



Vol. 11, Nº 25 (diciembre / dezembro 2018)

SOSTENIBILIDAD DEL TODO INCLUIDO EN LA EMPRESA HOTELERA: IMPLICACIONES PARA LA DIRECCIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS

Daniel Dorta-Afonso¹

Dirección de Empresas e Historia Económica, Universidad de La Laguna

ddortaaf@ull.edu.es

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Daniel Dorta-Afonso (2018): “Sostenibilidad del todo incluido en la empresa hotelera: implicaciones para la dirección de empresas turísticas”, Revista Turydes: Turismo y Desarrollo, n. 25 (diciembre / dezembro 2018). En línea:

<https://www.eumed.net/rev/turydes/25/todo-incluido.html>

<http://hdl.handle.net/20.500.11763/turydes25todo-incluido>

RESUMEN

En esta investigación se lleva a cabo un análisis de la sostenibilidad del todo incluido en el sector hotelero de Adeje. Para ellos, se estudia el crecimiento relativo del todo incluido, se analiza el perfil del turista del todo incluido, se estudia los principales documentos legislativos y se analiza la opinión de los residentes. A raíz de los resultados se detectan algunos problemas de sostenibilidad en la práctica del todo incluido en el sector hotelero de Adeje y se proponen recomendaciones para la dirección de empresas turísticas. Por último, se comentan algunas limitaciones y posibles líneas futuras de investigación.

Palabras clave: todo incluido – sostenibilidad – dirección empresas hoteleras – opinión de residentes – Tenerife – Adeje.

ABSTRACT

In this research I carried out an analysis of the sustainability of the all-inclusive in the hotel sector of Adeje. To do so, I studied the relative growth of the all-inclusive, I analyzed the tourist profiles that opt for all-inclusive packages, I studied main policy documents and I analyzed residents' opinions. From the findings I detected some sustainability problems in the all-inclusive practice of Adeje's hotel sector and I proposed some recommendations for tourism firms management. Finally, I comment on some limitations and future research lines

Keywords: all-inclusive – sustainability – hotel business management – residents' opinion – Tenerife – Adeje.

¹ Diplomado en Turismo y Máster en Dirección y Planificación del Turismo por la Universidad de La Laguna.

Doctorando en Psicología de las Organizaciones por la Universidad Autónoma de Madrid. Investigador y Docente de Dirección de Empresas Turísticas en la Universidad de La Laguna.

1. INTRODUCCIÓN

1.1 Problemática general detectada

El desarrollo turístico ha sido una estrategia común adoptada en algunos destinos insulares para dar así respuesta al desarrollo económico de la región (Canavan, 2014). Sin embargo, lo que en un primer momento pueda resultar atractivo para las empresas del sector y de interés para los destinos como la contribución al empleo y el desarrollo de infraestructura, se convierten en desventajas una vez alcanzados ciertos niveles de saturación (Rodríguez, Parra-López, y Yanes-Estévez, 2008). Muchos autores han hecho énfasis en el hecho de que el desarrollo sostenible de los destinos competitivos implica continuidad en el tiempo (Tosun, 1998; 2001; Ritchie y Crouch, 2003). Sin embargo, en el contexto de esta investigación, se considera que la práctica del todo incluido que han fomentado las direcciones de las empresas hoteleras, no es sostenible a largo plazo.

La problemática detectada en la isla de Tenerife, y particularmente en Adeje, proviene del desmesurado aumento en la oferta de plazas hoteleras y el incremento paulatino en el número de turistas que ha experimentado el destino. El concepto de desarrollo turístico sostenible emerge en reacción a los impactos ocasionados por el desmesurado desarrollo turístico (Canavan, 2014). Como ha pasado en otros destinos insulares, por ejemplo en el Caribe (Mycoo, 2006), el sur de Tenerife ha experimentado un rápido crecimiento turístico caracterizado por un aumento importante de la oferta de alojamiento hotelero, así como por una mayor afluencia de turistas. Además, se ha producido un aumento importante del número de turistas que acuden al destino en régimen de todo incluido, que ha podido poner en peligro la sostenibilidad del desarrollo turístico de la región.

Hay más o menos un determinado consenso en que la definición más completa y acertada de lo que debería de ser un destino competitivo es la de Ritchie y Crouch, que enunciaron en su libro de 2003 adoptando una perspectiva desde el turismo sostenible (Mazanec, Wöber y Zins, 2007; Croes, 2011; Romão, Guerreiro y Rodrigues, 2013; Andrades-Caldito, Sánchez-Rivero y Pulido-Fernández, 2013; Dorta-Afonso y Hernández-Martín, 2014):

“Lo que hace a un destino turístico realmente competitivo es su habilidad de incrementar el gasto turístico, atraer a más visitantes y que disfruten de experiencias memorables y satisfactorias a la vez que se incrementa el bienestar de los residentes del destino y se preserva el capital natural para futuras generaciones.” (Ritche y Crouch, 2003:2).

