

Turística, papers de turisme 2020 (2). Miscel·lània
Turismo de lujo en la isla de Ibiza

Bianca Marín Casero

Resumen

Este trabajo analiza el turismo de Ibiza desde los años 60 y como ha ido evolucionando hasta tener la esencia del lujo en su ser; llegando a la conclusión que la isla se ha vendido al mejor postor. Debido a esto, Ibiza soporta unas consecuencias negativas que, de no tener este turismo, no existirían.

Palabras clave: Lujo, paraíso, destrucción, dinero

Abstract

This paper analyses the tourism of Ibiza since the 60's and how it acquired the essence of luxury as core, concluding into the island being sold to the highest bidder. Due to this kind of tourism, Ibiza is bearing all types of negative consequences, that otherwise would not exist.

Keywords: Luxury, paradise, destruction, money

Rebut: 2020/08/12
Revisat: 2020/08/18
Rebut: 2020/08/21
Acceptat: 2020/09/05

Introducción

El lujo en la isla de Ibiza podría ser lo que más se compra y lo que más se vende, por lo que se ha convertido en la tipología turística por definición. Los empresarios se han dejado embaucar por las ganancias que este turismo da y lo han tomado como referencia para futuras inversiones. A causa de esto, la isla ha pasado a ser accesible solo para individuos de gran poder adquisitivo. Los hoteles de cinco estrellas súper lujo y la oferta complementaria han crecido exponencialmente en la isla.

¿Ibiza ha sucumbido al poder del lujo?

Se entiende por lujo la exhibición o manifestación de riqueza, cosa o conjunto de cosas prescindibles que suponen gran gasto de dinero o de tiempo.

El lujo en sí mismo es un término bastante amplio y muy subjetivo, ya que lujo se puede considerar cualquier cosa que suponga un placer para aquella persona que lo consume. Este consumo no tiene por qué ser algo material; puede ser desde una experiencia personal vivida hasta simplemente el placer de no hacer nada.

Este Trabajo analiza el lujo desde su perspectiva más consumista. Se remonta a los años 60, donde el turismo en Ibiza constaba de hippies que venían a la isla impresionados por su grandeza natural. Esto de por sí ya era todo un lujo. Quedaron cautivados por lo que la isla representaba; se sentían libres, las playas y los parajes pintorescos formaron parte de su rutina y comenzaron una moda turística casi sin querer. La inmersión con la gente local no fue instantánea, hubo una cierta resistencia. Los residentes deberían acostumbrarse a los pelos largos, a la apariencia desgarbada, a las ropas sucias y al ir medio desnudo. Con el paso de los años los residentes empezaron a ver el turismo como una oportunidad de negocio que explotar. Así pues estos fueron involucrándose con los turistas hasta formar parte de su vida diaria.

Los años pasaron y el turismo se fue transformando. A partir de los años 70 se cambió al turismo de masas y con él apareció una nueva resistencia por parte de los residentes. Se empezaba a tener una Ibiza dividida. Una gran cantidad de la población vivía del turismo, es por

eso que parte de ella no se posicionó en contra.

En estos últimos años, con la masificación de la isla, Ibiza ha vuelto a cambiar. Se redirige, dando paso a un turismo que deja en entredicho la calidad de este. Sería el recelado turismo de lujo, el cual tiene tantos detractores como aduladores.

Lo que es innegable es que la isla se ha vendido al mejor postor, y quien ha ganado la apuesta ha sido el lujo.

En este trabajo se estudian las diferentes subcategorías relacionadas con esta tipología turística y como estas han ido evolucionando hasta tener la esencia del lujo en su ser.

Debido a esto, Ibiza soporta unas consecuencias negativas que de no tener este turismo no existirían. Han sido muchos los escritores que han plasmado sus ideas tanto a favor como en contra de estas circunstancias en los periódicos locales. Sería el caso de Xescu Prats i de Joan Lluís Ferrer, grandes defensores de la isla, los cuales apostillan que esta no necesita el turismo de lujo.

Objetivos

- Se describirá el marco teórico en Ibiza desde los años 60 tomando como referencia al turismo.
- Con la ayuda de la Teoría del Ciclo de Vida de los Destinos Turísticos de Butler, se analizará en qué fase se encuentra la isla en este momento.
- Se describirán las diferentes subcategorías existentes en el turismo de lujo y como la oferta complementaria ayuda a que se mantenga este turismo de desenfreno.
- Se explicará por medio de ejemplos y de artículos extraídos del Diario de Ibiza la problemática existente con este turismo.
- Se concluirá el trabajo con las posibles soluciones para que Ibiza siga manteniéndose como destino turístico, sin tener que recurrir, como principal contribución, al turismo de lujo.

Transformaciones del turismo en Ibiza desde los años 60

Para poder desarrollar esta parte de una manera mucho más técnica, se debe conocer qué es la

Teoría del Ciclo de Vida de los Destinos Turísticos de Butler.

Según Richard Butler (1980), un destino turístico tiene un ciclo de evolución similar al de los productos o servicios, y comprende 6 etapas: exploración, implicación de autoridades locales, desarrollo, consolidación, estancamiento, y declive o rejuvenecimiento. Es importante aclarar que no todos los destinos pasan por todas las etapas, dependerá de la naturaleza con que se desarrollen.

Esta propuesta, a partir de ahora CVDT, realiza un análisis de las fases evolutivas del desarrollo de un destino turístico, dando especial relevancia a la planificación y gestión, por lo que permite predecir los errores del turismo.

En el caso de Ibiza y tomando como referencia las publicaciones de José Ramón Cardona y Antoni Serra Cantallops (2014, 2013) y recabando información del estudio de Joan Carles Cirer Costa (2010), hacemos un repaso a la transformación que ha sufrido el turismo de Ibiza desde la década de 1960 hasta la actualidad.

Ibiza es un destino maduro con una importante historia turística donde predomina el cambio y la adaptación a las diferentes épocas. Debido a esto podemos dividir los periodos en estas fases:

A) En la época de los sesenta, Ibiza se hallaba en la fase de exploración según el CVDT aunque el turismo tiene su origen en los años 1930 con la llegada a Ibiza de muchos intelectuales, artistas europeos y escritores

La isla se dio a conocer al resto de los países del mundo por la afluencia de hippies. Esto la convirtió en un icono mundial de este movimiento por lo que fomentó el deseo de muchos jóvenes y gente de las mismas creencias a venir para experimentar.

En lo que al alojamiento respecta, en el año 1961 había 86 hoteles. A causa del boom turístico en menos de 10 años pasaron a ser 256, ya que finales de esta década se llegaban a construir unos veinte hoteles al año.

Predominaban los hoteles de dos y tres estrellas, las pensiones, los hostales y las casas de huéspedes.

En cuanto a la distribución de plazas hoteleras, estas eran muy estables.

B) En los años setenta se diría que la isla se encontraba en la fase de implicación, aunque hay que matizar que en esta época existen dos períodos muy distintos; el primero antes de la crisis del petróleo y el segundo después de ella.

En la primera mitad, el aumento del número de plazas se moderó y el turismo se ralentizó debido a la crisis. Esto desembocó en un incremento de los costes del transporte aéreo y, por lo tanto, la quiebra de los touroperadores ingleses. Ibiza, al recibir mayoritariamente turistas anglosajones, se vio tremendamente afectada.

En la segunda mitad, pasada ya la crisis, Ibiza tuvo una capacidad de recuperación asombrosa donde los residentes tomaron parte en la provisión de servicios e interactuaron con los turistas. Dejaron de ser tan intransigentes y empezaron a ver al turismo como una gran oportunidad. Los empresarios abrieron camino a la nueva tipología y a los cambios del turismo, lo que conllevó a que el sector agrario y ganadero se redujera al mínimo y que solo un porcentaje muy pequeño de la sociedad Ibicenca se dedicara a ello.

