

El turismo de *wellness*, salud y bienestar en Balears 2008

El turisme de *wellness*,
salut i benestar a Balears 2008



**Govern
de les Illes Balears**

Conselleria de Turisme

El Turisme de *Wellness*, Salut i Benestar a Balears 2008



Govern
de les Illes Balears
Conselleria de Turisme



www.inestur.es

www.illesbalears.es

Direcció: Vicenç Tur. Director Departament d'Economia, CAEB.

Elaboració: Joan B. Garau Vadell. Doctor en Economia.

Col·laboradors i treball de camp:

Jaume Vidal Ladaria. Director adj. Departament d'Economia, CAEB.

Delia M^a. Guzmán MBA,

Aneta Ivanova MBA,

Ana Zelaya MBA.

ÍNDEX

1. INTRODUCCIÓ	8
1.1 REFERÈNCIA HISTÒRICA	9
1.2 EXTENSIÓ DEL TERME TURISME D'SPA	11
1.3 AMPLITUD DELS TRACTAMENTS OFERTS PELS SPA	12
2. EL MERCAT D'SPA I WELLNESS A NIVELL INTERNACIONAL.....	15
3. LA DEMANDA DEL TURISME D'SPA A BALEARS	18
3.1 ESTIMACIÓ DEL NOMBRE DE TURISTES I EVOLUCIÓ	18
3.2 ESTACIONALITAT	21
3.3 PERFIL SOCIODEMOGRÀFIC	22
3.4 MOTIVACIONS, FREQUÈNCIA VIATGES, GRUP TURÍSTIC	28
3.5 ÚS D'INTERNET	33
3.6 TRANSPORT, ALLOTJAMENT, DISTRIBUCIÓ PER ZONES	37
3.7 ACTIVITATS I DESPESES REALITZADES PER TURISTES A BALEARS	39
3.6 SATISFACCIÓ	45
4. L'OFERTA DE TURISME D'SPA I WELLNESS A BALEARS.....	47
4.1 ESTABLIMENTS AMB SERVEIS D'SPA	47
4.2 CARACTERÍSTIQUES DE L'OFERTA	49
4.3 OCUPACIÓ LABORAL DIRECTA GENERADA	53
4.4 LA PROMOCIÓ DELS ESTABLIMENTS D'SPA	53
4.5 EXPECTATIVES DE FUTUR	54
4.6 OPINIÓ DE L'OFERTA SOBRE EL SEGMENT	56
5. IMPACTE ECONÒMIC	66
5.1 ESTIMACIÓ DEL NOMBRE DE TURISTES D'SPA I ESTADES	66
5.2 ESTIMACIÓ I DISTRIBUCIÓ DE LA DESPESA	68
5.3 ESTIMACIÓ DE L'IMPACTE ECONÒMIC	69
6. ANÀLISI DAFO	71
7. RESULTATS PRINCIPALS I CONCLUSIONS.....	73
7.1 CONCLUSIONS	73
7.2 RECOMANACIONS	75
8. METODOLOGIA I FITXA TÈCNICA	78
9. BIBLIOGRAFIA	80
BIBLIOGRAFIA	80

GRÀFICS

Gràfic 1. Evolució estimada del turisme d' <i>spa</i> a Balears.....	19
Gràfic 2. Turistes i residents	20
Gràfic 3. Distribució del turisme d' <i>spa</i> per illes.....	20
Gràfic 4. Estacionalitat de la demanda del turisme d' <i>spa</i>	22
Gràfic 5. <i>Nacionalitat dels turistes d'spa a Balears</i>	23
Gràfic 6. <i>Turistes d'spa espanyols a Balears</i>	24
Gràfic 7. <i>Edat dels turistes d'spa</i>	25
Gràfic 8. Gènere dels turistes d' <i>spa</i>	25
Gràfic 9. Perfil professional.....	26
Gràfic 10. Nivell de renda	27
Gràfic 11. Nivell d'estudis	28
Gràfic 12. Motivacions principals dels turistes d' <i>spa</i>	29
Gràfic 13. Nombre de vegades a l'any que efectua aquest tipus de viatge.....	30
Gràfic 14. Viatge en grup	31
Gràfic 15. Tipologia del grup turístic	32
Gràfic 16. Ús del paquet turístic entre els turistes d' <i>spa</i>	33
Gràfic 17. Internet com a font d'informació	34
Gràfic 18. Ús d'Internet per realitzar reserves	35
Gràfic 19. Ús d'Internet per al pagament de les reserves.....	36
Gràfic 20. <i>Mitjà de transport utilitzat</i>	37
Gràfic 21. <i>Tipus d'allotjament</i>	38
Gràfic 22. Distribució del turisme d' <i>spa</i> per zones turístiques a Balears.....	39
Gràfic 23. Activitats dels turistes d' <i>spa</i>	40
Gràfic 24. Activitats <i>esportives</i>	41

Gràfic 25. Lloguer de vehicles	42
Gràfic 26. Consum en restaurants, cafeteries.....	42
Gràfic 27. Compra de comestibles, begudes i altres productes quotidians de turistes d'spa	43
Gràfic 28. Ús de vaixells d'esbarjo.....	43
Gràfic 29. Compres de productes personals (roba, joies, vi, artesanía, productes típics.....)	44
Gràfic 30. Satisfacció global dels turistes d'spa.....	45
Gràfic 31. Nivells de satisfacció dels turistes d'spa	46
Gràfic 32. Nombre de mesos d'obertura d'spa i de l'establiment	50
Gràfic 33. Gestió del centre d'spa a Balears	51
Gràfic 34. Serveis principals dels spas	52
Gràfic 35. Grandària habitual dels spas a Balears	52
Gràfic 36. Llocs de feina directes generats per spas a Balears.....	53
Gràfic 37. Accions promocionals principals	54
Gràfic 38. Expectatives de creixement	55
Gràfic 39. Previsió d'inversions en els establiments d'spa de Balears	56
Gràfic 40. Opinió de la indústria sobre el segment	58
Gràfic 41. Disposar d'spa a l'establiment facilita la comercialització de l'hotel?.....	59
Gràfic 42. Disposar d'spa és una necessitat quasi obligada per a un hotel de categoria elevada?	60
Gràfic 43. La filosofia <i>wellness</i> és una tendència consolidada entre els consumidors d'alt nivell?	61
Gràfic 44. Els spa tenen una funció més relaxant que curativa.....	61
Gràfic 45. Disposar d'spa permet tenir l'hotel obert més mesos?	62
Gràfic 46. Spa i <i>wellness</i> . És un bon segment perquè Balears es diferenciï dels competidors?	62
Gràfic 47. L'Administració ajuda poc en la promoció del turisme d'spa i <i>wellness</i>	63

Gràfic 48. El centre d' <i>spa</i> necessita estar vinculat a un hotel per ser rendible?	63
Gràfic 49. És necessari disposar d'una marca conjunta de Balears?.....	64
Gràfic 50. El turisme d' <i>spa</i> és altament rendible per a l'explotador	64
Gràfic 51. El turisme d' <i>spa</i> i <i>wellness</i> és un segment totalment diferent a la resta de turistes	65
Gràfic 52. Estada mitjana dels turistes que utilitzen <i>spa</i>	67
Gràfic 53. Distribució de les estades de turistes d' <i>spa</i>	68
Gràfic 54. Despesa per persona i dia dels turistes d' <i>spa</i> a Balears	68
Gràfic 55. Distribució per conceptes	69

TAULES

Taula 1. Llistat de serveis oferts a l' <i>spa</i>	12
Taula 2. Establiments a Mallorca que ofereixen serveis d' <i>spa</i>	48
Taula 3. Establiments a Menorca que ofereixen serveis d' <i>spa</i>	49
Taula 4. Establiments a Eivissa que ofereixen serveis d' <i>spa</i>	49
Taula 5. Anàlisi DAFO del turisme d' <i>spa</i> a Balears.	71
Taula 6. Fitxa tècnica de l'estudi a turistes i a establiments	79

Col·lecció Estudis Turístics

11

El turisme de *wellness*, salut i benestar a Balears 2008

Illes Balears

MALLORCA MENORCA IBIZA FORMENTERA



1. INTRODUCCIÓ

L'economia balear, àmpliament centrada en el sector turístic, presenta alguns dèficits estructurals que en dificulten el desenvolupament d'una manera sostenible a mig i llarg termini. Entre els principals reptes que es plantegen de cara al futur pot destacar-se el d'incrementar el període d'activitat i el de la diversificació de la demanda i l'oferta.

La concentració de l'activitat econòmica durant un determinat període de l'any produeix desequilibris importants, com ara col·lapses en els sistemes de transport durant els mesos de temporada alta, augment de l'atur en temporada baixa, infrautilització d'infraestructures i el sobredimensionament en relació amb la utilització mitjana, etc.

Aquesta situació condueix a la necessitat d'incentivar el desenvolupament de productes i mercats nous que permetin allargar la temporada i gestionar de manera més eficient els recursos dels quals disposa l'economia balear. En aquest sentit, el turisme d'*spa i wellness*, compost de tots aquells turistes que durant les seves vacances utilitzen aquests tractaments, constitueix un segment que presenta unes característiques pròpies que el fan molt interessant per incloure'l en "el mix" turístic que es pretén per a Balears, ja que, a més de ser una tipologia turística que ha experimentat en els darrers anys un fort desenvolupament a nivell internacional, quan es duu a terme en interior i és, per tant, menys dependent del sol i la platja pot complementar aquest altre tipus de turisme i ajudar a allargar la temporada turística.

En aquest context, aquest estudi constitueix un esforç per intentar analitzar la situació d'aquest segment de mercat a Balears, tant des de la perspectiva de l'oferta com des de la perspectiva de la demanda.

Aquest estudi consta dels grans apartats següents: per una banda, s'efectua una primera aproximació històrica a l'*spa i wellness* i es duu a terme una anàlisi de la situació actual d'aquest tipus de turisme, a nivell internacional. A continuació, des del punt de vista de l'oferta, es presenten els resultats descriptius de la situació actual de Balears i, posteriorment, des del punt de vista de la demanda, es descriuen les

característiques principals d'aquest tipus de turistes a partir de les dades obtingudes dels entrevistats en les enquestes de despesa turística i fluxos turístics elaborades pel CITTIB, que declaren haver utilitzat els serveis d'*spas* o balnearis durant l'estada a Balears.

Finalment, a partir de les opinions dels operadors turístics que ofereixen *spa* i *wellness* a Balears es presenta una anàlisi de les principals fortaleeses, debilitats, amenaces i oportunitats del sector i un conjunt de conclusions i recomanacions destinades a consolidar Balears també com a destinació de primer nivell en el segment d'*spa* i *wellness*.

En els apartats següents es presenta una referència històrica breu al turisme d'*spa* i *wellness*, seguit d'un conjunt de comentaris dirigits a determinar l'extensió del terme turisme d'*spa* i *wellness* i una presentació de la varietat de tractaments i serveis que poden arribar-se a oferir en un *spa*.

1.1 Referència històrica

Des de fa mil·lennis, la població ha atribuït propietats curatives a determinats tractaments fets amb aigües minerals i, fins i tot, ha efectuat desplaçaments per poder-ne gaudir. A Europa, els romans van ser els primers que van expandir, amb les seves conquestes per tot Europa, l'estima per aquest tipus de tractaments.

Després d'un llarg període d'estancament a partir del S. XVIII i XIX, les classes acomodades van triar com a destinacions turístiques prioritàries aquelles destinacions suposadament més apropiades per al descans i per al tractament d'afeccions diverses. Els balnearis es van convertir en ple romanticisme en llocs de vacances de personatges il·lustres, aristòcrates i membres de les cases reials europees.

A la recent nascuda Unió Soviètica (1917) i a altres països europeus que començaven a assumir les transformacions socialistes, els balnearis van abandonar l'esperit luxós i es reinventaren com a centres de salut i benestar per als treballadors, l'assistència dels quals s'incloïa en el capítol dels drets laborals. Les estades eren gratuïtes i l'operari se sacsejava el desgast de les intenses jornades laborals per reprendre-les de nou amb energies renovades.

A partir d'aquest període, bona part dels balnearis europeus varen reinterpretar els conceptes tradicionals, van eliminar detalls i adorns innecessaris i es van situar en el rang de la salut. Progressivament es van poblar de majors i persones afectades per mals i malalties. Les propietats curatives de les aigües n'eren el major reclam a mesura que perdien valor les instal·lacions d'allotjament i restauració.

En la darrera dècada del segle XX, els termes salut i benestar comencen a arrelar en les societats més desenvolupades. Els balnearis comencen a albirar-se com a centres de benestar, perfectes per esborrar els signes de fatiga, cansament i estrès causats per les jornades diàries hiperactives i comença a aparèixer el terme “*spa*”, procedent del llatí “*salus per aquam*”.

Amb aquesta filosofia arrenca un fenomen nou que fa proliferar, en la major part de ciutats de grandària mitjana, els espais que ofereixen circuits termals, dutxes de contrastos, piscines de dolls i de relaxació, sales de massatges i cabines de bellesa.

Paral·lelament, el sector hotelier comença a apostar per la instal·lació de centres d'*spa* o *wellness* en els establiments com una via interessant per oferir serveis diferencials, accedir a un segment de demanda nou amb un major poder adquisitiu, al mateix temps que incentiva la demanda en temporada baixa. En principi compta amb adeptes de classe alta, però progressivament entra en els complexos del litoral i arriba també a l'allotjament de ciutat, rural i de muntanya i els *spa* es converteixen en un element necessari per competir en el mercat.

Els *spa* coexisteixen també amb els balnearis tradicionals, que intenten diferenciar-se i en reivindiquen la condició d'autèntica font de salut i potencien el missatge curatiu i beneficis de les seves aigües minerals i medicinals al mateix temps que es modernitzen, milloren les infraestructures, reformen les unitats d'allotjament i incrementen els serveis. No obstant això, els mateixos representants de les associacions termals, reconeixen que els usuaris assimilen, la majoria de vegades, *spa* i balneari i ho engloben en un concepte comú de salut i tractament per aigua, ja siguin minerals i medicinals, normals o la talassoteràpia que ofereix tractaments amb aigua de mar, molt en alça en destinacions turístiques litorals.

Curiosament a l'*spa* es gaudeix de la hidroteràpia com a fórmula que aporta benestar, tot i que aquestes aigües no siguin curatives. No obstant això, ha estat precisament el concepte d'*spa* el que ha rellançat la cultura de l'aigua i ha dinamitzat un sector que romania adormit i ha incorporat a l'oferta hotelera tradicional aquest conjunt de productes i ha modernitzat els antics balnearis i termes.

1.2 Extensió del terme turisme d'spa

El turisme d'*spa* es troba en el cor del que s'ha anomenat Turisme de Salut, que va ser definit al 1973 per la Unió Internacional d'Organitzacions Turístiques, predecessora de l'Organització Mundial del Turisme com "...aquell turisme que es basava en la provisió d'infraestructures de salut utilitzant els recursos naturals del país, en particular les aigües minerals i el clima". El *wellness*, que significa literalment benestar, s'ha convertit en tot un fenomen social. La filosofia que dóna vida al concepte complet de *wellness* inclou teràpies antiestrès, massatges, exercicis, dieta, tractaments de bellesa i, per descomptat, una zona d'aigües amb *spa*.

La filosofia del *wellness*, entesa com una combinació de benestar físic combinat amb benestar de tipus emocional o espiritual, es troba darrere del que actualment s'entén per *spa*. D'acord amb Mintel (2006), els *spa* poden ser contemplats en l'actualitat com a centres integrats de salut i benestar, que ofereixen als seus clients una varietat de tractaments curatius o regeneratius, moderns i antics en un context holístic que permet als individus incorporar les practiques de salut i benestar a les seves vides. A la vegada, defineix el turisme d'*spa* com a la recerca de salut, benestar i relaxació a través de l'acció de viatjar a llocs en què s'ofereixen tractaments fisiològics i/o psicològics, curatius o preventius.

Entre altres raons, a causa de la laxitud de la definició i de la gran fragmentació de la indústria turística d'*spa*, les estadístiques relacionades amb els fluxos internacionals de turisme d'*spa* són pràcticament inexistents, no homogènies i molt difícils d'aconseguir. En general, les dades facilitades per les organitzacions turístiques governamentals són parcials i mai homogènies, la qual cosa dificulta l'elaboració de grans tendències. La International Spa Association (ISPA, 2009) és probablement l'òrgan internacional d'informació de major reputació per obtenir dades fiables; no

obstant això, estan tan centrats en els Estats Units que les informacions pateixen aquest biaix i descuren les informacions referents a la resta del món.

1.3 Amplitud dels tractaments oferts pels spa

L'amplitud de l'oferta, els tractaments i teràpies que s'ofereixen en els *spa*, pot ser molt gran i variada, sense ànim de ser exhaustius, encara que amb la intenció de transmetre l'amplitud a la qual ens referim, a continuació s'inclouen alguns dels tractaments que poden trobar-se en un *spa*:

Taula 1. Llistat de serveis oferts a l'*spa*

Servei	Servei	Servei
Algoteràpia.	Aromateràpia.	Aerosols.
Autobroncejador.	Bany carbó gasós.	Body Break. Massatge localitzat específic.
Bany Termal.	Llits de bombolles.	Xocoteràpia.
Colls de cigne. Dolls localitzats a la vora de la piscina amb una sortida d'aigua a forta pressió per fer massatge a coll, espatlles i esquena.	Cura Hidropònica: Ingestió oral de l'aigua en un temps i ritme determinats pel metge, amb efectes terapèutics.	Doll a pressió: Aplicació de l'aigua mineromedicinal de forma manual amb més o menys pressió i continuïtat.
Deluxe Coffee.	Dutxa Jet o Kneipp.	Dutxa Vichy: Massatge combinat sec i sota l'aigua mineromedicinal.
Drenatge limfàtic.	Dutxa escocesa.	Dutxa filiforme.
D-tox Drenant.	Embolcalls.	Fisioteràpia.
Fitoteràpia.	Gennoshoko. Tractament corporal oriental amb efecte aprimador.	Golden Temptation. Tractament corporal amb or de 24 quirats.
Hamman.	Immersió freda.	Ionització.
Qi gong: moviments acompanyats d'una respiració controlada.	Lomi Lomi. Massatge hawaia amb	Maniluvis. Dutxes de contrast fred / calor.