El trabajo de Ritchie y Crouch (2003) ha servido como marco teórico y conceptual de base para la realización de muchos otros estudios en turismo (Cracolici, Nijkamp y Rietveld, 2008; Enright y Newton, 2004, 2005; Andrades-Caldito, Sánchez-Rivero, y Pulido-Fernández, 2013; Crouch, 2011; Dorta-Afonso y Hernández-Martín, 2014). Esta definición recoge las tres dimensiones del turismo sostenible: dimensión económica, social y medioambiental. Como estrategia de desarrollo económico, el impulso de los proyectos de turismo ha sido habitual en diversos destinos insulares (Canavan, 2014). Sin embargo, no todos los destinos han seguido el mismo tipo de estrategia de desarrollo turístico. Por ejemplo, en el caso de las Islas Canarias, Tenerife y Gran Canaria han seguido un planteamiento más propio del turismo de masas mientras que Lanzarote ha seguido una estrategia de turismo sostenible enfocada en la calidad (Marrero y Santana, 2008). Adeje, al ser uno de los principales destinos del sur de Tenerife, ha seguido una estrategia más propia del turismo de masas. El fomento del todo incluido es una estrategia común en los destinos maduros de sol y playa como Adeje (Alegre y Pou, 2008).

Los paquetes de todo incluido son un tipo de paquete turístico que implica el pago por adelantado del paquete en cuestión que incluye: el desplazamiento al destino, el alojamiento una vez en el destino así como las comidas y otros servicios que pueden ser tanto excursiones como los servicios de un guía local (Sheldon y Mak, 1987). ¿Se han cumplido los requisitos sociales, económicos y medioambientales para hablar de desarrollo sostenible del sector hotelero enfocado al todo incluido en las zonas turísticas de Adeje?

Partiendo de la definición de Ritchie y Crouch (2003), se considera en esta investigación que el estudio de la sostenibilidad del sector hotelero que se enfoca en el todo incluido en Adeje tiene que llevarse a cabo por tanto teniendo en cuenta aspectos económicos, sociales y medioambientales. Algunas de las preguntas a las que se dan respuesta en este estudio son: ¿ha crecido el todo incluido en mayor medida que el turismo en general?, ¿el turismo de todo incluido es menos rentable económicamente?, ¿están los turistas en todo incluido satisfechos?, ¿ha habido control en el crecimiento del todo incluido?, ¿qué percepción tienen los residentes del todo incluido?, ¿hay rechazo por parte de los residentes hacia el todo incluido?

A raíz de estas preguntas, planteo los siguientes objetivos de investigación: 1) analizar el crecimiento hotelero en Adeje y el incremento relativo del todo incluido, 2) analizar el perfil del turista que se hospeda en hoteles en régimen de todo incluido así como sus niveles de gasto y satisfacción y compararlo con el turista medio, 3) analizar los aspectos relacionados con política y planificación y 4) analizar la percepción que muestran los residentes hacia el turismo hotelero de todo incluido.

1.2 Descripción del caso de estudio: La Isla de Tenerife, El Caso de Adeje.

1.2.1 La Isla de Tenerife. Tenerife es una de las islas que pertenece al archipiélago canario (España), situado en el Océano Atlántico. La Isla de Tenerife tiene una extensión total de 2,034.38 km² (ISTAC, 2016) y una población total de 888,184 habitantes (INE, 2015). La economía de Tenerife, depende en gran medida del sector turístico, el cual ha sido uno de los principales factores en el crecimiento económico de la isla. El turismo es una de las principales actividades económicas de la región y representa un 31.4% del producto interior bruto, además de que contribuye en casi el 36% del empleo de la isla (Exceltur, 2014). Como destino turístico, la isla de Tenerife está posicionada como un destino maduro de sol y playa. La isla acoge a más de cinco millones de turistas al año (ISTAC, 2016). La mayoría de los turistas visitan la isla debido al buen clima que pueden encontrar a lo largo de todo el año.

1.2.2 Adeje. Adeje es un municipio de la provincia de Santa Cruz de Tenerife, en la isla de Tenerife. Se sitúa en la parte suroccidental de la isla y limita con los municipios vecinos de Arona, Vilaflor de Chasna, La Orotava y Guía de Isora. Ocupa una superficie de 105.95 km² y una población total de 45,405 (INE, 2015).

En esta investigación hemos tomado como referencia la división que propone el Instituto Canario de Estadística en microdestinos. Este organismo ha definido la entidad *Adeje Turístico* como aquella zona de Adeje que comprende los siguiente núcleos turísticos: Callao Salvaje, Playa Paraíso, Playa del Duque, Costa Adeje y Torvistas – Fañabé Alto

2. PLANTEAMIENTO DE HIPÓTESIS

2.1 Crecimiento turístico: el todo incluido en los hoteles de Adeje

La isla de Tenerife ha experimentado un gran desarrollo turístico caracterizado por un marcado crecimiento que adquiere tintes masivos en la década de los setenta (Marrero y Santana, 2008). Tenerife se caracteriza por lo tanto por ser un destino maduro de sol y playa que ha entrado en la etapa de estancamiento (Butler, 1980). Una de las estrategias que han seguido este tipo de destinos, como Adeje, es el fomento del todo incluido (Alegre y Pou, 2008). Como se ha mencionado, Adeje es un destino maduro que ha experimentado un rápido crecimiento turístico y por ello es razonable pensar que también ha habido un incremento importante en el número de turistas que se alojan en todo incluido.

