

Benet MAIMI i POU

IMPACTO ECONÓMICO DE LOS ALBERGUES DE
JUVENTUD EN CATALUNYA Y SU PAPEL COMO
DINAMIZADOR TURÍSTICO

Tesis doctoral

dirigida por

Dr. Joan RIPOLL i ALCÓN

Universitat Abat Oliba CEU

Facultad de Ciencias Sociales

Máster en Estudios Humanísticos y Sociales

Departamento de Economía y Empresa

2017

AGRADECIMIENTOS

Me gustaría agradecer primeramente a mi familia por su apoyo incondicional.

Debo agradecer de manera muy especial y sincera al Doctor Joan Ripoll, por aceptar dirigir esta tesis.

Quiero expresar también mi más sincero agradecimiento al señor Pep Serrano, director de Màrqueting i Producte de l'Agència Catalana de la Joventut de la Generalitat y al señor Albert Lamarca, consultor de estudios de opinión y a la Doctora Vanesa Berlanga, por su ayuda en el desarrollo de esta tesis.

Por último, y no menos importante, agradecer las opiniones y ayuda prestada del señor Maurici Ribé director del Albergue de l'Espluga de Francolí y del señor Xevi Sala director del Albergue Sant Joan de les Abadesses y a la señora Berta Auví de l'Hospitalet de l'Infant, asimismo a los distintos regidores y técnicos de turismo y promoción económica de los ayuntamientos dónde se ubican los albergues objeto de estudio de esta tesis.

RESUMEN

Resumen

La presente tesis doctoral pretende analizar el Impacto Social y Económico de los Albergues de Juventud en Catalunya en los municipios rurales o semirurales.

Este estudio parte de un primer marco teórico mediante un análisis de los alojamientos turísticos existentes en Cataluña. A partir de aquí, se desarrolla el conocimiento de que es un albergue juvenil y las normativas que los regulan. Posteriormente pasamos a un marco empírico, dónde se hace un análisis pormenorizado de los albergues rurales en Cataluña, extrayendo resultados de las distintas metodologías cuantitativas y cualitativas realizadas, definiendo así un modelo econométrico que nos permite calcular el impacto económico de los albergues en los municipios rurales o semirurales en Cataluña. Finalmente, se exponen unas conclusiones para determinar el impacto económico y social que tienen los albergues en los municipios objeto de estudio.

Resum

La present tesis doctoral pretén analitzar l'Impacte Social i Econòmic dels Albergs de Juventut a Catalunya en els municipis rurals o semirurals.

Aquest estudi parteix d'un primer marc teòric mitjançant un anàlisi dels allotjaments turístics existents a Catalunya. A partir d'aquí, es desenvolupa el coneixement de què és un alberg juvenil i les normatives que els regulen. Posteriorment passem a un marc empíric, on es fa un anàlisi pormenoritzat dels albergs rurals a Catalunya, extraient resultats de les diferents metodologies quantitatives i qualitatives realitzades, definint així un model economètric que ens permet calcular l'impacte econòmic dels albergs en els municipis rurals o semirurals a Catalunya. Finalment, s'exposen unes conclusions per a determinar l'impacte econòmic i social que tenen els albergs en els municipis objecte d'estudi.

Abstract

The present study aims to analyze the social and economic impact of the Youth Hostels in Catalonia in rural or semi-rural municipalities.

This study is based on an initial analysis of a theoretical framework through accommodation tourism in Catalonia. From there, we develop knowledge of what a youth hostel and regulations that regulate them. Then we move to a framework empirical analysis where a pormenoritzat hostels in rural Catalonia, extracting results of various quantitative and qualitative methodologies carried out, thus defining an econometric model that allows us to calculate the economic impact of the hostels in the rural municipalities or semirurals Catalonia. Finally, conclusions set out to determine the economic and social impact that have shelters in the municipalities studied.

Palabras claves

Alojamiento turístico – Albergues – Dinamizador turístico – Impacto económico – Instalaciones juveniles
--

Sumario

PARTE A. MARCO TEÓRICO

1. Introducción	13
2. Clasificación de los alojamientos turísticos catalanes	21
2.1. Descripción, clasificación y normativas de los alojamientos turísticos catalanes	21
2.2. Establecimientos hoteleros	23
2.3. Establecimientos de Camping	28
2.4. Establecimientos de Turismo Rural	29
2.5. Apartamentos turísticos	30
2.6. Instalaciones juveniles	31
2.7. Refugios de montaña	32
2.8. Viviendas de uso turístico	33
2.9. Requisitos mínimos para cada tipología de establecimiento	34
2.10. Conclusiones	51
3. Las instalaciones juveniles	53
3.1. Historia y evolución	53
3.2. El albergue de juventud	57
3.3. El alberguismo nacional e internacional	64
3.4. Modelos de gestión de los albergues en Cataluña: públicos, públicos de gestión privada y de gestión privada	75
3.5. Gestión albergues públicos	90
3.6. Los programas sociales y educativos y de tiempo libre: elemento de diferenciación con el resto de actividad turística	97
3.7. Promoción y difusión	104
3.8. Satisfacción entre usuarios	106

