

UNA VISIÓN DE LOS DETERMINANTES DE LA ESTACIONALIDAD A TRAVÉS DE LAS CARACTERÍSTICAS DE LOS ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS

Javier Capó Parrilla, Antoni Riera Font y Jaume Rosselló Nadal¹

Universitat de les Illes Balears y Centre de Recerca Econòmica

Departament d'Economia Aplicada. Ed. Jovellanos

Carretera Valldemossa km. 7,5

07122 Palma (Illes Balears)

Resumen: La estacionalidad es uno de los fenómenos más conocidos de los destinos turísticos templados del sur de Europa. Para la industria turística, la estacionalidad es un problema relacionado con la eficiencia y la capacidad de las instalaciones pero también con la gestión de otros factores con una elevada repercusión social como el trabajo. En este sentido, tanto desde el punto de vista público como privado, una de las políticas turísticas más ensayadas ha sido, desde siempre, la desestacionalización. Aunque existe un consenso general sobre los factores que influyen en las variaciones estacionales de la actividad turística (clima, periodo de vacaciones, festivos...) la revisión de la literatura evidencia como el análisis de las mismas se ha centrado principalmente en la demanda. Con el fin de presentar una visión alternativa, el presente trabajo analiza los determinantes de la estacionalidad turística tomando como referencia la oferta. Para ello se estiman y comparan diversos modelos de elección discreta en los que se estudia el comportamiento de apertura de los establecimientos hoteleros de las Islas Baleares en función de un conjunto de características. Los resultados permiten obtener evidencia de la influencia de determinadas características sobre el patrón de apertura de los establecimientos a lo largo del año.

¹ Dirección electrónica de contacto: jrossello@uib.es

1. INTRODUCCIÓN

Las importantes variaciones anuales que caracterizan a la actividad turística suponer un foco de atención no sólo para la literatura turística sino también para las políticas de actuación de las administraciones públicas. Tal y como ponen de manifiesto Koenig y Bischoff (2004) el fenómeno de la estacionalidad, como manifestación de las actuaciones de la demanda, se encuentra bien documentado en la literatura turística. Sin embargo, aunque se admite que la estacionalidad es un fenómeno ampliamente extendido y conocido, se argumenta en ocasiones que también es uno de los menos entendidos (Higham y Hinch, 2002).

El primer estudio sobre la estacionalidad turística aparece en BarOn (1975) y desde entonces un gran número de artículos han aparecido con el fin de abordar los múltiples aspectos asociados al fenómeno. De esta manera, la mayoría de estudios se han centrado en definir y medir las variaciones estacionales (BarOn, 1975; Baum y Lundtorp, 2001; Butler, 1994; Grainger y Judge, 1996; Hartmann, 1986; Lundtorp, 2001; Sutcliffe y Sinclair, 1980), en tratar de encontrar soluciones a la estacionalidad (Baum 1999; Koenig y Bischoff 2003; Wanhill 1980; Yacoumis 1980), en modelizar la estacionalidad (Greenidge 2001; Gonzalez y Moral 1996; Kim 1999; Kulendran 1996; Sorensen 1999) o en buscar determinantes más allá de los habitualmente apuntados por la literatura como el clima o las vacaciones escolares (Rosselló et al. 2004 y Wilton and Wirjano 1998). En cualquier caso, los trabajos previos sobre la estacionalidad turística se han centrado en analizar el comportamiento de demanda de los turistas, sin tener en cuenta que, como en cualquier otro mercado, el punto de equilibrio es fruto de la interacción entre la demanda y la oferta.

Dentro de este contexto, este trabajo centra su atención en analizar los determinantes de apertura de los establecimientos de alojamiento en un intento de complementar los trabajos basados exclusivamente en el estudio de la demanda. En este sentido, es importante reconocer que el análisis del

comportamiento de los oferentes es parcial en tanto en cuanto debería completarse con el conocimiento previo existente ya en la literatura sobre los determinantes de la estacionalidad por el lado de la demanda.

De este modo, dado que el trabajo utiliza como caso de estudio el comportamiento de apertura de los hoteles en las Islas Baleares, en la siguiente sección se repasan los principales rasgos de la oferta de alojamiento de la comunidad. Posteriormente, en la tercera sección, se resumen los principales rasgos que caracterizan el turismo de temporada media y baja del archipiélago. En la cuarta sección se presentan los fundamentos teóricos del comportamiento de apertura de los establecimientos hoteleros y como, a partir de la información disponible, es posible plantear diversas alternativas de modelización. A continuación, en la quinta sección, se presentan y analizan los resultados de las estimaciones. Finalmente, en la última sección se resumen las principales conclusiones del trabajo.