El crecimiento de los turistas fue tan grande que la población local no podía cubrir estas necesidades por lo que se tuvo que recurrir a trabajadores foráneos, principalmente de la península. Provocando así cambios muy significativos en la vida corriente de la isla y por ende en sus ciudadanos.

Una vez finalizado el movimiento hippie llegó la primera oferta de discoteca.

La tipología turística cambió y la isla se reconvirtió para atender a estos nuevos turistas con diferentes necesidades.

Aparecieron los primeros detractores del turismo y pidieron una limitación de este para no destruirla isla.

Esta nueva modalidad turística se caracterizaba por ser de baja categoría, su tipología principal era sol y playa. Ya no buscaban la Ibiza bohemia de los hippies, sino una Ibiza donde disfrutar del tiempo y de sus playas olvidándose de lo bucólico del lugar y de su medioambiente.

En este momento se puede hablar ya del conocido *turismo de masas*.

A partir del año 1975 el sector del alojamiento turístico de Ibiza y Formentera quedó configurado por dos únicos subsectores: apartamentos y

hoteles, todos ellos estrictamente enfocados al turismo vacacional de sol y playa.

Los empresarios locales se agruparon en asociaciones, obteniendo una ganancia mayor que los inversores extranjeros. Un ejemplo sería el caso del grupo Fiesta, que se vinculó con la familia Matutes. A consecuencia de esto, en 1978 surgió la Federación Hotelera de Ibiza y Formentera (FEHIF)

C) En los años ochenta, se produjo una expansión rápida del turismo, lo cual consolidó este sector

Las empresas hoteleras adoptaron una estructura compleja. Cada inmueble se establecía como una sociedad aunque la explotación de ella se hacía a través de otra empresa. Esta última empresa al final resultaba ser la misma empresa que lo gestionaba. Poniendo un ejemplo para esclarecer: ME by Meliá, un hotel en la zona de Santa Eulalia perteneciente a la cadena hotelera Meliá. El hotel está a nombre de S'argamassa hotelera pero explotado por ME. Aunque en principio parezca que ME y S'argamassa hotelera son dos entidades diferentes, ME es una marca más dentro de Meliá y S'argamassa hotelera es propiedad de Meliá. Por lo que al fin y al cabo todo es la misma compañía.

Esta separación dio lugar a empresas especialistas en gestionar espacios hoteleros, normalmente cadenas hoteleras.

Al final de la década (en el año 89) hubo una crisis mundial muy marcada que desembocó en una gran degradación de la oferta. Los hoteleros no habían reinvertido en el hotel y estos se quedaron muy anticuados. Situación a la que se sumó la poca profesionalidad de los trabajadores y su falta de formación.

Recordemos que en la década anterior los mismos trabajadores que en invierno se dedicaban a la construcción de los hoteles eran los que en la temporada estival trabajaban de camareros en esos mismos hoteles. Además de esto, la llegada de los *hooligans* por parte de los turoperadores formó un turismo de muy baja calidad. Lo que supuso que los empresarios no alcanzaran los mínimos establecidos para poder pagar la deuda acarreada en la reconstrucción del hotel.

A todo esto se sumaron los cambios políticos y económicos; el tratado de adhesión a la Comunidad Europea; cambios socioculturales en España y

además la oposición de los *verdes* (grupo ecologista que se dedicaba a luchar por la conservación del medio ambiente de la isla). Lo que supuso, para el final de esta década y los años iniciales de la década de los noventa, la mayor crisis de la historia del turismo en Ibiza.

D) En la década de los noventa la isla de Ibiza continuaba en la fase de desarrollo, aunque sus inicios estuvieron marcados por una fuerte crisis que venía arrastrándose desde finales de la época anterior

Esta década estuvo determinada por el proceso de modernización y reflexión sobre el futuro del turismo en la isla.

Desde el año 1994 Ibiza se recuperó y se alcanzaron las mismas cifras de llegadas en el aeropuerto que en la década anterior, cuando la isla estaba en pleno auge. El turista predominante en ese entonces era el británico joven con ganas de fiesta y diversión. Principalmente de clase social media-baja. Como se mencionó para la década anterior: los llamados *hooligans*.

La peor parte de estos turistas se la llevó San Antonio. Entonces la ciudad se consideraba internacionalmente como la tierra de la cerveza.

En 1999 llegó el reconocimiento de los lugares Patrimonio Mundial en la isla, por lo que recibiría su reconocimiento como algo más que un lugar de fiesta. La posidonia oceánica de los alrededores de Ses Salines, el yacimiento de Sa Caleta, la necrópolis de Puig des Molins y las murallas de Dalt Vila hacen de Ibiza un tesoro cultural admirable.

En cuanto a la hotelería, es en esta década cuando se inauguraron varios hoteles de más de mil plazas.

F) En el año 2000 Ibiza entró en la fase de consolidación. Con el boom de las discotecas se incorporó la última pieza del puzzle para tener la imagen de Ibiza que se tiene hoy en día

El crecimiento en el número de llegadas de turistas fue constante.

El gobierno central cedió la competencia del turismo a la propia comunidad autónoma. Lo que supuso un efecto muy fuerte sobre la oferta. Así pues, el gobierno autonómico redujo el crecimiento de la planta hotelera al mínimo para invertir más

en la mejora de la calidad de los hoteles que en su expansión. Como se verá en la siguiente década, Ibiza pretendió cambiar su tipología turística al turismo de lujo.

Los turistas que llegaron en esta década siguieron siendo principalmente británicos, aunque el perfil del turista discotequero fue extendiéndose a la mayoría de los países emisores de turistas hacia Ibiza.

G) Entre los años 2000 y 2010 se encontraría en la fase de estancamiento

Hay dos motivos fundamentales que llevan a creer esto; uno de ellos es que el máximo de llegadas deja de crecer sin ninguna razón evidente. Y el otro motivo por el cual se piensa que se estaría estancando el turismo es porque los expertos ven evidencias de que esto realmente está ocurriendo.

¿Se podría pensar entonces que Ibiza empieza a aburrir a los turistas?

La publicidad de la isla sigue siendo la vida nocturna y el clima pero esta vez enfocado más al lujo, es decir, a la gente de mayor poder adquisitivo. Por ello hay una reconversión del marketing. Se crearon proyectos que pretendían mejorar las infraestructuras para aportar un lujo que no poseían. Además, existía una ley que prohibía construir un hotel que no fuese de 4 o 5 estrellas y las plazas debían de ser a costa de la amortización de otras plazas existentes.

La isla, debido a la nueva vertiente turística, concentró una vez más a famosos y volvió a tener una imagen más glamurosa. Por lo que nuevamente redirigió su imagen, apostando por una Ibiza que combinaba la libertad hippie con el lujo y la sofisticación.

Desde el año 2010, hasta la actualidad, se podría decir que se está en la fase de rejuvenecimiento ya que queda patente que la isla de Ibiza no ha muerto. En gran parte se debe a los proyectos que se han ido desarrollando y que han hecho que la isla mejore cualitativamente. Gracias a la introducción de nuevos atractivos y a los intentos de cambios en la tipología de turismo, como podrían ser el turismo cultural o el turismo de deporte. Aunque en principio los resultados no fueron muy positivos, se sigue intentando.

Se han creado y se han reformado hoteles ya existentes en hoteles de lujo. Atrayendo así a turistas con un aporte económico sustancial, pero

sin dejar atrás la propia esencia de la isla.

