

# IMPACTO DEL “TODO INCLUIDO” EN BENIDORM. ESTADO DE LA CUESTIÓN



## DIRECCIÓN

Armando Ortuño Padilla  
Dr. Ingeniero de Caminos, Canales y Puertos  
Licenciado en Economía  
Miembro del Instituto Universitario de Investigaciones Turísticas  
Universidad de Alicante

## EQUIPO DE TRABAJO

Rubén Ortuño Padilla  
Abogado  
Licenciado en Ciencias Políticas y de la Administración

Daniel Altamirano Gómez  
Estudiante de último curso de  
Ingeniería Técnica de Obras Públicas



## ÍNDICE

1. PRESENTACIÓN Y OBJETIVO GENERAL DEL TRABAJO .....	3
2. ¿QUÉ ES EL SISTEMA “TODO INCLUIDO” Y CUÁLES SON LAS RAZONES PARA SU SELECCIÓN? .....	3
3. LEGISLACIÓN.....	4
4. PRINCIPALES EFECTOS GENERALES DEL “TODO INCLUIDO” .....	6
5. LOS CASOS DE BALEARES, CANARIAS Y TURQUÍA.....	7
5.1. BALEARES .....	7
5.2. CANARIAS .....	8
5.3. TURQUÍA.....	9
6. BENIDORM Y EL “TODO INCLUIDO” .....	9
6.1. PLANTA HOTELERA .....	11
6.2. PLANTA HOTELERA DE “TODO INCLUIDO” .....	13
6.3. PLANTA HOTELERA POTENCIAL DE “TODO INCLUIDO” .....	15
6.4. EVOLUCIÓN ECONÓMICO-COMERCIAL DE BENIDORM.....	17
7. EFECTOS POTENCIALES DEL MODELO “TODO INCLUIDO” EN BENIDORM .....	18
8. VÍAS DE ESTUDIO .....	20
9. BIBLIOGRAFÍA .....	21

## 1. PRESENTACIÓN Y OBJETIVO GENERAL DEL TRABAJO

El objetivo de este informe es llevar a cabo un análisis preliminar del posible impacto del sistema conocido como “todo incluido” o “all inclusive” (en adelante TI) en la ciudad de Benidorm encargado por las asociaciones AICO (Asociación independiente de comerciantes de Benidorm y provincia), ABRECA (Asociación de bares, restaurantes y cafeterías de Benidorm) y OCIOBAL (Asociación empresarial del Ocio Nocturno y diurno de Benidorm), al profesor del Instituto Universitario de Investigaciones Turísticas de la Universidad de Alicante, Armando Ortuño Padilla, Dr. Ingeniero de Caminos, Canales y Puertos, y Licenciado en Economía.

El equipo ha estado formado por Rubén Ortuño Padilla, Abogado y Licenciado en Ciencias Políticas y de la Administración, y Daniel Altamirano Gómez, estudiante de último curso de Ingeniería Técnica de Obras Públicas.

## 2. ¿QUÉ ES EL SISTEMA “TODO INCLUIDO” Y CUÁLES SON LAS RAZONES PARA SU ELECCIÓN?

Como una primera definición del TI se podría adoptar la recogida en uno de los libros de referencia en la materia “El negocio del turismo” (Holloway, 1998): *“Es un servicio de viajes integrados que son comprados en masa por los tour operadores, ensamblados y revendidos a clientes como un paquete que incluye diferentes servicios”*.

El origen de este modelo turístico lo encontramos en los Holidays Camps de Inglaterra pero su expansión se llevó a través de los Club Mediterráneo en la década de los 60 alcanzando su máxima expresión en el Caribe, donde la falta de oferta complementaria, la inseguridad y las dudosas condiciones higiénicas fuera de los complejos hoteleros convirtieron el modelo en imprescindible.

Desarrollando un poco más este concepto se reconoce el modelo TI como la modalidad de viaje en que se incluyen toda una serie de servicios más o menos amplios bajo un precio determinado. Estos servicios incluidos abarcan desde un mínimo, que comprendería un régimen de pensión completa (alojamiento, desayuno, comida y cena) más bebidas, hasta un máximo, que conllevaría el resto de servicios del hotel o concertado con el hotel,

transporte, etc. Estos servicios que se prestan fuera de los propios de la pensión completa más bebidas se conocen como servicios complementarios.

Es muy importante destacar que la consideración de TI puede suponer la inclusión de unos servicios complementarios muy completos (sauna, gimnasio, spa, piscina climatizada, actividades de animación) o sólo ser la pensión completa más bebidas. Esta distinción puede marcar la diferencia del efecto que produzca el modelo de TI en el desarrollo del turismo y en los servicios complementarios en general, puesto que no existe un estándar de TI como se ha señalado.

Una de las preguntas a las que se trata de responder en este informe es conocer cuáles son las motivaciones principales que conducen al consumidor de turismo a solicitar este servicio. Se enumeran continuación cuáles son éstas para Baleares (Anderson, Juaneda y Sastre, 2009):

1. Tiempo ganado en la organización del viaje.
2. Reserva propia de viajes innecesaria.
3. Más tiempo para el relax.
4. Percepción mayor valor del dinero.
5. Se evitan problemas en destino.
6. Servicios de cuidados de niños.
7. Se asegura una calidad de las comidas.
8. Destinos más seguros.
9. No hay problemas con el idioma.
10. Establecimiento de nuevas relaciones sociales.
11. Se pierde el miedo a nuevas culturas.
12. Transporte fiable.

13. Claridad en cuanto a las condiciones de higiene.
14. Más deportes sin tiempo limitado.
15. Horarios de hotel flexibles.
16. Un amplio abanico de deportes y entretenimiento.
17. Más apropiado para familias.
18. Más servicios por menos dinero.

Según el citado estudio, los que suponen una motivación más fuerte para la elección de este modelo, por este orden, son:

1. Más apropiado para familias.
2. Tiempo ganado en la organización del viaje.
3. Más tiempo para el relax.
4. Se evitan problemas en destino.
5. Percepción de mayor valor del dinero.
6. Servicio de cuidado de niños.
7. Más servicios por menos dinero.

Por tanto, se podría deducir que el tipo de turista que elige el modelo de TI, de acuerdo con ese trabajo en Baleares, se corresponde con:

- Familias con hijos que no disponen de mucho tiempo, que pretenden evitar problemas y encontrar tranquilidad y relajación en destino, por un dinero limitado en origen.

No obstante, esto no significa que coincida con el mismo perfil del turista tipo de TI en Benidorm, lo cual habría que contrastar con trabajo de campo como se justifica a lo largo de este documento.

### 3. LEGISLACIÓN.

Se parte de la escasez de regulación en referencia a este modelo, sobre todo en el ámbito de la Comunidad Valenciana, donde la Ley de Turismo de la Comunidad Valenciana 3/1998 con sus sucesivas reformas no hace mención al TI.

A nivel europeo, como legislación de referencia se podría acudir a la Directiva 123/2006/CE -conocida como Directiva Bolkestein- que pretende favorecer la libertad de establecimiento y la libre circulación de servicios entre los Estados miembros de la Unión Europea, pero tampoco hace mención explícita a la materia.

A esta Directiva se añade la preocupación mostrada en el Debate sobre la Resolución del Parlamento Europeo respecto a turismo y desarrollo (2004/2212(INI)) en el que la eurodiputada Linda McAvan, realizaba la siguiente intervención: *“En demasiadas áreas que incluyen, por ejemplo, los paquetes «todo incluido» y los cruceros, el turismo se aprovecha de las economías locales, que a menudo reciben poco a cambio. En algunos casos –y en este sentido estoy en desacuerdo con el señor Cornillet– puede dañar al medio ambiente, utilizando demasiado los escasos recursos. Hemos de examinar con cuidado el tipo de proyectos turísticos en los que queremos invertir”.*

Insiste la Sra. McAvan *“...en la necesidad de que las ganancias económicas generadas por el turismo vuelvan a invertirse en el desarrollo local; pide a los operadores turísticos que revisen sus paquetes "todo incluido", que impiden que los beneficios indirectos recaigan en la comunidad local y les anima a que, en la medida de lo posible, se provean localmente de material y de personal, incluido el personal directivo”.*

De similar manera se expresa Taleb Rifai, Secretario General de la OMT, en su mensaje oficial sobre el Día Mundial del Turismo de 2014: *“Cada vez que viajamos, usamos el transporte local en un destino turístico o compramos un producto en un mercado local, estamos contribuyendo a una larga cadena de valor que crea empleo, proporciona medios*

*de vida, faculta a las comunidades locales y, en última instancia, abre nuevas oportunidades para un futuro mejor". Asimismo, añade que "el turismo sólo puede prosperar si integra a la población local incentivando valores sociales como la participación, la educación y la mejora de la gobernanza local. Al mismo tiempo, no puede haber un verdadero desarrollo del turismo si ese desarrollo obra de algún modo en detrimento de los valores y la cultura de las comunidades receptoras o si los beneficios socioeconómicos que genera no llegan a percibirse directamente en las comunidades".*

En definitiva, se hace mención a la importancia que adquiere en el turismo el hecho de que se genere riqueza en destino y se distribuya entre sus habitantes. Esta consideración resulta clave para el tema que ocupa puesto que, como se recoge más adelante, el desplazamiento del gasto turístico desde destino hacia origen sería uno de los aspectos a considerar como efectos del TI en las comunidades locales.

