

IBIZA: CICLO DE VIDA Y EVOLUCIÓN COMO DESTINO

TURÍSTICO

Bianca Casero Marín¹

Marcella Escandell Sievert²

Raquel Espada Bellido³

Andrea Ferrer Juan⁴

Suzan Redzhebova Mustafova⁵

Aimara Martínez Hernández⁶

José Ramón Cardona⁷

Resumen

La isla de Ibiza es un destino turístico de segunda generación que se desarrolló en la segunda mitad del siglo XX. Según estudios previos, Ibiza estaría en la fase de estancamiento o declive del Ciclo de Vida del Destino Turístico, debido a que combina elementos de estancamiento y declive. El objetivo de este trabajo es realizar un estudio exploratorio entre empresarios y trabajadores del sector servicios de Ibiza sobre su percepción en relación a diversas características y cambios acaecidos en el turismo durante los años 2014 a 2018, caracterizados por cifras record de llegadas de turistas y el desarrollo de una oferta de lujo y con precios muy elevados. Se realizó un muestreo de conveniencia con cuotas por sector (hoteles, restaurantes y otros servicios) y municipio (Eivissa, Sant Antoni de Portmany y Santa Eulària des Riu) en diciembre de 2018, obteniendo una

¹ Graduada en Turismo por la Escuela Universitaria de Turismo del Consell Insular d'Eivissa (Universitat de les Illes Balears). E-mail: biancasero.bcm@gmail.com

² Graduada en Turismo por la Escuela Universitaria de Turismo del Consell Insular d'Eivissa (Universitat de les Illes Balears). E-mail: marcellaescandellsievert@gmail.com

³ Graduada en Turismo por la Escuela Universitaria de Turismo del Consell Insular d'Eivissa (Universitat de les Illes Balears). E-mail: raquelespada90@gmail.com

⁴ Graduada en Turismo por la Escuela Universitaria de Turismo del Consell Insular d'Eivissa (Universitat de les Illes Balears). E-mail: andreafererjuan29@gmail.com

⁵ Graduada en Turismo por la Escuela Universitaria de Turismo del Consell Insular d'Eivissa (Universitat de les Illes Balears). E-mail: suzan.ibz@gmail.com

⁶ Graduada en Turismo por la Escuela Universitaria de Turismo del Consell Insular d'Eivissa (Universitat de les Illes Balears). E-mail: odalysbernandez@hotmail.com

⁷ Profesor interino de Gestión Turística en la Escuela Universitaria de Turismo del Consell Insular d'Eivissa (Universitat de les Illes Balears) y colaborador del Grupo de Investigación en Dirección y Gestión de Empresas y Destinos Turísticos, Universitat de les Illes Balears, C/ Bés, nº 9, 07800 Eivissa (Illes Balears), España, Tel: (+34) 971 30 72 55, E-mail: josramcardona@gmail.com

muestra total de 90 personas. La percepción de los cambios sucedidos es mayoritariamente negativa: hay una nostalgia del pasado y consideran que la isla ha empeorado en los últimos 50 años; la falta de conexiones en invierno es un grave problema en el ámbito laboral; el comportamiento de los turistas ha cambiado mucho en los últimos 5 años; la relación calidad precio de la oferta no es la adecuada; y no está claro si el turismo de lujo y el aumento de los hoteles de 5 estrellas es positivo.

Palabras Clave: Trabajadores, Destino Turístico, Servicios, Ibiza.

IBIZA: LIFE CYCLE AND EVOLUTION AS A TOURIST DESTINATION

Abstract

The island of Ibiza is a second generation tourist destination that developed in the second half of the 20th century. According to previous studies, Ibiza would be in the stagnation or decline phase of the Tourism Area Life Cycle, because it combines elements of stagnation and decline. The objective of this paper is to carry out an exploratory study among businessmen and workers in the service sector of Ibiza on their perception in relation to various characteristics and changes that occurred in tourism during the years 2014 to 2018, characterized by record numbers of tourist arrivals and the development of a luxury supply with very high prices. A convenience sampling with quotas by sector (hotels, restaurants and other services) and municipality (Eivissa, Sant Antoni de Portmany and Santa Eulària des Riu) was carried out in December 2018, obtaining a total sample of 90 people. The perception of the changes that have taken place is mostly negative: there is a nostalgia for the past and they consider that the island has worsened in the last 50 years; the lack of connections in winter is a serious problem in the workplace; the behavior of tourists has changed a lot in the last 5 years; the price-quality ratio of the supply is not adequate; and it is not clear whether luxury tourism and the increase in 5-star hotels is positive.

Keywords: Workers, Tourist Destination, Services, Ibiza.

1. INTRODUCCIÓN

En los últimos años la industria turística se ha afianzado como una de las principales en el mundo y las proyecciones futuras apuntan a que este sector ocupará un puesto relevante en la economía mundial por su capacidad de generar ingresos. En concreto, España es un país cuya economía se basa en los servicios y el sector terciario suponía el 67% del PIB español de 2018 (INE, 2020). El sector turístico español ronda el 13% del PIB nacional, indicando la importancia que tiene este sector para España.

Actualmente, Ibiza es uno de los destinos turísticos con mayor relevancia en el mundo. Es una isla de 572 km² situada en la parte más occidental del Mediterráneo y tiene una población residentes, según Ibestat (2020), de 147.914 a uno de enero de 2019. Como destino turístico, la historia de Ibiza se remonta a los inicios del siglo XX (Ramón y Serra, 2014c), pero despegó definitivamente en los años sesenta (Ramón y Serra, 2013a, 2014a). Desde entonces, la isla ha ido experimentado grandes cambios, desde las primeras llegadas de hippies hasta la actual situación donde predomina el ocio nocturno y el lujo (Berrozpe et al., 2017; Ramón y Serra, 2013b).

Ibiza ha pasado por diversas fases del ciclo de vida del destino turístico (Ramón y Serra, 2014b) y desde finales del siglo XX se encuentra en una fase de madurez, propia de los destinos considerados de segunda generación (Knowles y Curtis, 1999). Con el cambio de siglo se produjo un estancamiento en el número de llegadas turísticas (Ramón y Serra, 2014b) y ello ha generado interés por conocer en qué situación se encuentra como destino turístico. Algunos análisis planteaban una situación de estancamiento (Ramón, 2012; Ramón y Serra, 2014b), otros planteaban un posible declive o descenso (Krendzelak, 2008) o elementos de ambas fases, estancamiento y declive (Pereira, 2020). Estos resultados pueden depender de los años del análisis: de 2000 a 2009 hubo una ligera tendencia al declive; entre 2010 y 2019 una tendencia al crecimiento. La tendencia global de los veinte primeros años del siglo XXI no dejan claro si hay una evolución clara hacia el crecimiento o el decrecimiento, las cifras oscilan sobre el máximo marcado en 2000 en cuanto a número de pernотaciones, pero ha mejorado la imagen internacional y la popularidad del destino. Esta confusión en cuanto a la situación de Ibiza como destino turístico causa interés y preocupación, debido a que decenas de miles de personas dependen del sector turístico y la evolución de Ibiza condiciona su bienestar personal y familiar.

Este trabajo tiene por objetivo un estudio exploratorio para determinar la situación de Ibiza como destino turístico, y se estructura de la siguiente forma: después de la introducción se realiza una revisión de la literatura (teoría del Ciclo de Vida del Destino Turístico y evolución histórica de Ibiza) y hay un apartado exponiendo la metodología (análisis de una pequeña muestra de conveniencia de trabajadores de empresas de servicios de la isla); a continuación se exponen los resultados del cuestionario (preguntas cerradas y abiertas) y hay un apartado final de conclusiones.