Massatge Chi.	Massatge de Vichy. Originari del balneari francès, és un massatge general sota una dutxa suau d'aigua tèbia que cau en horitzontal sobre el cos tombat, mentre el massagista ens acarícia amb olis essencials, fangs o sals.	Massatge amb pedres calentes.
Nebulitzacions: Inhalacions de gota gruixuda.	Niàgara. Hidromassatge terapèutic en banyera individual en què prèviament s'han dissolt sals marines, algues i olis d'aromateràpia.	Neu. Fonts o cabines de neu que dispensen gel continuament per fer el contrast fred per cara, clatell, braços i cames.
Otefuki. Ritual de friccions i massatge amb tovalloles calentes i fredes, portadores de vapor termal i d'olis essencials.	Ozonoteràpia.	Parafangs. Mescla de llots amb propietats medicinals i parafina.
Parafina.	Piscina dinàmica.	Peeling corporal.
Piscina Exterior Termal	Power Pindas Massatge: Massatge exfoliant amb pindas termals.	Prosoteràpia: Aparell que practica un drenatge limfàtic mitjançant un sistema especial de càmeres d'aire que exerceix una pressió progressiva d'extremitats; resol edemes i retenció de líquids.
Pulveritzacions	Rassul. Cerimònia curativa d'origen àrab que mescla l'exfoliació corporal amb fangs juntament amb l'acció del vapor humit i calent similar al del bany turc.	Rosada mineral.
Reflexoteràpia: Massatge a la planta dels peus, en què tots els òrgans corporals troben la seva zona reflexa.	Reiki: Teràpia que consisteix en la col·locació de les mans sobre el pacient per a la canalització de les energies curatives.	Relax de llot i bany d'aigua termal: Màscara de fang que s'aplica per tot el cos mitjançant un massatge, després es pren un bany d'aigua termal.
Sauna.	Shiatsu.	Talassoteràpia.
Terma Romana.	Trautwein (Massatge). Immersió	Vaporàrium.

	en una banyera amb aplicacions d'aigua a pressió que es dirigeixen manualment a través d'una mànega.	
Benes fredes.	Vinoteràpia. Watsu. Water-Shiatsu. És similar al shiatsu, però realitzat dins una piscina d'aigua termal calenta i en estat de flotació i relaxació absoluta. A Espanya es realitza juntament amb reiki i taho.	Zumoteràpia.

Font: Elaboració pròpia a partir de visites a webs de producte

2. EL MERCAT D'*SPA* I *WELLNESS* A NIVELL INTERNACIONAL

Encara que és molt difícil disposar de dades comparables que permetin establir la grandària del mercat d'*spa* i *wellness* a nivell internacional, alguns estudis han intentat determinar-la a partir de diferents indicadors.

Per exemple, Mintel (2007) efectuava les estimacions següents per a les diverses àrees mundials:

Amèrica del Nord. Segons l'informe assenyalat, aproximadament 150 milions de nord-americans havien visitat un *spa* al 2006, la qual cosa manté la tendència a l'alça d'anys anteriors. Entre 2003 i 2005 el nombre d'*spas* als Estats Units va créixer al voltant del 16% anual i el nombre total s'elevava en aquestes dates a, aproximadament, 14.000, de manera que era habitual la incorporació de les instal·lacions d'*spa* i *wellness* a la carpeta de serveis de l'hoteleria.

Àsia i Pacífic. Al turisme d'*spa* se li atribueix en aquesta àrea geogràfica el fet de ser considerat el segment de creixement més ràpid, estimant que les taxes poden arribar al 20% anual. La popularitat dels tractaments de salut d'origen asiàtic actua de manera directa en la potenciació d'aquest tipus d'ofertes en aquesta regió geogràfica, en la qual, com a exemple, es comptabilitzaven al 2006, més de 503 *spa* a Austràlia; 450 a Tailàndia; 180 a Singapur, i 150 a Malàsia.

Europa. A Europa al 2004, d'acord amb les dades facilitades per la European Spa Association, es comptabilitzaven més de 12.000 *spas*. La majoria situats a Alemanya, França, Espanya, Àustria i Turquia. Probablement, amb un concepte més ampli del que s'entén per *spa*, al 2007, un estudi encarregat per *The Global Spa Summit* a SRI internacional els elevava fins a 22.000 (European *spa*, 2008).

Com ja hem esmentat anteriorment, Europa segueix la tendència general relativa a la incorporació d'oferta del servei de *spa* en establiments hotelers turístics destinat a complementar la seva mescla de serveis. Aquest fenomen fa realment impossible disposar d'unes estadístiques fiables i homogènies del que s'entén realment per *spa*.

Per aquest motiu les xifres que s'han obtingut han de ser tractades únicament com a orientatives.

En el mateix sentit, les estimacions sobre el nombre de viatges que es generen en relació amb el turisme de *wellness* i *spa* poden únicament ser classificades com a orientatives. Així el European Travel Monitor (2007) estimava que les vacances de "salut" suposaven, al 2007, al voltant del 15% del total de viatges internacionals dels europeus. Una altra vegada, la definició del turisme de salut és bastant laxa i probablement assumeix com a aquest tipus de viatge tots aquells que incloguin qualche aspecte relacionat amb la salut, més que sigui el motiu principal del viatge. Segons Mintel (2007), de manera il·lustrativa, només a Alemanya es van generar més de 17,2 milions de visites a *spas*. En el Regne Unit, d'acord amb les xifres facilitades per la BTA (2004) al voltant de 14 milions de viatges anuals tenien l'ús d'*spa* en la composició, amb unes taxes de creixement anual previstes de més del 7,5%.

Per altra banda, l'estudi d'SRI (2007) que intentava calcular la importància del negoci d'*spa* estimava que Europa liderava la importància relativa mundial en aquest negoci i estimava que generava una facturació total superior als 18.400 milions de dòlars. Aquesta facturació es repartia entre el 41,1% que s'estimava que generaven els *spas* d'ús diari tipus club o saló; el 25,1% que generaven els hotels i resorts amb *spa*; el 26,9% que generaven els *spas* en destinacions turístiques; el 4,8% d'*spas* de tipus mèdic, i el 2,1% d'altres tipus d'*spas*. A la vegada, es calculava que a Europa 7,4 milions de viatges podien ser considerats com a turisme d'*spa*, que generaven un volum de negoci superior als 15.000 milions de dòlars.

A pesar de la disparitat de dades i la poca homogeneïtat, queda clar que el negoci d'*spa* té unes dimensions molt importants i que, a més, en general, les perspectives de creixement del turisme d'*spa* solen ser positives, a causa de una sèrie de megatendències que li són favorables i que inclouen les següents:

1. Un augment de l'edat mitjana de les poblacions dels països desenvolupats. L'envelliment progressiu de les societats desenvolupades fa preveure un augment en la demanda de productes de salut.

2. Un augment de la preocupació per la pròpia salut i una transició des de mesures passives de salut cap a mesures de salut preventives.
3. Un augment dels nivells d'estrès en les societats desenvolupades, que posen de manifest la necessitat de cures de relaxació periòdiques, per a les quals els centres d'*spa* es consideren especialment adequats.
4. Les tendències referides a l'evolució des del concepte tradicional de cura dels tractaments cap a un concepte holístic i més ampli de benestar de les poblacions.
5. Multiplicació i diversificació de l'oferta de *wellness* i *spa*. L'oferta d'aquest tipus de productes s'ha multiplicat tant en varietat com en preus, de manera que pot quedar a l'abast d'una àmplia varietat de consumidors.

3. LA DEMANDA DEL TURISME D'*SPA* A BALEARS

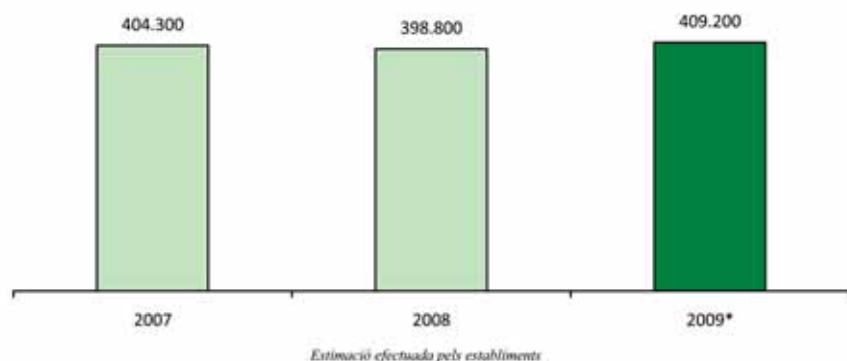
En aquest gran apartat s'analitza la demanda des de diferents punts de vista. En primer lloc es procedeix a presentar els resultats estimats relatius al nombre de turistes i la seva evolució i, a continuació, els relatius a l'estacionalitat. Posteriorment, es presenta el perfil sociodemogràfic dels turistes d'*spa*, les seves motivacions i formes de viatjar, l'ús que fan d'Internet, les preferències d'allotjament, les principals zones turístiques d'allotjament, les tipologies de transport utilitzades, les activitats i consums realitzats durant el viatge i, finalment, es conclou amb un punt específic destinat a avaluar la satisfacció dels turistes.

3.1 *Estimació del nombre de turistes i evolució*

En aquest apartat es presenten els resultats referents a l'estimació del nombre de turistes d'*spa* que visiten Balears, l'evolució a curt termini, el nombre d'estades, la importància relativa que tenen els residents en el total de la demanda i la distribució per illes. En aquest sentit és possible afirmar que:

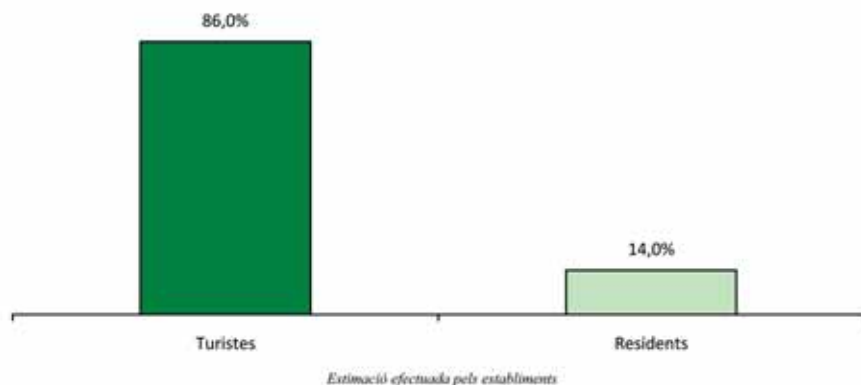
- **El nombre total de turistes d'*spa* al 2008 s'estima en 398.800.** Per realitzar l'estimació del nombre de turistes que han utilitzat serveis d'*spa* al 2008, s'han tengut en compte les enquestes elaborades per a la Conselleria de Turisme destinades a elaborar els estudis FRONTIB-GATRIB (estimació de turistes i despesa turística). De les 8.005 enquestes efectuades al 2008, que es presenta com a representació fiable del total de turistes que visiten Balears, els resultats indiquen que un 3,04% dels turistes que visiten Balears utilitzen serveis d'*spa*. Per la qual cosa, si assumim que el total de turistes que van visitar Balears al 2008 va ser, d'acord amb les dades facilitades per INESTUR, de 13.103.901, és possible establir que el nombre de turistes d'*spa* va ser de 398.800.

- **S'observa una reducció en la demanda al 2008, encara que en opinió dels mateixos establiments s'estima una certa recuperació al 2009.** A partir de les dades recollides en les enquestes administrades a establiments que ofereixen serveis d'*spa* s'observa que al 2008 hi va haver una lleugera reducció en aquest tipus de turisme. Es passà dels 404,3 mil estimats al 2007 als 398,8 mil estimats al 2008. Al 2009 les previsions efectuades pels establiments suposen una lleugera recuperació de la demanda que podria arribar fins als 409.200 turistes.

Gràfic 1. Evolució estimada del turisme d'*spa* a Balears

- A més del turisme d'*spa*, els establiments es beneficien de la demanda interior. D'acord amb les estimaciones efectuades pels mateixos establiments, la distribució de la demanda entre residents a Balears i turistes, assoliria al voltant de 14,0% per als primers i del 86,0% per als segons.

Gràfic 2. Turistes i residents



- **Distribució per illes.** Mallorca és la destinació principal dels turistes d'*spa* que vénen a visitar les Balears amb un 68,7%. A continuació, en importància, Eivissa amb un 17,0%, Menorca amb un 14,1% i, finalment, Formentera amb un 0,3%.

Gràfic 3. Distribució del turisme d'*spa* per illes

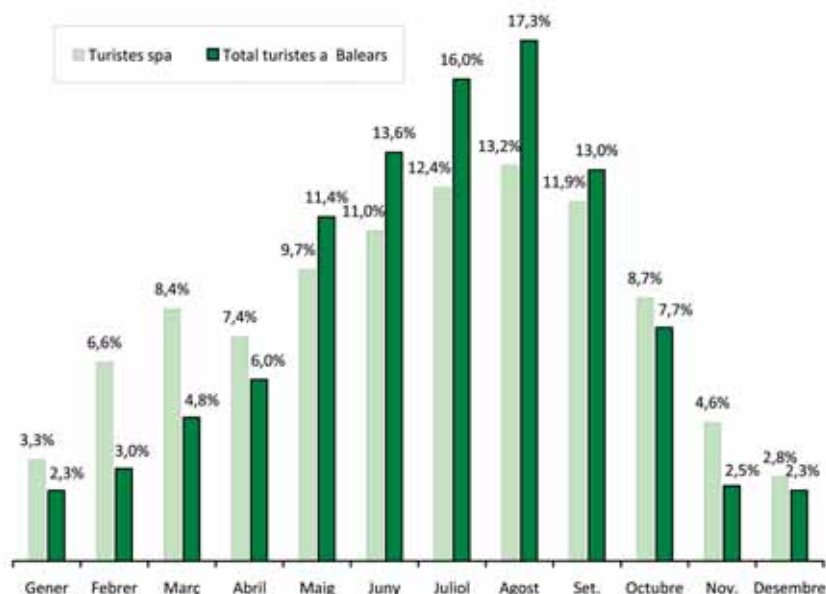


Font: FRONTIB-EGATRIIB

3.2 Estacionalitat

El turisme d'*spa*, com la major part dels diferents tipus de turisme, acusa certa estacionalitat, que es caracteritza per una major demanda durant els mesos d'estiu que en els d'hivern. Els resultats que es presenten en el gràfic següent, obtinguts a partir d'enquestes efectuades a establiments que ofereixen serveis d'*spa*, ens indiquen que el mes d'agost és el mes de major demanda anual, en què es concentra el 13,2% del total de la demanda. Segueixen en ordre d'importància juliol, amb un 12,4%; setembre amb un 11,9%, i juny amb un 11,0%.

Tot i que és cert que existeix l'esmentada estacionalitat, també és apreciable que la distribució és més suau que la de la resta de turistes, ja que tant en els mesos d'hivern com en els mesos de primavera i tardor, la demanda no es redueix per complet i es mantenen volums moderats d'activitat, específicament en els mesos d'octubre, novembre, desembre, gener, febrer, març i abril. La importància relativa del turisme d'*spa* en els mesos "shoulder" o de temporada baixa és més elevada que la del conjunt de turistes que visiten Balears.

Gràfic 4. Estacionalitat de la demanda del turisme d'*spa*

Font: Inestur per a total turistes i estimació efectuada pels establiments.

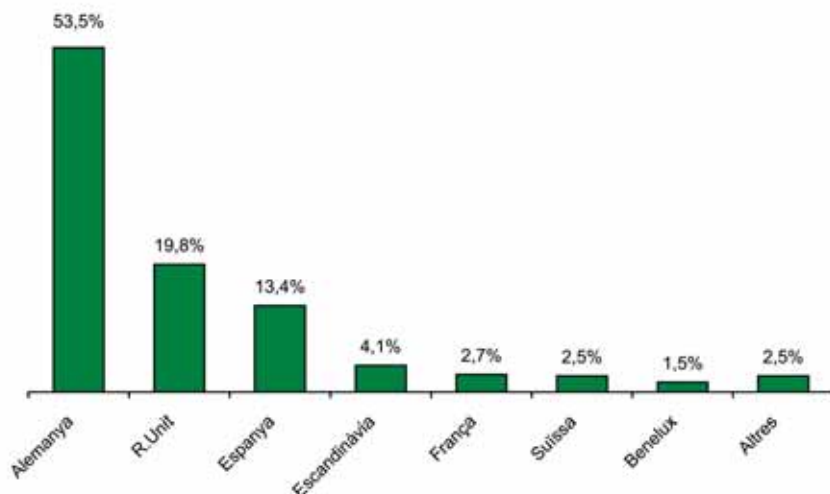
3.3 Perfil sociodemogràfic

En els punts següents s'ofereixen els resultats principals referits a les variables de nacionalitat, edat, sexe, professió, nivell de renda i nivell d'estudis, a partir dels quals es pot efectuar un perfil sociodemogràfic dels turistes que utilitzen serveis d'*spa* a Balears.