Seguidamente, se expone la evolución legislativa de una de las regiones con mayor penetración del TI: las Islas Baleares.

En primer lugar, la Ley 8/2012, de 19 de julio, del Turismo de las Illes Balears recoge por primera vez el sistema TI aunque a través de otro nombre, pensión completa integral. La definición que se expone de esta pensión completa integral en el artículo 37 es: *"Un establecimiento de alojamiento turístico se explota bajo la modalidad de pensión completa integral cuando en el precio ofertado a los usuarios de servicios turísticos, además del alojamiento, se incluyen todos los servicios que ofrezca el establecimiento y, además, el desayuno, el almuerzo, la cena y todos los consumos de alimentos y bebidas que se realicen dentro del establecimiento de alojamiento turístico contratado".*

En cuanto a la explotación por parte de los alojamientos turísticos de este modelo, el artículo 37.2 señala que *"deberán adoptar cuantas medidas sean necesarias para impedir que usuarios de servicios turísticos extraigan alimentos y bebidas servidos en el establecimiento explotado bajo la modalidad de pensión completa integral para ser consumidos fuera del establecimiento que ofrece esta modalidad de explotación, sin perjuicio de que se puedan preparar paquetes de alimentos y bebidas destinados a ser consumidos en las excursiones organizadas."* y el artículo 37.3 recoge que *"La empresa explotadora del establecimiento bajo la modalidad de pensión completa integral será responsable de la infracción que supone la extracción de alimentos y bebidas para ser*

*consumidos fuera del establecimiento turístico, conforme a lo dispuesto en el capítulo II del título V de la presente ley. Se entenderá que se permite la extracción cuando no se disponga de todos los medios informativos suficientes para el conocimiento de la prohibición por parte del usuario de los servicios turísticos. El artículo 105 de la Ley considera una infracción grave el permitir la extracción de alimentos o bebida fuera del establecimiento".* Por último el artículo 37.4 señala que *"Los establecimientos de alojamiento turístico que se exploten bajo la modalidad de pensión completa integral deberán superar un plan de calidad específico de dicha modalidad, que deberá integrarse en los planes de modernización previstos en el capítulo III del título IV de la presente ley".*

Más recientemente, se ha aprobado el Decreto 20/2015, de 17 de abril, de principios generales y directrices de coordinación en materia turística; de regulación de órganos asesores, de coordinación y de cooperación del Gobierno de las Illes Balears, y de regulación y clasificación de las empresas y de los establecimientos turísticos, dictado en desarrollo de la Ley 8/2012, de 19 de julio, de Turismo de las Illes Balears. En este RD se obliga, en el artículo 10, al registro de los establecimientos que ofrezcan pensión completa integral en un Registro diferenciado tanto si es su única oferta como si es compartida con otras ofertas. En el artículo 87.10 se recogen obligaciones de los centros que ofrezcan este sistema de TI que *"deben expresar detalladamente pensión completa integral los servicios incluidos en la oferta, tanto en los folletos y programas publicitarios como en anuncios situados en el mismo establecimiento, que se colocarán en lugares visibles. Igualmente, deben anunciar todos los servicios que no estén incluidos con la clara indicación del precio".*

Junto a esta regulación, el Artículo 127.3 señala que *"Respecto de los establecimientos que se exploten bajo la modalidad de pensión completa integral previstos en el artículo 37 de la Ley 8/2012, el plan de modernización y seguridad debe contener referencias específicas a su especial modalidad de explotación, en el sentido de que esta quede suficientemente compensada con los aspectos de modernización y seguridad".*

Por último, en el Anexo dedicado al contenido del Plan de Modernización y Seguridad de la Consellería de Turismo se señalan los requerimientos que han de cumplir los establecimientos con pensión completa integral (CUADRO 1):

CUADRO 1: requerimientos en los establecimientos con pensión completa integral (TI) en las Islas Baleares

<b>Pensión completa integral</b>	Se ha de ofrecer pensión completa con tres comidas diarias (en uno o diversos puntos del hotel) con horarios visibles
	Hay una ronda de menús para las pensiones completas y para los aperitivos disponibles (rotación de platos quincenal)
<b>Identificación de clientes de pensión completa integral</b>	Se identifica al cliente de pensión completa integral mediante una pulsera u otros métodos.
<b>Servicios a clientes de pensión completa integral</b>	Vajilla y cristalería en todos los servicios (única excepción en la zona de piscina por seguridad)
	Las bebidas se han de servir en la mesa en los establecimientos de tres, cuatro y cinco estrellas.
	Para establecimientos de cinco estrellas, es obligatorio ofrecer cocina en directo.
	Bebidas de marcas reconocidas. No se permiten productos a garrafa, ni botellas sin dosificador o sin el precinto correspondiente.
	Guardería infantil con un mínimo de cinco días a la semana (excepto en establecimientos de modalidad sólo adultos)
<b>Extracción de alimentos y bebidas en pensión completa integral</b>	El establecimiento ha de impedir la extracción de alimentos y bebidas del establecimiento.
<b>Información al cliente de pensión completa integral</b>	El establecimiento ha de disponer de paneles informativos sobre los servicios y horarios de la pensión completa integral en el establecimiento. En los paneles se ha de especificar qué productos están exentos de este régimen y el coste adicional que comporten.

Fuente: anexo Decreto 20/2015

#### 4. PRINCIPALES EFECTOS GENERALES DEL “TODO INCLUIDO”.

Se exponen a continuación los principales efectos apreciables en los destinos turísticos donde ha tenido mayor desarrollo del modelo TI (Universidad de la Laguna, 2004; Universidad de las Illes Balears, 2012):

- Los principales efectos negativos serían:

1) Propensión del turista hacia una menor movilidad dentro de la ciudad.

Puesto que dispone de todos los servicios ya incluidos en el hotel, el turista es menos propenso a salir del hotel y, por tanto, su consumo en los servicios complementarios fuera del mismo disminuye.

2) Aumento del gasto en origen y disminución en destino.

El turista ya ha realizado el pago del paquete en origen, se ha asegurado cuál va a ser la factura de su viaje y la mayor parte del gasto que realiza se queda en el lugar de contratación del paquete mientras que en el lugar de destino de las vacaciones sólo se obtiene el gasto residual, además, evidentemente, de lo recibido por el prestador del servicio, habitualmente el hotel que se incluye en el paquete.

Esto estaría íntimamente relacionado con la pérdida de ingresos en destino en favor de origen que se citaba en el epígrafe anterior.

3) El gasto realizado en los servicios complementarios es sustituido por el que está contratado en el paquete del TI.

Se produce un desplazamiento del gasto en cuanto a proveedor. Lo que se gasta en bebidas y ocio fundamentalmente y que habitualmente ha sido ofrecido por terceros dedicados al sector turístico, va destinado al hotel que se incluye en el paquete, normalmente a menor precio, lo que compromete la rentabilidad de los servicios complementarios de restauración y ocio e incluso del hotelero.

- Y los positivos:

1) Desarrollo del destino turístico.

En destinos poco desarrollados, esta modalidad puede ser atrayente de un mercado pues permite ofrecer al turista un gasto conjunto limitado y mayor seguridad, lo que aumenta la confianza del turista hacia destinos desconocidos.

2) Diversificación en la oferta de destino turístico.

En destinos maduros como sería el caso de Benidorm, la aparición de este modelo puede suponer una diversificación de la oferta que provoque efectos positivos evitando que se pierda cierta demanda y ofreciendo nuevas posibilidades a los turistas.

3) Aunque en general se asocia el turismo TI con el menor poder adquisitivo, también se puede encontrar este modelo ofrecido a turismo de alto poder adquisitivo.

Para ello, se deben ofrecer unos servicios básicos y complementarios de lujo que permitan atraer este mercado. La atracción de este tipo de turismo puede provocar unos efectos diametralmente opuestos a los del turismo de bajo poder adquisitivo.

4) Estimula la competencia entre los alojamientos hoteleros que ofrecen TI y la oferta complementaria.

En este sentido, ésta debe mejorar la relación calidad/precio del destino para mantener la cuota de mercado.

A continuación se enuncian otros efectos igualmente a tener en cuenta (Anderson, 2010):

- Para los hoteleros:
  - 1) Simplifica los stocks de productos gastronómicos al estar ya precontratados.
  - 2) Creación de trabajadores con formación y flexibles.
  - 3) Simplifica la relación entre huésped y hotel puesto que está todo contratado en origen.