¿Qué es el turismo de lujo?

Se entiende por turismo de lujo a los movimientos temporales de personas con características bastante peculiares: como turistas se sienten individuos diferentes a la masa y son discretos. Un viaje lujoso es una experiencia personal y única que despierta sensaciones inolvidables.

Lo que se presupone cuando se habla de turismo de lujo no es más que dinero, poder, fiesta, noche... etc. Una vez se han satisfecho las necesidades básicas de hospedaje lo intangible es lo que realmente prima en el lujo.

El valor del lujo posee cuatro dimensiones: financiera (relativa al costo monetario), funcional (calidad, rareza, utilidad, durabilidad), individual (lo que cada persona siente o percibe que es el lujo) y social (percibida dentro de un grupo social, que puede afectar en la evaluación y disposición de compra).

Uno de los principales conceptos relativos al lujo es el principio de rareza. Esto significa que el prestigio de las marcas es erosionado o desgastado si demasiadas personas tienen acceso a ellas (Dubois ; Paternault, 1995; Hauck ; Stanforth, 2007).

Sin embargo la palabra *lujo* abarca más que lo medible en dinero. Para Ibiza, que es una isla que reúne a todo tipo de turistas, todos ellos con diferentes necesidades, se puede decir que el lujo es la sensación que cada uno percibe.

No obstante, lo que se va a tratar aquí es la representación de lujo en cuanto a consumismo se refiere. Ya que la isla se ha ido desarrollando hacia esta vertiente turística. Las características de la exclusividad y los servicios personalizados son innegociables.

Ibiza, a lo largo del S. XXI, intenta adaptarse a las necesidades de los turistas. Es por ello que ha dado un cambio en su tipología turística, enfocándola al lujo. Atrás quedó la Ibiza hippie de los años 60. Hoy en día cambiamos las bicicletas por los yates, las toallas por las balinesas de los *beach clubs* y el bocadillo en la playa por la cocina de autor a pie de esta.

A raíz de este cambio en Ibiza ciudad se crearon zonas de gran atractivo turístico enfocadas al lujo,

especialmente para que todos estos turistas de gran poder adquisitivo encontraran una ciudad adaptada a sus necesidades; y al fin y al cabo, fomentar que gastaran el máximo posible a su paso.

El Paseo Marítimo de la ciudad sería un ejemplo de esto. A lo largo de él se encuentra toda la oferta complementaria ingeniería para esta lujosa tipología turística.

Para alimentar aún más, si cabe, esta propuesta se construyeron unos edificios residenciales de gran lujo. Se ofrecían viviendas exclusivas a gente exclusiva.

El puerto recreativo de la ciudad de Ibiza es una de las zonas más características, en ella las personas más influyentes y adineradas pueden disfrutar de lujosas infraestructuras. Aquí se encuentra el gran restaurante Lío, ubicado en el nuevo puerto deportivo *Marina Ibiza*, una zona rebautizada como la *milla de oro*.

Destacan también en esta zona la discoteca Pachá, el casino y el Ibiza Gran Hotel, único hotel de cinco estrellas de gran lujo de la isla.

En menos de 5 años, en Ibiza, se ha pasado de tener hoteles de cinco estrellas *básicos*, a hoteles de cinco estrellas que despuntan por el lujo extremo y excéntrico. Lo cual quiere decir que los empresarios intentan encontrar la mejor versión del hotel respondiendo a la extravagancia de la demanda de cada cliente.

Debido a esta gran competencia los hoteles nuevos tienen como objetivo la oferta de un lujo desbordante, con materiales exclusivos, al mismo tiempo que van reuniendo otros requisitos para tener una categoría de 5 estrellas.

El esfuerzo de los hoteleros ya no es conseguir las estrellas para poder obtener una categoría superior, más bien se trata de innovar en el lujo y luchar por implementar nuevos servicios asociados a este concepto.

Experiencia, sorpresa, exclusividad, fiestas. Se dice no al todo incluido; no niños, pero si animales; la extravagancia que va de la mano del lujo y un sinfín de etcéteras serían claros ejemplos de esta nueva tendencia.

No obstante, en Ibiza hay otro tipo de lujo por el que pagar y del que disfrutar.

En este estudio se han diferenciado cuatro subcategorías de lujo presentes en la isla:

Lujo de calidad

Se considera lujo de calidad, en palabras de José Luis Gascó (2017):

A la adecuación constante y eficiente de nuestro servicio a las expectativas que tiene nuestro cliente, de manera que su percepción suponga una ventaja competitiva de nuestra empresa apreciada por el cliente y nos permita apropiarnos de una parte del valor que generamos.

La calidad no es, por tanto, solo cuestión de precio. Los clientes objetivo de la empresa no se determinan solo con precios, sino con capacidad para atender sus mejores expectativas a un precio adecuado.

Tomamos como referencia el artículo del Diario de Ibiza de José Miguel L. Romero *Panorámica del turismo de lujo en Ibiza* de septiembre del 2016 y además aportamos conocimientos derivados de la experiencia propia por haber trabajado en el departamento de calidad en hostelería de lujo. Se puede decir que este tipo concreto de lujo lo que busca es una atención personalizada al máximo nivel, aunque ello suponga a la empresa tener que estar a disposición del cliente las 24 horas del día, a lo largo de toda su estancia.

Asimismo uno de los puntos más fuertes de esta tipología es anticiparse a las necesidades del cliente. Lo que significa que hay que hacer una investigación previa de la persona para saber de dónde procede, cuáles son sus gustos y poder sorprenderle a la llegada al hotel.

De esta manera, como se argumenta en el citado artículo del Diario de Ibiza, hay programas informáticos que son capaces de reconocer qué tipo de cliente (VIP) se es en función de lo que gasta.

Por tanto esta actividad va muy ligada al lujo de calidad. Ya que los diferentes tipos de VIP conllevan más o menos atención según el nivel adquisitivo que se tiene o dependiendo del consumo que se haga en el hotel. De hecho, muchas veces no hay constancia alguna de que un cliente tiene la categoría VIP puesto que actúa como una persona anónima (discreción) o bien poco tiempo atrás no se le consideraba como *adinerado*. Son estos programas informáticos los que advierten al hotel del gasto del cliente en cuestión y así se detecta que se debería *ascender* al cliente de *normal* a *VIP*.

Otro punto a tener en cuenta son las compañías de calidad exclusivamente dedicadas al lujo como, por ejemplo, *Virtuoso; The Leading Hotels of the World; o Relais & Château* entre otras.

En Ibiza una de las compañías referente en calidad, preferidas por los hoteles de lujo, es *The Leading Hotels of the World*. Esto asegura a sus clientes tener un estándar de calidad muy superior al de cualquier otro hotel.

The Leading Hotels of the World es un consorcio hotelero propiedad de Hotel Representative, A.G. con más de 430 hoteles y resorts de lujo en más de ochenta países.

El grupo destaca por ser un distintivo de calidad especializado en hoteles de lujo exclusivos e independientes que transmiten la esencia de su manera de gestionar en base a la exclusividad y ofrecen un producto único.

A su vez, el hotel se compromete a ofrecer un *alto nivel de servicio* para el cliente y, para garantizarlo, *The Leading Hotels of the World* establece 800 estándares de calidad a mantener anualmente. Uno de los estándares que exige esta compañía a sus asociados es cuidar la aproximación al cliente y personalizar el trato al máximo: detalles como dirigirse por su nombre, o saber anteponerse a sus necesidades son algunos ejemplos.