- **Nacionalitat.** El mercat alemany és el primer emissor de turistes d'*spa* cap a Balears. Com es reflecteix en el gràfic següent, els mercats turístics més importants per a Balears són, en primer lloc, el mercat alemany amb un 53,5% del

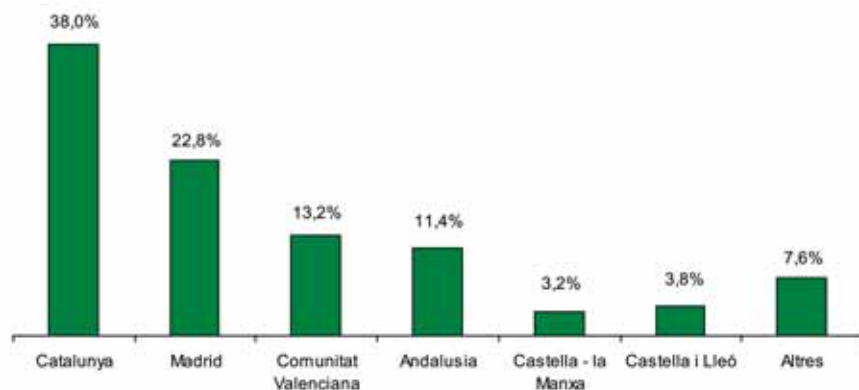
total de la demanda, seguit dels britànics que generen el 19,8% i dels espanyols amb el 13,4%.

Gràfic 5. *Nacionalitat dels turistes d'spa a Balears*



El mercat espanyol ocupa el tercer lloc en ordre d'importància i genera el 13,4% del total de la demanda. Els orígens del mercat espanyol són diversos, tot i que com s'observa en el gràfic següent Catalunya i Madrid són els principals mercats emissors i sumen entre els dos el 60,8% de la demanda espanyola.

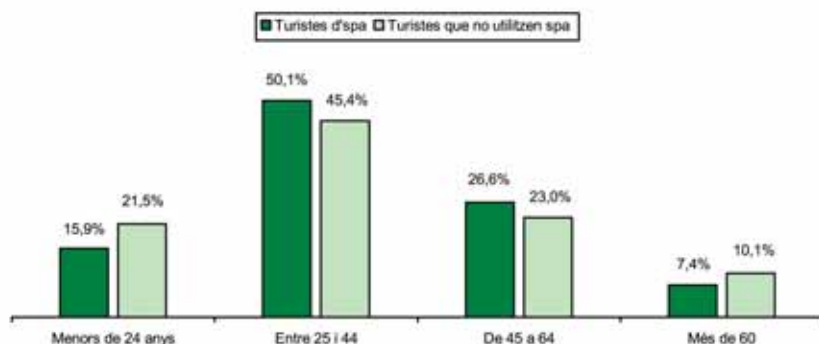
Gràfic 6. *Turistes d'spa espanyols a Balears*



Font: FRONTIB-EGATRI

- **Edat.** La immensa majoria dels turistes que utilitzen serveis d'*spa* són relativament joves. En concret, més del 50,0% se situen en la franja d'edat situada entre els 25 i els 44 anys. Si comparem les edats dels qui utilitzen serveis d'*spa* amb els qui no, observem en el gràfic següent que els primers ocupen tant per cents superiors de les franges d'edat intermitges, mentre que aquells que no han utilitzat serveis d'*spa* tenen una presència relativa més elevada en les franges dels menors de 24 anys i els majors de 60.

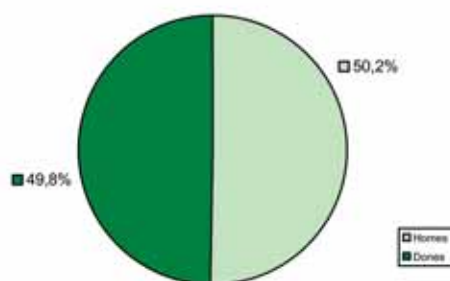
Gràfic 7. Edat dels turistes d'spa



Font: Elaboració pròpia a partir de FRONTIB-EGATIB

- **Gènere.** No existeixen diferències grans per gènere. La composició per gèneres no presenta grans diferències, de manera que és pràcticament irrellevant la major importància dels homes, que representen el 50,2%, enfront del 49,8% de les dones.

Gràfic 8. Gènere dels turistes d'spa

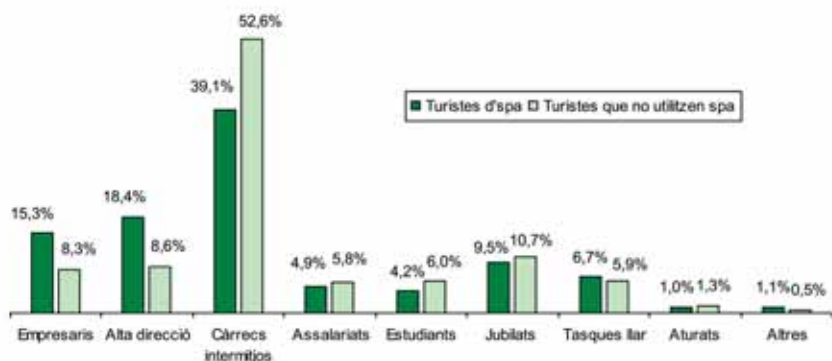


Font: FRONTIB-EGATIB

- **Professió.** El perfil professional d'aquell que utilitza *spa* és mitjà alt. Com s'observa en el gràfic següent, més del 33,7% dels usuaris d'*spa* són empresaris o

ocupen càrrecs d'alta direcció en empreses. Individualment, els quadres intermitjos són la categoria més nombrosa amb el 39,1% del total de la mostra. Els jubilats representen un 9,5% i els que no tenen ocupació una mica més de l'1%. Si comparem aquest perfil amb el de la resta de turistes, s'observa que els turistes que utilitzen *spa* tenen, proporcionalment, professions que solen associar-se a nivells superiors de renda.

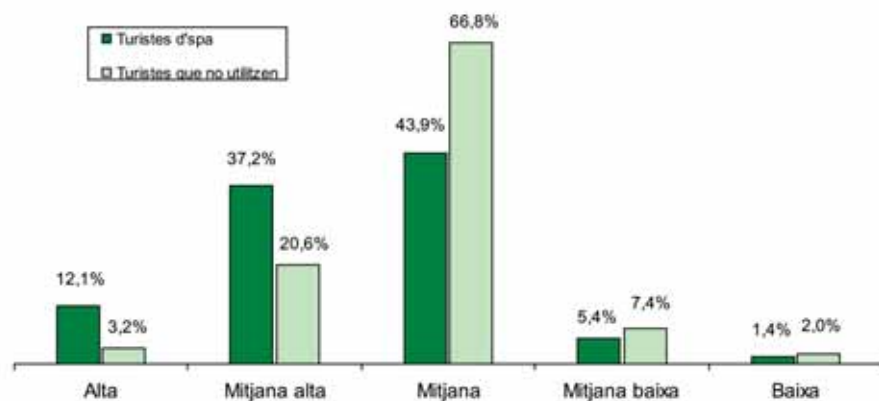
Gràfic 9. Perfil professional



Font: FRONTIB-EGATRII

- Nivell de renda. Els nivells de renda dels que utilitzen *spa* són superiors.** La indicació obtinguda a partir del perfil professional dels usuaris d'*spa*, que suggeria nivells d'ingressos més elevats entre aquest tipus de turistes, queda confirmada quan s'observa el nivell de renda comparat amb els turistes que han utilitzat *spa* enfront dels que no ho han fet. La pròpia percepció dels turistes sobre els seus nivells de renda ens indica que els que han utilitzat *spa* es consideren de classe alta o mitjana alta en el 49,3% dels casos, enfront d'un 23,8% dels casos de la resta de turistes. Individualment, la categoria més nombrosa segueix sent la classe mitjana en les dues tipologies de turistes comparats i ocupa, respectivament, el 43,9% i el 66,8% de cada una de les submostres.

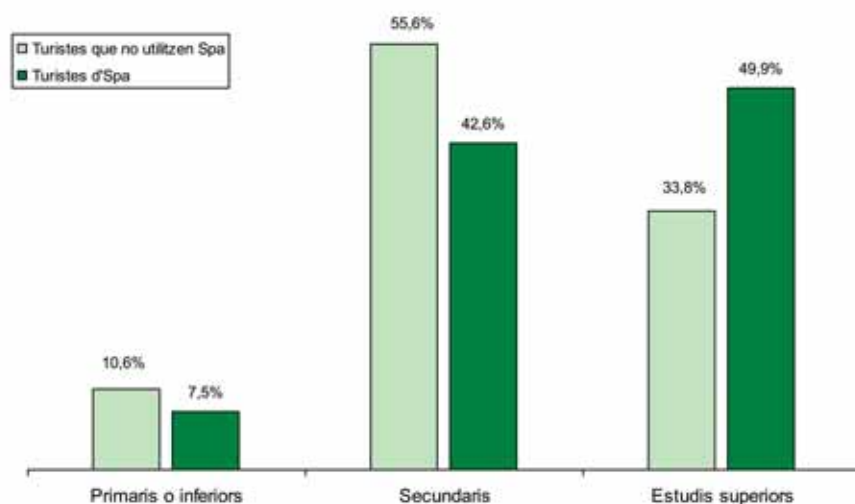
Gràfic 10. Nivell de renda



Font: FRONTIB-EGATRIB

- Nivell d'estudis. Els que utilitzen spa tenen nivells formatius superiors.** Com pareixeria lògic suposar, existeix una correlació entre professions exercides, nivells d'estudi i renda econòmica. Els turistes d'spa, a més de presentar percentatges majors de professions d'alt nivell, percentatges majors de rendes elevades, també presenten percentatges majors d'individus amb estudis superiors. Com s'observa en el gràfic següent, el 49,9% dels turistes que utilitzen spa tenen estudis superiors, percentatge significativament superior al 33,8% dels turistes que no n'utilitzen.

Gràfic 11. Nivell d'estudis



Font: Elaboració pròpia a partir de FRONTIB-EGATRIB

3.4 Motivacions, freqüència de viatges, grup turístic

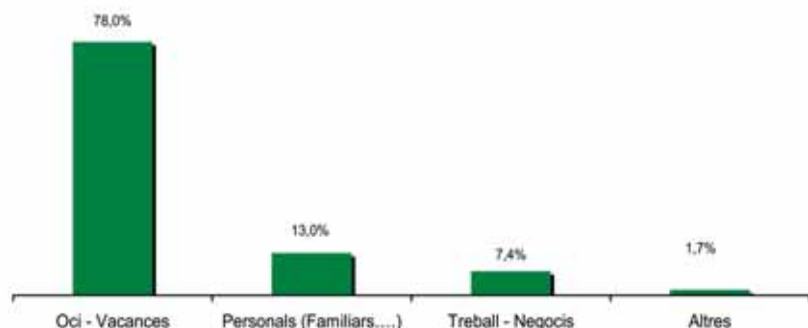
En aquest apartat s'ofereixen els resultats obtinguts relacionats amb diferents aspectes relatius a les motivacions i als hàbits del turista que utilitza els serveis d'*spa*. En concret, s'analitzen el nombre de vegades que els turistes d'*spa* efectuen aquest tipus de viatges durant l'any, la composició del grup turístic amb el qual viatgen i la tipologia de viatge que utilitzen.

- **Motiu pel qual realitza el viatge.** Oci i vacances són els motius principals dels turistes d'*spa*. Com sembla lògic, el motiu principal per visitar Balears entre els turistes que utilitzen els serveis d'*spa* és l'oci o les vacances. Les Balears ofereixen una gran varietat de productes perquè els turistes hi vagin de vacances, per això en l'anàlisi correspon a un 78,0%. Un 13,0% representa els turistes que

vénen per motiu personal; un 7,4% vénen per motiu de treball o per fer algun negoci. La resta, un 1,7%, vénen per motius varis.

El cas dels turistes que no vénen per *spa* representa un 8,5%, que vénen per negocis, i un 72,0% de vacances.

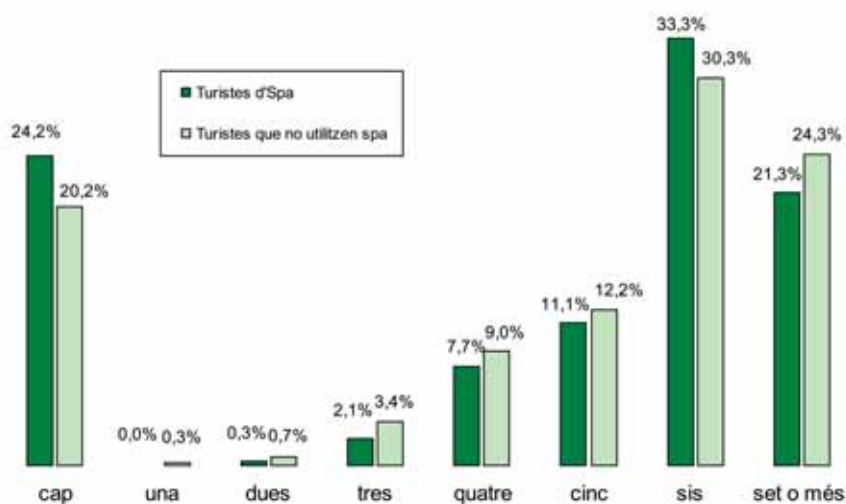
Gràfic 12. Motivacions principals dels turistes d'*spa*



Font: FRONTIB-EGATRIB

- **Nombre de vegades a l'any que efectua aquest tipus de viatge.** Els turistes d'*spa* solen repetir **vàries vegades a l'any aquest tipus de vacances**. Com s'observa en el gràfic següent més del 70,0% dels que utilitzen *spa* repeteixen 4 o més vegades a l'any unes vacances d'aquest tipus. Aquests resultats no mostren diferències grans amb les de la resta de turistes, la qual cosa indica la gran consolidació del fenomen de vacances en el conjunt de les poblacions desenvolupades en general i, de manera específica, entre el turisme d'*spa*, el qual a partir dels resultats obtinguts se'n pot afirmar l'alt grau de repetició cap a la mateixa tipologia de viatge.

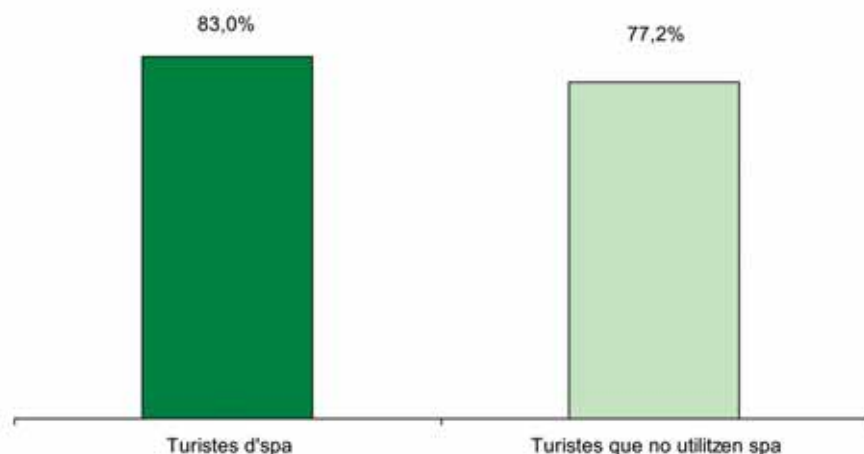
Gràfic 13. Nombre de vegades a l'any que efectua aquest tipus de viatge



Font: FRONTIB-EGATRIIB

- **Forma de viatjar. El turisme d'spa viatja majoritàriament en grup.** Mentre que entre els turistes que utilitzen els serveis d'spa més d'un 83,0% afirma que viatja en grup (inclou els viatges en parella), el percentatge dels que així ho afirmen entre els turistes que no utilitzen els serveis d'spa ascendeix a una mica més del 77,2%.

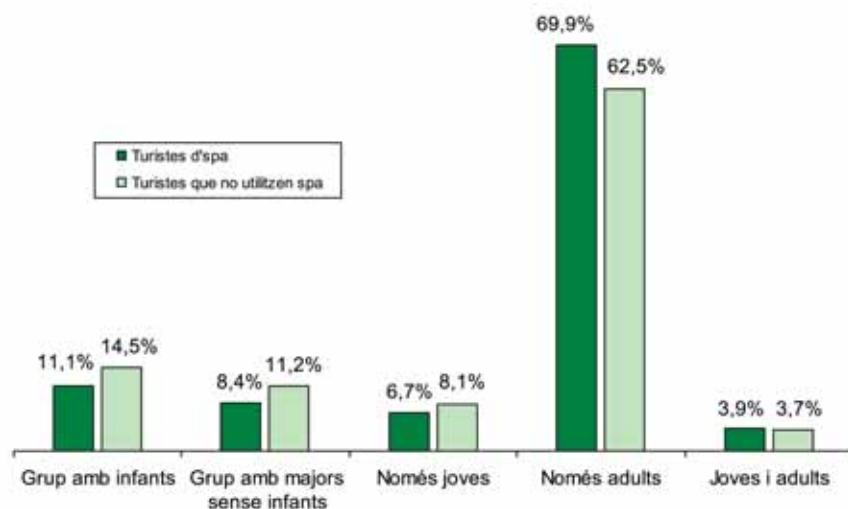
Gràfic 14. Viatge en grup



Font: FRONTIB-EGATRIIB

- **Tipologia del grup turístic.** El turisme familiar és menys important entre els **turistes d'spa**. Com s'observa en el gràfic següent, el turisme d'spa es practica majoritàriament per adults sense infants i el turisme de parelles representa el 69,9% del total de turistes. Tot i que les diferències en les distribucions no són molt elevades, entre els que utilitzen els serveis d'spa i els que no, sí es pot denotar una presència major del turisme familiar entre els que no utilitzen els serveis d'spa que entre els que sí els utilitzen.