2. REVISIÓN DE LA LITERATURA

La calidad se ha convertido en la estrategia principal para las empresas turísticas, elemento diferenciador dentro del ambiente competitivo que predomina en el sector. A lo largo de las últimas décadas la producción masiva de paquetes turísticos estandarizados ha dado cabida a capas muy amplias de la sociedad y ha permitido el desarrollo de grandes núcleos turísticos. Sin embargo, con los cambios en los gustos y necesidades de los turistas, la incorporación de nuevas tecnologías, la intensificación de la competencia y la preocupación por el deterioro del medio ambiente, entre otros factores, la oferta de un producto rígido y masivo no satisface la demanda, la cual muestra un interés creciente por la prestación de un servicio individualizado y de calidad. Todo ello implica cambios importantes en los destinos turísticos, especialmente en las regiones maduras. Estos cambios pueden implicar garantizar el futuro del destino o, por el contrario, la entrada en declive de estas regiones. Ello lleva a un mayor grado de análisis de la evolución de estos destinos maduros al amparo de diversas teorías y enfoques analíticos.

2.1 Ciclo de Vida de los Destinos Turísticos

El Ciclo de Vida del Destino Turístico (Butler, 1980), conocido como CVDT o TALC en inglés, es uno de los modelos más utilizados para el análisis de los destinos turísticos, puesto que integra diferentes aspectos y perspectivas resaltando variables económicas y de ámbito geográfico, como pueden ser las infraestructuras, la disposición de una población para recibir turistas, la implicación de los agentes locales y externos en el desarrollo del sector turístico, la accesibilidad del destino y la competencia existente.

Debe indicarse que no todos los destinos turísticos se corresponden con estas etapas y dependerá de la naturaleza de su desarrollo. Además, tal y como indican Camisón y Monfort (1998), a pesar de que el CVDT puede utilizarse como criterio para la valoración de las diferentes opciones estratégicas que adoptan las empresas y las instituciones turísticas del destino, con el fin de identificar, aprovechar o crear oportunidades, se debe tener en cuenta que este no proporciona pautas de actuación.

Según Butler (1980), un destino turístico tiene un ciclo de vida muy similar al de un producto y se compone de seis fases. De esta manera, cada fase corresponde a un momento diferente en la línea de tiempo en la que se desarrolla la actividad turística:

- *Exploración.* En la primera fase aparece un reducido número de visitantes de manera irregular, atraídos por el carácter aventurero y exótico del lugar, por la belleza de sus paisajes y la cultura del destino. La afluencia de estos será limitada precisamente por la falta de infraestructura y la poca accesibilidad al lugar. Por lo que su interacción con la población local será de mayor importancia y destacará la autenticidad del destino.

- *Implicación.* En esta fase se empiezan a desarrollar las iniciativas locales para crear infraestructuras y la comunidad residente se implica en el desarrollo turístico. Así pues, el número de visitantes aumenta y empieza a desarrollarse un verdadero sector económico. En esta fase aparecen los primeros enclaves turísticos y la oferta que los compone. También hay las primeras muestras de planificación y organización del sector privado que empujan al sector público a actuar.
- *Desarrollo.* En la tercera etapa, y tras la promoción del destino en fases anteriores, llegan grandes cantidades de turistas. Se produce el fenómeno del boom turístico, el destino empieza a consolidarse como tal, pero los residentes pierden control sobre su desarrollo. Estos cambios mejoran la calidad de vida de los residentes e introducen influencias culturales externas. Destaca esta fase como la de mayor tasa de crecimiento de la oferta y la demanda. La fase de desarrollo se origina con la creación de nuevas infraestructuras de transporte que permiten mayor fluidez y comodidad para un número cada vez mayor de turistas.
- *Consolidación.* En esta fase las llegadas de turistas siguen aumentando aunque de manera más lenta, y empiezan a aparecer algunos grupos ecologistas y de oposición al crecimiento turístico. El destino comienza a sufrir desgaste en sus infraestructuras y su dependencia económica del turismo es muy importante. Los segmentos de turistas más veteranos abandonan el destino en busca de otros lugares menos masificados. Surge cierta apatía y hostilidad hacia el turismo por parte de la población local, sobre todo entre los no involucrado en el sector.
- *Estancamiento.* En esta quinta fase el número de turistas alcanza un máximo y hay una "resistencia" al crecimiento, ya que las capacidades de carga de la región se encuentran al límite o superadas, provocando problemas medioambientales, económicos y sociales. La entrada en esta etapa es brusca, después de un reajuste en el número de visitantes sin ninguna causa externa al destino que pueda explicarlo (Ramón, 2012). El destino turístico puede empezar a perder popularidad y la demanda se centra en visitas de repetición y eventos.
- *Declive o Rejuvenecimiento.* Esta última fase se da cuando se produce una pérdida considerable de turistas en favor de otros destinos que están mejor valorados. Ante esta situación, los gestores del destino turístico deberán optar por reducir los precios o renovar la oferta. Si no se produce la renovación, la actividad empresarial optará por abandonar el destino. En caso de producirse una renovación de la oferta es posible un proceso de rejuvenecimiento. El rejuvenecimiento del destino debe realizarse mediante un trabajo conjunto de las organizaciones públicas y privadas cambiando radicalmente la oferta y dirigiéndose a un mercado específico de turistas.

El CVDT es popular y polémico desde su publicación, habiendo un enorme volumen de literatura discutiendo su grado de aplicación y la necesidad de modificaciones y

adaptaciones del mismo. Esta popularidad llevó a la realización de una revisión veinticinco años después de su publicación (Butler, 2006a, 2006b). En general es un modelo útil para analizar la historia de los destinos turísticos pero no permite realizar prospectiva y plantear estrategias de futuro en base sólo al CVDT.

2.2 Evolución del turismo en Ibiza

La isla de Ibiza ha sufrido grandes cambios (Ramón y Serra, 2014b) desde su fase de exploración en los años 1930, con la llegada de unos pocos visitantes que se entremezclaban con la población y que buscaban la parte más exótica de la isla, su naturaleza intacta, la paz y tranquilidad y el contacto directo con los locales y sus tradiciones. Muchos de ellos eran exiliados de Alemania (Ramón y Serra, 2014c).

Después de la Guerra Civil Española, y especialmente durante los años cincuenta, empezaron a crearse pensiones y hostales donde se daba alojamiento a los pocos visitantes que entraban por vía marítima. Durante esta etapa, la población local empezó a involucrarse y mejoraron las condiciones laborales, pasando de la parte más rural y agrícola de la isla a participar de este incipiente sector terciario o sector servicios (Ramón, 2017b; Ramón y Serra, 2013c, 2017). También es visible un cambio de costumbres, como por ejemplo la forma de vestir o de pensar, ya que los extranjeros y turistas son más libres de pensamiento y no tan convencionales como los ibicencos.

Pero todo esto cambia con la apertura del aeropuerto de Ibiza en el año 1958, la aprobación de diversas leyes nacionales en el año 1959, la devaluación de la moneda y una cierta apertura de España a capitales exteriores. Con ello se reunieron las condiciones para que en los años 1960 hubiera el boom turístico de la isla. Fue en este momento, cuando se empezó a requerir de mano de obra, ya que con la ampliación de la oferta turística y dada su limitación territorial como isla, no era posible cubrir las nuevas plazas laborales que estaban surgiendo con el limitado capital humano existente. Así, en esta etapa que alcanza hasta 1973 (Ramón y Serra, 2014b), se da un crecimiento muy notable del sector y la isla alcanza gran repercusión en los medios nacionales e internacionales. En los años siguientes el crecimiento se modera debido a la crisis del petróleo (Ramón y Serra, 2013a, 2014a).