4) Se necesita un mínimo de 150 habitaciones para ser rentable.

5) Se eliminan los incentivos -propinas- para los trabajadores.

6) Excesiva animación, alto gasto en especialización de trabajadores y establecimiento.

7) Los resorts con el sistema TI pagan altas comisiones por el paquete.

8) Los trabajadores tienden a ver empeoradas sus condiciones de trabajo.

- Para los servicios complementarios y el destino turístico:

1) Limitada participación local e interacción de los turistas y la comunidad local.

2) Las posibilidades de complementariedad entre hotel y los servicios complementarios se ven limitadas.

## 5. LOS CASOS DE BALEARES, CANARIAS Y TURQUÍA.

En este punto, se señalan los aspectos destacados de la presencia del TI en los tres destinos mencionados:

### 5.1 Baleares.

El estancamiento de la llegada de turistas a Baleares a partir del año 2000 por la crisis de Alemania generó la necesidad de renovar el producto turístico, para lo cual los tour operadores buscaron el segmento de turistas que demandaban el modelo TI. Obsérvese la importancia del año en cuestión, pues si bien es cierto que el mercado español se encontraba en pleno crecimiento, el alemán, uno de los principales mercados de las Islas, se encontraba en una profunda crisis. De este modo, en el año 2004 la Encuesta de Gasto de las Islas Baleares reflejaba los siguientes resultados (CUADRO 2):



CUADRO 2: gasto medio por turista y día en las Islas Baleares en 2004

Servicios contratados en origen	%	Gasto medio total	Gasto medio origen	Gasto medio Islas
Sólo transporte	11,68	80,06	27,02	53,03
Transporte y alojamiento	21,13	96,81	55,66	41,13
Desayuno	6,01	123,54	71,22	52,31
Media pensión	39,33	106,24	69,83	36,41
Pensión completa	5,52	112,02	75,40	36,61
Todo incluido	16,32	90,70	67,50	23,20
Total	100	100,01	61,85	38,16

Fuente: Encuesta de Gasto Turístico de las Islas Baleares 2004 (EGATUR, año 2004).

Comparado con el gasto medio total de todo tipo de turistas (sólo transporte, transporte y alojamiento, alojamiento y desayuno, media pensión, pensión completa y todo incluido) los turistas que eligen el modelo TI gastan un 9,3% menos.

Análogamente, el gasto medio diario del turista del TI en las Islas es menor que el de los turistas de pensión completa o media pensión en una cantidad aproximada de 13,4 y 13,2 euros respectivamente.

Las consecuencias de esta estrategia para la economía de la región son importantes puesto que, aunque el gasto inicial del turista sea menor, el destino recibe menos ingresos, con independencia del supuesto beneficio para el proveedor de los servicios, que aun así obtendrá menores ingresos por la fuerte presión de los tour operadores (Aguiló y Roselló 2012).

De singular importancia es el resultado de las encuestas realizadas que indican que el 60% de los turistas habría visitado las Islas Baleares de no existir el TI, lo que, a su vez implica que el 40% no habría visitado las Islas Baleares de no ser por la oferta del TI (Aguiló y Roselló, 2012). Es decir, según los resultados de esta encuesta, parece que parte de la estrategia -60%- no está basada en cuestiones de mercado entendido esto como un nuevo producto que demanda el turista, mientras que el 40% sí responde a una demanda evidente del mercado. Este resultado es clave en el análisis de cualquier ciudad turística y la necesidad o no del TI, como también lo es en Benidorm.

La contratación del TI modifica además la distribución de las partidas del gasto. La estancia en TI no excluye que el turista realice determinados consumos fuera del establecimiento hotelero, pero el gasto es sensiblemente menor en diversiones, restaurantes y bares y excursiones. La única cantidad comparable es la correspondiente a "otras compras" (souvenirs, productos típicos, etc.). En definitiva, la aparición de la oferta de TI supone la detracción en la demanda turística complementaria, la cual, en lugar de reaccionar mediante una reducción de precios, debería hacerlo mejorando la calidad del servicio (Anderson, 2010).

Por tanto, la consolidación del TI debería forzar una reorganización de la oferta complementaria hacia actividades que creen mayor valor añadido. El turista TI de Baleares, al igual que la mayor parte de los turistas que eligen este modelo, lo hacen por su menor precio, la certidumbre del coste del viaje y una esperada comodidad en destino. Pero aun así, este turista sigue realizando un gasto externo al establecimiento turístico. La posibilidad de que este gasto sea más o menos elevado depende también de las posibilidades y el atractivo potencial de las propuestas de consumo. Esa capacidad de atracción debe ser desarrollada por la oferta complementaria.

## 5.2 Canarias.

Dos escenarios compiten en Canarias dentro del modelo TI (Parra, 2006). Uno de ellos es el protagonizado por los nuevos resorts, habitualmente localizados en periferias urbanas, especialmente adaptados a ofertar una gran variedad de servicios y actividades dentro de su perímetro y que se dirigen a un turista atraído generalmente por la práctica de un deporte en condiciones climáticas favorables, disfrutando la tranquilidad y aislamiento que



les proporciona el resort. En principio, este modelo atrae un turismo diversificado, generalmente de mayor poder adquisitivo mejorando el posicionamiento del destino turístico.

A este modelo se enfrenta el segundo de los modelos, el TI asociado al “sol y playa” impuesto en gran medida por los tour operadores. Se ofrece un producto, en ocasiones sin especificar claramente los servicios incluidos, que consta de pensión completa, programa de actividades y el disfrute de las instalaciones recreativas de las que disponga el alojamiento, sustentado todo ello sobre una infraestructura de alojamiento no adecuada a las condiciones de variedad de servicios y actividades esperadas. Este tipo de oferta se promociona generalmente asociada a un precio barato o a ofertas y descuentos de todo tipo. En este caso, el turista no consume fuera del alojamiento, pero con frecuencia, tampoco ve cumplirse sus expectativas con respecto a lo contratado, por lo que la imagen del destino se deteriora.

Por otro lado, Canarias, tal y como señala este autor, es un destino turístico que ofrece un producto cuya distribución se produce a través de unos canales que escasamente controla. Los tour operadores han controlado la creación de paquetes, lo que les ha conferido un gran poder de negociación frente a los fabricantes turísticos de las Islas. Este elemento se considera de gran interés porque podría ocurrir de manera análoga en Benidorm.

Pero, sin duda, señala Parra López, si algo parece imprescindible es que no se descuide la calidad de los servicios ofertados y la imagen que suele asociarse al turismo de masas y de calidad media-baja. Por ello, se deberían utilizar los mecanismos legales y administrativos existentes que garantizaran que este modelo se desarrolla dentro de unos parámetros mínimos de calidad.

Por último, el autor señala que una de las propuestas que se exponen, consiste en crear economías de aglomeración que podrían plantear una estrategia de innovación tecnológica y de desintermediación. Estas alianzas, horizontales y verticales, evitando en todo caso cualquier posicionamiento que vulnerara las leyes de competencia, podrían aunarse a empresas relacionadas con todas las actividades de la cadena de valor, crear relaciones y agrupaciones que permitan incluso la competitividad a nivel turístico.

### **5.3 Turquía.**

Basado en el estudio de Koc (2006) se exponen los principales resultados:

En primer lugar, los resultados de las encuestas señalan que la insatisfacción de los turistas es menor en hoteles que no utilizan el modelo TI. De hecho, mientras el 6,35% de los turistas con estancias en hoteles de cinco estrellas que no ofertan el modelo TI se consideran insatisfechos, un 11,42% se manifiestan insatisfechos en los hoteles de cinco estrellas que sí ofertan este servicio.

Del mismo modo, mientras el 10,71% de los entrevistados que se hospedan en hoteles de cuatro estrellas que ofertan el TI se muestran insatisfechos, este porcentaje aumenta hasta el 16,59% en los hoteles de esta categoría que sí ofertan el TI. Esto se explica, entre otros motivos, porque los hoteles que ofrecen el modelo TI se encuentran más presionados para reducir sus costes, por lo que tienden a disminuir la cantidad y la calidad de comida.

En cualquier caso, aunque hay fuertes críticas sobre el sobredimensionamiento de la oferta de TI, sobre todo por parte de los restaurantes, tiendas y otros locales de negocio, el crecimiento del número de turistas y su gasto sobre años pasados parece indicar que los turistas encuentran el sistema atractivo.