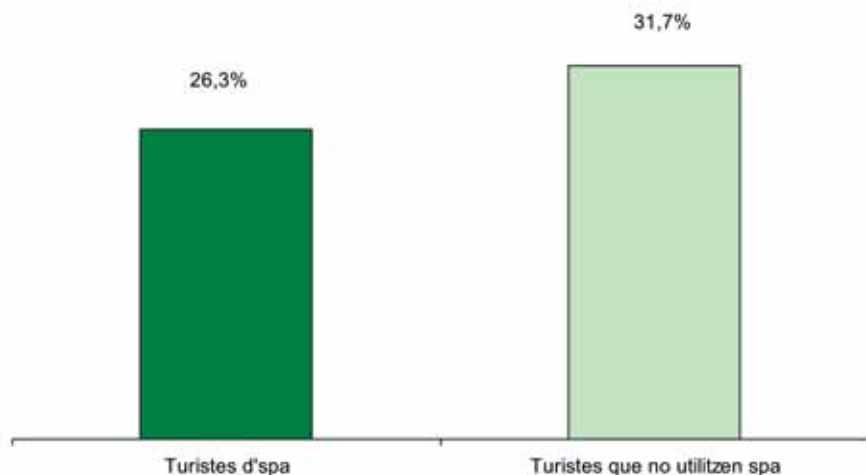
Gràfic 15. Tipologia del grup turístic



Font: FRONTIB-EGATRIIB

- Modalitat del viatge. L'ús del paquet turístic és lleugerament inferior entre els turistes d'spa.** La disminució de l'ús del paquet turístic és un fenomen generalitzat entre totes les tipologies de turistes i és lleugerament més representatiu entre els turistes d'spa. Mentre que un 26,3% dels turistes que utilitzen spa declaren que viatgen amb un paquet turístic, la resta de turistes ho fan en un 31,7%.

Gràfic 16. Ús del paquet turístic entre els turistes d'spa



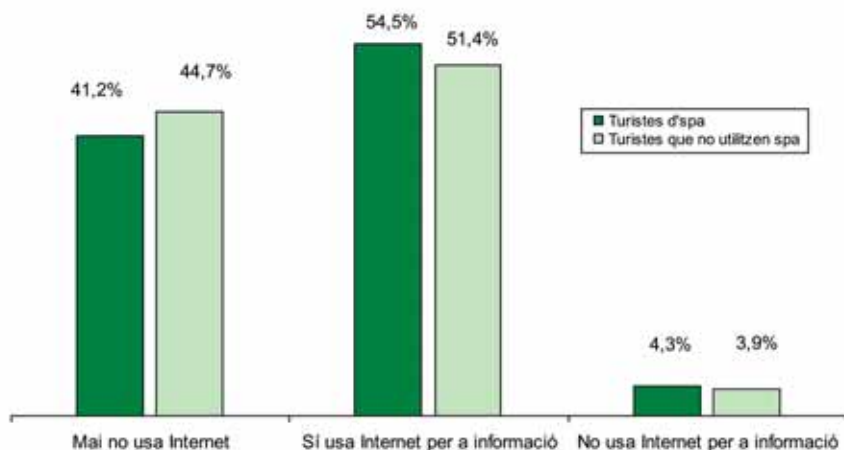
Font: FRONTIB-EGATRIIB

3.5 Ús d'Internet

En aquest apartat es presenten alguns resultats referents a l'ús d'*Internet* en diferents aspectes relacionats amb la recollida d'informació, la reserva i l'adquisició del viatge.

- **Internet i recollida d'informació sobre el viatge. El turista d'spa utilitza, en gran mesura, Internet per recopilar informació relativa al viatge.** Encara que segueix havent un 41,2% dels turistes que no utilitzen Internet per a cap propòsit, Internet és, com s'observa en el gràfic següent, una de les eines més usades per recaptar informació. El 54,5% dels turistes es van informar a través d'*Internet*. Aquests resultats únicament difereixen lleugerament dels obtinguts per a la resta de turistes en el sentit que els turistes d'spa utilitzen lleugerament més les possibilitats que ofereix Internet per recaptar informació.

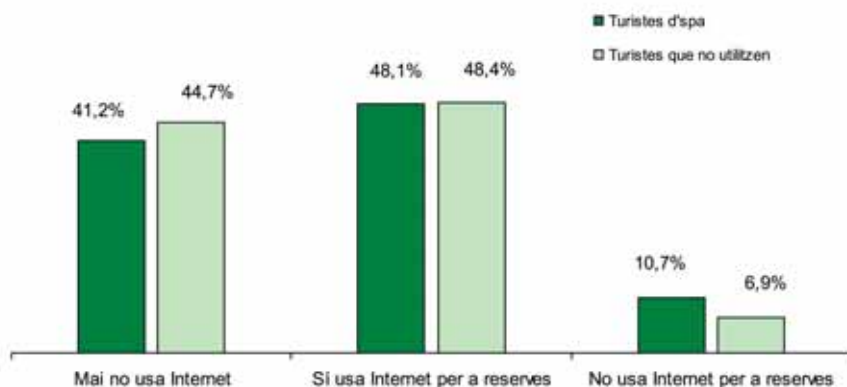
Gràfic 17. Internet com a font d'informació



Font: FRONTIB-EGATRIIB

- **Ús d'Internet per efectuar reserves.** La majoria dels turistes d'spa va reservar el viatge a través d'Internet. El 48,1% dels turistes d'spa efectuen la reserva de les vacances a través d'Internet, enfront d'un 41,2%. Els que no utilitzen Internet els superen lleugerament en importància amb un 48,4%, enfront del 44,7%. Els que utilitzen Internet però no han fet la reserva *online* són un 10,7% del mercat. Com també s'observa en el gràfic següent, pràcticament no existeixen diferències significatives entre el comportament dels turistes d'spa i la resta de turistes.

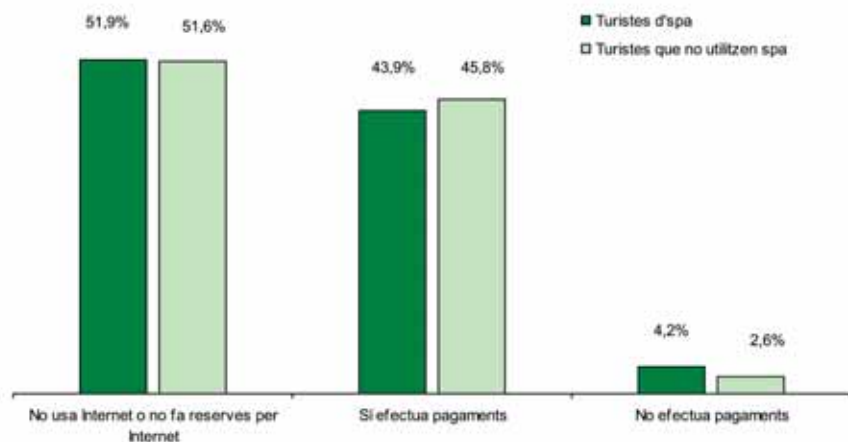
Gràfic 18. Ús d'Internet per realitzar reserves



Font: FRONTIB-EGATRIIB

- **Ús d'Internet per al pagament de les reserves. Més del 43% dels turistes paguen les reserves a través d'Internet.** Del total de turistes d'spa un 51,9% mai no utilitza Internet o no fa reserves a través d'aquest mitjà, mentre que un 43,9% sí l'utilitza. Com també s'observa en el gràfic següent, les diferències entre els turistes d'spa i la resta de turistes no són significatives, és a dir, els comportaments en relació amb l'ús d'Internet per al pagament de les reserves és bastant semblant.

Gràfic 19. Ús d'Internet per al pagament de les reserves



Font: FRONTIB-EGATIB

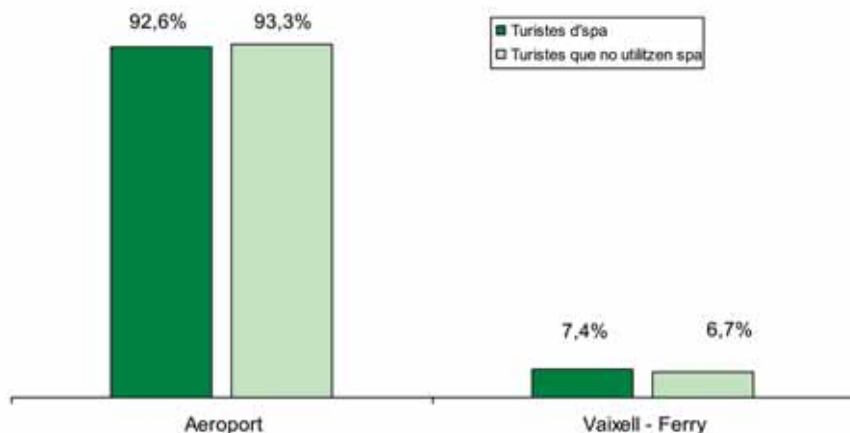
En general, l'ús d'Internet ha augmentat de manera exponencial. Els resultats anteriors es refereixen a dades globals de les mostres efectuades al 2006, 2007 i 2008. Aquests resultats agrupats ens indiquen, de manera precisa, les diferències existents entre els que utilitzen i els que no utilitzen els serveis d'spa. No obstant això, aquests resultats agregats infravaloren lleugerament l'ús actual en tots els aspectes analitzats relacionats amb Internet. Això és perquè durant els diferents anys s'ha produït una veritable explosió en l'ús d'Internet. Així s'ha passat d'un 45,0% dels turistes d'spa que utilitzaven Internet per a la recollida d'informació al 2006 a més del 66,0% al 2008. De la mateixa manera, s'ha passat de tot just un 35,0% dels turistes d'spa que efectuaven les reserves utilitzant Internet al 2006 a més d'un 60,0% al 2008. També s'observa com s'ha passat de tot just un 32,0% dels turistes d'spa que efectuaven pagaments a través d'Internet al 2006 a gairebé un 56,0%. Encara que el percentatge d'ús d'Internet entre els turistes que no utilitzen spa és lleugerament inferior, l'evolució ha estat molt semblant a la que s'ha experimentat per part dels turistes d'spa. És a dir, han augmentat molt ràpidament els percentatges d'ús d'Internet.

3.6 Transport, allotjament, distribució per zones

En aquest apartat es presenten els resultats referits a un conjunt de variables relacionades amb el perfil del viatge, entre les quals es troben el mitjà de transport utilitzat per accedir a Balears, el tipus d'allotjament utilitzat i la zona turística en què s'han allotjat.

- **Mitjà de transport utilitzat. El mitjà hegemònic d'accés a les Illes és l'avió.**
Com s'observa en el gràfic següent, més del 92,6% dels turistes d'spa arriben a Balears en avió. Com sembla lògic, també s'observa que no existeixen diferències significatives quan es comparen els resultats amb la resta dels turistes, que també accedeixen en el 93,3% a les Illes en avió.

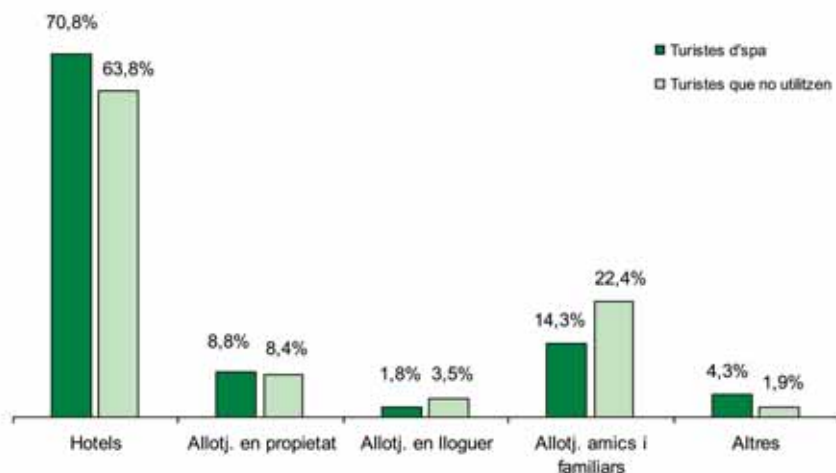
Gràfic 20. Mitjà de transport utilitzat



Font: FRONTIB-EGATRIIB

- **Tipus d'allotjament escollit. La propensió a allotjar-se en hotels és superior entre els turistes d'*spa*.** Com es veu en el gràfic següent, un 70,8% dels turistes d'*spa* s'allotgen en hotels, enfront del 63,8% de la resta de turistes. Amb un 14,3%, l'allotjament en cases d'amics i familiars és el segon gran tipus d'allotjament, percentatge bastant inferior al 22,4% de la resta de turistes. Les altres tipologies d'allotjament mostren percentatges similars.

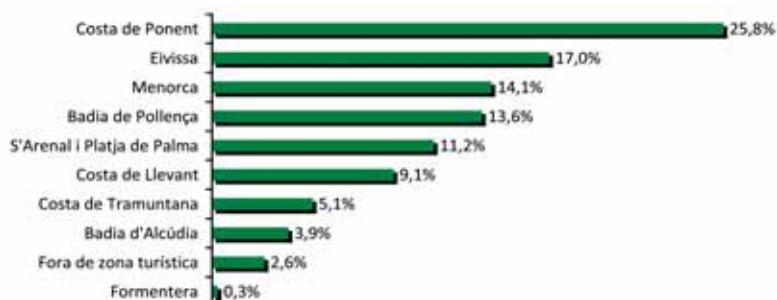
Gràfic 21. Tipus d'allotjament



Font: FRONTIB-EGATRIIB

- **Distribució per zona turística.** Palma i la costa ponent mallorquina són les principals zones turístiques d'allotjament del turisme d'*spa*. Com s'observa en el gràfic següent, la costa de ponent ocupa la primera posició en turistes que utilitzen els serveis d'*spa*, el 25,8% d'aquest tipus de turisme s'allotja en aquesta zona, mentre que Eivissa (17,0%) i Menorca (14,1%) ocupen el segon i tercer lloc respectivament.

Gràfic 22. Distribució del turisme d'*spa* per zones turístiques a Balears



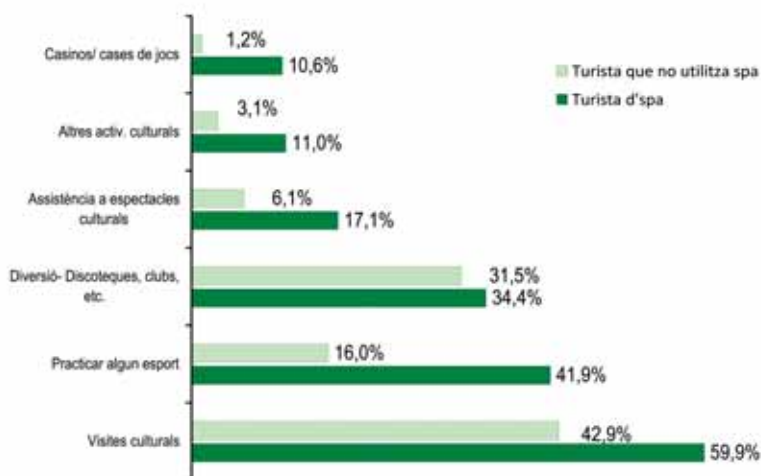
Font: FRONTIB-EGATRIIB

3.7 Activitats i despeses realitzades per turistes a Balears

En aquest apartat es presenten els resultats referits a les activitats i despeses que efectuen els turistes d'*spa* durant la seva visita a Balears.

- **Activitats que realitza en el viatge. Els turistes d'*spa* efectuen més activitats.**

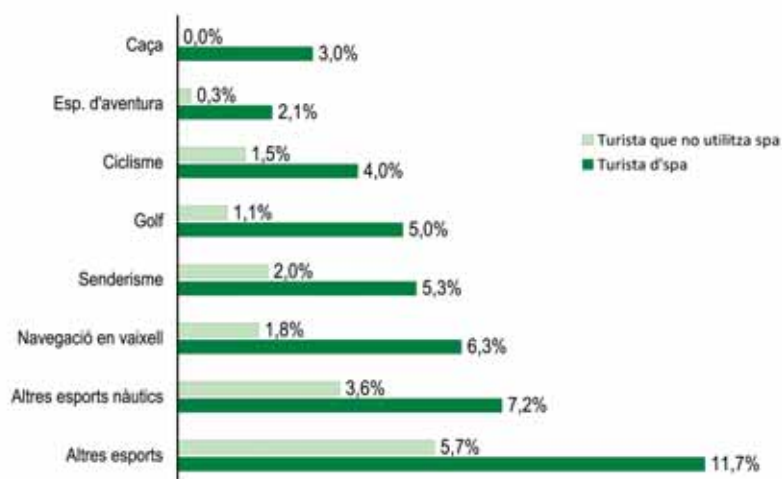
Com s'observa, la visita a llocs d'interès cultural és una de les activitats principals que duen a terme els turistes que utilitzen serveis d'*spa*. Un 59,9% declara que les ha realitzades. Segueixen, en ordre d'importància, la pràctica d'alguna activitat esportiva amb un 41,9% de practicants; les activitats relacionades amb l'entreteniment com ara visitar discoteques, clubs, etc. amb un 34,4%; l'assistència a espectacles culturals amb un 17,1%, i altres activitats culturals amb un 11,0%. És significatiu destacar que en totes les tipologies d'activitats analitzades, sempre s'ha observat un percentatge de turistes d'*spa* major que de la resta de turistes que les duen a terme.

Gràfic 23. Activitats dels turistes d'*spa*

Font: FRONTIB-EGATRIB

- **Activitats esportives que realitza. Els turistes d'*spa* practiquen més esports que la resta de turistes.** Aproximadament, gairebé un 41,9% dels turistes d'*spa* va declarar que havia practicat algun tipus d'activitat esportiva. Les més habituals es corresponen amb la navegació amb un 6,3% i altres activitats nàutiques amb un 7,2%, seguit de senderisme i golf amb un 5,3% i un 5,0% respectivament. Quan es compara la pràctica d'activitats esportives dels turistes que utilitzen els serveis d'*spa*, en totes les activitats analitzades, els percentatges de pràctica són sensiblement superiors entre els turistes d'*spa*.