En los años 1970 empezó a ganar popularidad la oferta de ocio nocturno y fue en este momento cuando discotecas tan conocidos como Amnesia o Pachá abrieron sus puertas (Ramón, 2019; Ramón et al., 2015b). En esos años, grandes iconos musicales del momento elegían la isla como parte de su gira internacional como es el caso de Bob Marley en 1978 o los Thin Lizzy y Eric Clapton. Es en este momento cuando el destino turístico alcanza su consolidación (Ramón, 2017a). Debido a la falta de normativa regulatoria, la relajación de los empresarios debido a la "seguridad" en la obtención de beneficios y una política de precios bajos por parte de los turoperadores, se produjo una pérdida importante en la calidad de la oferta (Ramón, 2017a; Ramón y Serra, 2014b). El West-End de Sant Antoni es un claro ejemplo de la degradación de esa época.

Estos defectos en la gestión del destino, junto con la percepción de que era necesario poner un límite al crecimiento turístico, llevaron a un máximo en la llegada de turistas en el año 2000 seguido por un comportamiento errático en la evolución de las cifras turísticas. De esta manera, según Ramón (2012) y Ramón y Serra (2014b), a partir del modelo de Butler (1980) se puede afirmar que la isla de Ibiza se encuentra en la fase de estancamiento (Figura 1). Otros autores detectan características propias de la fase de declive (Krendzelak, 2008) pero también aparecen combinaciones de elementos de varias fases (Pereira, 2020).

Figura 1. Evolución del turismo en Ibiza.



Fuente: Ramón y Serra (2014b).

Se puede hablar de fase de estancamiento debido a que el número de turistas ha llegado a un máximo y se resiste a crecer (Ramón y Serra, 2014b). Por otra parte, las capacidades de carga de muchas variables se encuentran al máximo, incluso superadas, y un claro ejemplo de ello son las depuradoras o los sistemas de fosas sépticas, generando problemas medioambientales en diversas zonas. En la actualidad, Ibiza tiene una imagen bien establecida entre los turistas (Berrozpe et al., 2017) pero ha sido dañada por los elevados precios y la masificación.

En los últimos años se ha intentado diversificar, desestacionalizar y afianzar las cifras del sector turístico mediante la estrategia de los Nuevos Segmentos Estratégicos de Turismo, gracias a los cuales se desarrollan clubs de producto (Tomillero y Ramón, 2020) como, por ejemplo, deportes y turismo activo (Maldonado et al., 2018), cultura y patrimonio cultural (Ramón et al., 2015a, 2017), lujo (Berrozpe et al., 2017; Ramón y Serra, 2013b), gastronomía, ecoturismo y congresos. Estas nuevas ofertas se añaden a otros elementos más conocidos (Berrozpe et al., 2017; Ramón y Serra, 2013b) como la artesanía (Ramón y

Ramón, 2016; Ramón y Serra, 2014a), la moda Adlib (Ramón, 2016b), el turismo náutico (Torres et al., 2018) y, especialmente, al ocio nocturno (Ramón, 2019; Ramón et al., 2015b; Serra y Ramón, 2017), más fuerte que nunca gracias a importantes procesos de innovación en su oferta (Ramón, 2016a; Sánchez y Ramón, 2017).

Lo más importante para la mejora del destino y su mantenimiento como uno de los más reconocidos es “saber cambiar a tiempo” en consonancia con los cambios de los mercados emisores. La pérdida de turistas que prefieren ir a otros destinos por un precio más reducido y oferta similar a la de Ibiza es cada vez más evidente, como indican las cifras de turistas y pernoctaciones de 2018 y 2019 (Ibestat, 2020). Además, la ruptura de las tendencias previas causada por la pandemia del COVID-19 en 2020 pone los contadores a cero en todos. La solución para no terminar en la siguiente fase, el declive, es encontrar nuevos atractivos que diferencien Ibiza y potenciarlos mediante la acción y el esfuerzo conjunto de entidades privadas y públicas, para que la imagen proyectada de la isla cambie y sea más diversa.

En este contexto de estancamiento de las cifras, incertidumbre internacional y dependencia económica del turismo es de gran interés determinar cómo está y hacia dónde va Ibiza como destino turístico.

3. METODOLOGÍA

En el actual trabajo, el objetivo planteado ha sido analizar el desarrollo de Ibiza como destino a través de los años y determinar la fase en la que se encuentra actualmente respecto al CVDT propuesto por Butler (1980). La metodología de investigación empleada ha sido la entrevista a empresarios mediante una muestra por conveniencia con cuotas por municipio y sector. El sector servicios fue segmentado en tres grupos por orden de importancia: Hostelería; Restauración; Otros Servicios (comercios, autobuses, policía local, servicios sanitarios, taxis, entre otros). Las entrevistas fueron realizadas en los tres principales núcleos urbanos de la isla (Figura 2), que a su vez son las cabeceras de tres de los municipios de la isla: Eivissa, Sant Antoni de Portmany y Santa Eulària des Riu.

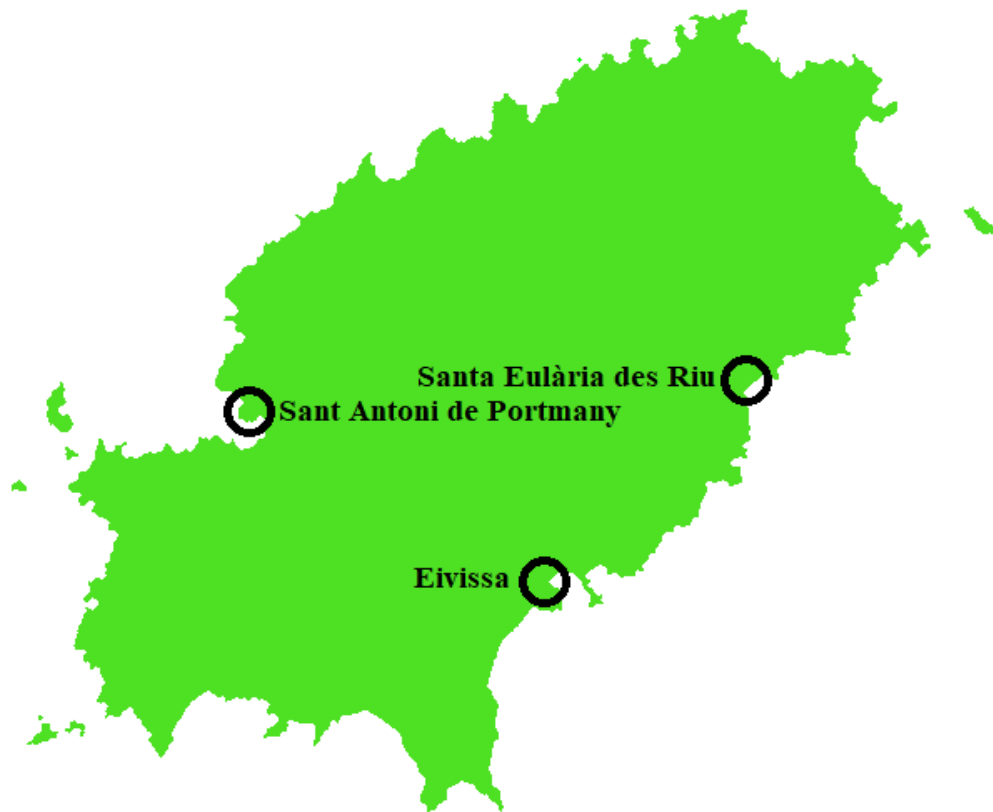
Mediante noventa entrevistas, distribuidas a partes iguales entre los tres sectores y los tres núcleos de población (Tabla 1), y nueve preguntas se consiguieron los datos que se comentan en el siguiente apartado. Estas entrevistas reflejan las distintas percepciones de los empresarios y trabajadores en el sector. Los pasos seguidos para la realización del trabajo y el análisis de los datos obtenidos es el siguiente:

1. En primer lugar se determinó el objetivo de la investigación y seguidamente la forma de obtener la información. Para ello, se ha centrado el estudio en los núcleos urbanos que tienen una actividad turística más significativa.
2. Posteriormente se confeccionó el cuestionario. En el total de las nueve preguntas hay ocho comunes y una específica para cada sector: seis preguntas cuantitativas

con una escala del 1 al 5, siendo 1 “Nada” y 5 “Mucho”; dos preguntas abiertas comunes para todos los sectores; y una pregunta específica para cada sector analizado.

3. Para la realización de las encuestas del trabajo de campo se realizó una división de dos personas por municipio, quince entrevistas cada una, es decir, treinta por municipio, dando así un total de noventa encuestados. El trabajo de campo se realizó en diciembre de 2018 y, por tanto, el plazo de cinco años de algunas preguntas hay que entenderlo referido al periodo 2014 a 2018, ambos incluidos.

Figura 2. Núcleos de población del trabajo de campo.



Fuente: elaboración propia.

Tabla 1. Diseño de muestra.

	Hoteles	Restaurantes	Otros Servicios	
Eivissa	10	10	10	30
Sant Antoni	10	10	10	30

Santa Eulària	10	10	10	30
	30	30	30	90

Fuente: elaboración propia.

4. A continuación se recopilamos todos los datos obtenidos, los cuales fueron plasmados en tablas y análisis de significación de diferencias entre medias mediante la F de Snedecor. Se consiguió de esta forma una comparativa por municipios y sectores.
5. Finalmente, todos estos datos recogidos dieron como fruto una serie de conclusiones del estado actual de la isla y su evolución como destino turístico, puesto que se han comparado los resultados de la visión de los empresarios y trabajadores locales con la literatura, tanto teórica (Butler, 1980) como práctica (Ramón y Serra, 2014b).

4. PERCEPCIÓN DE LOS TRABAJADORES Y EMPRESARIOS

Los resultados expuestos a continuación son fruto de las encuestas realizadas a trabajadores del sector turístico, en varios núcleos urbanos de la isla considerados como los principales enclaves turísticos. El motivo de esta diversidad de zonas fue detectar diferencias entre municipios. También se procedió al desglose del sector terciario, extrayendo de este el sector hotelero y el de restauración, y separándolos de los servicios restantes, por ser estos los pilares de la oferta turística y los más destacados dentro de la atención directa al turista.

4.1 Valores Globales de la Muestra

Una primera revisión de los resultados obtenidos (Tabla 2) muestra que, en general, se percibe que ha habido bastante cambio en los años previos al estudio y sólo en el 11,5% de los casos la respuesta fue “Nada”. También cabe destacar que la desviación estándar de las respuestas es muy elevada, indicando que las respuestas son bastante dispares.

Tabla 2. Media Aritmética y Desviación Estándar.

Pregunta	Nº Casos	Media Aritmética	Desviación Estándar
¿Cuánto cree usted que la isla de Ibiza ha empeorado en estos 50 años?	90	3,400	1,123
¿En qué grado afecta la accesibilidad de la isla en invierno en su	90	3,622	1,379

ambiente laboral?			
¿En qué grado considera usted que ha cambiado el comportamiento de los turistas en estos últimos cinco años?	90	3,322	1,246
¿Está descompensada la relación calidad-precio en la oferta turística de Ibiza?	90	3,467	1,335
¿En qué grado piensa usted que el turismo de lujo beneficiará al desarrollo de la isla?	90	2,889	1,260
¿Cómo valoraría usted que el número de hoteles de cinco estrellas esté aumentando en Ibiza?	90	3,211	1,234

Fuente: elaboración propia.

Si se desciende a un mayor nivel de desglose de las respuestas (Tabla 3) se puede constatar que hay una visión pesimista hacia la evolución histórica del turismo en Ibiza y una cierta nostalgia del pasado. Al preguntar por los últimos 50 años, es decir desde el boom turístico que vivió la isla a finales de los sesenta, el 80% considera que ha empeorado entre algo y mucho. Sólo el 6,7% considera que no ha empeorado nada y el 13,3% considera que ha empeorado poco. El acceso a la isla en invierno es un problema que nunca ha estado correctamente solventado, dificultando los intentos de desestacionalizar la actividad económica de la isla, y es muy grave para el 35,6% de la muestra entrevistada (Tabla 3). En relación a la evolución más reciente (2014 a 2018), el comportamiento de los turistas ha cambiado bastante y la bonanza económica ha causado que la relación calidad-precio de la isla esté descompensada, con precios elevados que no son respaldados por una calidad equivalente (Tabla 3). En lo que respecta al turismo de lujo y los hoteles de cinco estrellas, es valorado de forma moderadamente positiva (Tablas 2), siendo las preguntas con mayor porcentaje de personas que responden que “Nada” aporta (Tabla 3).

Tabla 3. Porcentajes de respuesta.

Pregunta	1	2	3	4	5
¿Cuánto cree usted que la isla de Ibiza ha empeorado en estos 50 años?	6,7%	13,3%	31,1%	31,1%	17,8%
¿En qué grado afecta la accesibilidad de la isla en invierno en su ambiente laboral?	13,3%	7,8%	17,8%	25,6%	35,6%
¿En qué grado considera usted que ha cambiado el	10,0%	16,7%	24,4%	28,9%	20,0%

comportamiento de los turistas en estos últimos cinco años?					
¿Está descompensada la relación calidad-precio en la oferta turística de Ibiza?	7,8%	23,3%	13,3%	25,6%	30,0%
¿En qué grado piensa usted que el turismo de lujo beneficiará al desarrollo de la isla?	17,8%	18,9%	33,3%	16,7%	13,3%
¿Cómo valoraría usted que el número de hoteles de cinco estrellas esté aumentando en Ibiza?	13,3%	12,2%	30,0%	28,9%	15,6%

Fuente: elaboración propia.

4.2 Diferencias por Sector

Al comparar las respuestas de las submuestras de los diferentes sectores no se observan diferencias significativas salvo para el turismo de lujo y los hoteles de cinco estrellas (Tabla 4). Los hoteleros son los más positivos con este tipo de oferta y turismo, seguidos por los restaurantes y quedando en último lugar los otros servicios. Más interés pueden tener las preguntas específicas realizadas a cada sector.

A los hoteles se les preguntó: *¿Cuánto uso hace usted de los intermediarios en las reservas de su hotel?* Se trata de una pregunta abierta que posteriormente fue analizada agrupando las respuestas en categorías. Ninguno de los hoteles entrevistados utiliza únicamente una vía de comercialización de su oferta, pero si existen situaciones distintas: el uso de intermediarios online (ej. Booking y Expedia) de forma mayoritaria es la opción más habitual (50,0%) y demuestra lo consolidada que está la reserva de hoteles online en la actualidad; los hoteles que comercializan mayoritariamente su oferta a través de turoperadores es importante (23,3%); otros hoteles optan por sólo venta directa (6,7%), una estrategia de comercialización muy diversificada (6,7%) o la venta en agencias (3,3%).