## **6. BENIDORM Y EL TODO INCLUIDO.**

Según José Miguel Iribas, uno de los grandes estudiosos del modelo Benidorm, cuatro han sido los pilares del nacimiento y desarrollo de uno de los grandes modelos turísticos del mundo, Benidorm (Iribas, 2007). Se destaca el primero:

*“Para empezar, la formulación de un proyecto urbano-turístico dirigido a la distribución armónica de los beneficios y a la participación principal de los actores locales, que ha permitido que los benidormenses sean en la actualidad los principales protagonistas del negocio turístico, algo realmente insólito que no encuentra parangón con ninguna de las zonas y ciudades turísticas de desarrollo simultáneo o posterior: en la Costa del Sol, Canarias y los destinos turísticos emergidos recientemente (Caribe, Brasil, Extremo Oriente) los empresarios locales son abrumadora minoría... Benidorm constituye, junto con Las Vegas, los dos únicos ejemplos de modelos turísticos claramente singularizados. La ciudad*

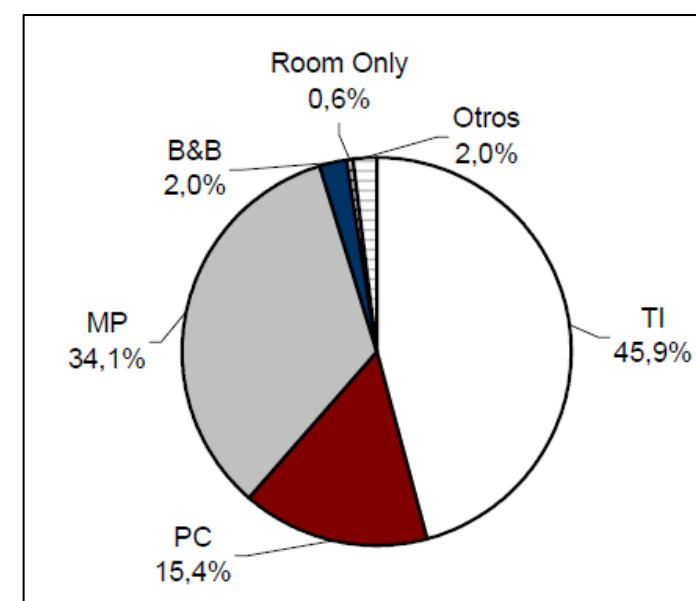
americana, desdeñando el espacio urbano, confía su oferta a la potencia de sus instalaciones hoteleras. Benidorm, por el contrario, afirma su proyecto a partir de la intensidad de la vida urbana y define su personalidad urbanística a partir del espacio público: en la actualidad los turistas pasean por la ciudad durante más tiempo del que emplean en la playa”.

Analizando la situación actual de Benidorm con relación al modelo TI, comienza a dar sus primeros pasos en 2002 aunque su consolidación se ha producido durante el último lustro, lo cual casa con los resultados de la Encuesta de Paquetes turísticos vendidos en el Reino Unido con destino en la Costa Blanca de verano de 2013:

- Perfil turista británico que viaja a la Costa Blanca en verano:
  - El 73% viaja sin familia.
  - Reserva tanto en tienda (50,8%) como directamente (49,2%).
  - Realizan (47,4%) una estancia de 7 días.
  - El tamaño del grupo es de dos personas (59,5%), le siguen en importancia los grupos de 5-10 (19%) y de 4 personas (17,6%).
  - Proceden principalmente de Manchester, Newcastle, y Glasgow.

Esta misma encuesta nos da una imagen de la importancia que ha adquirido el modelo TI en la Costa Blanca (Gráfico 1):

GRÁFICO 1: relevancia del TI en los paquetes vendidos en la Costa Blanca, verano de 2013



Fuente: Observatorio Turístico de la Comunidad Valenciana

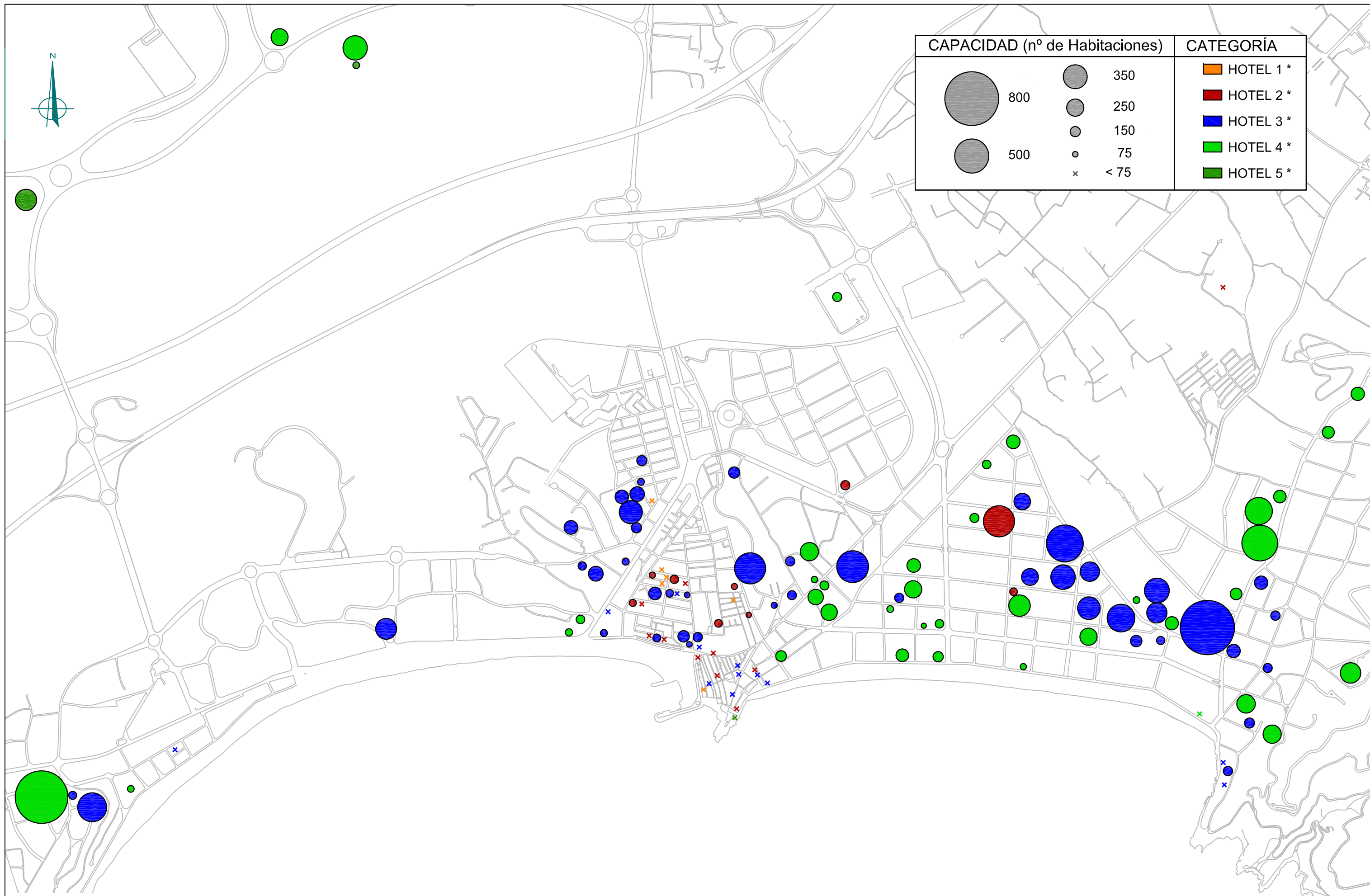
Según esta misma encuesta, la modalidad TI, con una cuota del 46%, creció un 13% y la media pensión, con una cuota del 34%, creció un 9%, siempre con respecto a 2012.

## **6.1 Planta Hotelera**

A continuación se representa espacialmente la localización de los hoteles en Benidorm, diferenciándolos por su categoría y por el número de habitaciones.

Como podemos comprobar en el plano, la mayoría de hoteles se concentran en dos zonas diferenciadas de Benidorm. El Rincón de Loix, situado al este de la ciudad, donde se encuentran ubicados los hoteles de gran superficie, que destacan por su elevada capacidad, mayor número de instalaciones (varias piscinas, gimnasio) y superior gama de servicios ofrecidos. Históricamente esta área ha albergado a los clientes de nacionalidad británica. Y el casco tradicional de la ciudad, que cuenta con hoteles de menor envergadura, y proporcionan una ubicación céntrica e inmersa en el área comercial y de ocio de la ciudad.

Por otro lado, en la Cala, situada en el extremo oeste de la playa de poniente, el sector hotelero no se ha desarrollado al mismo nivel que en las otras dos zonas mencionadas anteriormente, a pesar de contar con uno de los hoteles más icónicos de Benidorm, como es el Gran Hotel Bali.



## **6.2 Planta Hotelera de “Todo Incluido”**

En la actualidad, se han detectado mediante un rastreo en la red -buscadores de hoteles- 36 hoteles que ofertan TI. La mayor parte se encuentran ubicados en el Rincón de Loix, localizándose también algunos alojamientos próximos al casco tradicional.