Según el modelo de ciclo de vida de los destinos de Butler (1980), la fase de estancamiento se caracteriza por haber alcanzado ya un máximo en el número de visitantes. Después del estancamiento, dos caminos son posibles: el declive o el rejuvenecimiento. El declive implica que el destino no puede ya competir con otros destinos emergentes y por lo tanto se reducirán el número de llegadas de turistas además de que mucha de la infraestructura previamente turística puede adoptar otros usos. Este ha sido el caso de Playa Paraíso, uno de los núcleos turísticos de la entidad Adeje Turístico. Aunque recientemente sí es cierto que esta zona de la isla ha apostado por la renovación de algunos de los establecimientos hoteleros. En esta zona, gran parte de los antiguos hoteles fueron reconvertidos en apartamentos vacacionales y de residencia permanente para la población local. La otra parte de los alojamientos, han sido

reconvertidos, abriendo recientemente un nuevo alojamiento que ha apostado por el producto diferenciado y de calidad. La otra alternativa según Butler (1980), es el rejuvenecimiento. Esta etapa implica una reorientación total en la estrategia del destino, como por ejemplo, ofrecer nuevos productos. Si seguimos las orientaciones de Donaire (1998), los destinos maduros que quieren rejuvenecer, deberían optar por hacer sus productos únicos y especiales y huir de la estandarización. En este sentido y desde una perspectiva sostenible parece que una vez alcanzada la etapa de estancamiento, las direcciones de las empresas turísticas deberían aunar esfuerzos por continuar en la etapa de rejuvenecimiento y no de declive. Si el turismo de todo incluido, marcado por un alto grado de estandarización, ha ganado sistemáticamente mayores cuotas de mercado en el turismo en Adeje, existe una brecha importante en la sostenibilidad del desarrollo turístico de la zona.

Hipótesis 1: la proporción de turistas que se hospedan en régimen de todo incluido en las zonas turísticas de Adeje ha aumentado sistemáticamente.

2.2 El perfil del turista en todo incluido

Hay varias razones para la contratación de los paquetes turísticos de todo incluido (Wong y Kwong, 2004). Normalmente los viajeros suponen que la contratación de paquetes es la mejor manera de experimentar el destino, así como que también implican un cierto grado de seguridad a la hora del viaje. Los turistas que eligen por lo tanto el todo incluido, dan más importancia a aspectos como la comodidad en el viaje (Anderson, Juaneda y Sastre, 2008). Sin embargo, el gasto de los turistas en todo incluido es mucho más alto en origen que en destino (Alegre y Pou, 2008). Esto implica que los beneficios en destino son mucho menores si el turista contrata todos sus servicios en origen. Por lo tanto, se puede inferir que la rentabilidad de las empresas turísticas podría ser mucho menor si enfocan su estrategia en el todo incluido.

Por otro lado, es importante tener en cuenta la satisfacción del turista. Los turistas buscan cada vez más experiencias auténticas (Wang, 1999). Este escenario puede ser beneficioso para destinos aislados e incluso rurales que pueden adoptar el papel de proveedores de experiencias únicas (Cracolici y otros, 2009; Dolezal, 2011). Adeje está conectado con recursos naturales y culturales accesibles en toda la isla de Tenerife. Sin embargo, como hemos visto, el todo incluido implica la contratación previa de todos los servicios en origen y por lo tanto conlleva permanecer mucho más tiempo dentro del hotel que fuera (las comidas se sirven en los hoteles). Aunque puede tener lugar la contratación de excursiones para conocer el destino, es posible que este hecho se de en menor medida que la media. Basándome en lo anterior enunció formalmente la siguiente hipótesis:

Hipótesis 2: el gasto en Adeje de los turistas de todo incluido, es más bajo que la media. Además, la satisfacción media del turista que se queda en Adeje en régimen de todo incluido es también inferior a la media.

2.3 Política y Planificación Turística

Según Mycoo (2006), uno de los fallos de la planificación turística en destinos insulares ha sido la tendencia a fomentar el desarrollo del turismo de masas en espacios concentrados. Sin embargo, ¿a qué se debe esta afirmación? Las acciones políticas y administrativas de los destinos insulares son determinantes en el éxito o el fracaso del turismo (Mycoo, 2006). ¿Qué ha ocurrido en Tenerife y más concretamente en Adeje? Como se ha dicho, Tenerife ha planificado su crecimiento turístico en torno a la práctica del todo incluido, lo cual se corresponde con un turismo eminentemente fordista. Sin embargo, hay otros destinos que no han mantenido un crecimiento turístico utilizando el turismo de masas como eje central, por ejemplo Lanzarote. Lanzarote ha enfocado su estrategia de crecimiento en torno a valores de calidad, y ello ha sido propiciado en gran medida por el sector público (Marrero y Santana, 2008).