Tabla 4. Resultado por Sectores (Muestra Total).

Pregunta	Hoteles (n=30)	Restaur. (n=30)	Otr. Serv. (n=30)	F de Snedecor	p valor
¿Cuánto cree usted que la isla de Ibiza ha empeorado en estos 50 años?	3,367	3,433	3,400	0,026	0,975
¿En qué grado afecta la accesibilidad de la isla en invierno en su ambiente laboral?	3,867	3,467	3,533	0,712	0,494
¿En qué grado considera usted que ha cambiado el	3,600	3,200	3,167	1,115	0,333

comportamiento de los turistas en estos últimos cinco años?					
¿Está descompensada la relación calidad-precio en la oferta turística de Ibiza?	3,367	3,767	3,267	1,170	0,315
¿En qué grado piensa usted que el turismo de lujo beneficiará al desarrollo de la isla?	3,300	2,867	2,500	3,141	0,048
¿Cómo valoraría usted que el número de hoteles de cinco estrellas esté aumentando en Ibiza?	3,500	3,300	2,833	2,350	0,101

Fuente: elaboración propia.

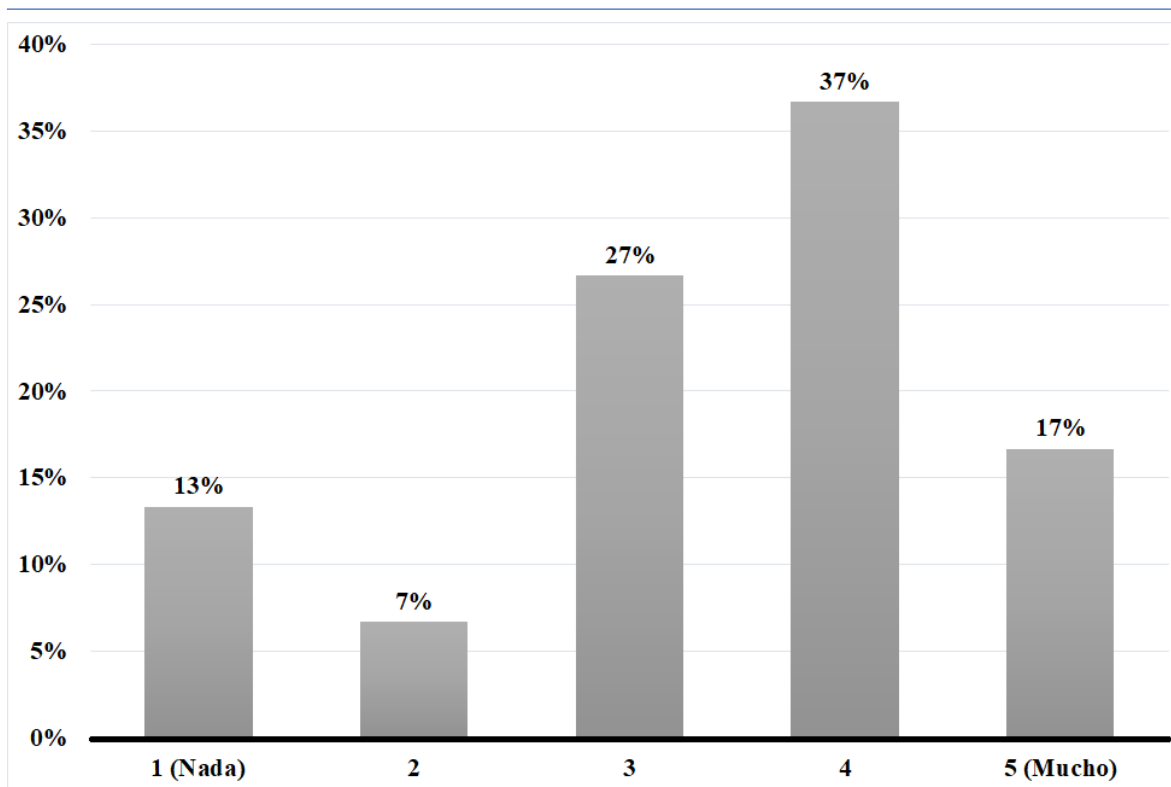
A los restaurantes se les preguntó: *¿Cuánto ha variado el gasto por persona en estos cinco últimos años?* Siendo la respuesta una escala de 1 a 5, siendo 1 “Nada” y 5 “Mucho”. Al igual que en el resto de preguntas cerradas el valor medio no aporta excesiva información debido a la elevada desviación estándar de la pregunta (Tabla 5). Si se analizan las frecuencias de las respuestas (Figura 3) se puede ver que la mayoría de los restaurantes de la muestra han visto cambios algo o bastante importantes en el gasto de sus clientes en el periodo 2014-2018. A pesar de ello, hay que tener en cuenta que un 13% no ha observado diferencias en el nivel de gasto de sus clientes y que el cambio no siempre ha sido a mejor y algunos afirman que ha cambiado pero a peor. Al comparar por municipios, el cambio ha sido mayor en Ibiza ciudad que en los otros núcleos de población (Tabla 6).

Tabla 5. Media aritmética y desviación estándar.

Pregunta	Nº Casos	Media Aritmética	Desviación Estándar
¿Cuánto ha variado el gasto por persona en estos cinco últimos años?	30	3,367	1,224

Fuente: elaboración propia.

Figura 3. Variación en el gasto (Restaurantes).



Fuente: elaboración propia.

Tabla 6. Resultado por sectores.

Pregunta	Eivissa (n=10)	S. Antoni (n=10)	S. Eulària (n=10)	F de Snedecor	p valor
¿Cuánto ha variado el gasto por persona en estos cinco últimos años?	4,000	3,300	2,800	2,602	0,093

Fuente: elaboración propia.

A los entrevistados de otros servicios complementarios se les preguntó: *¿Ha experimentado cambios significativos en el volumen de clientela que ha recibido en estos cinco últimos años?* Se trata de una pregunta abierta que posteriormente fue analizada agrupando las respuestas en categorías. El análisis de las respuestas no muestra una situación optimista: el 43,3% no ha observado cambios; el 30,0% ha bajado de clientes; y sólo el 26,7% ha mejorado sus cifras (Tabla 7). El balance general es que las cifras record de los años previos no se han traducido en mejoras claras para los sectores complementarios. Cuando se desglose por municipios (Tabla 7), Santa Eulària muestra un

balance positivo, Ibiza ciudad muy débilmente positivo y Sant Antoni claramente negativo (50% sin cambio y 50% con menos clientes).

Tabla 7. Balance de las Respuestas (Otros servicios).

	Eivissa (n=10)	S. Antoni (n=10)	S. Eulària (n=10)	Total (n=30)
Más Clientes	13,3%		13,3%	26,7%
Igual que Antes	10,0%	16,7%	16,7%	43,3%
Menos Clientes	10,0%	16,7%	3,3%	30,0%
Balance	Positivo	Negativo	Positivo	Negativo

Fuente: elaboración propia.

4.3 Diferencias por Municipios

Al comparar los datos de la muestra por núcleos de población, se observa que Ibiza ciudad es donde más se ha notado un cambio en el comportamiento de los turistas y son los más insatisfechos con la relación calidad-precio ofrecida a los turistas. Tampoco valoran en exceso el turismo de lujo y, sobre todo, los nuevos hoteles de cinco estrellas (muchas de las nuevas aperturas se produjeron en Ibiza ciudad). Por el contrario, Santa Eulària es la población que ha notado menos un cambio de comportamiento en los turistas y donde más se valora el turismo de lujo y las nuevas aperturas (Tabla 8).