Cada año los miembros de la asociación tienen que superar una revisión para comprobar que se cumple con los altos estándares y se ofrece un *servicio extraordinario*. Esto se realiza a través de encuestas de satisfacción y la superación de una auditoría anual. Esta auditoría se desarrolla bajo el concepto del *cliente incógnito (mystery guest)*. Este *cliente* actúa como un cliente normal mientras va evaluando y midiendo la calidad para finalmente entregar un informe al hotel y decidir si cumple, o no, con los requisitos de calidad demandados por la empresa.

En la isla contamos con 3 hoteles que trabajan con esta compañía: *ME Ibiza, 7 Pines y Bless*.

El primer hotel en implantar estos estándares de calidad fue *ME Ibiza*, de la cadena Meliá, el cual se abrió en 2015. Más tarde, en 2018, se abrió *7 pines* y por último en 2019 *Bless*. Cabe destacar que *7 pines* dista mucho del concepto *Lifestyle* de los otros dos hoteles, además de por su diferente localización.

Lujo idealizado

Tal como se ha apuntado anteriormente, decimos que la isla ha evolucionado a un nuevo concepto turístico llamado lujo. No por ello dejando atrás su esencia principal. En palabras de José Antonio Roselló, *La isla tiene, desde siempre, la característica de que existen muchas Ibizas*. (Romero, 17 marzo 2019).

Es por ello que decimos *lujo idealizado*. Aunque es cierto que el lujo es la primera vertiente de la isla aún quedan turistas que vienen a Ibiza por su imagen idílica, por ese ambiente hippie que la isla sigue manteniendo. Esta es ahora la verdadera esencia de Ibiza, si bien de una manera más chic que en los años 60.

El auténtico lujo de la isla es la propia isla en sí y esto ni se compra ni se vende. Para unas personas, el verdadero lujo, será disfrutar de un atardecer en Cala Conta en el mejor yate con una copa de un champagne muy caro, mientras que para otras será disfrutar de ese mismo atardecer en una de las rocas de la playa.

Lujo para familias

Desde que los hoteles de 5 estrellas empezaron a inundar Ibiza se procuró no encasillar en este segmento a gente joven o de mediana edad sin hijos y con un poder adquisitivo alto.

Quizás la excesiva competencia y el afán por ser el mejor ha hecho que los departamentos de marketing amplíen este concepto de nuevo lujo hasta el segmento de turismo familiar, tan importante y necesario para la isla.

Es muy difícil poder combinar estas dos palabras, lujo y familia, aunque en un principio no lo parezca.

Pensemos que para una familia lo más importante es el confort. El lujo es algo importante para las personas que estén acostumbradas a consumirlo a diario, pero no impera en sus necesidades cuando se antepone a la estabilidad familiar. Por ello el nuevo lujo, el *lifestyle*, en principio no sería apropiado para este segmento turístico.

Actualmente hay hoteles que se han renovado y han apostado por esta tipología de turismo familiar y lujo. Podrían ser los casos de *Nobu, Hacienda na Xamena* o el *Hotel Fenicia*. Aquí el lujo es elemento primordial aunque envuelto en un ambiente muy

familiar.

Las instalaciones cuentan con un equipamiento especial destinado a los niños, tales como un *kids club*, piscinas adecuadas, servicio de *babysitter*, menú especializado, etc. Esto ayuda a que la familia pueda disfrutar de la isla sin renunciar al lujo.

Sin embargo muchos turoperadores han tenido problemas a la hora de encontrar disponibilidad en este tipo de hoteles. Por ser relativamente nuevos, exceptuando el *Fenicia*, y pocos, resulta muy difícil encontrar alojamiento por el exceso de demanda.

Pero tal como se dice, la demanda es quien regula el mercado, al final la oferta tendrá que amoldarse a lo que la demanda exija.

Ecolujo

Otra modalidad que no ha escapado a la seducción del lujo es el *ecolujo*. Por *eco* en la oferta hotelera habitualmente nos referimos a agroturismos. Aunque se pueda llegar a pensar que lo *eco* pueda ser antagónico al lujo, más adelante se verá que no es así.

La OMT entiende por agroturismo: *La actividad turística en áreas agropecuarias con el aprovechamiento de un medio ambiente rural, habitado por una sociedad campesina, que muestra y comparte no solo su idiosincrasia y técnicas agrícolas, sino también su entorno natural, cultural y socioproductivo.*

En Ibiza los agroturismos intentan maquillar la realidad, se pretende vender un aire a lo antiguo, cuando la verdad no es esta. Se vende un *ecolujo* al más estilo rústico. Otro ejemplo más del avance de la oferta de lujo en el sector del alojamiento.

Enfocadas en lo típico de la isla, se venden como casas *payesas* con un estilo de lujo de 5 estrellas. Bien se podría hablar de *Atazaró*, de *Can Curreu*, *Can Gasí*, *Can Lluc*, etc.

Sin ir más lejos, Ferrer (2015b) considera que el hotel rural *Can Curreu* se ha convertido en un *agrofashion* y que las habitaciones, a precio de 2015, valían alrededor de 300€ la noche. En *Atzaró*, conviven el ambiente ibicenco con el asiático. Las suites de mayor tamaño tienen alrededor de 70 metros cuadrados, incluyendo terraza, y pueden costar unos 900€ la noche. Allí se han casado muchos personajes famosos del panorama español.

Es cierto que el enclave, al igual que la experiencia que se quiere dar, es de lo más rural

que se puede encontrar en la isla.

¿Pero no es este término (rural) lo más contrario al lujo?

Por lo visto los nuevos ricos apuestan más por este sector. Muchos de ellos se encuentran en hoteles rurales de cinco estrellas súper lujo con la dualidad de tener la playa a pocos metros. Lo que hace que se pueda disfrutar de ambas cosas.

Hay muchos famosos o personas adineradas que no están dispuestas a exponerse públicamente y por ello buscan este tipo de lugares que están lo más escondidos posible. Así pueden gozar quizás de la exclusividad *parcial* que este tipo de alojamientos puede dar.

Oferta complementaria de lujo

Se entiende por oferta complementaria aquellos servicios que se ofrecen sin ser el producto principal. Esta puede variar según el destino. La oferta complementaria que se puede encontrar en un destino de sol y playa no será la misma que en un destino de nieve.

Para el destino Ibiza la oferta complementaria puede ir desde un viaje en yate hasta comer en el restaurante más caro del mundo, llamado *Sublimotion*.

El lujo también se ha introducido a fondo en la oferta complementaria de la isla. Se puede decir que existe una gran variedad y además se puede encontrar todo lo que se necesita en el momento en el que se necesita.

Existen empresas que se dedican exclusivamente a esto. Es el caso de *Ibiza Luxury Destination*. Formado por un selecto grupo de empresas que han dedicado su trabajo y esfuerzo a ofrecer el mejor servicio personalizado para cada cliente. Ofrecen servicios tales como: alojamiento, alquiler y venta de villas, transporte, náutica, tiendas, restaurantes, *beach clubs* y ocio nocturno.

Además de estas compañías que agrupan todos los servicios en una misma empresa existen también otras entidades que se dedican a los servicios individualizados. Por ejemplo, existen empresas donde se puede alquilar desde un servicio de transfer con chófer particular en un Land Rover, hasta una limusina para disfrutarla toda la estancia. Este sería el caso de *Dcars*.

Igualmente es el caso de las empresas de alquiler

de barcos en las que se puede alquilar desde un catamarán a un yate con o sin patrón durante un día. Se ofrece disfrutar de las mejores zonas de la isla o incluso hacer un viaje hasta Formentera.

Este tipo de compañías tienen, a su vez, acuerdos con los hoteles de lujo para vender sus productos. Dan una pequeña comisión al hotel y de esta manera generan ganancias mucho más fácilmente.