PARTE B. ANÁLISIS EMPIRICO

4. Análisis pormenorizado de los albergues rurales en Cataluña	117
4.1. Introducción	117
4.2. Descripción de las técnicas utilizadas	118
4.3. Justificación de las técnicas	121
4.4. Ficha técnica de la encuesta	122
4.5. Resultados de la encuesta autoadministrada	124
5. El modelo econométrico	171
5.1. Introducción	171
5.2. Especificación del modelo econométrico	171
5.3. Estimación del modelo econométrico	173
5.4. Validación del modelo econométrico	183
5.5. Interpretación de los resultados	184
6. El albergue como dinamizador económico de un municipio	185
6.1. Introducción	185
6.2. El albergue como dinamizador económico	185
6.2.1. Impacto económico del albergue de l'Espluga de Francolí	186
6.2.2. Impacto económico del albergue de Sant Joan de les Abadesses	190
6.2.3. Impacto económico del albergue de l'Hospitalet de l'Infant	194
6.2.4. Impacto económico agregado	198
6.3. Proyección de un nuevo albergue en Arenys de Mar	199
7. Conclusiones	203
Bibliografía	209
Anejos	213

Índice de tablas

Tabla 1. Tipo y número de alojamientos en Cataluña	22
Tabla 2. Número de hoteles y plazas totales por marca turística	24
Tabla 3. Número de hoteles apartamento y plazas totales por marca turística	25
Tabla 4. Número de paradores y plazas por marca turística	26
Tabla 5. Número de balnearios y plazas totales por marca turística	27
Tabla 6. Número de hostales y pensiones y plazas por marca turística	27
Tabla 7. Número de campings y plazas por marca turística	28
Tabla 8. Número de establecimientos de turismo rural y plazas por marca turística	29
Tabla 9. Número de apartamentos turísticos y plazas por marca turística	31
Tabla 10. Número de instalaciones juveniles por provincia según tipología de la instalación	32
Tabla 11. Número de plazas de las instalaciones juveniles por provincia según tipología de la instalación	32
Tabla 12. Número de refugios de montaña por provincia	33
Tabla 13. Número de viviendas de uso turístico y plazas por marca turística	34
Tabla 14. Clasificación de los balnearios según su tratamiento termal	41
Tabla 15. Comparativa requisitos mínimos según normativas vigentes en Cataluña de los hoteles de una estrella o básicos y los albergues	52
Tabla 16. Evolución del número total de instalaciones juveniles autorizadas en Cataluña	57
Tabla 17. Países con presencia de Hostelling International en el mundo	68
Tabla 18. Asociaciones de albergues juveniles miembros de pleno derecho de la EUFED	70
Tabla 19. Organismos juveniles según su Comunidad Autónoma	72
Tabla 20. Distribución de los albergues españoles según su Comunidad Autónoma	72
Tabla 21. Categorías del Carné de Alberguista	21
Tabla 22. Radiografía actual de los albergues en Cataluña (año 2012)	75
Tabla 23. Distribución de instalaciones y plazas por provincias	75
Tabla 24. Relación de los albergues públicos de gestión propia de la Generalitat de Catalunya	79
Tabla 25. Relación de albergues de titularidad pública de gestión privada	81
Tabla 26. Relación de albergues de gestión privada de entidades del tercer sector	82
Tabla 27. Relación de albergues de gestión privada en Cataluña	84
Tabla 28. Albergues públicos de gestión propia de la Generalitat de Catalunya	90
Tabla 29. Evolución de la ocupación/pernoctación anual de los albergues públicos de la ACJ (comparativa años 2006-2011-2016)	92
Tabla 30. Reservas realizadas por internet según albergue de juventud. (año 2016)	96
Tabla 31. Valoración de la amabilidad y atención del personal del comedor	107
Tabla 32. Valoración de la amabilidad y atención del personal de recepción	108
Tabla 33. Modo de conocimiento de los albergues	108
Tabla 34. Valoración de la gestión que se hace en la instalación con respecto a la recogida selectiva de residuos.	109
Tabla 35. Valoración de la promoción que se hace en la instalación con respecto a la eficiencia y el ahorro energético	109
Tabla 36. Valoración de la promoción que se hace en la instalación con respecto al ahorro de agua	109
Tabla 37. Valoración del confort del comedor	110
Tabla 38. Valoración general del servicio durante su estancia	110
Tabla 39. Valoración del equipamiento del cuarto de baño	111
Tabla 40. Valoración del equipamiento de las salas	111
Tabla 41. Valoración del equipamiento de las zonas deportivas	111
Tabla 42. Valoración del equipamiento de la habitación	112
Tabla 43. Utilización de la Xarxa Nacional d'Albergs Socials de Catalunya (XANASCAT)	112
Tabla 44. Valoración de la información facilitada por el personal de recepción	112
Tabla 45. Valoración de la limpieza	113
Tabla 46. Valoración de la limpieza del comedor	113
Tabla 47. Valoración de la presentación de los platos	113
Tabla 48. Valoración de la calidad de los alimentos	114
Tabla 49. Valoración de la cantidad de los alimentos	114