Al revisar los datos desglosados para Eivissa (Tabla 9) no se observan diferencias significativas entre los sectores analizados. En el caso de Sant Antoni de Portmany, concretamente el núcleo urbano de Sant Antoni, solo hay diferencias ligeramente significativas en la valoración de la relación calidad-precio ofrecida a los turistas (Tabla 10), siendo los restaurantes mucho más críticos que el resto de sectores. En el caso de Santa Eulària des Riu, concretamente en su capital, sólo hay ligeras diferencias en la valoración del turismo de lujo: los hoteles consideran que ha beneficiado bastante a la isla; los restaurantes muestran una postura algo menos entusiasta; los otros servicios sólo moderadamente positiva (Tabla 11).

Tabla 8. Resultado por Municipio.

Pregunta	Eivissa (n=30)	S. Antoni (n=30)	S. Eulària (n=30)	F de Snedecor	p valor
¿Cuánto cree usted que la isla de Ibiza ha empeorado en	3,633	3,467	3,100	1,780	0,175

estos 50 años?					
¿En qué grado afecta la accesibilidad de la isla en invierno en su ambiente laboral?	3,733	3,533	3,600	0,159	0,854
¿En qué grado considera usted que ha cambiado el comportamiento de los turistas en estos últimos cinco años?	3,667	3,400	2,900	3,028	0,054
¿Está descompensada la relación calidad-precio en la oferta turística de Ibiza?	4,100	2,967	3,333	6,220	0,003
¿En qué grado piensa usted que el turismo de lujo beneficiará al desarrollo de la isla?	2,667	2,500	3,500	5,962	0,004
¿Cómo valoraría usted que el número de hoteles de cinco estrellas esté aumentando en Ibiza?	2,700	3,133	3,800	6,759	0,002

Fuente: elaboración propia.

Tabla 9. Resultado por Sectores (Eivissa).

Preguntas	Hoteles (n=10)	Restaur. (n=10)	Otr. Serv. (n=10)	F de Snedecor	p valor
¿Cuánto cree usted que la isla de Ibiza ha empeorado en estos 50 años?	3,700	3,600	3,600	0,019	0,981
¿En qué grado afecta la accesibilidad de la isla en invierno en su ambiente laboral?	4,300	3,800	3,100	1,733	0,196
¿En qué grado considera usted que ha cambiado el comportamiento de los turistas en estos últimos cinco años?	4,100	3,500	3,400	1,145	0,333
¿Está descompensada la relación calidad-precio en la oferta turística de Ibiza?	3,900	4,400	4,000	0,437	0,651
¿En qué grado piensa usted que el turismo de lujo beneficiará al desarrollo de la isla?	3,000	2,600	2,400	0,539	0,590
¿Cómo valoraría usted que el número de hoteles de cinco estrellas esté aumentando en Ibiza?	2,800	2,800	2,500	0,273	0,763

Fuente: elaboración propia.

Tabla 10. Resultado por Sectores (Sant Antoni de Portmany).

Preguntas	Hoteles (n=10)	Restaur. (n=10)	Otr. Serv. (n=10)	F de Snedecor	p valor
-----------	-------------------	--------------------	----------------------	------------------	---------

¿Cuánto cree usted que la isla de Ibiza ha empeorado en estos 50 años?	3,200	3,800	3,400	0,851	0,438
¿En qué grado afecta la accesibilidad de la isla en invierno en su ambiente laboral?	3,500	3,500	3,600	0,015	0,985
¿En qué grado considera usted que ha cambiado el comportamiento de los turistas en estos últimos cinco años?	3,500	3,700	3,000	0,909	0,415
¿Está descompensada la relación calidad-precio en la oferta turística de Ibiza?	2,500	3,700	2,700	2,742	0,082
¿En qué grado piensa usted que el turismo de lujo beneficiará al desarrollo de la isla?	2,800	2,400	2,300	0,628	0,541
¿Cómo valoraría usted que el número de hoteles de cinco estrellas esté aumentando en Ibiza?	3,800	2,900	2,700	1,832	0,179

Fuente: elaboración propia.

Tabla 11. Resultado por Sectores (Santa Eulària des Riu).

Preguntas	Hoteles (n=10)	Restaur. (n=10)	Otr. Serv. (n=10)	F de Snedecor	p valor
¿Cuánto cree usted que la isla de Ibiza ha empeorado en estos 50 años?	3,200	2,900	3,200	0,269	0,766
¿En qué grado afecta la accesibilidad de la isla en invierno en su ambiente laboral?	3,800	3,100	3,900	1,182	0,322
¿En qué grado considera usted que ha cambiado el comportamiento de los turistas en estos últimos cinco años?	3,200	2,400	3,100	1,049	0,364
¿Está descompensada la relación calidad-precio en la oferta turística de Ibiza?	3,700	3,200	3,100	0,626	0,543
¿En qué grado piensa usted que el turismo de lujo beneficiará al desarrollo de la isla?	4,100	3,600	2,800	3,146	0,059
¿Cómo valoraría usted que el número de hoteles de cinco estrellas esté aumentando en Ibiza?	3,900	4,200	3,300	2,132	0,138

Fuente: elaboración propia.

4.4 Respuesta a las Preguntas Generales Abiertas

La primera pregunta abierta era: *¿En qué aspectos ha cambiado el turismo de hace unos años a ahora?* Se trata de una pregunta abierta que posteriormente fue analizada agrupando las respuestas en categorías. Según los entrevistados, los cambios de los últimos

años han sido: Más Ricos (20,0%) y Exigentes (16,7%) para Santa Eulària; Más Conflictivo (50,0%) y Barato (43,3%) para Sant Antoni; Más Ricos (33,3%), Más Barato (20,0%) y Conflictivo (16,7%) para Ibiza ciudad (Tabla 12).

Tabla 12. Cambios en el turismo según los entrevistados.

Cambios	Eivissa	Sant Antoni	Santa Eulària	Isla de Ibiza
Más Barato	20,0%	43,3%	10,0%	24,4%
Más Conflictivo	16,7%	50,0%	3,3%	23,3%
Más Ricos	33,3%	13,3%	20,0%	22,2%
Menos Familias	13,3%	13,3%	3,3%	10,0%
Masificación	10,0%	10,0%	3,3%	7,8%
Más Exigentes	3,3%	0,0%	16,7%	6,7%
Más Variado	0,0%	10,0%	10,0%	6,7%
Más Fiesta	13,3%	3,3%	0,0%	5,6%
Menos Turistas	6,7%	0,0%	3,3%	3,3%
Más Jóvenes	0,0%	0,0%	6,7%	2,2%
Más Familiar	3,3%	0,0%	0,0%	1,1%
No Cambio	20,0%	16,7%	23,3%	20,0%

Fuente: elaboración propia.