En otros destinos insulares con problemática similar a la detectada en Adeje, se han llevado a cabo cursos de formación en áreas temáticas clave para intentar revertir los fallos de política y planificación (Mycoo, 2006). Otra de las medidas tomadas en otros destinos a través de la cuál se quiere revertir los fallos en política turística, es el fomento de la certificación de empresas en sostenibilidad (Mycoo, 2006). Costa Rica es otro ejemplo característico de destino que ha basado su crecimiento turístico en torno al turismo sostenible. En este sentido, el Instituto

Costarricense de Turismo, que es el órgano rector del turismo en el país, realiza tanto acciones formativas en materia de turismo sostenible y además también fomenta la certificación para la sostenibilidad turística (CST) de las empresas del sector (ICT, 2016; Rivera, 2002; Rivera y De Leon, 2005). En base a lo mencionado anteriormente es razonable considerar que el desarrollo turístico de Tenerife ha llevado una trayectoria hacia la estandarización porque así ha sido fomentado desde el sector público. Formalmente enunció la siguiente hipótesis:

Hipótesis 3: los organismos públicos han fomentado hasta ahora el desarrollo del turismo de todo incluido.

2.4 ¿Qué opinan los residentes?

En la literatura académica sobre turismo, está ampliamente aceptado que el fin último de la actividad turística es el de mejorar la economía y la calidad de vida de los residentes del destino (Romão, Guerreiro y Rodrigues, 2013; Buhalis, 2000; Crouch y Richie, 2003; Dwyer y Kim, 2003; Dorta-Afonso y Hernández-Martín, 2014; Hong, 2009). Este aspecto está además explícitamente recogido en la definición antes enunciada de Ritchie y Crouch (2003). Según estos autores, el desarrollo turístico sostenible de los destinos debería suponer el incremento de riqueza y la mejora de la calidad de vida de la población local del área donde se desarrolla la actividad turística. Esto no implica necesariamente que todos los involucrados tengan que vivir directamente de la actividad turística. También se da el caso de los beneficiarios indirectos, que aunque no estén directamente involucrados en la actividad turística, sí que se llevan beneficios en forma de por ejemplo mejoras educativas o proyectos de mejora de infraestructura (Giampiccoli & Kalis, 2012).

Sin embargo, hay ciertas cuestiones que tienen que ser respondidas de cara a llevar a cabo un diagnóstico de la sostenibilidad del todo incluido en hoteles que tiene que ver con la comunidad local. Como hemos visto, la sostenibilidad del desarrollo turístico, además de abarcar cuestiones relacionadas de forma directa con temas como las infraestructuras o el medioambiente, también concierne la percepción de residentes en diversos temas (Mycoo, 2006). El fomento del todo incluido en los hoteles de Adeje, ¿genera empleo local?, ¿beneficia a los residentes de las diferentes zonas de Adeje? ¿genera percepciones positivas/negativas entre los residentes del destino? ¿restringe a los locales del uso de recursos?

Es importante que la percepción de los residentes sea positiva, ya que el apoyo local es crucial de cara al desarrollo de nuevos proyectos turísticos (Gursoy, Jurowski & Uysal, 2002). Investigaciones previas han revelado empíricamente que la percepción que tienen los residentes en cuanto a los costes y beneficios de la actividad turística, determina su apoyo al desarrollo turístico (Lee, 2013; Gursoy et al., 2002; Gursoy & Rutherford, 2004). Para ser más específico, la percepción de los residentes relativa a los beneficios, afecta de manera positiva y significativa a su apoyo por el turismo, mientras que su percepción relativa a los costes, afecta de manera negativa y significativa a su apoyo al turismo. Además, el trato amable por parte del local durante la interacción entre turista y residente es un intangible que afecta a la satisfacción del turista (Díaz y Gutiérrez, 2010). Por lo tanto, conocer la actitud de los residentes con respecto a un determinado tipo de turismo es crucial de cara al desarrollo del turismo. Si se conoce la actitud del residente, se pueden llevar a cabo actuaciones específicas enfocadas a potenciar las ventajas percibidas mientras se reducen las desventajas (Díaz y Gutiérrez, 2010).

Tal y como se ha definido anteriormente, los paquetes de todo incluido incluyen el pago por adelantado de diversos servicios que suelen tener lugar dentro del propio establecimiento (Sheldon y Mal, 1987). Son turistas que gastan además mucho menos que el promedio en transporte, en cafeterías y en ocio entre otros conceptos (Promotur, 2016).

En general, la actitud de los residentes de Tenerife con respecto al turismo es positiva (Díaz y Gutiérrez, 2010). Sin embargo, parece que existen razones suficientes para pensar que los residentes de Adeje, pudieran mostrar cierto rechazo ante el turismo de todo incluido ya que además de que el gasto que realizan los turistas en el destino es mucho menor al promedio, la mayoría de las veces este gasto se produce en el propio establecimiento hotelero y no en los negocios locales. En este caso, un rechazo de la comunidad local hacia este tipo de turismo, supondría una importante brecha en el diagnóstico de sostenibilidad del todo incluido en

hoteles, y se deberían poner en marcha actuaciones para la mejora. Basándome en todo lo expuesto anteriormente, enuncio formalmente que:

Hipótesis 4: la percepción de los residentes en Adeje con respecto al turismo hotelero de todo incluido es negativa.