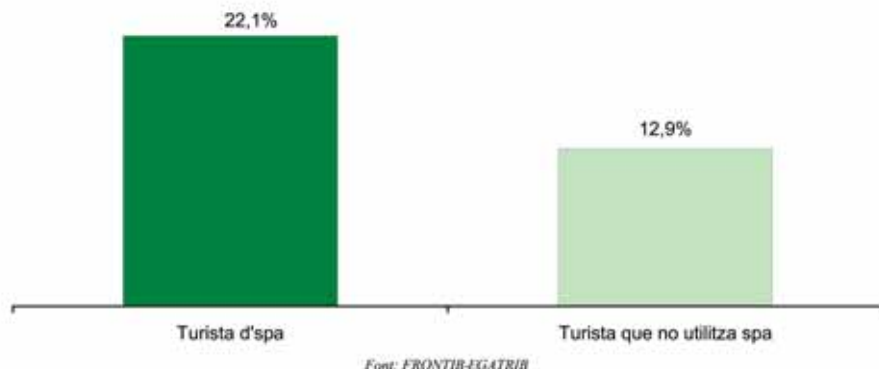
Gràfic 24. Activitats esportives



Font: FRONTIBEGATRIIB

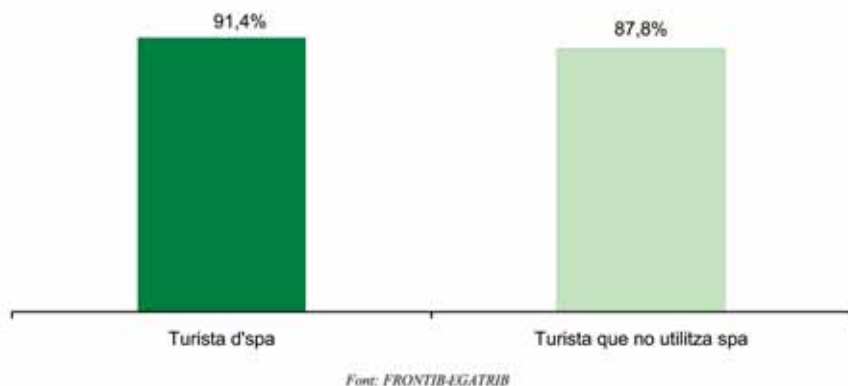
- Lloguer de vehicles.** Els turistes d'*spa* lloguen, proporcionalment, més vehicles. Com es pot observar, mentre que un 22,1% dels turistes que utilitzen serveis d'*spa* lloguen vehicles en el viatge a Balears, el percentatge entre la resta de turistes assolix únicament el 12,9%.

Gràfic 25. Lloguer de vehicles



- **Menjars i/o consumicions en restaurants, cafeteries, bars, etc.** Els turistes d'spa consumeixen lleugerament més en restaurants, cafeteries, bars. Mentre que el 91,4% de turistes que utilitza serveis d'spa efectua aquest tipus de consums, entre la resta de turistes el percentatge és lleugerament inferior i assoleix el 87,8%.

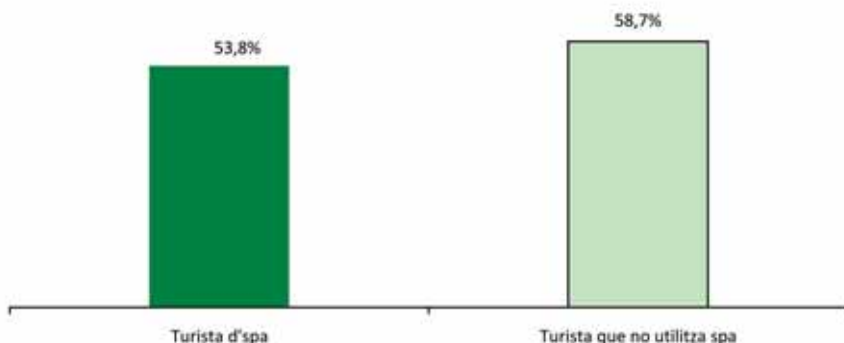
Gràfic 26. Consum en restaurants, cafeteries....



- **Compres de comestibles, begudes i altres productes de consum quotidià.** Els turistes d'spa consumeixen lleugerament menys aquest tipus de productes. Mentre que el 53,8% dels turistes d'spa realitzen compres de consum quotidià, com ara

aigua, gasosa, etc., el percentatge és lleugerament superior en la resta de turistes i assolix el 58,7%.

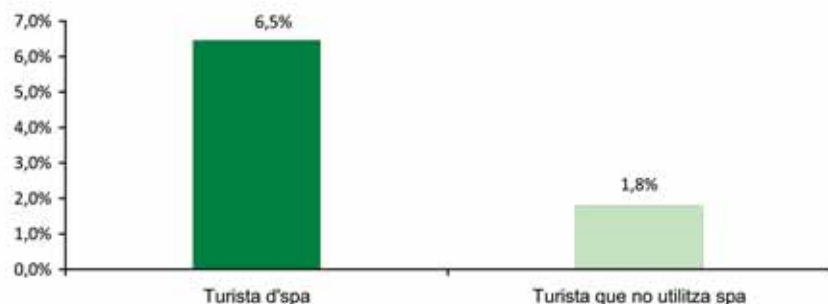
Gràfic 27. Compra de comestibles, begudes i altres productes quotidians de turistes d'spa



Font: FRONTIB-EGATRIB

- **Ús de vaixells d'esbarjo.** Els turistes d'spa efectuen un ús de vaixells d'esbarjo major. Mentre que gairebé un 6,5% dels turistes d'spa declara que ha usat vaixells d'esbarjo, ja siguin propis, cedits o de lloguer, entre la resta de turistes aquest percentatge únicament assolix l'1,8%.

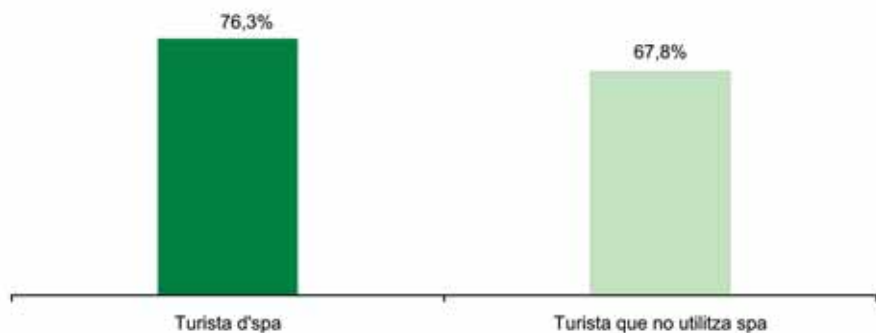
Gràfic 28. Ús de vaixells d'esbarjo



Font: FRONTIB-EGATRIB

- **Compres de productes personals (roba, joies, vi, artesanía, productes típics...).** Un major percentatge de turistes d'*spa* efectua aquest tipus de **compres**. Mentre que un 76,3% dels turistes d'*spa* declaren que han efectuat compres de productes d'aquest tipus, el percentatge entre la resta de turistes és lleugerament inferior i assoleix el 67,8%.

Gràfic 29. Compres de productes personals (roba, joies, vi, artesanía, productes típics...)



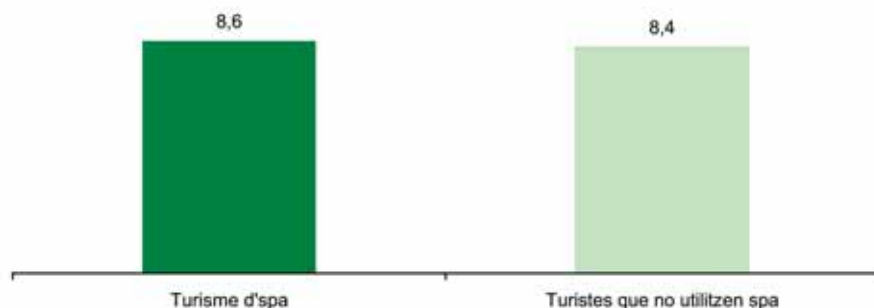
Font: FRONTIB-EGATRIB

3.8 Satisfacció

En aquest apartat es presenten els resultats referents a la satisfacció dels turistes d'*spa* i es comparen amb els nivells mostrats per la resta dels turistes. Els resultats s'ofereixen, en primer lloc, com una valoració numèrica i en segon lloc s'utilitzen les dades distribuïdes en una escala de deu punts que va des d'1 molt malament a 10 excel·lent.

• **Valoració del viatge.** Els turistes d'*spa* presenten nivells de satisfacció lleugerament superiors a la resta de turistes. Com s'observa en el gràfic següent, els turistes d'*spa* atorguen al viatge una valoració de 8,6 punts de satisfacció, que és lleugerament superior als 8,4 punts de terme mitjà de la resta de turistes que visiten Balears.

Gràfic 30. Satisfacció global dels turistes d'*spa*

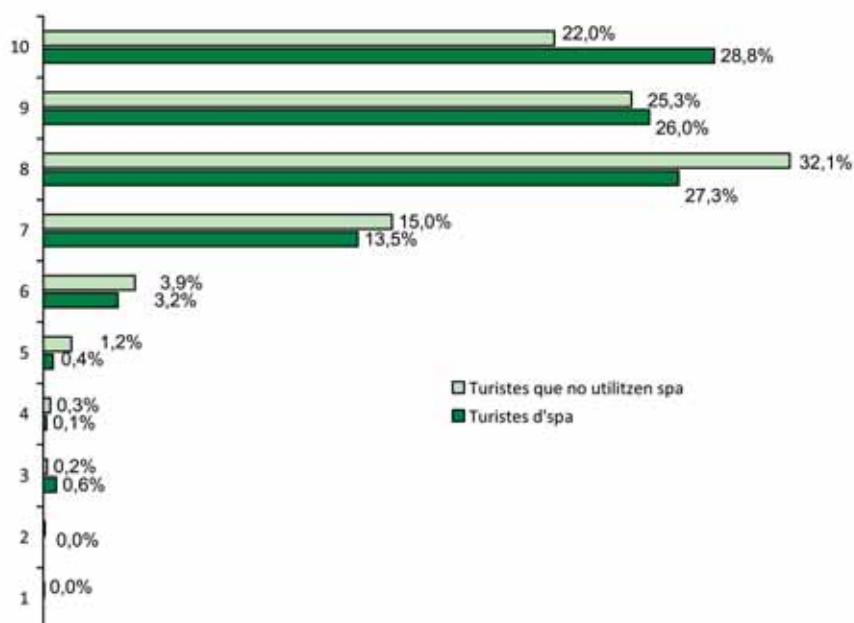


Font: FRONTIB-EGATRIB.

- **Anàlisi de la valoració del viatge.** Els turistes d'*spa* atorguen majors percentatges de satisfacció excel·lent. Mentre que un 54,8% dels turistes d'*spa* atorguen valoracions excel·lents al viatge, és a dir, el valoren amb un 9 o amb

un 10 en una escala de 10 punts, únicament el 47,3% de la resta de turistes li atorga aquesta valoració.

Gràfic 31. Nivells de satisfacció dels turistes d'spa



Font: FRONTIB-EGATRIIB

4. L'OFERTA DE TURISME D'SPA I WELLNESS A BALEARS

En aquest apartat es presenten els resultats referents als establiments que ofereixen serveis d'*spa* i *wellness* a Balears. En primer lloc, es fa una aproximació al nombre total d'aquest tipus d'establiments. En segon lloc, s'efectua una caracterització de l'oferta. En tercer lloc, s'estima l'ocupació generada per aquest tipus d'establiments. Finalment, es presenta la conclusió en dos apartats, el primer referent a les expectatives de futur dels establiments i el segon relatiu a la consideració que té el turisme d'*spa* entre els establiments que s'hi dediquen.

4.1 Establiments amb serveis d'*spa*

- En els darrers anys hi ha hagut un augment considerable dels establiments que ofereixen serveis d'*spa* i *wellness*, sense que existeixi un registre actualitzat i global de tots els establiments d'aquest tipus. En conseqüència, per a la determinació dels establiments que ofereixen aquests serveis, s'ha partit dels llistats disponibles a la Conselleria de Turisme, que han estat actualitzats a partir de les informacions de les federacions hoteleres de les diferents illes i la recerca complementària a través d'Internet. Tot i que probablement existeixi alguna omisió a la llista d'establiments, el treball efectuat pot considerar-se una bona aproximació als establiments que ofereixen serveis d'*spa* i *wellness* a les Illes. El treball de camp realitzat per identificar l'oferta d'establiments amb *spa* va concloure a l'abril de 2009.
- A l'illa de Mallorca s'han identificat 98 establiments que ofereixen serveis d'*spa*.

Taula 2. Establiments a Mallorca que ofereixen serveis d'*spa*

<i>Establiment</i>	<i>Establiment</i>
Aimia	L'hermitage
Arabella	Lindner golf and wellness resort
Armarians	Mallorca marriott son antem
Bahia Palma	Mallorca palace
Blau Mediterraneo	Mardavall
Blau Porto Petro	Maricel
Biomar hotel & <i>spa</i>	Maristel
Bonsol	Melià Cala D'or
Cala Sant Vicenç	Melià de Mar
Cala Santanyí	Melià Palas Atenea
Cap de Mar	Mon port
Ca's Comte	Monnaber nou
Castell del Mar	Nixe palace
Castillo hotel Son Vida	Nordeste playa
Don Antonio	Orquidea playa
Dorint royal golf& <i>spa</i>	Palace de muro
Dunas Cala Millor	Pamplona
Duva	Pinos playa
Es port	Playa de Palma suites and <i>spa</i>
Es recó de randa	Playa del Moro
Esperanza mar	Playa esperanza
Estrella de mar	Pollentia club
Eurotel golf punta rotja	Portixol
Gran hotel sollar	Protur monte safari
Gran vista can picafort <i>spa</i> & wellness	Pula suites hotel golf& <i>spa</i>
Grupotel aguait & <i>spa</i>	Punta negra
Grupotel marítimo	Read's & <i>spa</i>
Grupotel nilo & <i>spa</i>	Riu bonanza playa
Grupotel parc natural	Riu bravo
Grupotel valparaiso palace	Robinson club cala serena
Hesperia villamil	Sa Coma playa
Hipocampo	San Juan de la Font Santa
Hipocampo palace	Santa Clara
Hipotels flamenco	Salles hotel Marina Portals
Hm Jaime III	Saratoga
Iberostar jardin del sol	S'entrador playa
Iberostar royal cristina	Serrano palace
Illa d'or	Sol antillas
Illot park	Sonbrull
Isla cabrera	Son gener
Isla de Mallorca	Son net
Js hotel Alcudia mar	Tryp Palma
Js hotel miramar	Villa Italia
Js hotel sol de Alcudia	Vanity hotel suite
Js hotel sol de Can Picafort	Vista Port Adriano
La Residencia	Viva Mallorca
Lago garden	Viva Palmanova
Lago playa	Viva tropic

- A Menorca el nombre d'establiments identificats que ofereixen serveis d'*spa* i *wellness* ha estat de 12, que es mostren a la taula següent.

Taula 3. Establiments a Menorca que ofereixen serveis d'*spa*

<i>Establiment</i>
Audax
Capri
Cala Galdana
Club insotel Punta Prima
Grupotel Macarella
Grupotel playa club
La quinta
Paradise club & spa
Port Ciutadella
S'Algar hotel
Santo Tomas
Sol gavilanes

- A Eivissa, el nombre d'establiments identificats que ofereixen serveis d'*spa* i *wellness* és de tretze, i es presenten a la taula següent.

Taula 4. Establiments a Eivissa que ofereixen serveis d'*spa*

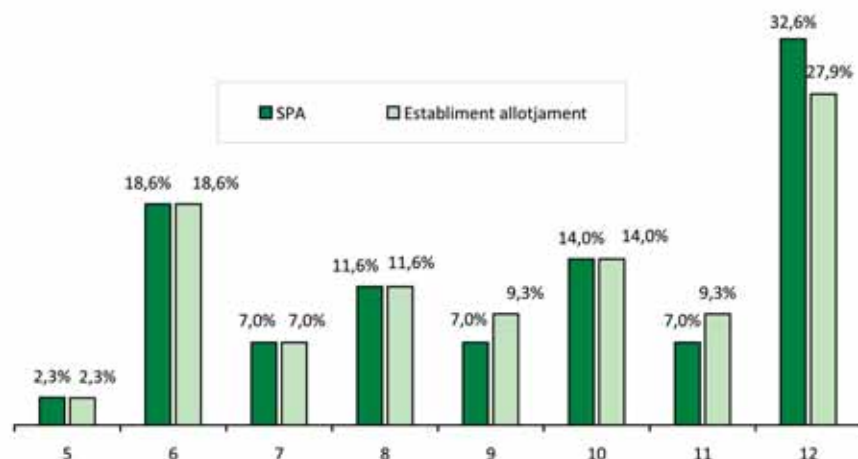
<i>Establiment</i>
Agroturismo Atzaró
Aguas de Ibiza
Ahmara spa, wellness & country club
Bellamar
Garbi
Grand hotel palladium
Grupotel Santa Eulària
Hacienda na xamena
Hotel goleta
Ibiza gran hotel
Insotel thalasso spa
Sol Ibiza
Thb Los Molinos

4.2 Característiques de l'oferta

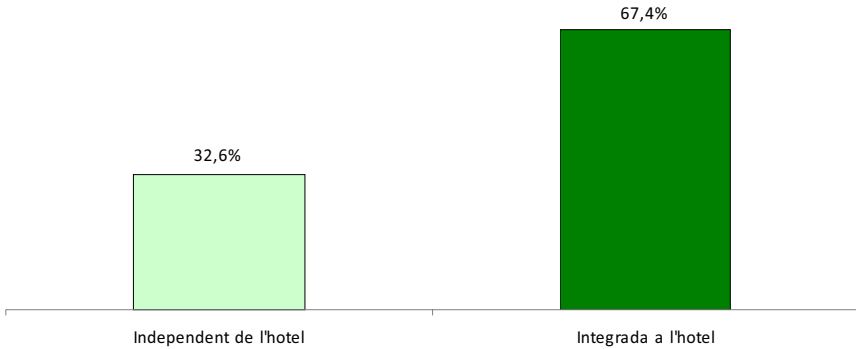
• **Mesos d'obertura.** La mitjana de mesos d'obertura dels *spa* és de 9,34, pràcticament idèntic als 9,25 mesos dels establiments d'allotjament als quals estan lligats. La distribució per mesos d'obertura dels *spas* ens indica que un 32,6% del total

d'establiments té obert tot l'any. La segona freqüència més important són els establiments que només obren sis mesos i, entre aquests dos períodes, es troben la majoria dels establiments. Com s'observa en el gràfic següent, i com sembla lògic, les diferències són molt poc significatives entre els períodes d'obertura dels *spas* i els establiments d'allotjament als quals estan lligats.