Los tres cambios principales de la isla en los últimos años han sido:

- Aumento del turismo exigente de rentas altas, o turismo de lujo, principalmente en Ibiza ciudad y Santa Eulària: “*Los precios han aumentado por tanto el turismo de clase media ha disminuido. En cambio el turismo de lujo ha aumentado por el mismo motivo*” (Restaurante de Sant Antoni 06); “*Ya no vienen tanto los típicos jóvenes universitarios que vienen a tajarse si no que ahora empiezan a venir extranjeros con algo más de dinero, gente que no es tan vulgar ni fiestera. El turismo que hay ahora es de más calidad, vienen a ver la isla, las playas. Dejan aparte la fiesta*” (Hotel de Sant Antoni 06); “*Se ha profesionalizado más el sector en todos los aspectos, sobre todo la operativa turística y ha empezado a venir a Ibiza un tipo de turismo con unos estándares de calidad y exigencias y con medios económicos más altos que hace una década*” (Hotel de Eivissa 09). Pero este tipo de turismo también tiene críticas: “*Se tiende mucho al lujo, existe demasiada oferta de lujo y es un sector muy específico y muy cambiante, por lo que no es muy seguro. Y cada vez recibimos menos turismo familiar*” (Hotel de Eivissa 04); “*Antes venían turistas con menos capital y ahora con más, como hay muchos hoteles de alta gama*”

con servicios incluidos, el cliente opta menos por gastar fuera del hotel" (Hotel de Eivissa 08).

- Aumento del turismo conflictivo de rentas bajas, o turismo de "borrachera", en Sant Antoni y otras zonas: *"El turismo de hoy en día es el turismo barato del 'todo incluido'. Gente joven y derrochadora, que queramos o no, deja gran cantidad de dinero. Sin embargo, así como deja dinero, provoca grandes destrozos en las calles que suponen una gran inversión pública. Por tanto, no sé si se ve demasiado compensado"* (Restaurante de Sant Antoni 04); *"Ha cambiado mucho el comportamiento, hay más consumo de drogas y los intereses han cambiado, vienen más a fiestas que a visitar la isla como tal"* (Policía Local de Eivissa 04); *"Turismo cada vez más de fiesta que hace unos años, Ibiza ya no se vende como una isla de paz cultural y natural, si no como de fiesta. La mala imagen dada por la promoción del boca a boca al decir cosas que ocurren y que no ponen orden. La gente cada vez menos respetuosa que hace unos años"* (Taxi de Eivissa 09).
- Descenso del turismo familiar de rentas medias: *"Tenemos otro tipo de turismo en comparación a cuando la isla empezó a conocerse. Hemos pasado de familias que venían a disfrutar y a ver, a turismo de fiesta, lo peor de cada país, y las familias que llegan vienen a quedarse en los hoteles"* (Restaurante de Sant Antoni 07); *"El turismo de hace unos años era gente que venía a disfrutar de la isla, ver sus playas, probar la gastronomía típica, ver mundo nuevo. Cosa que ahora cambia debido a que Ibiza se conoce mundialmente por las discotecas y fiestas antes que por su belleza. Ya no atrae a familias sino a juventud universitaria que viene de fiesta y a liarla"* (Restaurante de Sant Antoni 09); *"El turismo ha cambiado en el sentido de que el low cost es más low cost y el de lujo es más absurdo si cabe, mucha diferencia entre lujo y barato y está perdiéndose el turismo para clase media"* (Hotel de Eivissa 01); *"Se nota más la diferencia entre el turismo de lujo y el económico, el segmento medio va desapareciendo"* (Hotel de Eivissa 03); *"Ha cambiado totalmente el modelo turístico, de bastante variado y turismo familiar, que ha ido desapareciendo se ha ido orientando a turismo de lujo y borrachera y las infraestructuras no están preparadas"* (Comercio de Eivissa 02)

La segunda pregunta abierta era: *¿Qué tipología turística considera que recibe más su municipio?* Se trata de una pregunta abierta que posteriormente fue analizada agrupando las respuestas en categorías. Según los entrevistados, los términos que definen mejor el turismo de sus localidades es: Familiar (46,7%), Mayores (26,7%) y Renta Alta (20,0%) para Santa Eulària; Borrachera (66,7%), Fiesta (16,7%) y Variado (16,7%) para Sant Antoni; Familiar (26,7%), Renta Alta (26,7%), Jóvenes (23,3%) y Variado (23,3%) para Ibiza capital (Tabla 13). Se observa una clara diferenciación entre los distintos núcleos urbanos de la isla: en Santa Eulària son parejas y familias de renta media o alta y edades medias o altas (incluyendo a turistas del IMSERSO); en Sant Antoni son jóvenes de renta baja que buscan

ocio nocturno, alcohol, etc. (el denominado despectivamente "turismo de borrachera"); y en la capital hay un turismo muy variado.

Tabla 13. Tipos de turismo según los entrevistados.

Tipología	Eivissa	Sant Antoni	Santa Eulària	Isla de Ibiza
Borrachera	6,7%	66,7%		24,4%
Familiar	26,7%		46,7%	24,4%
Renta Alta	26,7%		20,0%	15,6%
Variado	23,3%	16,7%	6,7%	15,6%
Jóvenes	23,3%		10,0%	11,1%
Fiesta	13,3%	16,7%		10,0%
Parejas	13,3%	3,3%	13,3%	10,0%
Mayores			26,7%	8,9%
Grupos			10,0%	3,3%
Negocios	6,7%			2,2%
Sol y Playa	3,3%	3,3%		2,2%

Fuente: elaboración propia.

5. CONCLUSIONES

La principal conclusión es el predominio de una visión pesimista sobre la evolución histórica y la situación actual de Ibiza. Esta visión pesimista está muy presente en la prensa y el relato de muchos intelectuales de la isla, centrándose en la pérdida de la tranquilidad y la cultura tradicional pero obviando el enriquecimiento material y cultural de la sociedad gracias al turismo. Este mismo pesimismo y negatividad se ve con el turismo de lujo. En la primera década del siglo XXI se inició un proceso de modernización de la oferta hotelera que permitió aumentar la calidad y categoría de muchos establecimientos, y con ello se abrió la posibilidad de un turismo de mayor poder adquisitivo, pero surgieron detractores que consideran que esta oferta expulsa a los residentes y al turismo familiar.

Los grandes beneficiados del turismo de lujo fueron los hoteles de mayor categoría y modernizados recientemente, siendo los servicios complementarios los menos beneficiados por un cambio del mercado que les ha sido impuesto desde otros sectores de la oferta turística. Pero también hay diferencias entre los tres núcleos urbanos analizados, ya que cada uno tiene una oferta y demanda distintas.

Ibiza ciudad ha vivido un importante cambio en los últimos años con diversas aperturas de hoteles cinco estrellas y mejoras en otros establecimientos que han atraído un importante

volumen de turistas de alto poder adquisitivo, pero aún no se ha acomodado totalmente la oferta a la nueva situación. San Antoni tiene un turismo de poder adquisitivo bajo, siendo testimonial el mercado de alto poder adquisitivo, y aún no se han producido cambios significativos en su oferta y demanda, más allá de algunas mejoras puntuales en infraestructuras públicas y privadas. Por el contrario, Santa Eulària fue la primera zona en desarrollar un turismo de alto poder adquisitivo y mantiene una oferta y demanda muy estable y consolidada, respaldada por más de una década de experiencia. Ello ha implicado tendencias opuestas en Sant Antoni (a peor) y Santa Eulària (a mejor) en las valoraciones de los empresarios sobre el turismo que reciben y en la evolución de las ventas.

Estos resultados confirman un desarrollo geográfico desigual y un planteamiento deficiente en el desarrollo de la oferta de lujo en la ciudad de Ibiza, mientras que Santa Eulària muestra un desarrollo más adecuado del turismo de alto poder adquisitivo. En los últimos años, Sant Antoni y Santa Eulària han seguido profundizando en sus turismos tradicionales mientras que la capital tiene una situación similar a la del conjunto de la isla.