2. LA OFERTA DE ALOJAMIENTO EN LAS ISLAS BALEARES

Según los últimos informes de la Conselleria de Turismo del gobierno autonómico balear el número total del plazas de alojamiento turístico regulado en las Islas Baleares se aproxima a las 420.000, repartidas, principalmente, en plazas hoteleras (75%) y plazas en apartamentos (23%). El resto de establecimientos regulados (turismo rural, camping, agroturismo,...) supone así una parte despreciable de la oferta de alojamiento en la comunidad. A pesar de todo, es importante tener en cuenta que el número de turistas alojados en viviendas propias o de amigos y familiares (alojamientos no regulados) ha ido creciendo en lo últimos años de manera muy significativa, cifrándose en la actualidad en aproximadamente un 20% de las llegadas turísticas internacionales.

En cualquier caso, cabe señalar que la oferta hotelera asume, en la mayoría de estudios sobre la oferta, un papel representativo de la capacidad de alojamiento

de una región o zona geográfica determinada. De es esta manera, según Uriel et al. (2001), la oferta hotelera acaba siendo la locomotora de la especialización de los espacios convertidos en destinos turísticos, contribuye en la mayor medida a la creación estable de ocupación, mantiene interrelaciones más importantes con otras empresas turísticas, es la principal contribuyente del sector turístico y genera las rentas laborales y empresariales más importantes. Asimismo, para el caso concreto de las Islas Baleares, se evidencia como el subsector de la hotelería ostenta un peso relativo más importante tanto con relación al conjunto de servicios como con relación al total de la economía. Así, según los últimos datos de la Contabilidad Regional de España, mientras que para el conjunto nacional el sector de la hotelero representa el 6,7% de la producción estatal, en las Islas Baleares este porcentaje se eleva al 20,9%, alejándose significativamente del que ostentan otras comunidades eminentemente turísticas como Canarias (14,3%), Andalucía (7%), la Comunidad Valenciana (6,7%) y Cataluña (5,9%).

Así las cosas, es importante tener presente que existen múltiples clasificaciones de establecimientos de alojamiento, no sólo según su categoría sino también según el tipo de establecimiento. En este sentido, en este estudio se ha optado por una definición que responde al interés de conciliar los diferentes grupos que aparecen tanto en los registros de la Conselleria de Turisme del Govern de les Illes Balears como en los datos de la Guía Oficial de Hoteles de España de la Secretaria General de Turismo (Cuadro 1).

Cuadro 1. Clasificación por categorías de los establecimientos

Grupos de establecimientos	Grupos de categorías
Hotel	Categoría ORO (1* - 5*)
Hotel- Apartamento	
Hotel- Residencia	
Ciudad de vacaciones	Categoría PLATA (1* - 3*)
Hostal	
Hostal- Residencia	
Pensión	

Fuente: Elaboración propia

En cuanto a la importancia de cada uno de los grupos, durante los últimos años se ha ido detectando una progresiva sustitución de establecimientos de menor a mayor categoría (Aguiló et al. 2004a). De este modo, y tomando un margen temporal de 20 años, los establecimientos de una y dos estrellas incluidos en la Categoría Oro han pasado de un 36% a un 11% en cuanto a la capacidad de alojamiento relativa sobre las plazas totales de las Islas Baleares.

Por lo que se refiere a la dimensión mediana de los establecimientos, también en los últimos veinte años, se ha detectado un progresivo incremento de la misma en términos generales, si bien se observan diferencias según las categorías de los establecimientos. De esta forma, a grandes rasgos, los establecimientos de mayor categoría (Oro con 3, 4 y 5 estrellas y Plata con 3 estrellas) han aumentado significativamente el número medio de plazas, situándose, en la actualidad, en una dimensión media de entre 250 y 350 plazas. Por su parte, los establecimientos de menor categoría, han ido reduciendo progresivamente el número de plazas, encontrándose, hoy en día, en una dimensión entre 75 y 200 plazas.

En cualquier caso, una de las características más relevantes de los establecimientos es la extraordinaria variación a lo largo del año en cuanto al número de plazas ofrecidas y ocupadas. De esta manera, se evidencia como durante los meses de verano la planta hotelera de las islas se encuentra abierta al 100% y con unas tasas de ocupación en ocasiones por encima del 90%, mientras que durante los meses de invierno la planta abierta llega a bajar por debajo del 20%, registrándose una ocupación de algo más del 40%. Las razones aludidas habitualmente para dar una explicación a estas grandes variaciones anuales suelen ser las condiciones climatológicas típicas de una región Mediterránea, que goza de unos veranos cálidos, unos inviernos fríos y unas primaveras con temperaturas más suaves pero inestables.

A pesar de todo, la realidad nos muestra que existe un volumen significativo de llegadas turísticas fuera de los meses de verano que conforman el conocido

turismo de temporada media y baja. De esta manera, este trabajo tiene por objetivo principal tratar de averiguar que características de los establecimientos de alojamiento favorecen la llegada de turistas en estas temporadas. Para ello, antes de entrar de lleno en nuestro propósito principal, parece adecuado apuntar algunos de los principales rasgos del turismo que visita las Islas Baleares fuera de la temporada alta veraniega.