3. METODOLOGÍA

3.1 Procedimiento

Las hipótesis 1 y 2 han sido contrastadas mediante el acceso a la fuentes estadísticas primarias de la región. En el caso de la hipótesis 1, he acudido a la Encuesta sobre Gasto Turístico (EGT) del ISTAC y he llevado a cabo un análisis de la series anuales de los municipios turísticos, según los conceptos pagados en origen por tipos de alojamiento. Para la hipótesis 2, he acudido al informe elaborado por Turismo de Canarias a raíz de la EGT, en el que se compara el perfil del turista que se hospeda en todo incluido con respecto al turista medio. Para verificar la hipótesis 3 y siguiendo la misma línea metodológica que otras investigaciones similares, se han examinado algunos documentos legislativos así como normativa escrita para determinar si se ha fomentado o no formalmente la práctica del todo incluido en los establecimientos hoteleros del destino (Mycoo, 2006). Para el contraste de la hipótesis 4, y como se ha hecho en otros estudios con el objetivo de obtener información relativa a los residentes, se ha llevado a cabo un cuestionario online (Canavan, 2014).

4. RESULTADOS

4.1 Crecimiento turístico: el todo incluido en los hoteles de Adeje

Mi primera hipótesis proponía que la proporción de turistas que se hospedan en régimen de todo incluido en las zonas turísticas de Adeje ha aumentado sistemáticamente. Según los datos del Instituto Canario de Estadística, en 2009, el número de turistas que pasaron sus vacaciones en Adeje y que contrató en origen tanto el vuelo, como el alojamiento en hoteles en régimen de todo incluido era de 241,442. En 2015, este número se ha incrementado a la cifra de 491,556. Estas cifras han de ser tomadas con cautela, ya que 2009 fue un año especialmente flojo en términos turísticos para la Islas Canarias debido a la fuerte crisis económica mundial. Por lo tanto, es mejor prestar atención a las cifras relativas. En términos relativos, supone que se ha pasado de un 28% en 2009 de turistas en régimen de todo incluido a un 41% en 2015. La evidencia obtenida de las fuentes primarias estadísticas, me permiten verificar esta primera hipótesis.

4.1.1 Análisis complementario: estacionalidad del todo incluido en hoteles de Adeje. Los destinos turísticos localizados en las Islas Canarias tienen unos niveles muy bajos de estacionalidad (ISTAC, 2016). Esto significa que los turistas visitan la isla durante todo el año debido a las buenas condiciones climáticas. Por el contrario, muchos de sus competidores directos, con altos niveles de estacionalidad, reciben la mayoría de sus turistas durante los meses de verano, como son el caso de Chipre (YZTAT, 2016) y Turquía (TurkStat, 2016). Tras consultar los datos del ISTAC, se ha observado una ligera tendencia al aumento proporcional del todo incluido con respecto al total de turistas en la isla de Tenerife. El 27.5% de los turistas que se alojaron en establecimientos en todo incluido en Tenerife, lo hizo durante el tercer trimestre, mientras que esa proporción fue del 24.3% con respecto al total de turistas. Los datos son similares para el año 2014.

Estos datos son interesantes por dos cuestiones: la primera, que no ha sido analizada aquí, sería ver si la nacionalidad de los turistas tiene algún tipo de implicación en estos resultados. La segunda tiene que ver con el resto de competidores del destino. Como hemos visto, algunos de los competidores directos del destino, como Chipre y Turquía, reciben la mayoría de sus turistas durante esos meses. Así que es posible que el todo incluido sea una estrategia orientada a precios por la cual se quiere acceder a una cuota de mercado mayor. Evidentemente, más evidencia empírica sería necesaria para poder establecer una relación causal a este hecho.

4.2 Perfil del turista que contrata todo incluido

El gasto por viaje de los turistas en régimen de todo incluido es muy similar al turista medio de Tenerife (1,127€ vs 1,125€). Sin embargo, la estancia media sí es inferior en el caso de los turistas que contratan todo incluido (8.8 vs 9.5 días). En cuanto al gasto, sí es importante resaltar las diferencias que hay en la proporción de gasto que se realiza en origen y en destino. Los turistas en todo incluido gastan mucho más en origen que lo que supone el promedio general de turistas en Tenerife (114.55€ vs 95.33€ de gasto medio diario asociado al viaje). Sin embargo, una vez en destino, el gasto medio diario de los turistas en todo incluido es muy inferior (21.97€ vs 38.27€). Si prestamos atención al desglose del gasto en destino, podemos identificar un gasto inferior en casi todos los conceptos (alojamiento, transporte, alquiler de vehículos, compras en supermercados, gasto en restaurantes, actividades deportivas, actividades culturales, etc.), aunque la excepción son las excursiones organizadas.

Por otro lado, en cuanto a la satisfacción general del viaje, nos encontramos con que la proporción de turistas que valora su estancia como buena o muy buena es menor entre los del todo incluido (92.6% vs 93.3%), aunque la diferencia es muy pequeña y en general podemos concluir que la satisfacción es alta. La valoración que hacen del viaje en una escala de 1 a 10, aunque es buena, también es menor que el promedio (8.78 vs 8.84). Además, también el porcentaje de repetidores y de enamorados del destino (aquellos que visitan la isla más de 10 veces) es menor entre los que viajan en todo incluido.

La hipótesis 2 sugería que el gasto en Adeje de los turistas de todo incluido, es más bajo que la media. Además, la satisfacción media del turista que se queda en Adeje en régimen de todo incluido es también inferior a la media. Los datos disponibles en fuentes primarias estadísticas no permiten de momento contrastar esta hipótesis. Si bien existe una tendencia a inferir a raíz de los resultados globales para la isla de Tenerife que tanto el gasto como la satisfacción general de los turistas en todo incluido en Adeje es inferior a la del turista medio.