Finalmente indicar que, en base a las opiniones de los encuestados y a las estadísticas oficiales, parece que la isla se encuentra en la fase de estancamiento del CVDT, pero tiene elementos de un posible rejuvenecimiento (fuerte imagen internacional y nuevos productos) y de un posible declive (descenso de turistas, colapso de los recursos y masificación). Para evitar que el estancamiento se convierta en un claro declive, las empresas han innovado en sus ofertas (principalmente la oferta de ocio nocturno) y las administraciones han puesto en marcha la promoción de los Nuevos Segmentos Estratégicos de Turismo, además de nuevas regulaciones municipales, insulares y autonómicas para poner orden en la oferta.

La situación actual y futura del turismo en Ibiza necesita más estudios y con muestras mucho más amplias para detectar indicios de declive y actuar con prontitud, más en los futuros tiempos post-pandemia, para evitar un desastre económico. En los futuros trabajos se deberá ampliar la muestra, el periodo de estudio y los elementos analizados para compensar las limitaciones del actual trabajo. Aun así la muestra utilizada es representativa del sentir de muchos empresarios y trabajadores del sector turístico de Ibiza.

BIBLIOGRAFÍA

- Berrozpe, A., Campo, S., & Yagüe, M. J. (2017). Understanding the identity of Ibiza, Spain. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 34(8), 1033-1046.
- Butler, R. W. (1980). The concept of a tourist area cycle of evolution: Implications for management of resources. *The Canadian Geographer*, 24(1), 5-12.
- Butler, R. W. (Ed.) (2006a). *The Tourism Area Life Cycle (Vol. 1): Applications and Modifications*. Channel View Publications.

Journal of Tourism and Heritage Research (2021), vol. 4, n° 1, pp. 124-147, Casero, B.; Escandell, M.; Espada, R.; Ferrer, A.; Redzhebova, S.; Martinez, A. & Ramón, J. "Ibiza: life cycle and evolution as a tourist destination"

Butler, R. W. (Ed.) (2006b). *The Tourism Area Life Cycle (Vol. 2): Conceptual and Theoretical Issues*. Channel View Publications.

Camisón, C., & Monfort, V. (1998). Estrategias de reposicionamiento para destinos turísticos maduros: el caso de la Costa Blanca. *Estudios Turísticos*, 135, 5-28.

Ibestat (2020). *Estadísticas*. Institut d'Estadística de les Illes Balears. Consultado el 10 de abril de 2020 de <http://ibestat.caib.es>

INE (2020). *Estadísticas*. Instituto Nacional de Estadística. Consultado el 10 de abril de 2020 de <http://www.ine.es>

Knowles, T., & Curtis, S. (1999). The market viability of European mass tourist destinations: A Post-Stagnation Life-Cycle Analysis. *International Journal of Tourism Research*, 1(2), 87-96.

Krendzelak, J. (2008). *Tourism in Ibiza Island and its destination life cycle* [Dissertation of Master]. University of Nottingham.

Maldonado, D. F., Moral, J., Quiroga, R., & Ramón, J. (2018). El turismo activo en las Pitiusas: una aproximación al marketing mix del sector. *International Journal of Scientific Management and Tourism*, 4(3), 149-165.

Pereira, P. (2020). *Un estudio de la situación turística actual de Ibiza desde la perspectiva de trabajadores turísticos* [Trabajo Final de Grado]. Universidad de Vigo.

Ramón, J. (2012). *Actitudes de los Residentes hacia el Turismo en Destinos Turísticos Consolidados: El Caso de Ibiza* [Tesis Doctoral]. Universitat de les Illes Balears.

Ramón, J. (2016a). Innovaciones tecnológicas en la atención al cliente: Ushuaïa Ibiza Beach Hotel y Hard Rock Hotel Ibiza. *International Journal of Information Systems and Tourism*, 1(1), 26-35.

Ramón, J. (2016b). Moda Adlib: de los hippies a los turistas. *International Journal of Scientific Management and Tourism*, 2(4), 177-206.

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

Ramón, J. (2017b). La Guerra Civil Española y la implicación de los residentes en el turismo: El caso de Ibiza. *Revista Iberoamericana de Turismo (RITUR)*, 7(2), 86-104.

Ramón, J. (2019). Reflexiones sobre el turismo de ocio nocturno de Ibiza. *Journal of Tourism and Heritage Research*, 2(4), 33-51.

Ramón, J., & Ramón, M. I. (2016). Arte de vanguardia en la Ibiza turística. *International Journal of Scientific Management and Tourism*, 2(2), 353-372.

Journal of Tourism and Heritage Research (2021), vol. 4, nº 1, pp. 124-147, Casero, B.; Escandell, M.; Espada, R.; Ferrer, A.; Redzhebova, S.; Martinez, A. & Ramón, J. "Ibiza: life cycle and evolution as a tourist destination"

-
- Ramón, J., & Serra, A. (2013a). Historia social del desarrollo turístico en Ibiza (décadas de 1960 y 1970). Análisis desde perspectivas historiográficas. *Investigaciones Turísticas*, 5, 86-109.
- Ramón, J., & Serra, A. (2013b). Simbiosis entre realidad e imagen en un destino turístico. *Hologramática*, 18(2), 3-22.
- Ramón, J., & Serra, A. (2013c). Tolerancia y desarrollo turístico: Sant Antoni en los años cincuenta. *CULTUR: Revista de Cultura e Turismo*, 7(2), 132-156.
- Ramón, J., & Serra, A. (2014a). Elementos de la contracultura de los años sesenta en la oferta turística de un destino maduro. *Revista Iberoamericana de Turismo (RITUR)*, 4(1), 110-124.
- Ramón, J., & Serra, A. (2014b). Historia del turismo en Ibiza: Aplicación del Ciclo de Vida del Destino Turístico en un destino maduro del Mediterráneo. *PASOS: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 12(4), 899-913.
- Ramón, J., & Serra, A. (2014c). Inicios del turismo y actitudes de los residentes: El caso de Ibiza (España). *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 23(1), 1-22.
- Ramón, J., & Serra, A. (2017). Posguerra e implicación de los residentes en Ibiza. *Gestión Turística*, 28, 8-30.
- Ramón, J., Azpelicueta, M. C., & Serra, A. (2015a). "Ibiza, Biodiversidad y Cultura": Evolución y potencial turístico de un emplazamiento Patrimonio Mundial. *International Journal of Scientific Management and Tourism*, 1(1), 109-133.
- Ramón, J., Azpelicueta, M. C., & Serra, A. (2015b). Ibiza Nightlife: Descripción de un referente mundial en su sector. *REDMARKA: Revista Digital de Marketing Aplicado*, 15(1), 101-139.
- Ramón, J., Peng, X., & Sánchez, M. D. (2017). Atractivos culturales para una diversificación del turismo en Ibiza. *Tourism and Hospitality International Journal*, 8(2), 93-113.
- Sánchez, M. D., & Ramón, J. (2017). Gestión de la innovación turística basada en los eventos musicales: El caso de Ibiza. *Revista en Administración de la Innovación Tecnológica, Económica y Sustentable (RAITES)*, 3(7), 30-48.
- Serra, A., & Ramón, J. (2017). Host community resignation to nightclub tourism. *Current Issues in Tourism*, 20(6), 566-579.
- Tomillero, E. & Ramón, J. (2020). Promoción institucional de la marca turística "Ibiza". *Gran Tour: Revista de Investigaciones Turísticas*, 21, 164-184.
- Torres, E. M., Álvarez, M., Moreno, V. E., Cardona, B., & Ramón, J. (2018). El marketing en el turismo náutico: el chárter de recreo en Ibiza. *International Journal of Scientific Management and Tourism*, 4(2), 521-537.