3. EL TURISMO DE LAS TEMPORADAS BAJA Y MEDIA

Una de las primeras características que distingue al turismo de temporada baja estriba en la nacionalidad de origen de los turistas. De esta manera, tal y como refleja el Cuadro 2, mientras que británicos y alemanes suponen la parte principal de las llegadas en temporada alta, durante la temporada baja los españoles y los alemanes suponen más del 70%, mientras que las llegadas de británicos y otras nacionalidades más minoritarias pierden importancia relativa.

Cuadro 2. Importancia relativa de turistas por nacionalidades y temporadas

	Importancia relativa en temporada alta	Importancia relativa en temporada baja
España	14,4%	31,5%
Alemania	28,5%	39,6%
Gran Bretaña	34,0%	15,6%
Francia	2,7%	1,2%
Italia	5,7%	1,1%
Resto	14,8%	11,1%

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la Conselleria de Turisme del Govern de les Illes Balears sobre entrada de turistas durante 2004

Otros rasgos que caracterizan al turismo de temporada baja son la menor estancia media por turista y el mayor grado de conocimiento del archipiélago (Aguiló et al., 2004b). En este sentido, sólo un 20% de los turistas que visitan las Islas Baleares en invierno lo hacen por primera vez. En cuanto al gasto turístico se constata como, en términos absolutos, el turista de temporada baja gasta menos, mientras que, en términos relativos, se caracteriza por gastar menos en diversiones y comidas.

Un reciente estudio (Aguiló et al. 2005) ponía también de manifiesto como, siguiendo la tendencia general, el turista de temporada media y baja empezaba a caracterizarse por contratar cada vez menos el denominado paquete turístico, utilizando, alternativamente y de forma creciente, las nuevas tecnologías de información tanto a la hora efectuar su reserva como a la hora de obtener información sobre el destino.

En cuanto al comportamiento del turista de temporada media y baja cabe destacar que, en contraste con la temporada alta, los lugares más visitados suelen relacionarse con actividades de tipo cultural, destacando las visitas al casco antiguo de Palma, la Catedral, los mercados en pueblos y algunas localidades de interior como Sóller y Valldemossa. Con relación a las principales actividades realizadas cabe destacar las compras por Palma, los restaurantes fuera del hotel, las compras (en general), el alquiler de coche y las excursiones a pie.

Entre las principales motivaciones que impulsan a los turistas de temporada baja y media a elegir las Islas Baleares como destino de sus vacaciones cabe destacar, principalmente, el clima (39,7%) y el precio (28,4%). Por su parte, entre las principales motivaciones que estimulan a los turistas a emprender un viaje en temporada baja o media destacan el desconectar de la rutina diaria, escapar del clima de origen, la relajación y la recuperación y el disfrutar de la naturaleza.

Finalmente, cabe destacar que la impresión general del viaje por parte de los turistas de temporada media y baja es en general muy positiva. En este sentido la nota promedio obtenida en una escala de 1 a 10 se sitúa en un 7,5. Por otra parte, un 40,5% y un 45,3% declaran haber tenido una impresión global del viaje “muy buena” y “buena”, respectivamente, mientras que sólo un 1,9% expresa haber tenido una mala impresión. Con relación a la satisfacción respecto a diversos factores, el paisaje obtiene la primera posición, seguido de la

tranquilidad, la hospitalidad y el trato de la gente, la asistencia médica, la seguridad y la calidad del alojamiento.

4. LA MODELIZACIÓN DEL TIEMPO DE APERTURA. UNA APLICACIÓN PARA LOS ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS DE LAS ISLAS BALEARES

La oferta turística, y más concretamente la oferta de alojamiento turístico, suele caracterizarse por unos costes fijos elevados y unas barreras de salida también elevadas, lo que deriva, a corto plazo, en un alto grado de inelasticidad. En este contexto, para la mayoría de destinos de clima mediterráneo, las alternativas de los establecimientos de alojamiento turístico en temporada baja son escasas, siendo el cierre temporal una de las más conocidas.

Siendo la modelización de la demanda turística una de las principales áreas de estudio dentro de la economía del turismo llama la atención el poco interés suscitado por el análisis de la oferta. Como notable excepción cabe citar el estudio de Borooah (1999) quien efectúa un análisis econométrico con series temporales al objeto de medir la respuesta del número de habitaciones ofertadas respecto a diversos determinantes como el índice de ocupación del periodo anterior o el tipo de interés.

En cualquier caso, la revisión de la literatura no ofrece ningún marco teórico que describa el comportamiento de apertura de los establecimientos de alojamiento a lo largo del año, por lo que antes de evaluar las alternativas de modelización que pueden plantearse a partir de las bases de datos disponibles se realiza, a continuación, un esfuerzo para contextualizar el proceso de decisión de los establecimientos hoteleros a la hora de determinar la amplitud del periodo anual en el que están dispuestos a ofrecen sus servicios.