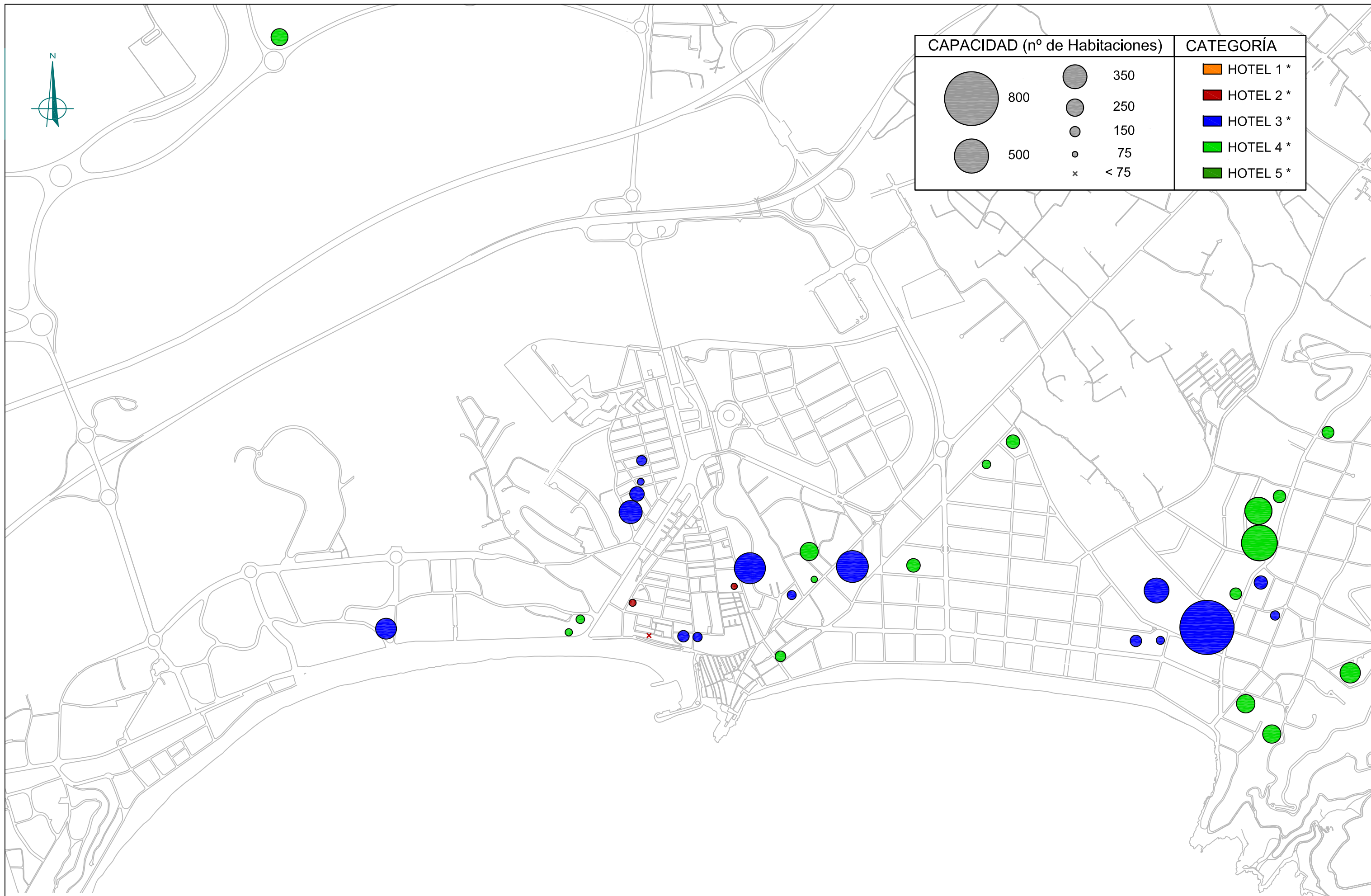
Aunque sólo representan el 28.1% de los hoteles de Benidorm, éstos figuran entre los hoteles con mayor capacidad de la ciudad, por lo que el total de habitaciones disponibles en modalidad TI asciende al 39.3%. Estos hoteles se corresponderían con categorías de tres (20%) y cuatro estrellas (18.14%). Este valor se considera como un máximo de oferta puesto que no todos los hoteles ofrecen la totalidad de sus plazas bajo esta modalidad, cifra que no es posible conocer.

Otro dato a tener en cuenta es la pertenencia de estos establecimientos a cadenas hoteleras (29 hoteles sobre 36), en el que prácticamente todos sus hoteles disponen de este régimen.

Como se ha indicado en el epígrafe 4, se necesita que el hotel tenga un mínimo de 150 habitaciones para ser rentable. En Benidorm, se puede comprobar que un total de 12 hoteles sobre los 36 mencionados ofertan TI con un número inferior de esas habitaciones. En la mayoría de casos, se trata de hoteles pertenecientes a cadenas hoteleras que ofrecen el TI en todos sus establecimientos, de modo que la aparición de economías de escala permite la oferta de esta modalidad a pesar del reducido tamaño del hotel.

Habría que tener en consideración para un estudio más detallado, el hecho de que una parte de los hoteles de Benidorm suele cerrar durante los meses de invierno, siendo los hoteles con TI los que permanecen abiertos todo el año, por lo que los porcentajes pueden variar sensiblemente a lo largo del año siendo mayores, por tanto, en invierno.





### **6.3 Planta Hotelera potencial de “Todo Incluido”**

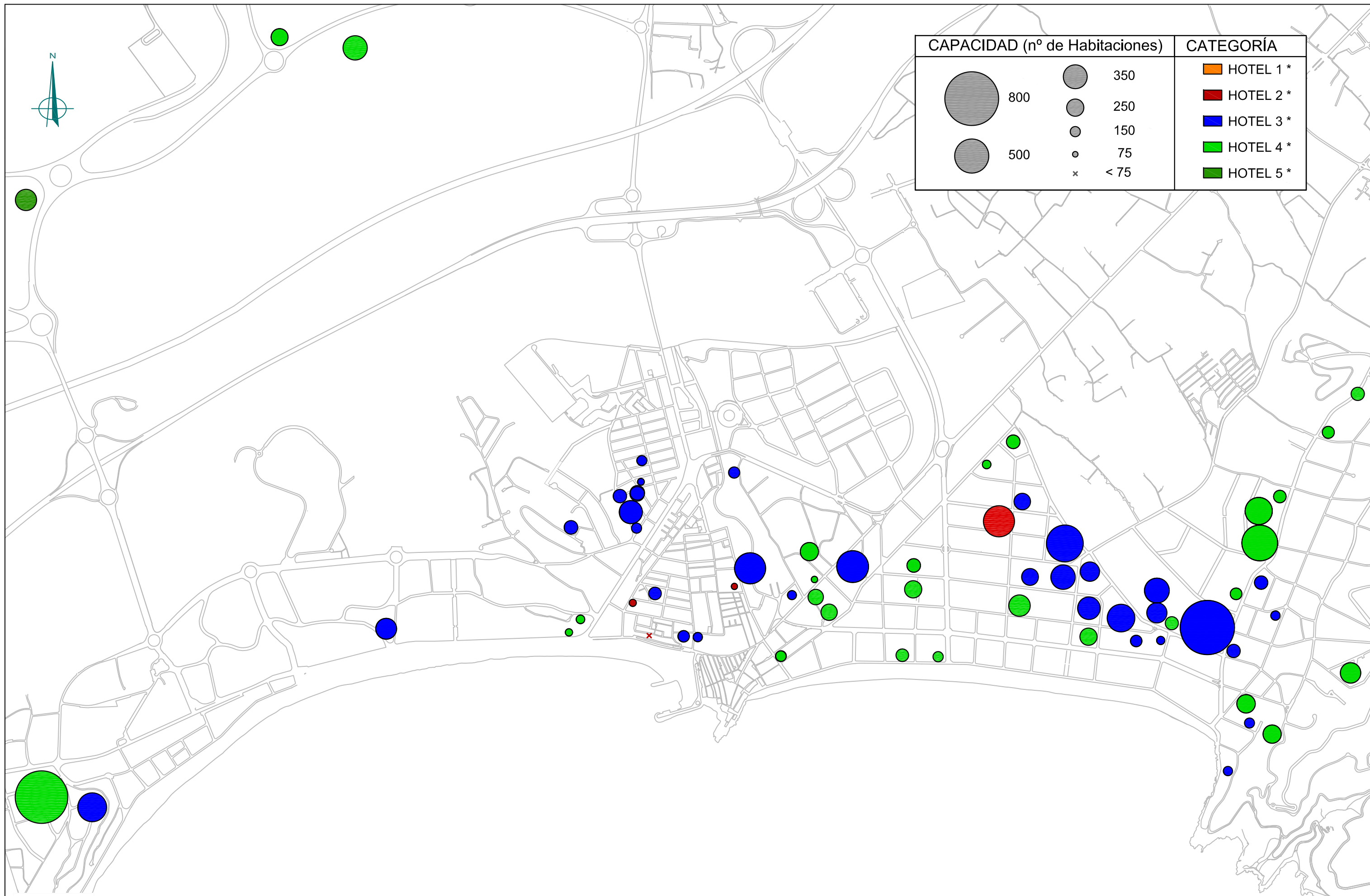
En el siguiente plano se representa el máximo que podría alcanzar el TI en Benidorm tomando en consideración los hoteles con más de 150 habitaciones como umbral de aplicación del TI.