Gràfic 32. Nombre de mesos d'obertura d'*spa* i de l'establiment

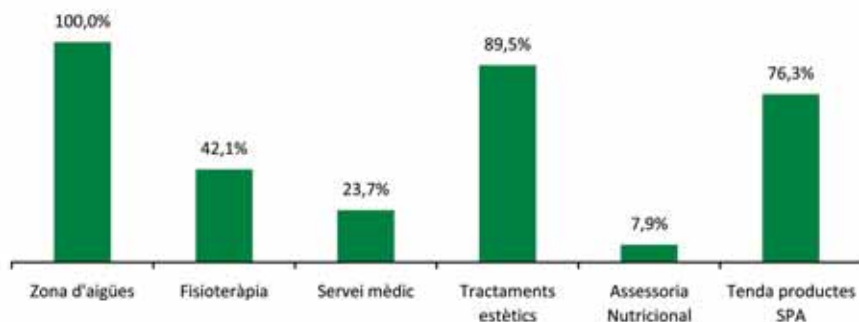


• **Tipus de gestió.** En la major part dels casos, la gestió dels centres d'*spa* està integrada en els establiments d'allotjament. Un 32,6% dels establiments entrevistats indiquen que la gestió del centre d'*spa* i *wellness* és independent de la de l'establiment d'allotjament.

Gràfic 33. Gestió del centre d'*spa* a Balears

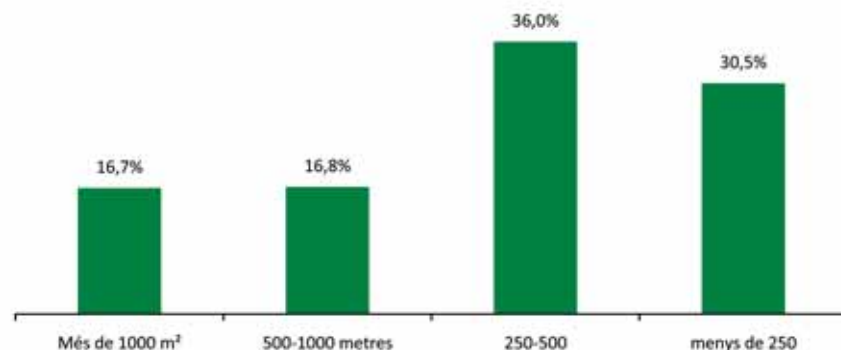
• **Les zones d'aigües i els tractaments estètics són els principals serveis oferts pels *spas* de Balears.** Evidentment, les zones d'aigües són comunes a tots els centres d'*spa* de Balears, ja que la definició mateixa del terme *spa* ("**Salus per Aquam**") implica disposar d'aquest servei. A continuació, els tractaments estètics estan generalitzats en un 89,5% dels establiments entrevistats, les botigues amb productes *spa* estan presents en un 76,3% dels casos. A major distància apareixen els serveis de fisioteràpia amb un 42,1% dels casos; els serveis mèdics amb un 23,7% i, finalment, i a molta distància, els serveis d'assessoria nutricional amb un 7,9% dels casos.

Gràfic 34. Serveis principals dels spas



• La grandària mitjana de les instal·lacions d'*spa* és d'aproximadament 630 m². De mitjana, els establiments analitzats disposen d'aproximadament 630 metres quadrats dedicats a *spa*. No obstant això, existeix una forta dispersió entre els diferents establiments, des d'algun que dedica més de 3.000 metres quadrats a uns altres que tot just arriben als 100 metres quadrats. La distribució per intervals de les diferents superfícies que es mostra en el gràfic següent posa en relleu la dispersió esmentada.

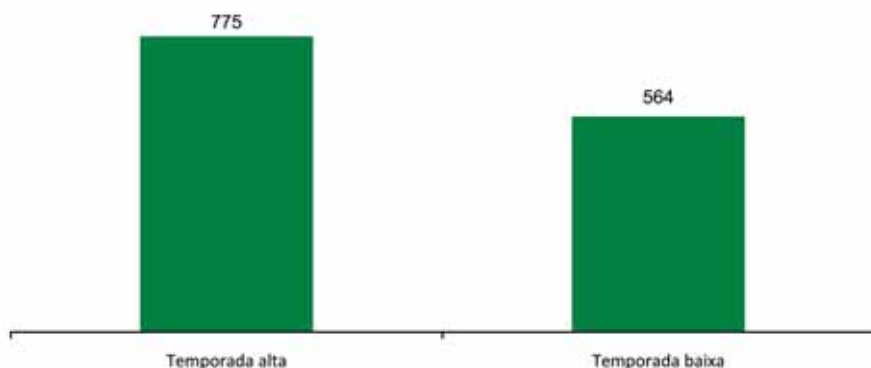
Gràfic 35. Grandària habitual dels spas a Balears



4.3 Ocupació laboral directa generada

Els *spas* generen entre 560 i 775 llocs de feina directes en funció de la temporada. A partir de l'estimació de 630 metres quadrats de mitjana per *spa*, i si es té en compte que s'han identificat 125 establiments amb aquest tipus d'instal·lacions, podem estimar que a Balears existeixen al voltant de 78.750 metres quadrats d'*spa*. De les enquestes efectuades a una mostra d'instal·lacions, s'ha obtingut que el nombre de treballadors exclusivament dedicats a l'*spa* varia entre els 560 de temporada baixa i els 775 de temporada alta.

Gràfic 36. Llocs de feina directes generats per *spas* a Balears



4.4 La promoció dels establiments d'*spa*

En aquest apartat es presenten els resultats referents a les accions principals dutes a terme per part dels establiments que ofereixen serveis d'*spa*. Com s'observa en el gràfic següent, els fulletons són l'eina promocional més utilitzada: un 85,7% dels establiments hi compten; un 78,6% disposa de pàgines web, i un 50,0% efectua promocions a través d'Internet. Les invitacions a agències de viatges o TO i periodistes són utilitzades per, aproximadament, el 35,7% i el 28,6%, respectivament, dels establiments. Les accions de publicitat més clàssiques com ara els anuncis en revistes estrangeres, l'assistència a fires i estands o les tanques publicitàries són

utilitzades per percentatges del 28,6%, 26,2% i 11,9%, respectivament. Un 2,4% dels establiments afirma no dur a terme cap tipus d'acció promocional.

Gràfic 37. Accions promocionals principals

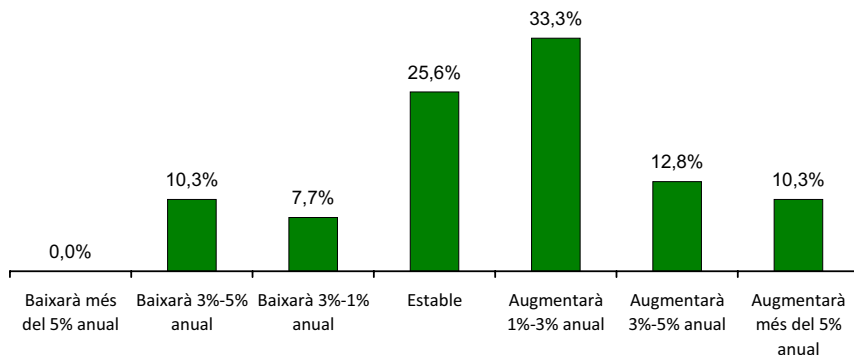


4.5 Expectatives de futur

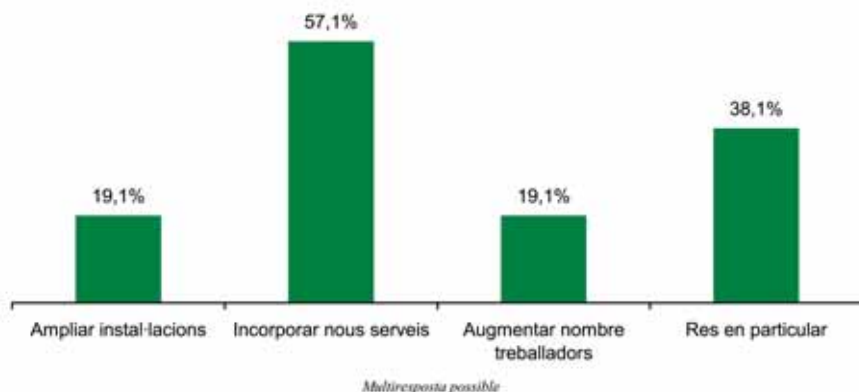
En aquest apartat es presenten els resultats relatius a les expectatives de futur que tenen els establiments d'*spa*. Aquests resultats es refereixen a dos aspectes fonamentals: el primer mostra les expectatives que tenen els establiments sobre el creixement de la demanda a tres anys vista, i el segon es refereix a la pròpia planificació d'inversions en el mateix espai de temps.

• **Expectatives de creixement.** La majoria considera que el segment de mercat segueix en creixement. Com s'observa en el gràfic següent, a la pregunta: Indiqui les seves expectatives de creixement del nombre de turistes d'*spa* i *wellness* en el seu establiment?, més del 55% dels establiments contactats van respondre amb expectatives de creixement positives i el més esperat són els creixements lleugers compresos entre l'1% i el 3% anual. Els que tenen expectatives negatives són francament minoritaris i el conjunt no supera el 18% del total de la mostra.

Gràfic 38. Expectatives de creixement



- **Previsió d'inversions a curt-mitjà termini.** Un segon indicador sobre les expectatives que es tenen sobre el futur del turisme d'*spa* el constitueixien les previsions d'inversió dels establiments. En aquest sentit, se'ls va sol·licitar que indiquessin les seves previsions d'inversions a tres anys vista. Els resultats que es mostren en el gràfic següent ens indiquen que un 38,1% no tenen previst dur a terme cap actuació especial mentre que, per contra, més del 57,1% preveu augmentar l'oferta de serveis de què disposa en l'actualitat. Un 19,1% dels establiments preveu ampliar instal·lacions i un altre 19,1% augmentar el nombre de treballadors. En conjunt, aquests resultats indiquen una visió lleugerament optimista, sense eufòries, del futur del turisme d'*spa* en els seus respectius establiments.

Gràfic 39. Previsió d'inversions en els establiments d'*spa* de Balears

4.6 Opinió de l'oferta sobre el segment

En aquest apartat es presenten els resultats sobre la percepció que tenen els establiments en relació amb aspectes diferents del turisme d'*spa* i *wellness* que van des de la consideració d'aquest segment o la idoneïtat de les Illes per desenvolupar-lo fins a la interrelació entre establiment d'*spa* i allotjament. En concret, es pretén recollir l'opinió en relació amb els aspectes següents:

- Disposar d'*spa* a l'establiment facilita la comercialització de l'hotel?
- Disposar d'*spa* és una necessitat gairebé obligada per a un hotel de categoria elevada?
- Disposar d'*spa* permet tenir l'hotel més mesos obert?
- El centre d'*spa* necessita estar vinculat a un hotel per ser rendible?
- Els *spas* tenen una funció més relaxant que curativa?
- Els clients d'*spa* és un segment totalment diferent a la resta de turistes?

- La filosofia *wellness* és una tendència consolidada entre els consumidors d'alt nivell?
- El turisme d'*spa* i *wellness* és altament rendible per a l'explotador?
- És necessària una marca potent conjunta que identifiqui els centres *spa* i *wellness* de Balears?
- *Spa* i *wellness* és un bon segment perquè Balears es diferenciï dels seus competidors?
- Balears té potencial per ser capdavantera europea en turisme d'*spa* i *wellness*?
- L'Administració ajuda poc en la promoció del turisme d'*spa* i *wellness*?

Els resultats obtinguts ens mostren que existeix un acord pràcticament unànime, ja que l'escala de mesura va des d'1, que indica desacord total, fins a 5, que indica acord total, que el fet de disposar d'*spa* a l'establiment facilita la comercialització de l'hotel i que resulta una necessitat gairebé obligada per a un hotel de categoria elevada. En ambdós casos la valoració mitjana del grau d'acord és de 4,6.

En un segon nivell d'acord, amb una valoració de 4,1 i 3,9, els establiments creuen que la filosofia *wellness* és una tendència consolidada entre els consumidors d'alt nivell i que els *spas* tenen una funció més relaxant que curativa.

Els establiments estan també bastant d'acord (3,7) que disposar d'*spa* permet tenir l'hotel més mesos obert i que és un bon segment perquè Balears es diferenciï de la resta de competidors.

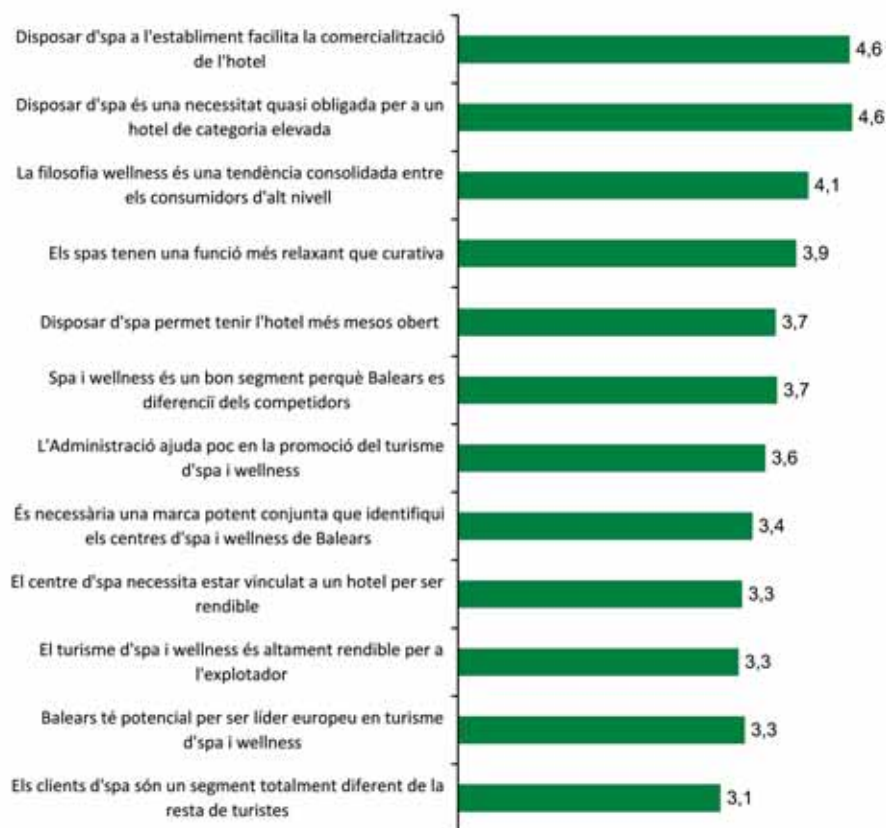
Amb una valoració de 3,6, els establiments opinen que l'Administració ajuda poc a promocionar aquest tipus de turisme i, amb una mica menys d'acord (3,4), consideren que Balears necessita una marca potent conjunta que identifiqui els centres d'*spa* i *wellness* de les Illes.

Menor grau d'acord mostren els establiments (3,3) primer, davant l'afirmació que el centre d'*spa* necessita estar vinculat a un hotel per ser rendible; segon que el centre d'*spa* sigui altament rendible per a l'explotador, i tercer que Balears pugui ser

capdavantera europea en el sector. L'aspecte que mostra un grau menor d'acord és que el turisme d'*spa* sigui considerat un segment totalment diferent de la resta de turisme (3,1).

Aquests resultats no presenten diferències significatives si s'analitzen per raó de grandària de l'*spa* o categoria de l'establiment.

Gràfic 40. Opinió de la indústria sobre el segment

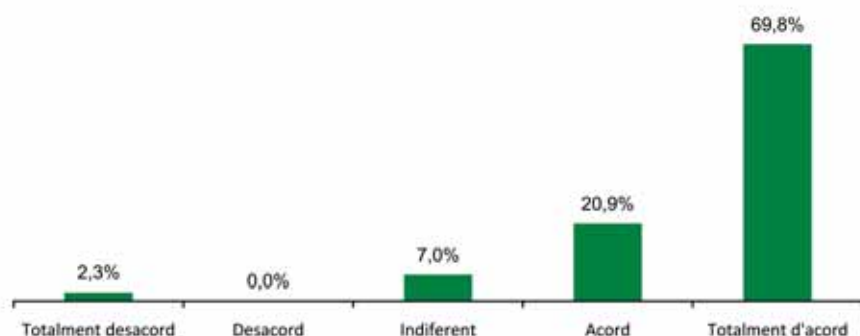


1=Desacord total, 5=Acord total

A nivell més específic, si analitzem la distribució dels resultats en cadascun dels aspectes analitzats, podem determinar el percentatge d'establiments que estan d'acord o totalment d'acord amb l'afirmació realitzada, amb la qual cosa obtenim que:

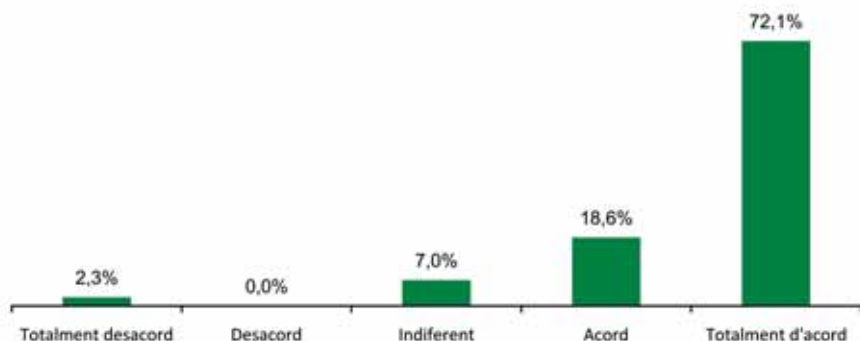
- Més d'un 90% dels establiments està totalment d'acord que disposar d'*spa* facilita la comercialització de l'hotel.