4.1. Determinación de la función de apertura

Desde un punto de vista general puede argumentarse que la función de beneficios anual de un determinado establecimiento turístico viene generada por la siguiente expresión:

$$P_i = f(q_i, s_i, x)$$

Donde P_i representa los beneficios anuales del establecimiento i ; q_i son las características del establecimiento; s_i representa el periodo de apertura anual del establecimiento y x representa a otros factores externos del establecimiento relacionados con la demanda.

Dada la imposibilidad efectiva de observar P_i , y por tanto de estimar f , se supone que cada establecimiento debe elegir un determinado periodo de apertura determinado s_i^* con el fin de maximizar su beneficio. En este sentido s_i^* presenta una relación directa con los beneficios máximos esperados por el establecimiento y consiguientemente viene determinada por:

$$s_i^* = g(q_i, x)$$

Dado que s_i^* , q_i y x son variables observables es posible tratar de establecer una relación funcional entre s_i^* y q_i y x al objeto de cuantificar la influencia de las características de los establecimientos sobre el periodo de apertura de los mismos como función indirecta de los beneficios. En este sentido cabe suponer que la presión de la demanda es homogénea para todos los establecimientos para un destino determinado o, alternativamente, podrá capturarse mediante indicadores de localización y entorno de la zona. Los problemas a resolver vienen ligados a que la variable objetivo, los beneficios, es, en realidad, una variable continua latente no observada pero que tiene en s_i^* , una variable discreta limitada, su derivación observada.

4.2. La muestra de establecimientos hoteleros de las Islas Baleares.

Para tratar de establecer una relación entre el periodo de apertura de los establecimientos de alojamiento de las Islas Baleares y sus características este estudio utiliza la base de datos sobre establecimientos de alojamientos recopilada por el Centre de Recerca Econòmica (CRE) elaborada mediante entrevistas directas a responsables de los establecimientos y a partir de los datos de la Guía Oficial de Hoteles de España de la Secretaria General de Turismo. Para la elección de la muestra que compone la base de datos del CRE se tuvieron en cuenta los registros de la Conselleria de Turismo del Govern de les Illes Balears correspondientes a 2003 según los que la población estaba constituida por 1.317 establecimientos. Teniendo en cuenta la categoría de los establecimientos (Cuadro 3) y la distribución por islas se obtuvo información de 267 establecimientos, lo que supone un 20,3% de la población.

Cuadro 3. Distribución de la muestra por categorías

Tipo de establecimiento	Muestra	%
Categoría oro	219	82,0%
5*	16	6,0%
4*	56	21,0%
3*	107	40,1%
2*	30	11,2%
1*	10	3,7%
Categoría plata	48	18,0%
3*	3	1,1%
2*	16	6,0%
1*	29	10,9%
Total muestra	267	100,0%

Fuente: Base de datos hotelera del CRE

Para cada establecimiento de la muestra existe información para un total de 130 ítems entre la que se distingue un grupo de variables de localización (isla, municipio, población, distancia del establecimiento con el centro urbano más próximo, con la playa, con el campo de golf más cercanos, con el mar, etc.) y otro tipo de características propias del establecimiento (categoría, servicio de habitaciones 24 horas, calefacción individual, minibar, año de construcción, año

de la última reforma, número de habitaciones, antigüedad, instalaciones deportivas, superficie construida, superficie ajardinada, precio de la habitación doble, temporadas de apertura, número de meses de apertura durante el último año, etc.).

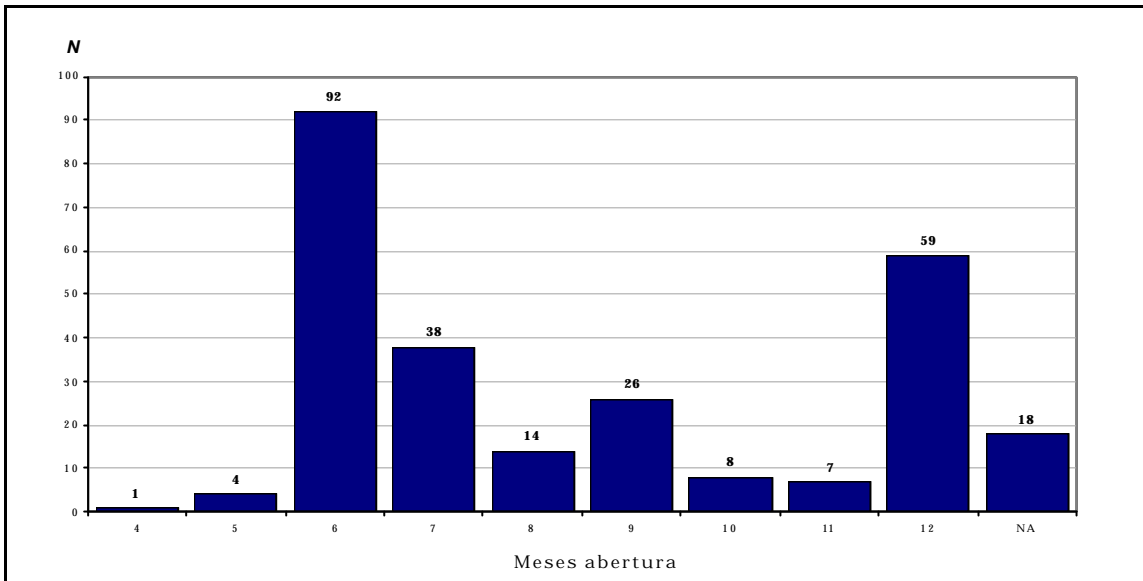
En cualquier caso, cabe apuntar que, en general, las variables cuantitativas que requerían de un mayor esfuerzo por parte de la persona responsable de rellenar la encuesta obtuvieron un porcentaje de respuestas no cumplimentadas sensiblemente superior a todas aquellas variables obtenidas a través de preguntas dicotómicas en las que el encuestado debía simplemente marcar con una señal. De esta forma, la muestra de 267 establecimientos de alojamiento constituye nuestro punto de partida para el estudio y modelización del comportamiento de apertura de los establecimientos hoteleros.