4.3 Política y planificación turística

La hipótesis 3 planteaba que el crecimiento del todo incluido, ha sido fomentado por parte del sector público. Una de las principales normativas escritas sobre planificación turística es la Moratoria Turística de las Islas Canarias. Para verificar esta hipótesis se ha revisado esta normativa y se ha llevado a cabo una revisión de algunos artículos de investigación sobre esta temática (Hernández-Martín, Álvarez-Albelo y Padrón-Fumero, 2015; Villar Rojas, 2009)

El objetivo de la moratoria de las Islas Canarias era limitar en alguna medida la construcción de más camas en el destino para proteger así los recursos de la zona (Hernández-Martín y otros, 2015). Sin embargo, de este objetivo se puede concluir principalmente que en ningún momento se ha hablado del producto que se ofrece en los establecimientos hoteleros. Es decir, limitar la construcción de nuevos establecimientos no impide que el producto que se ofrece en los establecimientos que ya existen no cumpla criterios de calidad. En este caso, la moratoria turística, que es la principal normativa en materia turística, no restringe la actividad del todo incluido ni la regula. El contenido de la normativa no permite verificar la hipótesis 3, ya que el todo incluido no es tratado de forma expresa. Sin embargo, el no haber regularizado esta actividad de ninguna manera, podría llevarnos a la conclusión de que efectivamente los órganos rectores del turismo no se han implicado en el fomento de ciertos productos asociados más al turismo sostenible que al turismo de masas.

Además, es interesante la conclusión del estudio de Villar Rojas (2009), donde afirma el objetivo de la moratoria no era la sostenibilidad sino proteger los intereses de determinadas empresas limitando el acceso al mercado de otras.

4.4 ¿Qué opinan los residentes?

La hipótesis 4 planteaba que la percepción de los residentes en Adeje con respecto al turismo hotelero de todo incluido es negativa. Y como he mencionado previamente ha sido contrastada mediante el análisis de un cuestionario.

4.4.1 Muestra. Los participantes del estudio fueron 20 personas entre 20 y 55 años ($M = 31.95$; $DT = 12.80$). El 55% de los participantes eran mujeres y el 80% eran residentes permanentes en Adeje. El 100% de los participantes eran de nacionalidad española.

4.4.2 Instrumento de medida: cuestionario de actitudes hacia el turismo. Los cuestionarios a los propios residentes son una metodología usada con frecuencia en investigaciones cuyo objetivo es conocer la percepción de los mismos con respecto a diferentes tipos de turismo (Brida, Riaño, Aguirre, 2012; Díaz y Gutiérrez, 2010). El cuestionario que hemos utilizado en este trabajo es una adaptación de otro empleado en otros estudios (Díaz y Gutiérrez, 2010).

La percepción de los residentes con respecto al turismo de todo incluido fue medida por un cuestionario de 9 ítems. Se pidió a los residentes del destino que valorasen en una escala Likert de 5 puntos, desde *totalmente en desacuerdo* hasta *totalmente de acuerdo* su opinión con respecto a los efectos de la actividad turística en diferentes aspectos sociales “Genera empleo de calidad en el destino”, económicos “Ayuda a potenciar la economía” y medioambientales “Genera muchos residuos”. A continuación se les pidió que contestasen la misma pregunta pero con respecto al turismo de todo incluido. Por último, se les pidió que valorasen de 1 a 10 la percepción que tenían por un lado de la actividad turística en general y del todo incluido en particular, donde 1 significa *mi percepción es muy negativa* y 10 *mi percepción es muy positiva*.

4.4.3 Análisis de datos. A los encuestados se les asocia una percepción numérica con respecto al turismo de $M = 7.90$ ($DT = 2.61$) y con respecto al todo incluido de $M = 4.55$ ($DT = 2.64$). Los resultados de la prueba de diferencia de medias desvelan que las diferencias son estadísticamente significativas $p < .01$. A partir de estos resultados, se pueden concluir dos cosas. Por un lado, el turismo de todo incluido tiene una percepción por debajo del aprobado (4.55 puntos en una escala de 1 a 10), que es un valor muy inferior a la percepción que existe sobre la actividad turística en general. Por lo tanto, la hipótesis 4 queda verificada.

4.4.4 Análisis complementario. Aunque los resultados anteriores son suficientes para verificar la hipótesis 4, he querido profundizar un poco más en la percepción de los residentes en aspectos específicos y para ello voy a comentar los resultados de los ítems medidos en escala 1-5.

En general los encuestados consideran que la actividad turística es beneficiosa para el destino $M = 4.45$ ($DT = .94$) y para ellos mismos $M = 4.25$ ($DT = 1.16$) mientras que los resultados para cuando se pregunta por el todo incluido son significativamente menores ($M = 3.05$ y $M = 3.15$; $p < .01$). De aquí puedo corroborar que los residentes perciben beneficios en la actividad turística, pero que son menores en el caso del todo incluido.

Hay un cierto consenso en que la actividad turística ayuda a la creación de empleo más que el todo incluido ($M = 4.50$ vs $M = 3.40$; $p < .01$), sin embargo, en cuanto a la calidad del empleo las medias se encuentran por debajo del 3 y no hay diferencias significativas. De aquí puedo concluir que los residentes opinan que el turismo en general contribuye mucho más a la creación de empleo que el todo incluido, pero que en ambos casos el empleo tiene una calidad igual de mala.