Gràfic 41. Disposar d'*spa* a l'establiment facilita la comercialització de l'hotel?



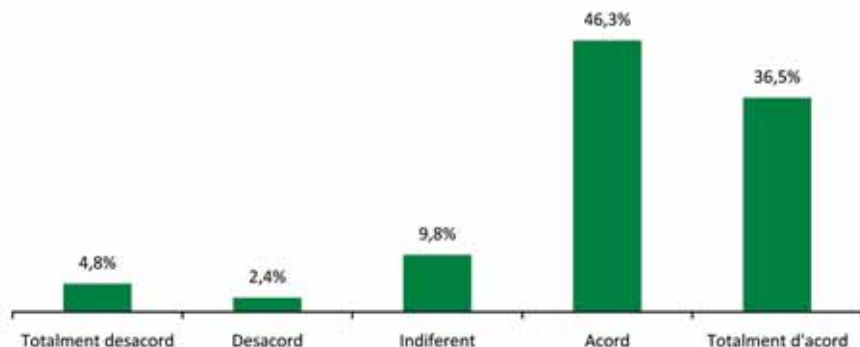
- Més del 90% considera que disposar d'*spa* és una necessitat quasi obligada per a un hotel de categoria elevada.

Gràfic 42. Disposar d'*spa* és una necessitat quasi obligada per a un hotel de categoria elevada?



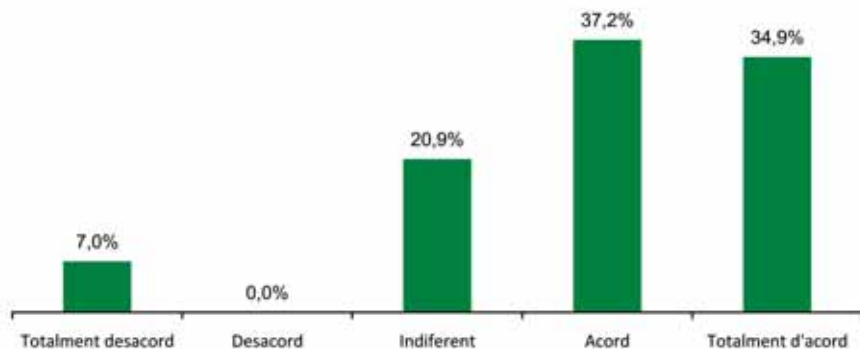
- **Més d'un 82% està d'acord que la filosofia *wellness* és una tendència consolidada entre els consumidors d'alt nivell.**

Gràfic 43. La filosofia *wellness* és una tendència consolidada entre els consumidors d'alt nivell?



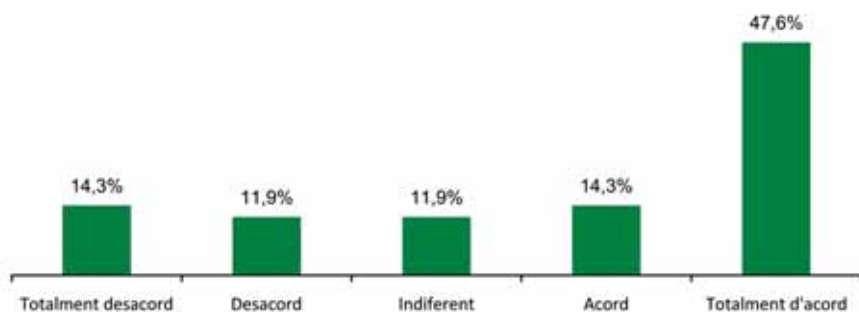
- Gairebé un 72% creu que els *spas* tenen una funció més relaxant que curativa.

Gràfic 44. Els *spa* tenen una funció més relaxant que curativa



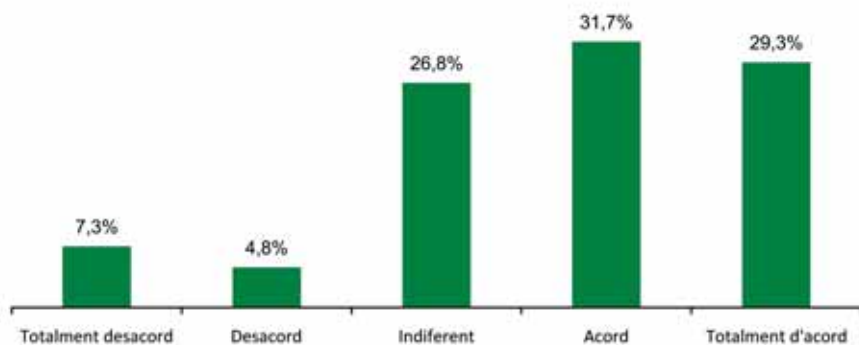
- Gairebé el 62% creu que disposar d'*spa* permet tenir l'hotel més mesos obert

Gràfic 45. Disposar d'*spa* permet tenir l'hotel obert més mesos?

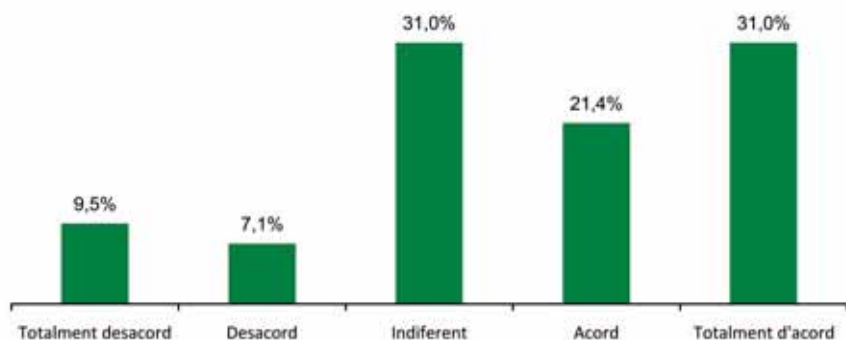


- El 61% creu que *spa* i *wellness* és un bon segment perquè Balears es diferenciï dels competidors.

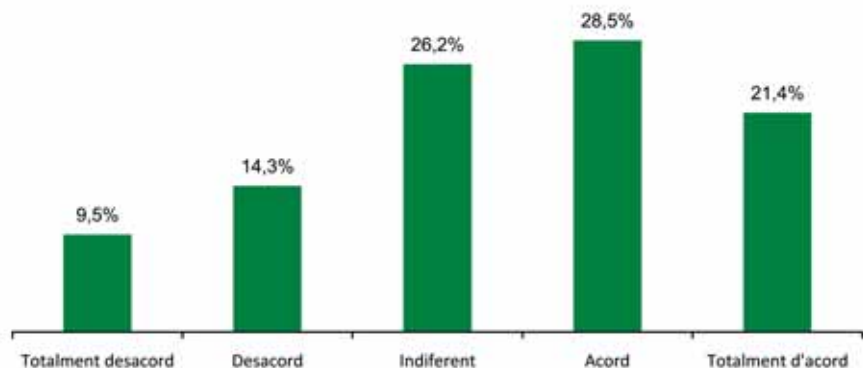
Gràfic 46. *Spa* i *wellness*. És un bon segment perquè Balears es diferenciï dels competidors?



- Gairebé un 52% creu que l'Administració ajuda poc en la promoció del turisme d'*spa* i *wellness*.

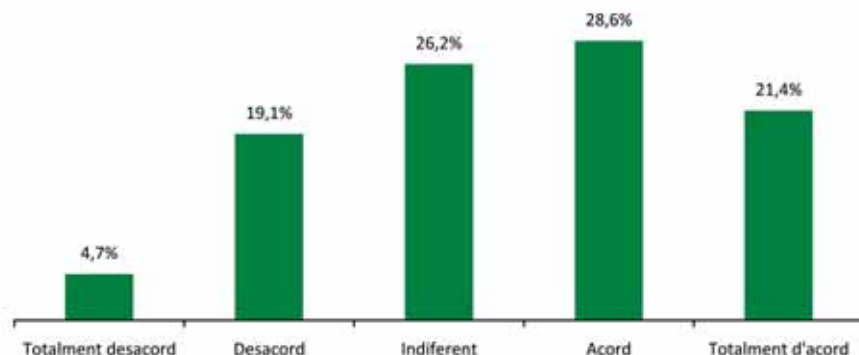
Gràfic 47. L'Administració ajuda poc en la promoció del turisme d'*spa* i wellness

- Gairebé el 50% està d'acord que, perquè sigui rendible, ha d'existir vinculació entre un hotel i un centre d'*spa*.

Gràfic 48. El centre d'*spa* necessita estar vinculat a un hotel per ser rendible?

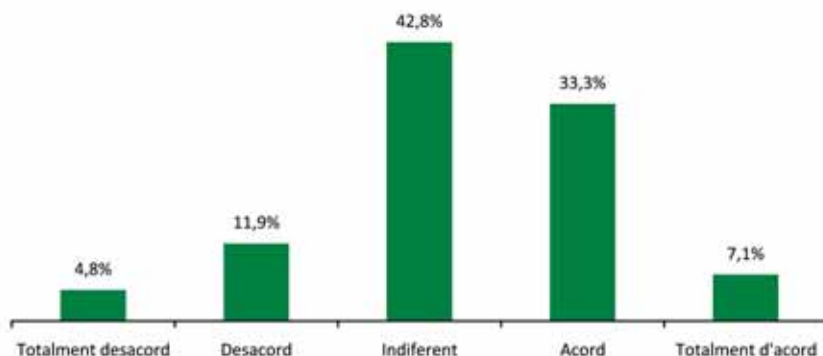
- Un 50% considera que és necessari disposar d'una marca potent conjunta que identifiqui els centres d'*spa* i wellness de Balears.

Gràfic 49. És necessari disposar d'una marca conjunta de Balears?



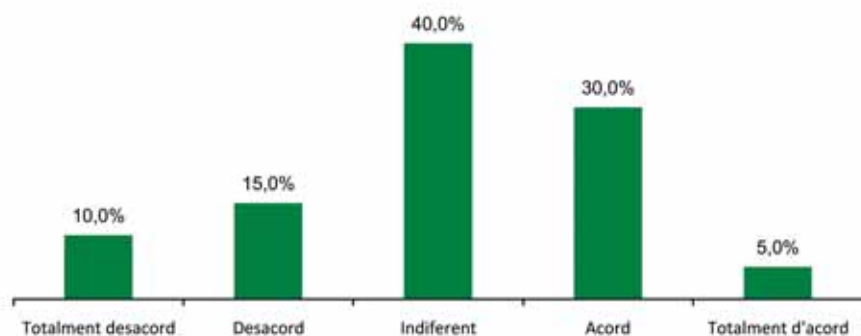
- Una mica més del 43% considera que el turisme d'*spa* i *wellness* és altament rendible per a l'explotador

Gràfic 50. El turisme d'*spa* és altament rendible per a l'explotador



- Únicament el 35% dels establiments considera que els clients d'*spa* i *wellness* formen un segment totalment diferent a la resta de turistes.

Gràfic 51. El turisme d'*spa* i *wellness* és un segment totalment diferent a la resta de turistes

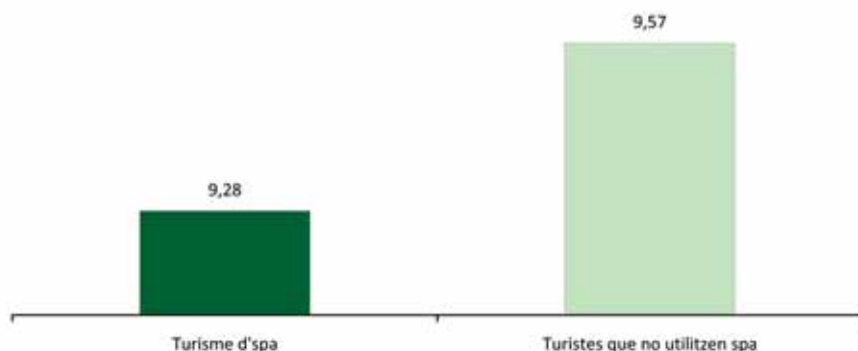


5. IMPACTE ECONÒMIC

5.1 *Estimació del nombre de turistes d'spa i estades*

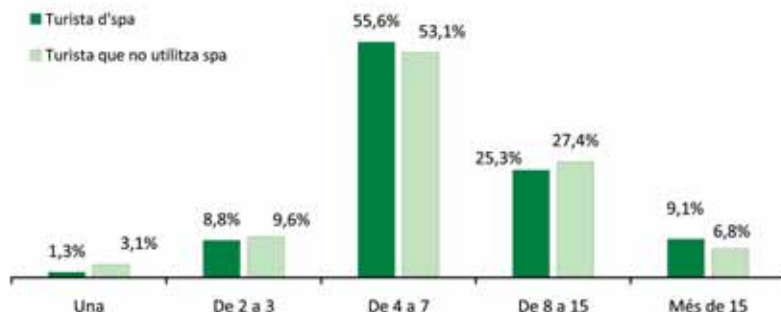
En aquest apartat es presenten els resultats referents a l'estimació del nombre de turistes d'spa que visiten Balears i del nombre d'estades.

- **El nombre total de turistes d'spa al 2008 s'estima en 398.800.** Per estimar el nombre de turistes que han utilitzat serveis d'spa al 2008 ens hem basat en les enquestes elaborades per dur a terme els estudis FRONTIB-GATTRIB. De les 8.005 enquestes efectuades al 2008, que són una representació fiable del total de turistes que visiten Balears, els resultats indiquen que 245 corresponen a turistes que han utilitzat serveis d'spa, balnearis, talassoteràpia, etc. Aquests resultats ens indiquen que un 3,04% dels turistes que visiten Balears utilitzen serveis d'spa, per la qual cosa, si assumim que el total de turistes que visitaren Balears al 2008, d'acord amb les dades facilitades per INESTUR (2009) fou de 13.103.901, és possible establir que el nombre de turistes d'spa fou de 398.800.
- **Estada mitjana. L'estada mitjana dels turistes d'spa és de 9,28 dies.** Els turistes que han utilitzat serveis d'spa mostren estades mitjanes lleugerament inferiors a la resta de turistes, encara que no molt allunyades. Mentre els primers declaren estades mitjanes de 9,28 dies, els segons declaren mitjanes de 9,57 dies.

Gràfic 52. Estada mitjana dels turistes que utilitzen *spa*

Font: FRONTIB-EGATRI

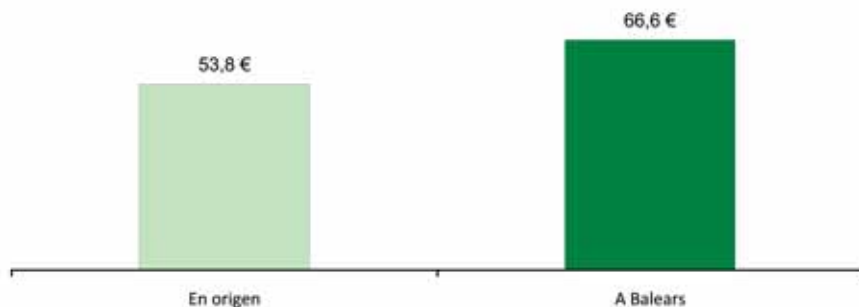
- **El nombre total d'estades generades per turistes d'spa assoleix els 3,70 milions.** Si multipliquem els 398,8 mil turistes d'spa per la mitjana d'estades s'obté l'estimació del nombre total d'estades, que arriba als 3,70 milions.
- **La durada habitual dels viatges és de 4 a 7 dies.** Els dos trams d'estades que inclouen un percentatge major a la mostra són els de 4 a 7 dies que és l'estada habitual per al 55,6% dels turistes d'spa i les estades de 8 a 15 dies, que és l'habitual per al 25,6% dels turistes d'spa.

Gràfic 53. Distribució de les estades de turistes d'*spa*

Font: FRONTIB-EGATRI

5.2 Estimació i distribució de la despesa

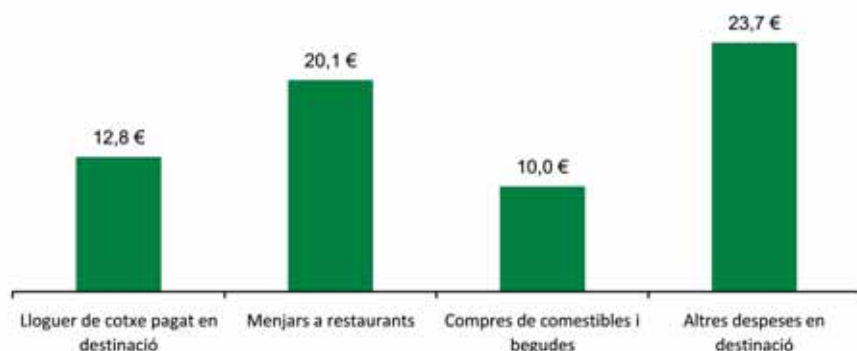
• La despesa total estimada per persona i dia a Balears és de 120,4 euros. Els turistes d'*spa* efectuen, de mitjana, aquest nivell de despesa total diària en les estades a Balears. Aquesta despesa pot desagregar-se entre els 53,8 euros gastats en origen per persona i dia i els 66,6 euros gastats a Balears.