Tabla 50. Ficha técnica	123
Tabla 51. Número de usuarios entrevistados por albergue	123
Tabla 52. Número de noches que se han alojado en el albergue los usuarios	127
Tabla 53. Número de veces que ha venido al albergue anteriormente a esta ocasión	129
Tabla 54. Número de veces que ha visitado la comarca dónde se ubica el albergue	130
Tabla 55. Gasto medio por persona en alojamiento en el albergue	135
Tabla 56. Gasto medio por persona en alojamiento en el albergue según número de personas que se han alojado	135
Tabla 57. Gasto medio por persona en alojamiento en el albergue según número de noches que se han alojado	135
Tabla 58. Gasto medio por persona en alojamiento en el albergue según si ya había visitado anteriormente el albergue	136
Tabla 59. Gasto medio por persona en alojamiento en el albergue según si ya había visitado anteriormente la comarca dónde se ubica el albergue	136
Tabla 60. Gasto medio por persona en alojamiento en el albergue según valoración de su estancia en el albergue	137
Tabla 61. Gasto medio por persona en alojamiento en el albergue según intención de volver al albergue	137
Tabla 62. Resumen del gasto medio por persona realizado por los usuarios en actividades del albergue	138
Tabla 63. Gasto medio por persona en vending en el albergue	138
Tabla 64. Gasto medio por persona en vending en el albergue según número de personas que se han alojado	139
Tabla 65. Gasto medio por persona en vending en el albergue según número de noches que se han alojado	139
Tabla 66. Gasto medio por persona en vending en el albergue según si ya había visitado anteriormente el albergue	140
Tabla 67. Gasto medio por persona en vending en el albergue según si ya había visitado anteriormente la comarca dónde se ubica el albergue	140
Tabla 68. Gasto medio por persona en vending en el albergue según valoración de su estancia en el albergue	140
Tabla 69. Gasto medio por persona en vending en el albergue según intención de volver al albergue	140
Tabla 70. Gasto medio por persona en souvenirs en el albergue	141
Tabla 71. Gasto medio por persona en souvenirs en el albergue según número de personas que se han alojado	142
Tabla 72. Gasto medio por persona en souvenirs en el albergue según número de noches que se han alojado	142
Tabla 73. Gasto medio por persona en souvenirs en el albergue según si ya había visitado anteriormente la comarca dónde se ubica el albergue	143
Tabla 74. Gasto medio por persona en souvenirs en el albergue según valoración de su estancia en el albergue	143
Tabla 75. Gasto medio por persona en souvenirs en el albergue según intención de volver al albergue	143
Tabla 76. Gasto medio por persona en excursiones organizadas por el albergue	144
Tabla 77. Gasto medio por persona en excursiones organizadas por el albergue según número de personas que se han alojado	144
Tabla 78. Gasto medio por persona en excursiones organizadas por el albergue según número de noches que se han alojado	145
Tabla 79. Gasto medio por persona en excursiones organizadas por el albergue según valoración de su estancia en el albergue	145
Tabla 80. Gasto medio por persona en visitas organizadas por el albergue según intención de volver al albergue	147
Tabla 81. Gasto medio por persona en visitas organizadas por el albergue según número de personas que se han alojado	147
Tabla 82. Gasto medio por persona en visitas organizadas por el albergue según número de noches que se han alojado	147

