta pauta estacional sembla respondre a moments esporàdics més que a una temporada marcada.