Otro sector muy importante en la oferta complementaria son los restaurantes, *beach clubs* y discotecas, muchos de ellos ubicados en zonas estratégicas donde impera el lujo. Como sería el paseo marítimo de Ibiza, donde hay una gran variedad de bares de copas y restaurantes enfocados al turismo de alto nivel adquisitivo. Destacan restaurantes como *Cipriani* y *Heart*, situados en el Ibiza Gran Hotel, el restaurante *Lio*, ubicado en la Marina, o el restaurante más caro del mundo, *Sublimotion* que se encuentra en el *Hard Rock Hotel*, en Playa d'en Bossa.

Las discotecas de moda están en los hoteles también de moda como *Ushuaia*, *Hard Rock*, *Hi*, etc. Son los nuevos hoteles musicales. Otra tendencia asociada al lujo como oferta complementaria en el mismo hotel.

Respecto a los *beach clubs* estos distan un poco de la tendencia que asociaba el negocio a los lugares de lujo. Ellos buscan sitios remotos de la isla así como paisajes bucólicos para crear un ambiente relajado. Los *beach clubs* se ponen de moda por sí solos o por la gente que disfruta en ellos. Poco a poco van adquiriendo fama y van aumentando precios hasta llegar a tener el estatus de *beach club* de lujo. Normalmente este proceso se puede dar en una misma temporada, otros sin embargo ya se crean como *beach clubs* de lujo sin importar el lugar donde están ya que son franquicias y llevan asociado con su marca el distintivo de lujo, como sería el caso de *Nickky Beach*.

Blue Marlin es otro de los *beach clubs* más cotizados de la isla. La carta de bebida puede llegar a tener precios desde los 3.000€, alcanzando los 20.000€.

Los *beach clubs* más conocidos en la isla pueden ser, *Nassau beach club*, *Nickky beach*, *Blue Marlín* y *Amante*.

También hay edificios residenciales icónicos como *Las Boas de Ibiza*, propiedad de *Life Marina Ibiza*, diseñado por Jean Nouvel.

Consecuencias del turismo de lujo

Muchas consecuencias del turismo son comunes independientemente del lujo. La estacionalización en un destino turístico genera una masa desproporcionada de gente en un momento determinado. Esto puede llegar a crear una sensación de pérdida de identidad entre los residentes. Además de la constante destrucción de la biodiversidad. Esto último a causa de la intensidad del transporte, a la masificación en las zonas costeras sin la protección y regularización adecuada y, por último, a una desmesurada cantidad de residuos.

En cuanto a las consecuencias propias del turismo de lujo en la isla encontramos muchas más negativas que positivas. Esto se debe, entre muchas otras causas, al *oportunismo* de la gente para subirse al carro del lujo. En el 2017 ya se publicó un artículo en el diario de Ibiza (Agencia Efe, 1 agosto 2017) donde los empresarios del sector del lujo denunciaban un intrusismo en sus negocios. Esto, según los empresarios del lujo, acabaría por dar una mala imagen de la isla de Ibiza, ya que ninguno de estos *empresarios intrusos* tendría regularizada su actividad. Una de las consecuencias incuestionables del intrusismo es el poder que tienen para jugar con los precios. Esto hace que ese sector se desmorone. Además, al no estar realmente especializados en el lujo, no dan el servicio correspondiente y esto hace que muchos clientes vean hundirse la imagen de la isla.

No solo por el oportunismo se ve deteriorada la imagen de Ibiza. Una de las principales causas que la deteriora es también la misma que hace que los turistas vengan a la isla. Hablamos del ocio de la noche. Esa imagen de la isla de desenfreno y locura hace que se esté perdiendo la integridad de la misma. Xescu Prats ya hacía mención a esta problemática en 2016 en su artículo en el Diario de Ibiza (30 agosto 2016). *Muchos estudios sin comparar ni un solo dato real y veraz llegan a la conclusión de que el sostén de la economía de Ibiza es el ocio nocturno y que sin este, Ibiza, no sería lo mismo (...) las mejores discotecas del mundo se encuentran en Ibiza.*

Por todo esto la gente cree y asume que esto puede ser así y se olvidan de las consecuencias reales que tiene esta nueva imagen de Ibiza: ruidos, atascos de tráfico, problemas de aparcamiento,

contaminación lumínica, molestias en el entorno y quizás, lo más importante, cómo afecta esto a los jóvenes.

Entre los jóvenes se imitan y esto hace que muchos se sientan empujados a las drogas y a la práctica de sexo de riesgo. Por no hablar del efecto en los jóvenes extranjeros que llegan incluso a perder la vida por seguir la moda absurda de arrojar desde los balcones de los hoteles.

Todo esto contribuye a que se pierda la Ibiza auténtica, la del turismo familiar sano y de calidad, la del turismo de naturaleza, deportivo y sobre todo la identidad de su patrimonio histórico.

En palabras de Prats (30 agosto 2016), *La Ibiza de la noche ha vulgarizado el aura hippie de antaño; esa misma que sí nos hizo un destino turístico diferente.*

Otro de los problemas con los que cuenta la isla por el turismo imperante de lujo es la inflación de los precios. Muchos touroperadores ven los precios de Ibiza como abusivos e inasumibles. El año pasado, en la feria de turismo de Berlín (ITB) se comentó que Ibiza se está volviendo surreal, fuera de alcance de muchos y además con demasiados hoteles de cinco estrellas *adults only*. Por lo que se puso sobre la mesa que había un exceso de lujo en la isla. Aunque muchos empresarios ibicencos no creen verlo de ese modo. Ellos alegan que la isla se rige por la demanda y que solo dan lo que los clientes exigen.

En lo que sí que estuvieron todos de acuerdo fue en la necesidad de reconducir el turismo familiar, atrayéndolo a la isla, ya que poco a poco va desapareciendo.

Tal como ya apuntaba Joan Lluís Ferrer en el Diario de Ibiza, el turismo familiar está muriendo entre el de borrachera y el de lujo. Ferrer defiende que el turismo familiar es lo que Ibiza se merece. Este se puede considerar un turismo de calidad, da más dinero y más tranquilidad y no el turismo de los mega millonarios ni el de borrachera. Argumenta que en el momento en que se privatizan los espacios públicos las autoridades regalan el bien máspreciado a los consumidores del turismo de lujo y esto, por lo tanto, no es turismo de calidad.

Sin ir más lejos, Xescu Prats (30 agosto 2016) escribía un artículo sobre este mismo tema. Poniendo como ejemplo el de un magnate ruso que había puesto un vallado en el trozo de playa donde

su residencia desembocaba. Narraba como el ayuntamiento le había autorizado a construir un tercio de lo que el magnate ruso había hecho, pero aun así no hubo ningún tipo de sanción. Además los guardaespaldas asustaban a los residentes que, hasta que se puso puertas a la playa, deseaban sentarse allí. Por lo que Xescu Prats se pregunta: *¿Por qué se les permite restringir un camino por el que cualquier ciudadano tiene derecho de paso? Y finaliza el artículo con una reflexión: Proteger el suelo público es una cuestión que está por encima de ideologías y que, sin duda, cuenta con el mayor consenso social. Hay que actuar ya y hacerlo con contundencia.*

Pero, ¿No se quería lujo? esta es la pregunta que hace José Ribas (24 septiembre 2016). Según argumenta, el Fausto de Ibiza es venderse por cuanto más mejor. Y hace una serie de preguntas que hacen replantearse el comportamiento ético de los ibicencos. *No querer ver también es aceptar*, reflexiona sobre la actitud que se adopta al aceptar a estos nuevos ricos y sus exigencias.