En esta hipotética situación aparecerían 30 establecimientos más ofreciendo el TI, prácticamente afectando a todas las zonas turísticas de la ciudad, lo que supondría aumentar un 23.4 % el total de hoteles con TI y duplicar el número de habitaciones, llegando al 79.2% de las plazas hoteleras disponibles. Mayoritariamente serían de tres (41.5%) y cuatro estrellas (32.9%). Se insiste en que este valor sería un máximo puesto que lo habitual no es que se ofrezcan todas las habitaciones de los hoteles bajo el TI.

Respecto de la totalidad de los alojamientos turísticos de la ciudad (hoteles, apartamentos turísticos reglados y campings), los hoteles constituyen el 57.2% de las plazas disponibles (Benidorm en cifras, 2014). De esta forma, se puede concluir que la oferta actual del TI representa el 22.5%, pudiendo llegar, según la estimación realizada, al 45.3% del total de la oferta de alojamientos turísticos de la ciudad. Nuevamente estos valores serían máximos.

No se debe olvidar la presencia de los apartamentos alquilados ilegalmente, los cuales no han sido considerados en este análisis puesto que se carece de datos. Éstos también deberían ser considerados para determinar el porcentaje real del TI sobre el total de oferta turística.

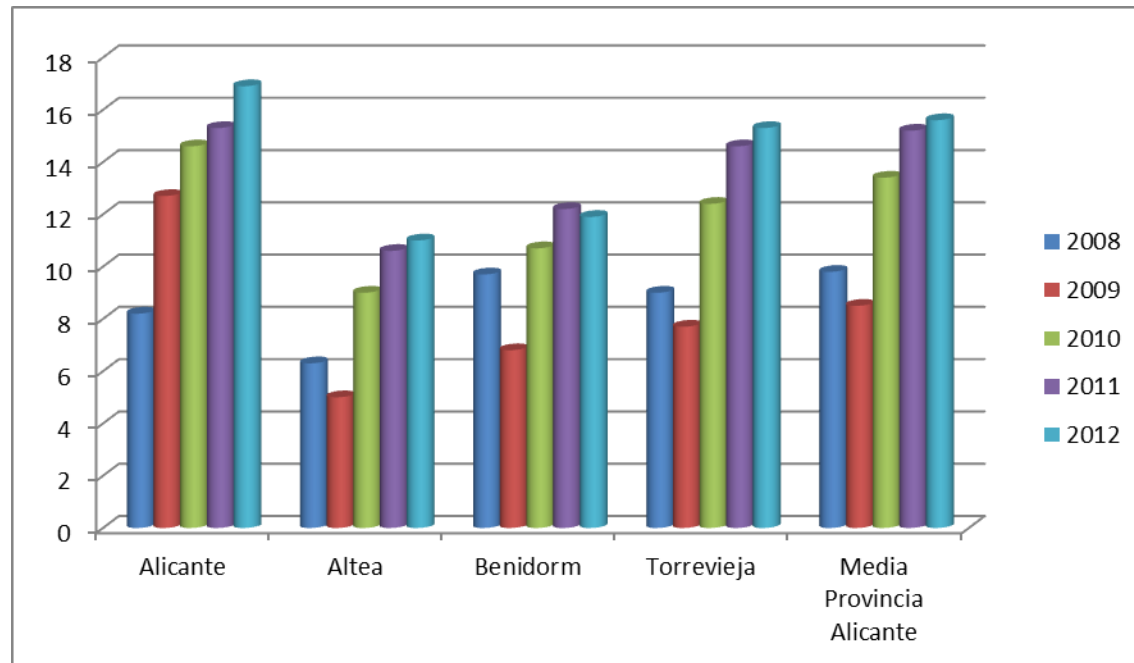




#### 6.4 Evolución económico-comercial de Benidorm

En este epígrafe se recoge la evolución económico-comercial de Benidorm durante los últimos años comparándola con otras ciudades turísticas próximas y la provincia de Alicante:

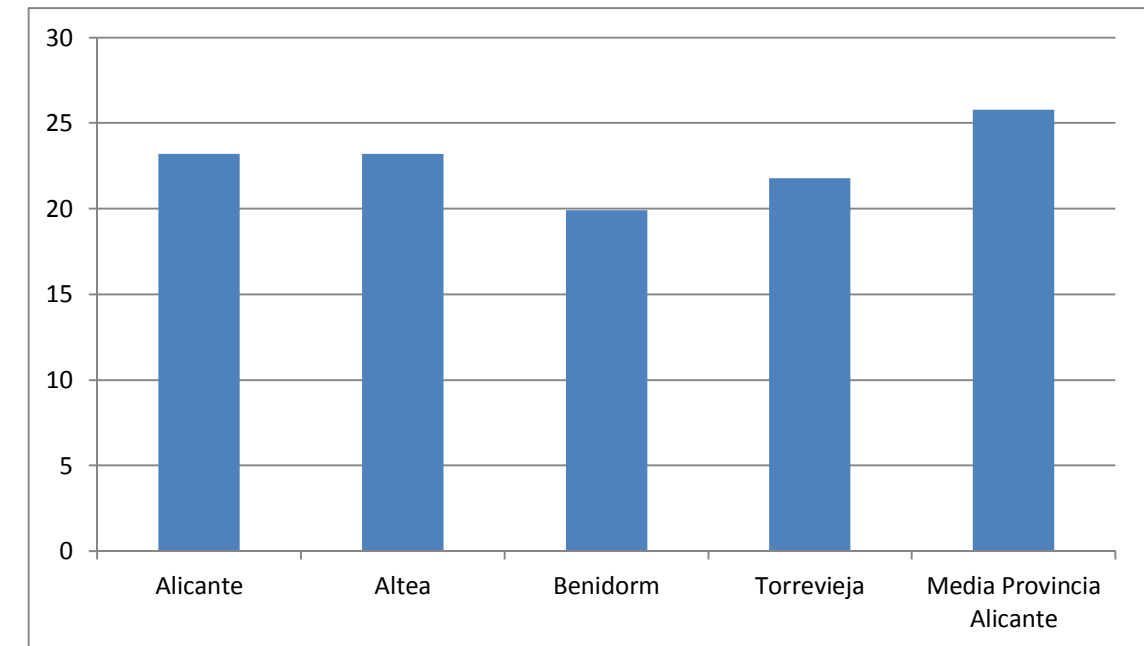
##### a) Evolución tasa de paro comparativa (%).



Fuente: "Anuario Económico de La Caixa 2013".

Se observa que el paro en Benidorm a partir de 2011 empieza a descender mientras que en el conjunto de la Provincia no lo hace. De entre los municipios turísticos y de cierta dimensión, sólo Altea mantiene similares datos y ciudades como Alicante o Torrevieja alcanzan el 16,9% y el 15,8% respectivamente, cifras muy superiores a las de Benidorm.

##### b) Descenso de actividades comerciales minoristas 2007-12 (%)

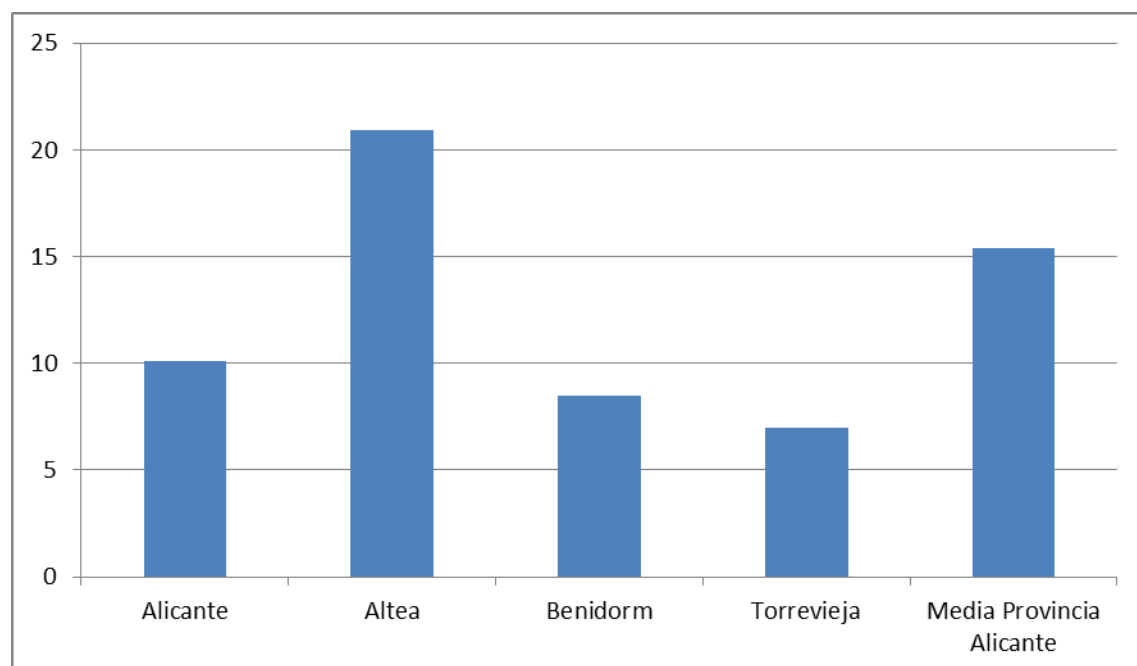


Fuente: "Anuario Económico de La Caixa 2013"

Se observa que el descenso de actividades comerciales minorista en Benidorm es el menor de los estudiados en el periodo comprendido entre 2007 y 2012, en plena crisis.