Tabla 83. Gasto medio por persona en visitas organizadas por el albergue según si ya había visitado anteriormente el albergue	148
Tabla 84. Gasto medio por persona en visitas organizadas por el albergue según si ya había visitado anteriormente la comarca dónde se ubica el albergue	148
Tabla 85. Gasto medio por persona en visitas organizadas por el albergue según valoración de su estancia en el albergue	148
Tabla 86. Gasto medio por persona en visitas organizadas por el albergue según intención de volver al albergue	148
Tabla 87. Gasto medio por persona en actividades de ocio organizadas por el albergue según intención de volver al albergue	149
Tabla 88. Gasto medio por persona en actividades de ocio organizadas por el albergue según número de personas que se han alojado	150
Tabla 89. Gasto medio por persona en actividades de ocio organizadas por el albergue según número de noches que se han alojado	150
Tabla 90. Gasto medio por persona en actividades de ocio organizadas por el albergue según si ya había visitado anteriormente la comarca dónde se ubica el albergue	150
Tabla 91. Gasto medio por persona en actividades de ocio organizadas por el albergue según valoración de su estancia en el albergue	151
Tabla 92. Gasto medio por persona en actividades de ocio organizadas por el albergue según intención de volver al albergue	151
Tabla 93. Resumen del gasto medio por persona realizado por los usuarios en actividades de fuera del albergue	152
Tabla 94. Gasto medio por persona en establecimientos de restauración y lugar dónde se ha realizado	153
Tabla 95. Gasto medio por persona en establecimientos de restauración según número de personas que se han alojado y lugar dónde se ha realizado	153
Tabla 96. Gasto medio por persona en establecimientos de restauración según número de noches que se han alojado y lugar dónde se ha realizado	154
Tabla 97. Gasto medio por persona en establecimientos de restauración según si ya había visitado anteriormente el albergue y lugar dónde se ha realizado	154
Tabla 98. Gasto medio por persona en establecimientos de restauración según si ya había visitado anteriormente la comarca dónde se ubica el albergue y lugar dónde se ha realizado	154
Tabla 99. Gasto medio por persona en establecimientos de restauración según valoración de su estancia en el albergue y lugar dónde se ha realizado	155
Tabla 100. Gasto medio por persona en establecimientos de restauración según intención de volver al albergue y lugar dónde se ha realizado	155
Tabla 101. Gasto medio por persona en compras de alimentación y lugar dónde se han realizado	156
Tabla 102. Gasto medio por persona en compras de alimentación según número de personas que se han alojado y lugar dónde se ha realizado	156
Tabla 103. Gasto medio por persona en compras de alimentación según número de noches que se han alojado y lugar dónde se ha realizado	157
Tabla 104. Gasto medio por persona en compras de alimentación según si ya había visitado anteriormente el albergue y lugar dónde se ha realizado	157
Tabla 105. Gasto medio por persona en compras de alimentación según si ya había visitado anteriormente la comarca dónde se ubica el albergue y lugar dónde se ha realizado	157
Tabla 106. Gasto medio por persona en compras de alimentación según valoración de su estancia en el albergue y lugar dónde se ha realizado	158
Tabla 107. Gasto medio por persona en compras de alimentación según intención de volver al albergue y lugar dónde se ha realizado	158
Tabla 108. Gasto medio por persona en souvenirs y lugar dónde se han realizado	159
Tabla 109. Gasto medio por persona en souvenirs según número de personas que se han alojado y lugar dónde se ha realizado	159
Tabla 110. Gasto medio por persona en souvenirs según número de noches que se han alojado y lugar dónde se ha realizado	160
Tabla 111. Gasto medio por persona en souvenirs según si ya había visitado anteriormente el albergue y lugar dónde se ha realizado	160