En su libro *Ibiza, la isla de los ricos* (2015a), Joan Lluís Ferrer hace un repaso de las excentricidades de estos ricos y las consecuencias que han desencadenado en la isla. Narra como un príncipe árabe vino a la isla de Formentera a pasar sus vacaciones. El príncipe, una tarde de paseo, se quedó en la playa de Ses Illetes pensando y mirando el mar con los pies metidos en el agua. Tan a gusto estaba en el agua que se le hizo de noche. Al no verse bien los pies y ser ese su gran deseo, ordenó a sus asistentes que iluminaran el agua. Al poco tiempo apareció allí una empresa con un transformador que colocaron detrás de una duna para que no le molestara el ruido e iluminaron sus pies con el foco. Una imagen totalmente surrealista.

Si nosotros mismos creemos que los ricos son superiores, echaremos por tierra la lucha sobre las diferencias sociales y todo lo que ello ha costado, continuaba José Ribas (24 septiembre 2016) en su artículo sobre *La verdad del lujo* en el Diario de Ibiza.

Muchas veces detrás de tanto dinero hay muchos tráfico ilegales. Ribas, acaba con dos preguntas que realmente preocupan. *De verdad, ¿somos tan inocentes para pensar que no nos salpicará? ¿De verdad no queremos ver lo obvio?*

Otro punto a tener en cuenta es la valoración de los viajeros. En este último año (2019), según Nou

Diari, Baleares ha sido la peor valorada por los clientes.

Los criterios que se han tenido en cuenta en la valoración han sido: la relación calidad/precio, el trato al cliente, las instalaciones, la limpieza y el confort y la situación del hotel. El no tener un personal cualificado está dejando la isla a merced de cualquiera.

El turismo de lujo llama a más lujo y esto hace que estemos en una isla donde todo lo que se vende cuesta una fortuna. El problema viene cuando esa fortuna que se pide afecta a la gente de a pie. En Ibiza la población puede llegar a vivir como pobres. Los precios abusivos de los alquileres están poniendo a Ibiza en una situación muy comprometida. Como veníamos anunciando al principio de este punto, todos quieren subirse al carro del lujo. Esto hace que los trabajadores tengan muchísima dificultad por la inestabilidad de la vivienda, lo que conlleva una mayor rotación de personal.

Esta situación repercute en el turismo. La calidad que puede ofrecer un servicio no es la misma si el personal es cualificado y se mantiene durante unos años en el mismo puesto de trabajo que si, por el contrario, ese personal rota cada año incluyendo a nuevos trabajadores. La inestabilidad laboral crea un círculo vicioso del que es muy complicado salir.

Pero aún se puede ahondar más en esta problemática. Debido a los abusivos precios de los alquileres hay muchísimos profesionales que se plantean si venir a trabajar a la isla, por lo que esto deja a los residentes muy desamparados. En la época estival, que es cuando más turismo recibimos, los profesionales sanitarios y los cuerpos de seguridad no dan abasto con todo el trabajo y a causa de ello el sistema se colapsa.

Sobre esto escribió Xescu Prats (27 febrero 2017), en el Diario de Ibiza. Argumentaba que los residentes no eran suficientes para atender a toda la demanda turística en la temporada estival. A causa de esto necesitan de la ayuda de peninsulares y extranjeros para abarcar toda la demanda turística. Al ser la situación insostenible, hace que los foráneos empiecen a ver la isla como inalcanzable y busquen ocupación en otros lugares. Esta situación ya se dio con anterioridad en Venecia y ahora se repite en la pitiusa mayor.

Prats propone que las soluciones no deben venir solo de parte de la administración, los hoteleros y

los propietarios deberían ofrecerlas también. Antiguamente, los hoteles destinaban parte del mismo edificio a vivienda del personal y las rentas de los pisos eran mucho más asequibles.

La biodiversidad marina en Ibiza es otro punto muy importante a tener en cuenta como influido por el turismo de lujo. Aunque se pudiera pensar que esto puede ser una causa común, más adelante se entenderá como es el turismo de lujo lo que hace que la flora marina acabe por desaparecer.

Ibiza es una isla protegida, no solo es una isla de fiesta donde el dinero todo lo compra como se ha intentado vender estos últimos años. Ibiza tiene un patrimonio cultural maravilloso que está siendo destruido por las exigencias del turismo de millonarios. Hablamos de la posidonia oceánica, planta que se encuentra en el fondo marino entre Ibiza y Formentera. Las praderas de posidonia tienen como función principal la oxigenación del agua. De esta manera las playas obtienen la claridad cristalina que las caracteriza. En el año 1999 estas praderas se declararon patrimonio de la humanidad. Esta planta marina se ve afectada por los fondeos de las embarcaciones de los turistas al intentar anclarlas lo más cerca posible de la costa. Un ejemplo muy claro fue lo que pasó en el verano de 2011 con el *Turama*, un macroyate que vino a la isla de veraneo. Navegando entre Ibiza y Formentera, su ancla era tan grande (tres veces la altura de un hombre) que arrancó una hectárea entera en solo unas horas. La posidonia se queda enredada en las anclas y acaba por arrancarlas. Aunque muchos grupos ecologistas y residentes han querido incidir en ello, solo se ha conseguido que limiten la distancia a la orilla. Según algunos expertos, a ciertos metros de distancia la posidonia no se ve tan alterada con el atraque del yate.

Relacionado con esto tenemos otro punto que no se puede obviar. El puerto donde ahora están todos estos macroyates es donde antiguamente los viajeros embarcaban y desembarcaban de los barcos tradicionales de pasajeros. Parece ser que esto le quitaba prestigio al paseo marítimo principal de Ibiza. Por lo que toda esta actividad portuaria tradicional se ha acabado trasladando a dos kilómetros más allá. Construyendo un puerto nuevo hecho específicamente para los que no tienen macroyates. ¿Ibiza necesita este escaparate de yates de lujo en primera línea? Cada vez queda más claro que Ibiza se ha rendido al turismo de

lujo.

Como último punto, pero no por ello menos importante, encontramos las actitudes de los residentes y como les afecta todo lo citado anteriormente.

Tomando como referencia la tesis doctoral de Ramón Cardona (2012), expone que a finales de los 90 Ibiza se veía como un destino permisivo y como paraíso del sexo. Ambas cosas rechazadas por la población local. Su actitud frente a ello era de impotencia ya que sentían que no podían hacer nada para cambiar la imagen que se proyectaba de Ibiza ya que era demasiado extrema.

Actualmente se mantiene la misma tendencia, lo que ha llevado a tener a los residentes divididos en dos bandos. Unos son partidarios de limitar el turismo y otros, al tener una fuerte dependencia económica, no quieren frenarlo.

Sería el mismo caso que aconteció en Barcelona. Todo el casco antiguo se vio afectado por la llegada masiva del turismo. Los residentes que allí vivían tuvieron que marcharse, dejando su casa de toda la vida, por los inconvenientes de tener como vecinos a turistas que no respetaban las normas de la comunidad. También afectó a los comercios locales. Poco a poco fueron desapareciendo al no poder competir con los precios de las grandes cadenas.

Esto mismo es lo que ha pasado en la ciudad de Ibiza. El paseo Vara de rey es considerado una de las zonas turísticas más antiguas y bonitas de toda la isla, sin embargo, con la última reforma han destrozado todo el atractivo histórico. Al mismo tiempo negocios locales entrañables de toda la vida han cesado su actividad por no poder pagar los abusivos alquileres, dejándolo paso a tiendas de moda de alta costura que pretenden atender las necesidades del turismo de lujo.