Además los encuestados consideran que la actividad turística en general contribuye mucho más a impulsar la economía que la práctica del todo incluido ($M = 4.40$ vs $M = 3.05$; $p < .01$). También se consideran los beneficios de la actividad turística en cuanto a mejorar la oferta de ocio del destino, mucho más que el todo incluido ($M = 4.25$ vs $M = 3.20$; $p < .01$). Por último, también se aprecian diferencias significativas en cuanto a la percepción que tienen los residentes de lo que contribuye la actividad turística en general a mejorar las infraestructuras del destino con respecto a la actividad del todo incluido ($M = 3.90$ vs $M = 3.25$; $p < .01$).

Por último, me parece interesante resaltar el hecho de que no hay diferencias significativas en cuanto a la cuestión medioambiental. Es decir, los encuestados perciben que tanto la actividad turística general como el todo incluido en particular, tienen efectos negativos sobre el medioambiente y que además son actividades que generan muchos residuos.

5. DISCUSIÓN

A partir de la evidencia que aporta el informe, se puede afirmar que el todo incluido pese a ser una práctica asociada al turismo de masas y alejada de las líneas de actuación del turismo sostenible (Donaire, 1988) ha crecido a pasos agigantados en los núcleos turísticos de Adeje. Sin embargo, los turistas que se alojan en todo incluido presentan niveles de gasto en destino

mucho menores que el turista promedio y además también muestran niveles de satisfacción inferiores.

En cuanto a la percepción de los residentes, es importante destacar el hecho de que he encontrado resultados estadísticamente significativos que apuntan en una misma dirección. Parece que hay un consenso importante en que la actividad turística es beneficiosa para el destino y para los propios residentes, pero no lo es la práctica del todo incluido. Se confirma así la hipótesis planteada inicialmente. Además, los análisis complementarios que he llevado a cabo, arrojan luz importante sobre otros aspectos. Los residentes consideran que el turismo contribuye a mejorar la economía, a crear empleo, a mejorar la oferta de ocio y la infraestructura del destino, mucho más que lo que lo puede hacer la práctica del todo incluido. Sin embargo, los residentes están de acuerdo en que el efecto medioambiental del turismo es negativo y de que además no se crea empleo de calidad. Este pequeño desglose puede servir de guía para que los agentes públicos y privados tomen las medidas oportunas. En este caso, si se quiere mejorar la percepción de los residentes, se podría empezar por mejorar las condiciones del empleo en el turismo así como de reducir el impacto medioambiental del mismo. Además, una implicación importante de este trabajo para la dirección de empresas turísticas es el evitar el fomento de la práctica del todo incluido como estrategia a corto plazo y centrarse en otras estrategias de diferenciación que aporten calidad y valor añadido a los productos y servicios ofrecidos.

La investigación llevada a cabo tiene ciertas limitaciones. Por un lado, los datos referidos al perfil del turista en todo incluido no se refieren a aquellos que se han alojado en establecimientos hoteleros de Adeje, sino al de la totalidad de alojados en Tenerife. Sin embargo, las estadísticas actuales solamente permiten alcanzar este nivel de detalle, así que aunque estos resultados deben ser tenidos en cuenta con cierta cautela, considero que no deberían haber demasiadas diferencias puesto que por cercanía y por tipología de turistas, los patrones de resultados podrían ser muy parecidos. En futuros estudios se podría considerar una metodología distinta para verificar estas hipótesis, como encuestas en el propio destino. Además, la muestra de residentes obtenida en el destino es pequeña. Sin embargo, al haber obtenido diferencias estadísticamente significativas en cuanto a las percepciones entre el turismo general y el todo incluido en particular, considero que constituyen evidencia científica suficiente para justificar mi hipótesis. En futuras investigaciones, no obstante, se podría considerar el aumento de la muestra. Por último, los datos referidos a política y planificación han sido obtenidos mediante documentos normativos escritos. Futuros estudios podrían considerar la realización de entrevistas en profundidad con agentes involucrados y claves en el desarrollo turístico del destino.

6. CONCLUSIÓN

El análisis de la sostenibilidad de la práctica del todo incluido puede ser llevada a cabo desde varias perspectivas. En el caso de esta investigación, parece que tanto las fuentes primarias, la normativa escrita así como la opinión de los propios residentes del destino apuntan a que la práctica del todo incluido en el sector hotelero de Adeje no es sostenible desde el punto de vista económico, social y medioambiental. Los empresarios de la industria hotelera deberían tomar anotaciones de los hallazgos presentados y fomentar otro tipo de prácticas que se alejen del fomento del todo incluido.

7. BIBLIOGRAFÍA

- Alegre, J., y Pou, L. (2008). Research note: Tourism expenditure and all-inclusive packages—the case of a mature Mediterranean destination. *Tourism Economics*, 14, 645-655.
- Andrades-Caldito, L., Sánchez-Rivero, M., y Pulido-Fernández, J. I. (2013). Differentiating competitiveness through tourism image assessment: an application to Andalusia (Spain). *Journal of Travel Research*, 52, 68-81.
- Díaz-Armas, R. y Gutiérrez-Taño, D. (2010). La actitud del residente en el destino turístico de Tenerife: evaluación y tendencia. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 8, 431-444.