4.3. Alternativas de modelización.

A partir de la base de datos descrita en el subapartado anterior, es posible obtener dos tipos de variables sobre el comportamiento de apertura de los establecimientos hoteleros de las Islas Baleares. En primer lugar, dado que la base de datos se elaboró mediante entrevistas directas a personal responsable del establecimiento, se dispone del número exacto de meses de apertura de cada establecimiento durante el último año. La distribución de esta variable aparece así reflejada en el Gráfico 1.

En segundo lugar, se dispone de información sobre las temporadas en que el establecimiento tiene abiertas habitualmente sus puertas, pudiendo distinguir si el establecimiento tiene abierto todo el año, en temporada media y alta, o bien sólo en temporada alta. En este sentido, la totalidad de establecimientos de la muestra abre las puertas durante la temporada alta, un 62,7% también en temporada media y sólo un 27,7% incluyen la temporada baja.

Gráfico 1. Distribución del número de meses de apertura de la muestra



Sea cual sea la alternativa de medición del comportamiento de apertura de los establecimientos, dado el carácter discreto y acotado de la variable, se desaconseja la utilización de mínimos cuadrados ordinarios para tratar de establecer una relación entre las características del hotel y el comportamiento de apertura. De esta manera, se opta por la utilización de un modelo de elección discreta ordenado para el caso de del número de meses de apertura, mientras que para la especificación de las temporadas media y baja se opta por dos modelos de elección discreta binarios.

Para el caso concreto sobre el número de días, el supuesto inicial implícito pasa por considerar la variable latente de beneficios (P_i) como una función lineal de las variables explicativas de las características de los establecimientos q_i y de las variables de localización x :

$$P_i = q_i \mathbf{b}_q + x \mathbf{b}_x + \mathbf{e}$$

Donde \mathbf{e} es un error aleatorio.

La categoría observada s_i^* se basa en P_i de acuerdo con la siguiente regla:

$$s_i^* = \begin{cases} 0 & \text{si } P_i \leq \mathbf{g}_1 \\ 1 & \text{si } \mathbf{g}_1 < P_i \leq \mathbf{g}_2 \\ 2 & \text{si } \mathbf{g}_2 < P_i \leq \mathbf{g}_3 \\ & \text{M} \\ 12 & \text{si } \mathbf{g}_{12} < P_i \end{cases}$$

De esta manera la probabilidad de observar cada uno de los valores s_i^* viene dada por:

$$\begin{aligned} \Pr(s_i^* = 0 | q_i, x, \mathbf{b}_q, \mathbf{b}_x, \mathbf{g}) &= F[\mathbf{g}_1 - (q_i \mathbf{b}_q + x \mathbf{b}_x)] \\ \Pr(s_i^* = 1 | q_i, x, \mathbf{b}_q, \mathbf{b}_x, \mathbf{g}) &= F[\mathbf{g}_2 - (q_i \mathbf{b}_q + x \mathbf{b}_x)] - F[\mathbf{g}_1 - (q_i \mathbf{b}_q + x \mathbf{b}_x)] \\ \Pr(s_i^* = 2 | q_i, x, \mathbf{b}_q, \mathbf{b}_x, \mathbf{g}) &= F[\mathbf{g}_3 - (q_i \mathbf{b}_q + x \mathbf{b}_x)] - F[\mathbf{g}_2 - (q_i \mathbf{b}_q + x \mathbf{b}_x)] \\ & \text{M} \\ \Pr(s_i^* = 12 | q_i, x, \mathbf{b}_q, \mathbf{b}_x, \mathbf{g}) &= 1 - F[\mathbf{g}_{12} - (q_i \mathbf{b}_q + x \mathbf{b}_x)] \end{aligned}$$

Donde F es la distribución acumulada de e .