Según concluye la tesis de Cardona sobre las actitudes de los residentes :

...los residentes consideran que la gestión turística debe llevarla a cabo las administraciones de la isla teniendo en cuenta las opiniones de la población local. La visión que tienen es que actualmente su opinión no es suficientemente influyente y la de los empresarios excesiva. El turismo genera beneficios para todos pero especialmente para unos cuantos, según una parte importante de la muestra y la desestacionalización es prioritaria.

Pero también se debería considerar la otra cara de la moneda. En todas las argumentaciones anteriores se han visto las consecuencias negativas innegables que trae consigo el turismo de lujo. Pero sería absurdo no caer en la cuenta de que este turismo trae consigo mucho dinero. Según algunos es de gran ayuda para la isla.

Para Ibiza, con todos los cambios mencionados a lo largo de todos estos años, el turismo siempre ha sido el gran sostén de la isla. ¿Sería entonces estrictamente necesario que fuese el turismo de lujo el gran salvador?

Conclusiones

Desde que Ibiza fuera el destino paradisíaco elegido por los turistas para sus vacaciones de ensueño, esta ha sufrido muchas transformaciones. De la Ibiza hippie de los años 60 no queda casi ni un suspiro. Ahora el lujo es la nueva vertiente por excelencia. Citando a Joan Lluís Ferrer (2015a): *El turismo de lujo en Ibiza lo reúne todo, desde personajes poco recomendables hasta personas aparentemente honradas que han tenido la suerte de heredar inmensas fortunas sin apenas haber trabajado en su vida.... pero todas tienen una norma en común: dinero a mansalva.*

Como se ha visto a lo largo de este trabajo el lujo es lo que impera actualmente en la isla de Ibiza. La tipología turística ha cambiado sin ni siquiera pestañear. Todos apostaban por el lujo para la salvación de lo que pensaban que era una isla casi muerta sin reparar en las consecuencias de este. ¿O quizás sí?

En el libro *Ibiza, La destrucción del paraíso*,

Ferrer (2015b) explica que por los años 90 Mariano Llobet, el que fuera presidente de Fomento del Turismo decía: *Hemos superado ya el óptimo de acogida y estamos cerca de la saturación (...) una vez que hemos conseguido el pleno empleo para la gente de aquí, toda nueva plaza hotelera ya no es en nuestro beneficio, sino en el de fuera.*

Además es evidente que toda la riqueza obtenida de este rendimiento de la isla no se queda integra en ella.

Los inversores o incluso algunos empresarios son extranjeros. Por lo que una buena parte de lo que generan sus empresas en la temporada turística revierte en sus países de origen. Allí se harán una casa más grande, se compraran un coche más elegante o vivirán muy lujosamente. Y en Ibiza se quedarán los ruidos, la masificación, la destrucción y la basura que todo esto ocasiona.

Antiguamente los trabajadores del >West End, (una de las zonas por excelencia de los jóvenes británicos, en San Antonio, donde el alcohol, las drogas y las vomiteras es lo que impera en la temporada) eran Ibicencos. Pero desde hace ya unos cuantos años su puesto lo ocupan más de 400 trabajadores de gran Bretaña que vienen hacer aquí la temporada. Es decir, incluso se han apropiado del trabajo en una zona de la isla. Así pues, tanto los beneficios económicos del negocio, como de las nóminas de los empleados no se quedan ni se reinvierten en la isla. Se va todo directamente a su país de origen.

A causa de esto tenemos socialmente dos Ibizas: la de los que adoran este turismo y la de los que lo rechazan. Como se ha visto, muy pocos empresarios son los que estarían dispuestos a rechazar esta tipología de negocio y sus beneficios. Son los residentes, cansados de las consecuencias que sufren año tras año, los que apostarían por otro tipo de turismo más sano. Aunque a ambos bandos se le suman cargos públicos y periodistas. Estos últimos, cansados de ver como la isla se deteriora con tantos cambios.

Un ejemplo claro del poder que tienen los cargos públicos y lo que ellos pueden llegar a hacer, es lo que sucedió en Santa Eulalia.

Su alcalde de entonces, Vicent Guash, se reunió con los principales hoteleros de Santa Eulalia, ya que estos empezaron a traer el mismo turismo de borrachera que acoge actualmente San Antonio. Por lo que Santa Eulalia empezó a tener los mismos

problemas que hoy en día sigue teniendo San Antonio. Guash supo reaccionar a tiempo y evitarlo.

Se apostó por la tipología turística original, la familiar. Con ello también por la tranquilidad y el sosiego de los residentes. Además, curiosamente, es la que más dinero ingresa en la localidad. Vicent Guash dijo por aquel entonces *Mientras yo sea alcalde no habrá ni una discoteca en Santa Eulalia* y así hoy en día esta localidad Ibicenca se ha convertido en una de las más ricas de toda España, y por ende, una de las mejor conservadas y cuidadas sin necesidad de un turismo de excesos.

Que Ibiza es una isla que se nutre del turismo es indiscutible. Pero, ¿Todo vale? Como diría Ferrer (2015b) *¿La destrucción del paraíso era necesaria?*

Parecen no darse cuenta que se abren más mercados turísticos competencia directa de Ibiza y esto hace que las ventas de esta se ralenticen. Para que esto no suceda deberían tener ofertas mucho más diversificadas. En palabras del vicepresidente de Turismo:

También es cierto que, para esa mejora de las expectativas, los hoteles han tenido que hacer unas ofertas que no hicieron en 2018, superiores a las del pasado año. Pero así es la demanda. Se han recuperado Egipto y Turquía, así como Túnez. Y Grecia ha frenado la venta en las últimas cuatro semanas, porque también se está llenando. Y cuando frenan sus ventas, se agilizan las nuestras. (Costa, 14 septiembre 2019).

Con lo que en 2019 ya se veía que los demandantes del lujo también miran otros destinos de las mismas características o incluso más baratos. Así pues, podrían disfrutar de mucho más por mucho menos.

Como se ha visto en el apartado de consecuencias, las actitudes de los residentes hacen también que un destino turístico sea más o menos apetecible. Como argumenta Ramon Cardona (2012):

Probablemente, si existieran otros sectores económicos que permitieran reducir la dependencia del sector turístico y el sector turístico fuera más diversificado, menos estacional y tuviera una oferta de mayor calidad, la sociedad local sería bastante diferente y, consecuentemente, las actitudes de los residentes.

Si Ibiza se sigue rindiendo al dinero procedente del lujo y se hace una isla proyectada a ello, en un futuro tendremos turismo de lujo a precio de tres estrellas, o lo que puede ser peor aún: turismo de tres estrellas en instalaciones de lujo.

Como se ha comentado anteriormente la *desestacionalización* y la diversidad de tipologías turísticas podrían ser una de las soluciones más inteligentes para Ibiza. Por ello hay que apostar por la escucha activa tanto a residentes como a empresarios y poder llegar a un consenso real. Aunque Ferrer (2015b) se posiciona en contra acérrimamente. Advierte que esto puede ser una de las mayores equivocaciones. Tal como pasó con anterioridad con el turismo de lujo. Ferrer dice que si *desestacionalizamos* la isla y damos manga ancha a la misma tipología turística que tenemos hoy en día, perderemos lo más valioso que nos queda. La temporada de invierno. Esa temporada en la que podemos vivir tranquilamente y pasear en paz por donde uno quiera. Sin atascos, sin ruidos, sin molestias.

Para que la *desestacionalización* pudiera llegar a funcionar debería de cambiarse el modelo turístico. Ferrer apuesta por la misma tipología turística que tiene Santa Eulalia. La familiar. Según él da muchos más beneficios que la del lujo. Estamos cegados, según Ferrer, con el brillo del dinero. No deja ver que el lujo es algo efímero y no es nada sostenible.