Gràfic 54. Despesa per persona i dia dels turistes d'*spa* a Balears

Font: FRONTIB-EGATRI

• **La distribució de la despesa a Balears.** Les estimacions efectuades a partir de les enquestes realitzades ens indiquen que els menjars a restaurants, cafeteries, bars etc. suposen per als turistes d'*spa* una despesa per persona i dia d'una mica més de 20,1 euros. La despesa per turista en lloguer de cotxes, pagats a Balears, suposa 12,8 euros diaris. Les compres de comestibles, begudes i productes de consum quotidià representen 10,0 euros per estada i altres compres de productes personals 23,7 euros per estada.

Gràfic 55. Distribució per conceptes



Font: FRONTIBEGATRIIB

5.3 Estimació de l'impacte econòmic

Per a l'estimació de l'impacte econòmic s'ha procedit, en primer lloc, a estimar la despesa total efectuada en el lloc d'origen i, en segon lloc, a estimar la despesa total efectuada en destinació. Per al càlcul de l'impacte econòmic turístic total, a la despesa total efectuada en destinació ha d'incrementar-se el percentatge dels pagaments efectuats en origen que corresponen a pagaments a agents econòmics de Balears efectuats en el país d'origen. Si tenim en compte la metodologia esmentada, els resultats obtinguts són:

- La despesa turística total en el lloc d'origen ascendeix a 198,7 milions d'euros. Si multipliquem els 3,70 milions d'estades generades pels 53,7 euros per persona i dia d'estada estimats en pagaments efectuats en el lloc d'origen, s'obté la quantitat esmentada de 196,0 milions d'euros.
- La despesa turística directa a Balears és de 246,4 milions d'euros. Si multipliquem els 3,70 milions d'estades generades pels 66,6 euros per persona i dia d'estada estimats en pagaments efectuats directament a Balears, s'obté la quantitat esmentada de 246,4 milions d'euros.
- La despesa total turística a Balears s'estima en 341,1 milions d'euros. Als 246,4 milions de despesa turística directa a Balears s'ha d'afegir un percentatge de la despesa turística efectuat en el lloc d'origen que se suposa que reverteix a Balears en pagaments a proveïdors situats en la destinació. Aquest percentatge, estimat en aproximadament el 50%, és a dir, 99,4 milions pagats en origen que reverteixen a Balears, ens indica que l'impacte econòmic turístic ascendeix a 345,8 milions d'euros.

6. ANÀLISI DAFO

A partir de les enquestes administrades als diferents operadors d'establiments que ofereixen serveis d'*spa* s'ha pogut elaborar la taula següent que recull la seva opinió en relació amb les fortaleeses, debilitats, amenaces i oportunitats principals que té Balears per poder consolidar-se com a destinació de turisme d'*spa*.

Taula 5. Anàlisi DAFO del turisme d'*spa* a Balears

<i>Fortaleeses</i>	<i>Debilitats</i>
1. Destinació molt coneguda. 2. Clima agradable la major part de l'any. 3. Naturalesa d'alt valor, entorn amb nivells de tranquil·litat elevats. 4. Preparació dels professionals. 5. Existència d'un turisme d'alt nivell que demanda aquest tipus de productes. 6. Complementarietat amb altres tipus de turisme com el gastronòmic, el d'esports, etc. 7. Proximitat als mercats d'origen i accessibilitat, especialment a Mallorca; a Eivissa i Menorca és molt més complicat. 8. Existència d'un conjunt d'instal·lacions d'altíssima qualitat i de referència internacional, acompanyat d'un altre grup que, sense ser tan exclusiu, ofereix gran varietat de possibilitats al turista d'<i>spa</i> i <i>wellness</i>. 9. Modernitat dels establiments.	1. Promoció limitada del turisme d'<i>spa</i> i <i>wellness</i> per part de les administracions. 2. Estacionalitat general del turisme. Connectivitat i manca dels vols regulars, especialment amb el mercat espanyol i, de manera més accentuada, en els casos d'Eivissa i Menorca en els mesos de temporada baixa. 3. No disposar d'aigües termals naturals. 4. Dificultats per posicionar Balears com a destinació d'<i>spa</i> per la forta associació amb sol i platja. 5. Heterogeneïtat de l'oferta, sense l'existència de marques o normes per diferenciar uns tipus d'<i>spa</i> d'altres.

Oportunitats	Amenaces
1. Segment de mercat en creixement. Possibilitat de desenvolupar més els mercats emissors tradicionals. Com que es tracta d'un tipus d'oferta menys depenent del sol, existeix la possibilitat d'allargar la temporada. 2. Existeix la possibilitat de millorar la interrelació de l'oferta d'<i>spa</i> amb altres productes turístics existents a Balears: reunions, nàutic, gastronòmic, cultural, etc. amb la qual cosa s'augmenta la competitivitat global de les illes. 3. Innovar i incorporar productes locals a tractaments i productes, amb la qual cosa es podrien desenvolupar avantatges competitius difícilment imitables. 4. Crear alguna marca representativa dels productes de qualitat.	1. Renovació forta de les destinacions tradicionals d'<i>spa</i> com Àustria i extensió generalitzada de la competència entre les destinacions emergents, bastants amb preus extremadament competitius. 2. Ralentització general de la demanda turística que juntament amb l'alt cost de les instal·lacions i del manteniment pot afectar la rendibilitat i l'actualització i modernització de l'oferta. 3. Proliferaió d'instal·lacions de baix nivell que pot afectar negativament la percepció turística de les Illes com a destinació d'<i>spa</i> i <i>wellness</i>. 4. Reducció de l'accessibilitat i la connectivitat amb els mercats emissors si es produeix un augment generalitzat dels preus del transport aeri i es redueixen les connexions.

7. RESULTATS PRINCIPALS I CONCLUSIONS

A partir dels resultats presentats en els punts anteriors és possible extreure un conjunt de conclusions i efectuar una sèrie de recomanacions que es presenten en els punts següents.

7.1 Conclusions

De l'estudi realitzat és possible efectuar les conclusions següents:

- **El turisme d'*spa* a Europa ascendeix a, aproximadament, 7,4 milions de viatges.** No obstant això, les dades disponibles sobre el turisme d'*spa* (Salus per aquam) i *wellness* no són homogènies i certament imprecises en la quantificació, a causa de la gran laxitud de la definició i de la fragmentació de la indústria turística. S'estima que Europa és el principal mercat dintre d'aquest segment i que al voltant del 15% de les vacances podien ser considerades de "Salut". Altres estimacions eleven el nombre de viatges a Europa que poden considerar-se turisme d'*spa* fins a una mica més de 7,4 milions.
- **Les tendències del mercat indiquen que és un segment en creixement.** L'evolució del concepte d'*spa*, des de la simple cura a la visió actual relacionada amb el benestar (*wellness*) impulsa el creixement del segment i la renovació i multiplicació de l'oferta disponible, tant en les àrees tradicionals de balnearis com en les zones turístiques tradicionals de sol i platja.
- **A Balears s'estima una demanda d'aproximadament 398.800 turistes.** Encara que al 2008 es va experimentar una lleugera reducció en comparació amb anys anteriors, s'espera una prompta recuperació i un augment lleuger de la demanda. Sense cap dubte, el principal mercat emissor és l'alemany, seguit del britànic i de l'espanyol.
- **El turisme d'*spa* presenta una distribució estacional millor que la resta de turistes.** Tot i que també pateixi d'una evident estacionalitat amb concentracions

turístiques especialment elevades en els mesos d'estiu, és cert que la distribució estacional dels fluxos turístics del turisme *d'spa* mostra que els desequilibris són menors que en la resta de turistes, amb majors proporcions de visitants en els mesos de primavera i tardor.

- **Els turistes d'spa poden considerar-se de major nivell que la mitjana de la resta de turistes.** El perfil majoritari es correspon amb un alemany, de mitjana edat, càrrec intermig o ocupació professional superior, amb nivells de renda i d'estudis superior a la resta de turistes, que repeteix sovint aquest tipus de viatges i nivells, que contracta menys paquets turístics, utilitza més Internet i s'allotja més en hotels de categoria superior, efectua més activitats i un percentatge major consumeix en restaurants, efectua compres de productes personals, lloga cotxes, utilitza vaixells d'esbarjo i una varietat major de productes durant les vacances. L'estada mitjana d'aquest segment de mercat se situa en 9,28 dies. El nivell de satisfacció dels turistes d'spa (8,6) és lleugerament superior a la resta de turistes (8,4).

- **Els establiments amb serveis d'spa a Balears han augmentat considerablement.** L'estudi efectuat ha identificat 125 establiments que ofereixen aquest tipus de serveis, molts han desenvolupat les instal·lacions específiques en els darrers anys. En general, són establiments que obren una mitjana de 9,25 mesos a l'any, que dediquen a l'spa 630 metres quadrats de mitjana. A part de la zona d'aigües, els tractaments estètics i les botigues de productes *spa* són els serveis principals oferts. En un futur immediat, la majoria preveu incorporar serveis nous. La gestió del centre *d'spa* sol efectuar-se de manera conjunta amb l'establiment d'allotjament. La clientela està formada, aproximadament, en un 85% per turistes i la resta per residents. Generen entre 560 i 775 llocs de treball directes.

- **Els establiments d'oferta coincideixen majoritàriament que** disposar *d'spa* facilita la comercialització de l'hotel, així com que disposar d'aquestes instal·lacions és pràcticament una necessitat obligada per als establiments de categoria elevada i que ajuda a mantenir l'hotel més mesos obert. Així mateix, consideren que la filosofia

wellness, més dirigida cap al benestar que cap a la cura estricta, ha arrelat fortament entre els consumidors d'alt nivell.

- **Per altra banda, existeix menor nivell d'acord** que els clients *d'spa* siguin un segment totalment diferenciat de la resta de turistes, que Balears pugui ser capdavantera europea en turisme *d'spa i wellness*, que sigui un negoci altament rendible per a l'explotador i que necessàriament hagi d'estar lligat a un establiment d'allotjament perquè sigui rendible.
- **L'impacte econòmic del turisme *d'spa* a Balears pot estimar-se al voltant dels 444,1 milions d'euros.** Aquesta xifra es correspon d'afegir als 245,8 milions d'euros estimats com a despesa efectuada pels turistes *d'spa* directament a Balears, els 99,1 milions d'euros que s'estima reverteixen a Balears de despeses efectuades pels turistes en el seu lloc d'origen.

7.2 Recomanacions

A partir dels resultats obtinguts en l'estudi qualitatiu i de les opinions aportades pels representants d'establiments que ofereixen serveis *d'spa i wellness*, és possible efectuar una sèrie de recomanacions.

- **Incrementar la promoció específica de Balears com a destinació *d'spa* en els mercats emissors tradicionals europeus.** A més d'un augment significatiu de la promoció institucional, l'augment i el desenvolupament de mesures dirigides a afavorir la implicació del sector privat en les accions promocionals, probablement en multiplicaria l'efectivitat i l'abast.
- **Afavorir la implantació de distintius de qualitat.** L'heterogeneïtat de l'oferta disponible pot generar confusions entre els clients potencials. Disposar de marques o distintius de qualitat, ben promocionats i comunicats, podria facilitar l'elecció del client i assegurar nivells de qualitat alts.

• **Afavorir la investigació i la innovació a partir de components locals.** Tot i que la globalització permet la reproducció de models empresarials de turisme *d'spa* en multitud de destinacions turístiques, totes les innovacions lligades a recursos de les Illes afavoriran, per una banda, el desenvolupament d'avantatges competitius diferents del preu, enfront de destinacions competidores i, en qualsevol cas, aquells més exitosos podran ser objecte de transferència tecnològica a altres destinacions amb el corresponent cobrament de *royalties*. En aquest sentit, sembla convenient multiplicar les accions destinades a aprofitar les sinergies que puguin existir amb altres recursos disponibles a Balears, com ara la Universitat i altres centres d'investigació.

• **Promocionar la formació continuada.** Íntimament lligada amb l'anterior és fonamental aconseguir que el sector disposi de personal altament format.

• **Potenciar la interrelació entre diferents productes turístics.** Una de les opcions per millorar la competitivitat turística de Balears consisteix a afavorir la interrelació entre els diferents productes turístics existents a les Illes: turisme de negocis i reunions, de golf, esports, cultura, gastronomia. Com més gran sigui la interrelació millor serà la posició competitiva de Balears enfront d'altres destinacions.

• **Afavorir la interrelació entre els diferents establiments. A través d'una varietat d'actuacions que poden incloure la potenciació de fòrums de debat, reunió i discussió d'operadors.** Un millor coneixement dels diferents operadors pot afavorir l'augment del treball en xarxa i multiplicar les iniciatives conjuntes, amb la qual cosa es millora, evidentment la competitivitat de la destinació.

• **Multiplicar les accions destinades a afavorir l'accessibilitat de Balears.** A totes les illes, i de manera especial a Eivissa i Menorca, és crucial disposar de connexions freqüents i a preus raonables amb els mercats turístics emissors. Per diferents raons, en els darrers temps, sembla apreciar-se una disminució de l'accessibilitat, amb la qual cosa el turisme en general i el desenvolupament de segments de mercat, com el turisme *d'spa*, pot veure's seriosament compromès.

- **Donar suport als projectes d'inversió sòlids.** Continuar les accions destinades a afavorir la liquiditat i l'accés al crèdit del sector que permeti dur a terme inversions que millorin l'oferta disponible i permetin avantatjar destinacions competidores.

8. METODOLOGIA I FITXA TÈCNICA

Per a l'elaboració d'aquest treball s'ha utilitzat la metodologia següent consistent en:

Revisió bibliogràfica dels articles principals i treballs existents relacionats amb el turisme d'*spa* i *wellness*.

Enquestes a turistes. A partir de les 21.957 enquestes que ha dut a terme l'INESTUR-CITTIB per a la determinació dels fluxos turístics i de la despesa turística (FRONTIB-GATRIB) a Balears durant els anys 2006, 2007, 2008, s'han identificat 718 turistes que han utilitzat durant la seva estada serveis relacionats amb *spa*. Aquesta mostra ens ha permès elaborar el perfil d'aquest tipus de turistes i comparar-lo amb el de la resta de turistes.

Enquestes a establiments. A partir dels llistats disponibles a la Conselleria de Turisme, actualitzats amb les dades disponibles a les federacions hoteleres de les diferents illes i la recerca complementària a través d'Internet, es van identificar 122 establiments hotelers que ofereixen serveis d'*spa*, als quals se'ls va administrar un qüestionari destinat a analitzar, per una banda, l'estacionalitat de la demanda, la seva composició i l'evolució. Per altra banda, es pretenia analitzar el perfil de l'oferta, els serveis principals oferts, les perspectives de futur, la promoció i l'opinió de la indústria en relació amb el turisme d'*spa*. Dels 122 establiments es va aconseguir resposta per part de 45, a partir dels quals s'han elaborat els resultats presentats en aquest estudi.

La fitxa tècnica referida tant a l'estudi de turistes com al d'establiments es presenta a continuació.

Taula 6. Fitxa tècnica de l'estudi a turistes i a establiments

Enquesta a turistes	
Tipus d'enquesta realitzada	Personal
Lloc de realització de l'enquesta	A ports i aeroports de Balears
Univers	Tots els turistes a punt d'abandonar les Balears
Grandària de la mostra	21.957 individus, dels quals 718 han utilitzat l' <i>spa</i> . Les enquestes al conjunt de turistes es distribueixen proporcionalment per illes i mesos.
Error de la mostra	+3.73% (per al total de la mostra), amb un interval de confiança del 95,5%
Dispersió	P=Q=0.5
Treball de camp	2006, 2007, 2008
Font	Frontib i Gatrib (Inestur)
Enquesta a establiments	
Tipus d'enquesta realitzada	Qüestionari
Lloc de realització de l'enquesta	Enviades per fax
Univers	122 establiments identificats
Grandària de la mostra	45 establiments que han contestat
Error de la mostra	+11.83% (per al total de la mostra), amb un interval de confiança del 95,5%
Dispersió	P=Q=0.5
Treball de camp	Mesos d'abril i juny de 2009

9. BIBLIOGRAFIA

BIBLIOGRAFIA

Conselleria de Turisme (2008) El turisme a les Balears-Dades informatives

http://www.inestur.es/documentos/863_mi.pdf

European Travel Monitor (2007). Outbund Travel. Esmentat a One caribbean (2008)

INESTUR- CITTIB (2006). Enquesta sobre moviments de turistes FrontlB y Despesa turística. Documents no publicats.

Ispa (2009). International spa Association Facts and figures.

<http://www.experienceispa.com/education-resources/facts-and-figures/industry-stats/>

INESTUR- CITTIB (2007). Enquesta sobre moviments de turistes FrontlB i despesa turística. Documents no publicats.

INESTUR- CITTIB (2008). Enquesta sobre moviments de turistes FrontlB i despesa turística. Documents no publicats.

Ispa (2009). International spa Association Facts and figures.

<http://www.experienceispa.com/education-resources/facts-and-figures/industry-stats/>

Ispa (2009). Consumer trends <http://www.experienceispa.com/education-resources/facts-and-figures/consumer-trends/>

Mintel (2007). spa Tourism, Travel & Tourism Analyst nº 9, June 2007

One Caribbean (2008) Developing a niche tourism for the Caribbean

<http://www.onecaribbean.org/content/files/Health.pdf>

SRI (2007) Global spa Economy. A Report to the Global spa Summit. Citat a

European spa Magazine. July/August 2008 pp. 17-20

Pàgines web relacionades amb la identificació de l'oferta i productes d'spa:

http://www.publisurf.com/directorio/hoteles/islas_baleares

<http://www.illesBalears.es>

<http://www.thechispa.com>

<http://www.masqueagua.es>

<http://www.almazaradesanpedro.com>

<http://www.spactualmagazine.com>

<http://www.canbonastre.com>