Tabla 112. Gasto medio por persona en souvenirs según si ya había visitado anteriormente la comarca dónde se ubica el albergue y lugar dónde se ha realizado	160
Tabla 113. Gasto medio por persona en souvenirs según valoración de su estancia en el albergue y lugar dónde se ha realizado	161
Tabla 114. Gasto medio por persona en souvenirs según intención de volver al albergue y lugar dónde se ha realizado	161
Tabla 115. Gasto medio por persona en entradas a museos, visitas culturales y lugar dónde se han realizado	162
Tabla 116. Gasto medio por persona en entradas a museos, visitas culturales según número de personas que se han alojado y lugar dónde se ha realizado	162
Tabla 117. Gasto medio por persona en entradas a museos, visitas culturales según número de noches que se han alojado y lugar dónde se ha realizado	163
Tabla 118. Gasto medio por persona en entradas a museos, visitas culturales según si ya había visitado anteriormente el albergue y lugar dónde se ha realizado	163
Tabla 119. Gasto medio por persona en entradas a museos, visitas culturales según si ya había visitado anteriormente la comarca dónde se ubica el albergue y lugar dónde se ha realizado	163
Tabla 120. Gasto medio por persona en entradas a museos, visitas culturales según valoración de su estancia en el albergue y lugar dónde se ha realizado	164
Tabla 121. Gasto medio por persona en entradas a museos, visitas culturales según intención de volver al albergue y lugar dónde se ha realizado	164
Tabla 122. Gasto medio por persona en ocio nocturno y lugar dónde se ha realizado	165
Tabla 123. Gasto medio por persona en ocio nocturno según número de personas que se han alojado y lugar dónde se ha realizado	165
Tabla 124. Gasto medio por persona en ocio nocturno según número de noches que se han alojado y lugar dónde se ha realizado	165
Tabla 125. Gasto medio por persona en ocio nocturno según si ya había visitado anteriormente el albergue y lugar dónde se ha realizado	166
Tabla 126. Gasto medio por persona en ocio nocturno según si ya había visitado anteriormente la comarca dónde se ubica el albergue y lugar dónde se ha realizado	166
Tabla 127. Gasto medio por persona en ocio nocturno según valoración de su estancia en el albergue y lugar dónde se ha realizado	166
Tabla 128. Gasto medio por persona en ocio nocturno según intención de volver al albergue y lugar dónde se ha realizado	166
Tabla 129. Gasto medio por persona en actividades lúdicas durante el día y lugar dónde se ha realizado	167
Tabla 130. Gasto medio por persona en actividades lúdicas durante el día según número de personas que se han alojado y lugar dónde se ha realizado	167
Tabla 131. Gasto medio por persona en actividades lúdicas durante el día según número de noches que se han alojado y lugar dónde se ha realizado	168
Tabla 132. Gasto medio por persona en actividades lúdicas durante el día según si ya había visitado anteriormente el albergue y lugar dónde se ha realizado	168
Tabla 133. Gasto medio por persona en actividades lúdicas durante el día según si ya había visitado anteriormente la comarca dónde se ubica el albergue y lugar dónde se ha realizado	168
Tabla 134. Gasto medio por persona en actividades lúdicas durante el día según valoración de su estancia en el albergue y lugar dónde se ha realizado	169
Tabla 135. Gasto medio por persona en actividades lúdicas durante el día según intención de volver al albergue y lugar dónde se ha realizado	169
Tabla 136. Estimación parámetro del Modelo Económico	174
Tabla 137. Matriz de correlaciones	179
Tabla 138. Contraste de White	182
Tabla 139. Contraste de Breusch-Pagan	183
Tabla 140. Análisis de Varianza	183
Tabla 141. Especificación de la fórmula utilizada	185
Tabla 142. Número de usuarios y cálculo impacto económico del albergue de l'Espluga de Francolí	186
Tabla 143. Ingresos consolidados por capítulos. Previsión inicial. Año 2016	186

Tabla 144. Gastos consolidados por capítulos. Créditos iniciales. Año 2016	187
Tabla 145. Alojamientos turísticos en la Espluga de Francolí	187
Tabla 146. Número de usuarios y cálculo impacto económico del albergue de Sant Joan de les Abadesses	190
Tabla 147. Ingresos consolidados por capítulos. Previsión inicial. Año 2016	191
Tabla 148. Gastos consolidados por capítulos. Créditos iniciales. Año 2016	191
Tabla 149. Alojamientos turísticos en el municipio y la comarca	192
Tabla 150. Número de usuarios y cálculo impacto económico del albergue de l'Hospitalet de l'Infant	194
Tabla 151. Ingresos consolidados por capítulos. Previsión inicial. Año 2016	195
Tabla 152. Gastos consolidados por capítulos. Créditos iniciales. Año 2016	195
Tabla 153. Alojamientos turísticos en el municipio y la comarca	196
Tabla 154. Cálculo impacto económico agregada de los albergues analizados	198
Tabla 155. Alojamientos turísticos en el municipio y la comarca	202

Índice de gráficos

Gráfico 1. Evolución de la ocupación/pernoctación de los albergues públicos gestionados por la Agencia Catalana de la Juventud (comparativa años 2006-2011-2016)	91
Gráfico 2. Evolución de la ocupación/pernoctación mensual de los albergues públicos de la ACJ (comparativa años 2006-2011-2016)	92
Gráfico 3. Usuarios de los albergues de la Agència Catalana de Joventut	93
Gráfico 4. Usuarios de fuera de Cataluña	94
Gráfico 5. Distribución de las reservas realizadas en albergues públicos	96
Gráfico 6. Media de las valoraciones	115
Gráfico 7. Comarca de residencia de los usuarios del albergue de l'Espluga de Francolí	124
Gráfico 8. Comarca de residencia de los usuarios del albergue de Sant Joan de les Abadesses	125
Gráfico 9. Comarca de residencia de los usuarios del albergue de Vandellòs y L'Hospitalet de l'Infant	125
Gráfico 10. Número de personas que se alojan en el albergue	126
Gráfico 11. Número de noches que se han alojado en el albergue los usuarios	127
Gráfico 12. Ha pernoctado anteriormente en este albergue	128
Gráfica 13. Número de veces que ha venido al albergue anteriormente	128
Gráfica 14. Ha visitado alguna vez la comarca donde se ubica el albergue	129
Gráfica 15. Número de veces que ha visitado la comarca donde se ubica el albergue	130
Gráfica 16. Motivo de elección del albergue	131
Gráfica 17. Aspecto relevante de su estancia en el albergue	131
Gráfica 18. Aspecto relevante de su estancia en la zona donde se ubica el albergue	132
Gráfica 19. Intención de volver a hospedarse en el albergue donde se ha alojado	133
Gráfico 20. Variable estimada	177
Gráfico 21. Análisis de los errores o residuos	178
Gráfico 22. Residuos de la regresión	180
Gráfico 23. Residuos de la regresión	181
Gráfico 24. Número de habitantes por género	188
Gráfico 25. Número de habitantes por género y edad	189
Gráfico 26. Distribución de las actividades económicas en el municipio	190
Gráfico 27. Número de habitantes por género	192
Gráfico 28. Número de habitantes por género y edad	193
Gráfico 29. Distribución de las actividades económicas en el municipio	194
Gráfico 30. Número de habitantes por género	196
Gráfico 31. Número de habitantes por género y edad	197
Gráfico 32. Distribución de las actividades económicas en el municipio	198
Gráfico 33. Número de habitantes por género	200
Gráfico 34. Número de habitantes por género y edad	201
Gráfico 35. Distribución de las actividades económicas en el municipio	202