Para el caso de las temporadas, el supuesto implícito es el mismo con la simplificación de que la variable latente s_i^* puede tomar sólo dos valores, 1 si el establecimiento tiene abierto en la temporada objetivo (media o baja) y 0 en caso contrario.

5. RESULTADOS

Tomando como referencia los datos sobre establecimientos hoteleros del CRE se estimaron diferentes modelos según las peculiaridades apuntadas en el apartado anterior (Cuadro 4). De esta manera, O-LOGIT hace referencia al modelo de elección discreta ordenado a través de una función de distribución logística en la que se utiliza como variable dependiente el número de meses a apertura; LOGIT-B se refiere a un modelo de elección binario tipo logit en la que la variable dependiente toma el valor 1 en caso de tener abierto en temporada baja y 0 en caso contrario; y finalmente LOGIT-M representa también un modelo de elección binario tipo logit en la que la variable dependiente toma el valor 1 en caso de tener abierto en temporada media y 0

en caso contrario. Todos los modelos se estimaron mediante el programa econométrico Stata 8.1 ©.

Cuadro 4. Resultados de la estimación por características individuales

	O- LOGIT (N- meses)	LOGIT- B (T- baja)	LOGIT- M (T- media)
menorca	- 3.208***	- 2.626**	- 2.970***
pitiusas	- 2.685***	- .048	- 2.675***
capital	3.172***	3.731***	1.765*
playa	- 1.400***	- 2.024***	- 1.139**
distcent	0.140***	0.244***	0.099
calefaha	1.921***	1.802**	1.783***
piscniño	- 0.701*	- 1.745***	- 0.809
tvhab	0.970**	1.674*	0.837*
intnethab	1.085**	1.688***	1.015
masaje	0.975**	0.457	1.697***
años	0.023**	0.013	0.026
constante	$g_1 = -5.93; g_2 = -4.40;$ $g_7 = 1.10; g_8 = 2.37;$ $g_9 = 2.81; g_{10} = 3.61;$ $g_{11} = 3.86; g_{12} = 4.14$	- 3.533***	- 1.033
<i>N</i>	199	199	199
<i>Pseudo R2</i>	0.26	0.53	0.38
<i>% Clasif. Correc.</i>	-	87%	81%
<i>LR Chi2</i>	171.85***	117.83***	99.82***
<i>Log Likelihood</i>	- 248.97	- 52.15	- 82.89

***, ** y * denotan significación al 1%, 5% y 10%, respectivamente.

Dado el gran número de variables contenidas en la base de datos de establecimientos hoteleros, la aplicación de la estrategia de modelo general a específico se efectuó inicialmente por grupos de variables e iterando el proceso con una selección de grupos inicial diferente con el fin de garantizar la estabilidad de los resultados.

Tal y como se observa, si se tiene en cuenta el elevado número de ítems que inicialmente se consideraron, el número final de variables explicativas incluidas en los tres modelos puede calificarse de bajo. La existencia de elevadas correlaciones entre las variables, explica en parte la elevada reducción llevada a cabo. En cualquier caso, los resultados de los modelos pueden calificarse de

aceptables dada la significación conjunta de las variables y el elevado poder de predicción en el caso de los modelos logit.

En cuanto a los resultados de los parámetros que acompañan a las variables, tal y como era de esperar, se encuentra como la localización del establecimiento en las islas menores (menorca y pitiusas) supone un periodo de apertura menor sea cual sea la modelización utilizada. Sólo para el caso de la temporada baja y para las islas pitiusas el modelo ofrece dudas. Por su parte, la localización del establecimiento en capitales de isla (Palma, Ibiza y Mahón), supone un efecto positivo a la hora de presentar un periodo de apertura más amplio. En referencia a otras variables de localización destacan también el efecto negativo de ser un establecimiento ubicado al lado de la playa y el efecto positivo de estar localizado a menor distancia del casco urbano más próximo, lo que está en armonía con las actividades realizadas habitualmente por los turistas de temporada baja apuntadas en la sección 3.

Por lo que respecta a características propias del establecimiento, acabaron siendo significativas y con un poder ampliador de la temporada el tener calefacción en las habitaciones (*calefaha*), televisor en las habitaciones (*tvhab*), servicio de internet en las habitaciones (*internethab*) y el estar dotado con servicio de masajes (*masaje*). Llama la atención como un servicio como el disponer de piscina para niños (*pisciniño*) acabó teniendo un efecto claramente significativo y negativo en temporada baja, si bien para el resto de modelos también se obtuvo un coeficiente negativo. Cabe pensar que este tipo de servicios está orientado al turismo familiar de temporada alta, que suele ser más típico de los meses de verano.

Por último llama la atención el valor positivo obtenido para la variable de número de años del establecimiento (*años*) en el modelo logit ordenado. Una posible explicación del signo obtenido podría encontrarse en que dicha variable estaría recogiendo, de hecho, la experiencia en la gestión del establecimiento lo

que le hace ser más habilidoso a la hora de expandir la temporada turística a lo largo del año.