Sin embargo, con datos obtenidos de la propia página web del Excelentísimo Ayuntamiento de Benidorm (<http://portal.benidorm.org/nuevocidadano/node/37>) la evolución en los dos últimos años (2012-2014) ha sido muy desfavorable, acentuándose el descenso hasta el 28%, circunstancia no explicable por los efectos de la crisis que ha tenido los años de mayor crudeza precisamente entre 2007 y 2012.

### C) Descenso de actividades de restauración y bares 2007-12 (%).



Fuente: "Anuario Económico de La Caixa 2013"

Nuevamente, el descenso de la actividad de bares y restaurantes en Benidorm en el periodo 2007-2012 es relativamente muy bajo en comparación con otras ciudades importantes de la provincia.

Como conclusión a lo mostrado en estas gráficas, se puede afirmar que en el periodo 2007-2012 el mercado laboral y el sector comercial de Benidorm ha tenido, en general, mejor comportamiento que el resto de municipios de la Provincia, algunos de ellos, referencias turísticas, incluyendo la propia capital.

Sin embargo, durante 2013 y 2014, cuando mejor debería percibirse el inicio de la recuperación económica, las estadísticas en forma de actividad minorista comercial presentan los peores resultados (no se dispone de estadísticas de 2013 y 2014 del resto de variables).

Estos resultados de la evolución de la oferta complementaria durante los dos últimos años son muy preocupantes. Sin embargo, con esta información no es posible atribuir el mayor o menor grado de responsabilidad del TI en ello, lo que muestra la necesidad de análisis más profundos para estimar ese impacto en Benidorm y las causas de ese notable descenso.

### 7. EFECTOS POTENCIALES DEL MODELO "TODO INCLUIDO" EN BENIDORM.

Como se ha avanzado en el epígrafe anterior, para determinar los efectos concretos que el TI está provocando en la ciudad de Benidorm, se requerirían estudios de una profundidad muy superior a la alcanzada en este informe. Así, en el capítulo final se avanza el contenido mínimo que debería contener ese trabajo.

En este marco, el informe realiza una primera aproximación a estos efectos a partir de los datos de que se dispone: efectos del modelo TI en destinos cuya implantación o generalización ha sido anterior y superior a la de Benidorm, y datos conocidos del propio modelo turístico de Benidorm. Se exponen a continuación algunas reflexiones sobre estos posibles efectos:

- i. Se han de destacar las diferencias entre efectos en destinos maduros y no maduros. Mientras que en los destinos no maduros, como puede ser el caso de Turquía, el nacimiento del modelo ha podido responder a la necesidad de presentar ofertas competitivas a nivel de precio, garantizando una seguridad y unos servicios mínimos en destinos poco consolidados, en Canarias o Baleares ha surgido mucho más como oferta complementaria a la ya existente y que poco a poco ha ido ganando terreno respecto a la oferta tradicional sin que los motivos primarios que provocaron la aparición del modelo TI en los destinos del Caribe (inseguridad, ausencia de oferta complementaria, condiciones mínimas aseguradas) estuvieran presentes en estos destinos insulares.
- ii. Los datos que se observan durante los últimos años incorporan el efecto de la crisis que hace al turista más proclive hacia un turismo de precios bajos aunque disminuya ligeramente la calidad. Esto casaría con el crecimiento del modelo TI.

- iii. En general, sobre todo en Baleares, son los alemanes los que más escogen este modelo, mientras que los nórdicos no lo tienen entre sus preferencias. Entre los ingleses, mayoritariamente es elegido por jóvenes que buscan “turismo de alcohol”. Por tanto, no es fácil, a priori, determinar por estas variables la influencia del poder adquisitivo del turista en la demanda del TI, pues parece relativamente independiente del poder adquisitivo. Desde luego, en Benidorm haría falta trabajo de campo para dilucidar el perfil del turista de TI.
- iv. En los diversos estudios revisados han aparecido destinos turísticos en los cuales se ha pasado de un turismo de lujo a un turismo de clase media-baja con escasa aportación de la oferta complementaria que, en un principio, se ha encontrado anclada en precios desorbitados para después competir por el precio más barato, debilitando la imagen del destino. Si esto estuviera ocurriendo en Benidorm, supondría un riesgo para su modelo.
- v. Uno de los grandes retos a los que se enfrenta la ciudad de Benidorm es la determinación del modelo que pretende para el futuro y que, sin duda, el sistema TI obliga a plantearse. Como se ha destacado, José Miguel Iribas señalaba como uno de los pilares y base del gran éxito del modelo Benidorm el negocio turístico en manos del empresario local y el carácter de ciudad abierta. En este sentido, una pregunta que más tarde se desarrollará sería: ¿el modelo TI aparece en Benidorm como consecuencia de una nueva tendencia de mercado, por imposición de los tour operadores, como respuesta a una debilidad de su modelo urbano o quizá como una mezcla de todos ellos?
- vi. En Canarias, donde la llegada del TI se produjo años antes, alrededor de principio de siglo, se ha observado que pese a la masiva afluencia de turismo, el gasto en destino ha tendido a decaer.
- vii. Por otra parte, se ha podido determinar una asociación entre caída de salarios y proliferación del TI (Tourism Intelligence International, 2000): esto viene provocado fundamentalmente por la falta del incentivo económico para los empleados del establecimiento hotelero -desaparecen las propinas- así como la necesidad de ajustar el gasto para rentabilizar el modelo que se basa en márgenes estrechos y amplio volumen.
- viii. Se podría considerar beneficioso un sistema TI de lujo pero desde luego, ello requeriría una adaptación también de la oferta complementaria que desplazaría su oferta de productos hacia aquello que no se ofrece en TI y que debería aumentar la calidad de su servicio.
- ix. Uno de los grandes problemas generados por la aparición y posicionamiento del TI reside en que mayoritariamente los establecimientos ofertantes de este sistema no han sido concebidos para la prestación de este servicio por lo que su aportación de servicios suele ser escasa (únicamente bebidas y comida durante todo el día) y, por tanto, de baja calidad. Nuevamente, esto se debería contrastar en Benidorm en base a trabajo de campo.
- x. En Benidorm ha surgido un subsistema dentro del sistema TI, que es el “Ultra todo incluido”, que supone la inclusión de un mayor número de servicios que los anteriormente señalados (bebidas y comidas durante todo el día sin límite). Esto no es algo novedoso, sino que hace resaltar la idea de que la ejecución del TI en Benidorm es sólo de inclusión de bebidas y comidas, mientras que el nuevo sistema se refiere a la versión más amplia del TI a la cual se le ha asignado un nombre distinto para diferenciarla. Es posible que sea más favorable para el destino turístico el modelo “Ultra todo incluido”: modelo TI en el que se prestan más servicios, distintos y de una calidad mayor.
- xi. Según diversos estudios realizados, el TI supone un total de ingresos menor para el conjunto de los comerciantes. Es decir, el efecto del cambio de destino del producto solicitado a la oferta complementaria tiene un efecto global negativo en cuanto a los ingresos recibidos por el conjunto de los comerciantes/oferta complementaria. La participación en la renta turística obtenida por las empresas localizadas en el destino turístico disminuye, lo que puede suponer pérdidas de rentabilidad significativas.
- xii. La modalidad de TI supone un abaratamiento del coste total de las vacaciones con respecto a las modalidades más frecuentes de contratación. Por tanto, desde el punto de vista del coste, se convierte en una oferta atractiva para el turista. Sin embargo, el escaso incremento de precio con respecto a servicios semejantes

(media pensión o pensión completa) que se deduce de las cifras de gasto realizado en origen obliga a preguntarse sobre el valor de este tipo de oferta.

- xiii. Los resultados hacen pensar que el verdadero impacto del TI se produce en destino. Es decir, el turista ahorra un poco respecto a media pensión y pensión completa pero se resiente mucho el gasto en destino con la modalidad TI.