Índice de figuras

Figura 1. Logotipo hotel	23
Figura 2. Logotipo hotel-apartamento	24
Figura 3. Logotipo paradores	25
Figura 4. Logotipo grupo hostales y pensiones	27
Figura 5. Logotipo camping	28
Figura 6. Logotipo apartamentos turísticos	30
Figura 7. Logotipo de Hostelling Internacional	65
Figura 8. Logotipo de EUFED	69
Figura 9. Logotipo REAJ	71
Figura 10. Carné de alberguista	74
Figura 11. Situación de los albergues que forman parte de XANASCAT (año 2017)	76
Figura 12. Esquema normativa a cumplir para la obertura de un albergue en Cataluña	87
Figura 13. Procedencia de los usuarios catalanes	94

Sumario anejos

Anejo 1. Modelo de encuesta a usuarios de los albergues	213
Anejo 2. Modelo de encuesta a directores de los albergues	223
Anejo 3. Requisitos mínimos de los establecimientos hoteleros	227
Anejo 4. Historia de los albergues catalanes	245
Anejo 5. Estatutos que rigen el consorcio de la “Red Española de Albergues Juveniles	253
Anejo 6. Normativa de los albergues catalanes	257

PARTE A: MARCO TEÓRICO

1. INTRODUCCIÓN

1.1. Motivación y justificación de la investigación

Un albergue juvenil, de juventud, u hostel, es un lugar que alquila alojamiento, particularmente alentando las actividades al aire libre y el intercambio cultural entre jóvenes de distintos países.

La ubicación de un albergue en un determinado municipio propicia unas sinergias positivas, ya sea en el municipio como en sus alrededores, como son la creación de puestos de trabajo, la proliferación de actividades turísticas para satisfacer las necesidades de los huéspedes y la mejora económica, ya sea en tasas y tributos municipales (desde el año 2012 se paga una tasa turística por cada persona hospedada) como en compras en los comercios del municipio.

Este impacto creemos que surge con mayor fuerza en aquellos municipios rurales o semirurales (poblaciones entorno a los 5.000 habitantes), dónde además existe poca oferta de alojamientos turísticos privados (hoteles, hostales, campings, apartamentos turísticos,...). Por este motivo, nos centraremos a lo largo de esta investigación, en municipios de esta tipología y hábitat.

La proliferación constante de instalaciones juveniles promovidas por el sector público o semipúblico para la dinamización económica de un territorio nos llevan a preguntarnos y demostrar que los albergues son instalaciones turísticas debido al gran impacto que conlleva su implantación en el territorio.

En dicho trabajo nos vamos a centrar en el ámbito de la comunidad autónoma de Catalunya y que sean de titularidad pública. Los municipios seleccionados han sido L'Espluga de Francolí, L'Hospitalet de l'Infant – Vandellòs i Sant Joan de les Abadesses.

Los motivos de selección de dichos municipios son por un lado que pertenecen a un ámbito rural o semirural y por otro lado, su ubicación, ya que uno de ellos pertenece a un municipio costero (L'Hospitalet de l'Infant – Vandellòs), el segundo a un municipio situado en las comarcas centrales catalanes (L'Espluga de Francolí) y el tercero por ubicarse en un ámbito montañoso (Sant Joan de les Abadesses).

1.2. Objetivos e hipótesis

I. Objeto de estudio

La comunidad autónoma de Cataluña actualmente es una potencia turística de primera magnitud como demuestran los datos turísticos del 2016 con 65.763.600 pernoctaciones generadas y con más de 15.000.000.000€ de volumen de negocio, que además, ocupa entre 310.000 y 350.000 personas, cifras que suponen entre un 14% y un 15% de la ocupación total catalana. En relación con el Estado español, Cataluña consolida su primera posición como destino turístico y uno de cada cuatro extranjeros que llegan al estado escogen dicha comunidad autónoma. (XANASCAT, 2016).