Brida, J. G., Riaño, E., y Aguirre, S. Z. (2012). Percepciones de los residentes acerca de los impactos del turismo de cruceros en la comunidad: un análisis factorial y de clústeres. *Cuadernos de Turismo*, 29, 79-107.

Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism management*, 21, 97-116.

Butler, R. W. (1980). The concept of a tourist area cycle of evolution: implications for management of resources. *The Canadian Geographer/Le Géographe canadien*, 24, 5-12.

Canavan, B. (2014). Sustainable tourism: development, decline and de-growth. Management issues from the Isle of Man. *Journal of Sustainable Tourism*, 22, 127-147.

Cracolici, M. F., Nijkamp, P., y Rietveld, P. (2008). Assessment of tourism competitiveness by analysing destination efficiency. *Tourism Economics*, 14, 325-342.

Croes, R. (2011). Measuring and explaining competitiveness in the context of small island destinations. *Journal of Travel Research*, 50, 431-442.

Crouch, G. I., y Ritchie, J. B. (1999). Tourism, competitiveness, and societal prosperity. *Journal of business research*, 44, 137-152.

Donaire, J. A. (1998). La reconstrucción de los espacios turísticos. La geografía del turismo después del fordismo. *Sociedade e territorio*, 28, 1-34.

Dorta-Afonso, D., y Hernández-Martín, R. (2015). Subnational tourism competitiveness performance. The Canary Islands vs. the German Länder. *European Journal of Tourism Research*, 10, 51-63.

Dwyer, L., y Kim, C. (2003). Destination competitiveness: determinants and indicators. *Current issues in tourism*, 6, 369-414.

Enright, M. J., y Newton, J. (2004). Tourism destination competitiveness: a quantitative approach. *Tourism management*, 25, 777-788.

Giampiccoli, A., y Hayward Kalis, J. (2012). Community-based tourism and local culture: the case of the amaMpondo. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 10, 173-188.

Hernández-Martín, R., Álvarez-Albelo, C. D., y Padrón-Fumero, N. (2015). The economics and implications of moratoria on tourism accommodation development as a rejuvenation tool in mature tourism destinations. *Journal of Sustainable Tourism*, 23(6), 881-899.

Hong, W. C. (2009). Global competitiveness measurement for the tourism sector. *Current Issues in Tourism*, 12, 105-132.

Instituto Canario de Estadística. (2016). Encuesta sobre Gasto Turístico. Turistas según conceptos pagado en origen por tipos de alojamiento. Principales municipios de Canarias y periodos.

Instituto Costarricense de Turismo. (2016). Plan General de uso de la Tierra y Desarrollo Turístico para las Unidades de Planeamiento Turístico del Caribe de Costa Rica.

Johnson, P., Buehring, A., Cassell, C., y Symon, G. (2006). Evaluating qualitative management research: Towards a contingent criteriology. *International Journal of Management Reviews*, 8, 131-156.

Mazanec, J. A., Wöber, K., & Zins, A. H. (2007). Tourism destination competitiveness: from definition to explanation?. *Journal of Travel Research*, 46, 86-95.

Mycoo, M. (2006). Sustainable tourism using regulations, market mechanisms and green certification: A case study of Barbados. *Journal of Sustainable Tourism*, 14(5), 489-511.

Promotur Turismo de Canarias (2015). Perfil del turista y gasto turístico atendiendo a diferentes criterios de segmentación. Según conceptos del viaje pagados en origen: vuelo y alojamiento en régimen de todo incluido.

- Ritchie, J. B., y Crouch, G. I. (2003). *The competitive destination: A sustainable tourism perspective*. Cabi.
- Rivera, J. (2002). Assessing a voluntary environmental initiative in the developing world: The Costa Rican Certification for Sustainable Tourism. *Policy Sciences*, 35, 333-360.
- Rivera, J., y De Leon, P. (2005). Chief executive officers and voluntary environmental performance: Costa Rica's certification for sustainable tourism. *Policy sciences*, 38, 107-127.
- Rodríguez, J. R. M., y Turégano, M. A. S. (2008). Competitividad y calidad en los destinos turísticos de sol y playa. El caso de las Islas Canarias. *Cuadernos de turismo*, 22, 123-143.
- Rojas, F.J.V. (2009). La política turística de Canarias, en El impacto de la crisis en la economía canaria: claves para el futuro. Real Sociedad Económica de Amigos del País de Tenerife, 467-494.
- Romão, J., Guerreiro, J., y Rodrigues, P. M. (2013). Territorial Differentiation, Competitiveness and Sustainability of Tourism. In *Quantitative Methods in Tourism Economics* (pp. 271-285). Physica-Verlag HD.
- Sheldon, P. J., y Mak, J. (1987). The demand for package tours: A mode choice model. *Journal of travel research*, 25, 13-17.
- Tosun, C. (1998). Roots of unsustainable tourism development at the local level: The case of Urgup in Turkey. *Tourism Management*, 19, 595-610.
- Tosun, C. (2001). Challenges of sustainable tourism development in the developing world: the case of Turkey. *Tourism management*, 22, 289-303.