Lo que convierte en extraordinaria esta estrategia de los tour operadores es que generan un producto turístico que implica una modificación de la estructura de la oferta en el destino. El sector de la restauración que conforma parte de la oferta complementaria en el destino ve desaparecer a su consumidor potencial. Esta demanda perdida no puede recuperarse mediante una reducción en el precio de las ofertas, puesto que el servicio está contratado en el lugar de origen. La estrategia del TI supone, por tanto, una modificación en el flujo de servicios que se ofertan en el destino, apropiándose el establecimiento hotelero de una parte de ese flujo.

Sin embargo, los datos de gasto analizados no parecen señalar al sector hotelero como el beneficiario de este tipo de oferta. El establecimiento hotelero obtendrá una pequeña mejora de su rentabilidad por la aplicación de las economías de escala pero, en general, no parece que le aporte un beneficio adicional. Así, diversos estudios consideran que el TI supone una imposición de los tour operadores a los hoteles para resolver problemas de ocupación y evitar ofertas complementarias especialmente caras.

- xiv. El anterior problema podría suceder en Benidorm puesto que el sector hotelero se encuentra mayoritariamente en manos locales con escasa concentración de la propiedad, lo que dificulta su capacidad de negociación ante los tour operadores, que ejercen condiciones oligopolísticas para intentar imponer este modelo. Con todo, habría que tener en cuenta que el TI en Benidorm está ofrecido sobre todo por cadenas, con lo que no queda claro el desequilibrio de fuerzas en las negociaciones. De nuevo, sería preciso un estudio más detallado.
- xv. El desplazamiento de parte del flujo de rentas desde destino hacia origen, estaría contraviniendo uno de los objetivos del turismo como palanca de desarrollo de un destino: que los beneficios recaigan sobre las comunidades locales.

- xvi. Un aspecto a destacar respecto del modelo Benidorm, ciudad abierta, es la posibilidad de generar soluciones que sigan potenciando esa simbiosis entre el alojamiento hotelero y el espacio público. En este caso, sería interesante explorar el llamado “bono-servicio” o también “Destination All Inclusive”, como se ha hecho puntualmente en Canarias por el cual el operador turístico del TI, no sólo presta a sus clientes los servicios de alojamiento turístico, sino que tras llegar a acuerdos con los empresarios de la oferta complementaria en la zona, ofrece la posibilidad de consumir bienes y servicios de esta oferta complementaria.
- xvii. Entre las cadenas hoteleras ubicadas en Benidorm, una de ellas al completo ha decidido no aplicar este sistema en ninguno de sus hoteles, por lo que parece posible obtener rentabilidad sin acudir a este sistema. Sería muy interesante conocer en detalle por qué renuncia a este sistema tanto esta cadena como otros hoteles de gran tamaño de Benidorm.

## 8. VÍAS DE ESTUDIO.

Los estudios realizados hasta la fecha y conclusiones derivadas permiten un acercamiento a los potenciales impactos del TI en Benidorm. Sin embargo, la singularidad de esta gran capital turística requiere un estudio mucho más profundo e “in situ” para conocer sus implicaciones reales y la tendencia futura. En este marco, y para finalizar con este informe de situación, se exponen una serie de cuestiones a las que debería dar respuesta ese trabajo y cómo se debería abordar “grosso modo”:

- i. ¿Qué se ofrece en los hoteles de Benidorm TI?
- ii. ¿Por qué unos hoteles y/o cadenas lo ofrecen y otros no?
- iii. ¿Por qué los turistas eligen el sistema TI en Benidorm?
- iv. ¿Cuál es el efecto sobre el gasto y el empleo en el conjunto la oferta complementaria del TI: comercios, restaurantes, locales de ocio, etc.?
- v. ¿Cuál es el efecto por nacionalidades? ¿Y sobre la duración de la estancia?

- vi. ¿Ha sido decisiva la oferta de TI para venir o habría venido el turista en cualquier caso?
- vii. ¿La aparición del TI está generado por las necesidades de la demanda o por el interés de los tour operadores?
- viii. El ofrecimiento del TI en Benidorm, ¿está efectivamente evitando que haya salida de turistas hacia otros destinos?
- ix. ¿Cuál es la tipología de hotel más adecuada para el sistema de TI?
- x. ¿Cómo es posible que en un modelo de ciudad abierta como Benidorm funcione este sistema TI? ¿Esconde otros problemas la ciudad?

Para responder a estas y otras preguntas se debería, a grandes rasgos:

- ✓ Realizar un trabajo de campo relacionando las calles peatonalizadas recientemente con las ventas y mejora interna del propio comercio respecto de otras calles situadas próximas a ellas donde no se ha producido la peatonalización. Ejemplos de ello serían las calles Alameda de Pedro Zaragoza, Gambo, Apolo XII o Sacerdote Juan Rodríguez.
- ✓ Relacionar las inversiones de la administración local por barrios durante la última década y la evolución de la oferta comercial, calidad del comercio, ventas, rotación, etc.
- ✓ Igualmente, relacionar esas variables comerciales en las zonas donde está más arraigado el TI en Benidorm, fundamentalmente en el Rincón de Loix pero también en otras zonas del casco tradicional, y otra zona donde apenas exista oferta de ese tipo.
- ✓ Desarrollar una encuesta en la que se debería dar respuesta a dos cuestiones clave: por un lado, ¿por qué escogen los turistas el TI? y, por otro, ¿qué impacto está generando el TI sobre la oferta complementaria y por segmentos?

En cualquier caso, y como conclusión de este trabajo, se considera que el TI es posible que esté generando efectos negativos sobre la oferta complementaria y el modelo abierto de Benidorm pero, mucho más allá de eso, ese trabajo debería servir para detectar otros problemas muchos más profundos de que adolece la ciudad durante los últimos años, como lo es el deterioro del espacio público, los retranqueos, la falta de uniformidad en las fachadas y mobiliario comercial, la antigüedad de edificios residenciales, etc., y que pueden estar mermando la imagen del destino. Es decir, analizar los efectos del TI o la responsabilidad del TI en el desempeño de la oferta complementaria puede ser la excusa para desempolvar otras carencias urbanas cuya influencia e importancia sobre el sostenimiento del modelo podrían ser incluso más relevantes.

## 9. BIBLIOGRAFÍA

- Aguiló, E.; Rosselló, J. (2012): *"The new all-inclusive board formula in mature destinations – from motivation to satisfaction"*, Departamento de Economía aplicada de la Universidad de las Illes Balears.
- Álvarez, M.; Cossío B.; Dimeo C.; Galván E.; Hernández N.; Yanes, J. (2004): *"Todo incluido"* Trabajo del Grupo 7, del Departamento de Economía y Dirección de Empresas, Universidad de la Laguna.
- Anderson, W. (2010): *"Determinants of all-inclusive travel expenditure"*, *Tourism Review*, Vol 65, pp 4–15.
- Anderson, W.; Juaneda, N.; Sastre, F. (2009): *"Influences of pro-all-inclusive travel decisions"*, *Tourism Review*, Vol 64, pp 4–18.
- Anuario económico La Caixa 2013. [http://www.anuarieco.lacaixa.comunicacions.com/java/X?cgi=caixa.le\\_DEM.pattern&CLEAR=YES](http://www.anuarieco.lacaixa.comunicacions.com/java/X?cgi=caixa.le_DEM.pattern&CLEAR=YES)
- *"Benidorm en cifras (2014)"*, Excmo. Ayuntamiento de Benidorm.
- *"Encuesta de Gasto Turístico de las Islas Baleares EGT (2004)"*. Govern Balear con la colaboración de la Universitat de les Illes Balears

- *“Encuesta de Paquetes turísticos vendidos en el Reino Unido con destino en la Costa Blanca temporada verano 2013 (mayo-octubre)”*, Convenio de colaboración Hosbec-Invat-tur.

- Holloway, C. (1998): *“The business of tourism”*.

- Iribas, J. M. (2007): *“Aprendiendo de Benidorm”* en Revista Arquitectura Viva.

- Koc, E. (2006): *“Total quality management and business excellence in services: the implications of all-inclusive pricing system on internal and external customer satisfaction in the Turkish tourism market”*, Total Quality Management, Vol 17, pp 857–877.

- Parra, E. (2006): *“Impactos del “Todo-incluido” en Canarias: Una aproximación a sus implicaciones”*. Departamento Economía y Empresa Universidad de la Laguna

#### Legislación

- Decreto 20/2015, de 17 de abril, de principios generales y directrices de coordinación en materia turística; de regulación de órganos asesores, de coordinación y de cooperación del Gobierno de las Illes Balears, y de regulación y clasificación de las empresas y de los establecimientos turísticos, dictado en desarrollo de la Ley 8/2012, de 19 de julio, de Turismo de las Illes Balears.

- Directiva 123/2006/CE. Directiva Bolkestein.

- Ley de Turismo de la Comunidad Valenciana 3/1998.

- Ley 8/2012, de 19 de julio, del Turismo de las Illes Balears.

- Resolución del Parlamento Europeo sobre turismo y desarrollo (2004/2212(INI)).