Hoy podemos gustar mucho y acaparar toda esta demanda, pero mañana será otro destino turístico y la isla se quedara destruida y sin turismo.

En este trabajo se han analizado dos entrevistas hechas a sendos directores de hoteles de lujo en Ibiza. Aunque los hoteles son de estilos diferentes (uno es lujo clásico y el otro es lujo *Lifestyle*), ambos coinciden en muchas respuestas. Cuando se les pregunta que entienden por turismo de lujo coinciden en lo mismo: no se trata ya de un lujo de

oro y diamantes. Se trata más bien, como ya se ha dicho en este artículo, de un lujo personalizado. Un lujo en el que las necesidades del cliente son lo primero. Coinciden que ese tipo de turismo solo pueden llevarlo a cabo personas con un muy alto poder adquisitivo en franjas de edades comprendidas entre los 25 años (los nuevos ricos) pasando por la mediana edad (la franja más habitual) y hasta los 55-60 años. El promedio de estancia sería de 3,5 a 4,5 noches dependiendo del mes de la temporada. La mayoría de estos clientes provienen del Reino Unido y de EEUU

La expansión de los hoteles de 5 estrellas y la oferta complementaria está dedicada en gran parte al lujo y esto es debido a que los inversores vieron aquí una oportunidad de negocio beneficiosa. Sin embargo ambos directores coinciden en que no es el tipo de inversión más rentable. Por lo que cabe preguntarse entonces: ¿Para que vendemos lujo? También ambos tienen la misma opinión en cuanto a la caducidad del lujo. Aunque en dos enfoques diferentes. Uno piensa que la caducidad está en los servicios si los propios empresarios no son capaces de renovarlos y amoldarlos en cada momento a la demanda. Sin embargo, su homólogo considera que:

Si tiene caducidad, en tanto en cuanto, a nivel político no se pongan límites al crecimiento y sobre todo a los excesos que se vienen produciendo (fondeos, ruidos...). Corremos un importante riesgo de que llegue un punto de saturación en la isla que haga que esta pierda la identidad que la ha hecho mundialmente conocida, creo es un error apostar sólo por el turismo de lujo, la isla de Ibiza se hizo famosa en los años 60/70 por la diversidad, la mezcla de culturas y clases sociales, todo esto se está perdiendo y, lo peor de todo, se está apartando a la población local.

Quizás se ha pasado por alto que Ibiza no debe ser salvada por nadie ni por nada, que Ibiza en sí ya es un reclamo turístico y hay que saber gestionarla adecuadamente para que no se acabe por destruir la del todo. La pregunta final nos invita a una reflexión añadida: ¿Quedará algo de la Ibiza que conocemos para nuestros hijos?

Bibliografía

Cirer Costa, J. C. (2010). Dinámica de la estructura del sector hotelero en Ibiza y Formentera 1960-2000. *Cuadernos de Turismo*, 26, 69-90.

Costa, J. A. (14 setiembre 2019). **El turismo de lujo en los últimos años ha dado unos resultados formidables**. *diariodeibiza.es*. 14 setiembre 2019. Recuperado de <https://www.diariodeibiza.es/pitiuses-balears/2019/09/15/turismo-lujo-ultimos-anos-dado/1091715.html>.

Redacción digital. (25 julio 2018). **El turismo de lujo: economía emergente**. *diariodeibiza.es*. 25 julio 2018. Recuperado de <https://www.diariodeibiza.es/pitiuses-balears/2019/09/15/turismo-lujo-ultimos-anos-dado/1091715.html>.

Ferrer Colomar, J.L. (2015a). *Ibiza: la destrucción del paraíso*. Ibiza: Balàfia Postals.

Ferrer Colomar, J.L. (2015b). *Ibiza, la isla de los ricos*. Ibiza: UOC

Agencia Efe / Ibiza. (1 agosto 2017). **Empresarios del sector del lujo de Ibiza denuncian el intrusismo**. *diariodeibiza.es*. 1 agosto 2017. Recuperado de <https://www.diariodeibiza.es/pitiuses-balears/2017/08/01/empresarios-sector-lujo-ibiza-denuncian/932169.html>

Gascó, J. L. (04 julio 2017). **El turismo de calidad**. *diarioinformacion.com*. 04 julio 2017. <https://www.diarioinformacion.com/opinion/2017/07/05/turismo-calidad/1913791.html>

Prats, X. (30 agosto 2016). **Puertas en la playa**. *diariodeibiza.es*. 30 agosto 2016. Recuperado de <https://www.diariodeibiza.es/opinion/2016/08/30/puertas-playa/863213.html>

Prats, X. (20 febrero 2017). **Perogrulladas y discotecas**. *diariodeibiza.es*. 20 febrero 2017. Recuperado de <https://www.diariodeibiza.es/opinion/2017/02/21/perogrulladas-discotecas/897753.html>

Prats, X. (27 febrero 2017). **Aquí no hay quien viva**. *diariodeibiza.es*. 27 febrero 2017. Recuperado de <https://www.diariodeibiza.es/opinion/2017/02/28/hay-viva/899199.html>

Ramón Cardona, J. (2012). **Actitudes de los residentes hacia el turismo en destinos turísticos consolidados: El caso de Ibiza**. Tesis Doctoral. Palma: Departament d'Economia de l'Empresa. (Programa de Doctorat d'Economia de l'Empresa, Universitat de les Illes Balears, Illes Balears). Recuperado de http://ibdigital.uib.es/greenstone/collect/tesisUIB/index/assoc/Ramon_Ca.dir/Ramon_Cardona_Jose.pdf

Ramón Cardona, J. ; Serra Cantallops, A. (2013). Historia social del desarrollo turístico en Ibiza (décadas de 1960 y 1970). Análisis desde perspectivas historiográficas. *Investigaciones Turísticas*, 5, 86-109.

Ramón Cardona, J. ; Serra Cantallops, A. (2014). Historia del turismo en Ibiza: Aplicación del Ciclo de Vida del Destino Turístico en un destino maduro del Mediterráneo. *Pasos*, 12(4),899-913.

Ramón Cardona, J. (2017). Gran Tour: Consolidación de Ibiza como destino turístico (finales del siglo XX). *Investigaciones Turísticas*, 16, 43-62.

Ribas, J. (24 septiembre 2016). **La verdad del lujo**. *diariodeibiza.es*. 24 septiembre 2016. Recuperado de <https://www.diariodeibiza.es/cartas-lectores/2016/09/24/lujo/868405.html>.

Romero, J.M. (2 setiembre 2016). **Panorámica del turismo de lujo**. *diariodeibiza.es*. 2 setiembre 2016. Recuperado de <https://www.diariodeibiza.es/autores/jose-miguel-l-romero.html>

Romero, J.M. (17 marzo 2019). **¿Le sale caro el lujo a Ibiza?**. *diariodeibiza.es*. 17 marzo 2019. Recuperado de <https://www.diariodeibiza.es/autores/jose-miguel-l-romero.html>.

Téllez Pérez, J.C. (2017). **Turismo sostenible en espacios insulares: el caso de Ibiza (España)**. (Tèsi Doctoral. Universitat Autònoma de Barcelona, Catalunya). Recuperado de https://ddd.uab.cat/pub/tesis/2017/hdl_10803_462038/jctr1de1.pdf

Vizcaino, M (2015). Evolución del turismo en España: El turismo cultural. *International Journal of Scientific Management and Tourism*, 4,75-95.

© *Turística, papers de Turisme* de l'edició.

© Bianca Marín Casero dels continguts de
l'article.

ISSN 2695-5334