En cualquier caso, y dada la enorme reducción de variables finalmente llevada a cabo por razones de significación estadística de los parámetros, se optó por tratar de reproducir los modelos utilizando variables que resumieran, de alguna manera, las diferentes características de los establecimientos hoteleros. Aunque en el ámbito teórico existe la posibilidad de lograr tal objetivo a través de la construcción de factores artificiales, en el caso de los establecimientos de alojamiento cabe pensar que la categoría del establecimiento resume, en realidad, las principales características del establecimiento. De esta forma en el Cuadro 5 aparece la estimación de los modelos teniendo en cuenta la categoría (en términos de oro, plata y número de estrellas) de los establecimientos y otras variables de localización.

De esta manera, tomando como referencia los hoteles de máxima categoría, se comprueba como a medida que la categoría del establecimiento es menor, se obtiene más propensión de que el periodo de apertura sea menor. En este sentido, aunque no puede afirmarse de manera significativa que los hoteles de cuatro estrellas (*oro4*) presenten un periodo de apertura menos amplio que los de cinco, en los tres modelos estimados se obtiene un signo negativo del parámetro. Además, a medida de que se considera un establecimiento de menor categoría (*oro3*, *oro2* y *oro1*, respectivamente), el parámetro, en general, resulta ser más significativo y más negativo, lo que nos da una relación clara entre categoría del establecimiento y comportamiento estacional. En cuanto a los establecimientos integrados en la categoría plata (*plata1*, *plata2*, *plata3*) el resultado es equiparable, obteniéndose una propensión a acortar el periodo de apertura a medida de que la categoría del establecimiento es menor. En cuanto al resto de variables de localización, tal y como cabía esperar, los resultados son similares a los obtenidos en el Cuadro 4.

Cuadro 5. Resultados de la estimación por características categorías

	O-LOGIT (N- meses)	LOGIT- B (T- baja)	LOGIT- M (T- media)
oro1	- 3.696***	- 1.963	- 3.961**
oro2	- 3.004***	- 3.519**	- 3.594*
oro3	- 2.487***	- 2.736***	- 2.831
oro4	- 1.148	- 1.505	- 0.576
plata1	- 2.319**	- 1.510	- 3.410*
plata2	- 2.766***	- 1.860	- 2.568
plata3 ^(a)	- 2.896*	-	-
menorca	- 4.091***	- 3.793***	- 3.425***
pitiusas	- 3.092***	- 0.939	- 3.268***
capital	3.967***	4.796***	2.564**
platja	- 1.073***	- 1.527***	- 1.188**
dis_cent	0.123***	0.215***	0.0899
anys	0.025**	0.025	0.0311*
constante	$g_5=- 9.23$; $g_6=- 7.71$; $g_7=- 2.75$; $g_8=- 1.66$; $g_9=- 1.30$; $g_{10}=- 0.62$; $g_{11}=- 0.41$; $g_{12}=- 0.16$	0.144	3.098*
<i>N</i>	198	198	198
<i>Pseudo R2</i>	0.19	0.43	0.30
<i>% Clasif. Correc.</i>	-	87%	74%
<i>LR Chi2</i>	129.45***	96.25***	79.94***
<i>Log Likelihood</i>	- 270.17	- 62.66	- 92.34

***, ** y * denotan significación al 1%, 5% y 10%, respectivamente. ^(a) La variable plata3 no puede utilizarse en la estimación de los modelos logit debido a las pocas observaciones y a que predice perfectamente el comportamiento de apertura en temporada baja y media

En cualquier caso, es importante hacer notar que, aunque la lógica y la interpretación de los resultados son más verosímiles con la utilización de las categorías en lugar de las características individuales, el resultado global de los modelos ofrece mejores resultados mediante la alternativa de las características individuales. De esta forma, se comprueba como con la utilización de las categorías (Cuadro 5) existen ligeros empeoramientos tanto en los pseudo- R^2 , como en el porcentaje de aciertos de los modelos logit, como en la significación conjunta de los modelos.

6. CONCLUSIONES

Aunque la estacionalidad es uno de los fenómenos más populares y característicos del mercado turístico, existe un cierto desconocimiento sobre

los factores que la explican más allá de los climáticos o institucionales. Tal vez por ello, la desestacionalización sea una de las políticas turísticas más ensayadas por las administraciones públicas desde tiempos remotos.

En este trabajo se ha abordado el estudio de la estacionalidad desde el punto de vista de la oferta. Tomando como referencia los establecimientos de alojamiento de las Islas Baleares, se ha tratado de relacionar que tipo de características influyen en el comportamiento de apertura de dichos establecimientos.

A través del planteamiento de tres modelos de elección discreta, los resultados confirman como ciertas características ligadas a la calidad del establecimiento parecen influir positivamente en el alargamiento de la temporada por parte del establecimiento. Por otra parte, otras características del establecimiento pero ligadas principalmente a la localización, son determinantes para lograr un menor a mayor periodo de apertura.