La oferta de alojamiento catalana cuenta con 8.759 instalaciones y 670.401 plazas disponibles en el año 2016, según datos de la Agencia Catalana de Turismo.

Estos alojamientos se dividen, según la tipología de las instalaciones, en: Establecimientos hoteleros, Campings, Establecimientos de turismo rural y Apartamentos turísticos y viviendas de uso turístico.

Paralelamente, en Cataluña, y siguiendo movimientos aparecidos en Alemania, a principios del siglo pasado, se conforma una red natural de instalaciones juveniles, conocidas en Europa como Hostels, dirigidas, inicialmente, en exclusiva a instituciones juveniles y escuelas que han ido creciendo y actualizando sus funciones y que, actualmente ofrece según la Direcció General de Joventut de la Generalitat de Cataluña, órgano competente en la regulación de las instalaciones juveniles en Cataluña, 523 instalaciones, con un total de 48.592 plazas diarias que podrían generar un ocupación máxima, en el caso de plena ocupación, de más de 17.736.080 de pernoctaciones.(Fuente: Direcció General de Joventut de la Generalitat de Cataluña, año 2016).

Dentro de las instalaciones juveniles encontramos las siguientes tipologías: Albergues, Casas de colonias, Campamentos juveniles y Aulas de naturaleza y granjas escuelas.

Las instalaciones juveniles no son consideradas en Cataluña alojamiento turístico, por tanto, las pernoctaciones generadas en estos establecimientos no computan en las estadísticas turísticas oficiales y tampoco existe un registro real ni legal de las ocupaciones de estos alojamientos. En la misma dirección y por el hecho de no ser regulados ni reconocidos como establecimientos turísticos, los órganos competentes en esta materia en

difusión y promoción tanto nacional como internacional no los difunden, promocionan, ni comercializan ni los incluyen en ninguna de sus publicaciones o ediciones.

El objetivo de esta tesis doctoral es demostrar que dentro de las instalaciones juveniles, los albergues, con 248 instalaciones y 22.131 plazas diarias, son por su estructura, servicio y tipología de usuarios, instalaciones análogas a las turísticas y que son, por tanto, motor económico y social con peso relativo en las poblaciones donde están ubicados, centrándonos en aquellos albergues que se ubican en municipios rurales o semirurales (poblaciones entorno a 5.000 habitantes).

Especialmente en la última década los albergues han alternado su función social reconocida, centrada especialmente en elaborar, desarrollar y ofrecer programas que se realicen en los albergues y que faciliten el descubrimiento del territorio, la historia, la cultura y la naturaleza de Cataluña. Potenciar la participación y emancipación juveniles mediante la creación de programas para jóvenes y, en particular, estancias de temporada para menores con componentes de carácter lúdico, educativo y proporcionar medios para fortalecer el asociacionismo catalán, poniendo a disposición de las organizaciones y entidades, instalaciones, espacios y actividades adecuados para su desarrollo. Con una actividad claramente turística adaptando sus instalaciones a nuevas tipologías de usuarios, especialmente familias y ofreciendo paquetes turísticos tanto a potenciales clientes nacionales o internacionales. Incluso cambiando el sistema de venta tradicional en estas instalaciones, que era la cama, por una venta más turística, principalmente por habitaciones. Utilizan, además, para fomentar su ocupación criterios comerciales y empresariales, análogos a los utilizados por cualquiera de los establecimientos turísticos oficiales.

Esta tesis pretende demostrar las siguientes hipótesis de trabajo:

- H₁: un albergue es un alojamiento turístico similar a otros establecimientos.
- H₂: el tamaño de población influye en el impacto económico del albergue.
- H₃: el albergue constituye un dinamizador turístico de los municipios en los que se ubican.

1.3. Metodología

Las metodologías utilizadas han consistido en la realización de técnicas cuantitativas y cualitativas para la extracción de los pertinentes resultados con la finalidad de poder demostrar las hipótesis de trabajo anteriormente descritas.

Con el fin de obtener los datos necesarios para dicho trabajo, y de acuerdo con las necesidades del proyecto, la recogida de la información se ha hecho utilizando:

Fuentes primarias: aquellos datos obtenidos mediante información nueva y original, resultado de un trabajo intelectual, que en nuestro caso han sido metodologías cuantitativas y cualitativas. A continuación procederemos a explicitar las metodologías utilizadas en dicho estudio:

Metodología cuantitativa: la investigación o metodología cuantitativa es el procedimiento de decisión que pretende decidir, entre ciertas alternativas, usando magnitudes numéricas que pueden ser tratadas mediante herramientas del campo de la estadística.