En cualquier caso, la falta de significación de muchas de las características de los establecimientos consideradas inicialmente sugiere la existencia de un elevado grado de correlación entre las mismas. Es por ello que la investigación futura deberá dirigirse a tratar de obtener una reducción del amplio abanico de características de los hoteles mediante técnicas de componentes principales y la extracción de factores, como medida alternativa a la consideración de las categorías de los establecimientos.

BIBLIOGRAFÍA

- Aguiló, E., J. Capó, A.M. Ripoll, A. Riera y J. Rosselló (2004a) "Components sectorials de l'Economia Balear". En: Riera A. (Dir) *Informe Econòmic i Social de les Illes Balears 2003*: 45-164 Caixa de Balears "Sa Nostra":Palma.
- Aguiló, E., V. Barros, M.A. García y J. Rosselló (2004b) *El perfil del turismo en temporada baja en Baleares*. UIB: Palma.
- Aguiló, E., J. Capó, J. Garau, A. Riera y J. Rosselló (2005) *Algunas notas sobre la estacionalidad de las Islas Baleares*. Mimeo
- BarOn, R. V. (1975) *Seasonality in Tourism - A Guide to the Analysis of Seasonality and Trends for Policy Making*. London: The Economist Intelligence Unit Ltd., Technical Series No. 2.
- Baum, T. y S. Lundtorp (2001) "Seasonality in Tourism: An Introduction" In T. Baum y S. Lundtorp (Eds.), *Seasonality in Tourism*: 1-4. Oxford: Pergamon.
- Baum, T. (1999) "Seasonality in tourism: understanding the challenges - Introduction" *Tourism Economics*, 5(1): 5-8.
- Butler, R. W. (1994) "Seasonality in Tourism: Issues and Problems" In A.V. Seaton (Ed.) *Tourism: the State of the Art*: 332-339. Chichester: Wiley & Sons.
- Borooh V.K. (1999) "The Supply of Hotel Rooms in Queensland, Australia" *Annals of Tourism Research*, 26(4): 985-1003
- González, P., y P. Moral (1996) "Analysis of Tourism Trends in Spain" *Annals of Tourism Research* 23:739-752.
- Grainger, J. y G. Judge (1996) *Changing patterns of seasonality in hotel and tourism demand: an analysis of Portsmouth monthly arrivals data*. University of Portsmouth, Department of Economics, Discussion Paper Number 73. Portsmouth.
- Greenidge, K. (2001) "Forecasting Tourism Demand. An STM Approach" *Annals of Tourism Research* 28:98-112.

- Hartmann, R. (1986) "Tourism, seasonality and social change" *Leisure Studies*, 5(1): 25-33.
- Higham, J. y T.D. Hinch (2002) "Tourism, sport and seasons: the challenges and potential of overcoming seasonality in the sport and tourism sectors" *Tourism Management*, 23(2): 175-185.
- Kim, J. (1999) "Forecasting Monthly Tourist Departures from Australia" *Tourism Economics* 5:227-291.
- Koenig, N., y E. Bischoff (2003) "Seasonality of Tourism in Wales: A Comparative Analysis" *Tourism Economics* 9:229-238.
- Koenig, N., y E. Bischoff (2004) "Seasonality research: The state of art" Working papers of the School of Business and Economics: University of Wales Swansea. Ref. 2004/3. Disponible en internet en: <http://www.swan.ac.uk/ebms/research/working%20papers/index.asp>.
- Kulendran, N. (1996) "Modeling Quarterly Tourist Flows to Australia Using Cointegration Analysis" *Tourism Economics* 2:203-222.
- Lundtorp, S. (2001) "Measuring Tourism Seasonality" En T. Baum y S. Lundtorp (Eds.), *Seasonality in Tourism*: pp. 23-50. Oxford: Pergamon.
- Rossello, J., A. Riera y A. Sanso (2004) "The Economic Determinants Of Seasonal Patterns" *Annals of Tourism Research*, 31:697-711.
- Sorensen, N. (1999) "Modelling the Seasonality of Hotel Nights in Denmark by Country and Nationality" *Tourism Economics* 5:9-23.
- Sutcliffe, C. M. y M.T. Sinclair (1980) "The measurement of seasonality within the tourist industry: an application to tourist arrivals in Spain" *Applied Economics*, 12(4): 429-441.
- Uriel, E., V.M. Monfort, J. Ferri y J. Fernández de Guevara (2001): "El sector turístico en España". CAM.
- Wanhill, S. (1980) "Tackling Seasonality: A Technical Note" *Tourism Management* 1: 243-245.
- Wilton, D., y T. Wirjanto (1998) *An Analysis of the Seasonal Variation in the National Tourism Indicators*. Canadian Tourism Commission.
- Yacoumis, J. (1980) "Tackling Seasonality: The Case of Sri Lanka" *Tourism Management* 1:84-98.