Para que exista metodología cuantitativa se requiere que, entre los elementos del problema de investigación, exista una relación cuya naturaleza sea representable por algún modelo numérico ya sea lineal, exponencial o similar. Es decir, que haya claridad entre los elementos de investigación que conforman el problema, que sea posible definirlo, limitarlo y saber exactamente dónde se inicia el problema, en qué dirección va y de qué tipo es la relación entre sus elementos:

- Su naturaleza es descriptiva.
- Permite al investigador “predecir” el comportamiento del consumidor.
- Los métodos de investigación incluyen: Experimentos y Encuestas.
- Los resultados son descriptivos y pueden ser generalizados.

Así pues, las metodologías cuantitativas utilizadas en dicho trabajo son las siguientes:

1. Encuestas auto administradas: la encuesta auto administrada es la encuesta que se lleva a cabo empleando cuestionarios auto administrados. Se le denomina auto administrada a esta modalidad porque prescinde, en términos generales, de la necesidad de encuestadores. Dentro del tipo de encuesta autoadministrada existen algunos subtipos característicos: la encuesta por correo, la encuesta por mail y la encuesta entregada en mano. En todos los casos el respondiente mismo es quien completa el cuestionario o

formulario de encuesta de acuerdo con ciertas instrucciones, que deben ser sumamente claras.

2. Entrevistas presenciales a comercios: las encuestas presenciales se pueden realizar en distintos lugares: vivienda del encuestado, centro de trabajo, en la calle, en un determinado centro o establecimiento.... La encuesta presencial genera una mayor tasa de rechazo y una menor tasa de abandonos una vez comenzada la entrevista que el resto de entrevistas. El cuestionario se administra mediante entrevista personal a cada uno de los individuos incluidos en la muestra.

Con el objetivo de conocer también la valoración por parte de otros sectores del municipio del impacto económico que generan los albergues en el municipio, se han realizado una serie de entrevistas personales en los principales comercios y motores económicos de los municipios en los que se ubican los albergues objeto de estudio.

Metodología cualitativa: la investigación cualitativa o metodología cualitativa hace referencia a un grupo de métodos de investigación de base lingüístico-semiótica usados principalmente en ciencias sociales. Se suele considerar técnicas cualitativas todas aquellas distintas a la encuesta y al experimento. Es decir, entrevistas abiertas, grupos de discusión o técnicas de observación y observación del participante. La investigación cualitativa recoge los discursos completos de los sujetos, para proceder luego a su interpretación, analizando las relaciones de significado que se producen en determinada cultura o ideología.

En este sentido y obedeciendo a lo descrito anteriormente, se ha procedido a la realización de un guión de la entrevista orientado a conocer por parte de los directores de los albergues anteriormente citados y a los representantes municipales dónde se ubica el albergue, ya sean los concejales de turismo o responsables de promoción económica del municipio, con la influencia social, turística y económica, que tiene dicha instalación en el municipio.

Se preparó una encuesta auto administrada (ver anejo 1 modelo de encuestas a usuarios) para cada uno de los albergues objeto de estudio y, aprovechando el momento de la recogida del material del trabajo de campo y contando con la colaboración de los distintos directores de los albergues, se les citó a ellos y a los responsables municipales pertinentes para la realización de la entrevista en profundidad (ver anejo 2 modelo de encuestas a directores de los albergues).

Todas las entrevistas en profundidad fueron grabadas para su posterior transcripción y obtención de los principales resultados obtenidos en las mismas.

Fuentes secundarias: aquellos datos obtenidos mediante información ya existente organizada, elaborada, producto de análisis, extracción o reorganización que refiere a documentos primarios originales. Las principales referencias bibliográficas seleccionadas para la realización de dicho trabajo se han recogido tanto de documentos y libros de referencia, como referencias de internet.

1.4. Estructura del trabajo

La investigación llevada a cabo se compone de cinco capítulos, distribuidos en dos partes bien diferenciadas. La primera de ellas es la parte marco teórico y la segunda es la parte empírica. A continuación procederemos a explicar la estructura de dicho trabajo.

La primera parte, describe el marco teórico que enumera el análisis posterior. Este apartado se compone de dos capítulos, el primero de ellos es la clasificación de los alojamientos turísticos catalanes, dónde describimos qué es un alojamiento turístico, en todas sus modalidades, tipología, número de cada tipo de alojamiento, su clasificación, su estructura y las normativas para cada uno de ellos. En dicho apartado se demostrará como un albergue puede ser considerado como un alojamiento turístico, ya que en la actualidad, no se clasifica como tal.

En el segundo capítulo de la parte descriptiva, denominado las instalaciones juveniles, enfocamos el objetivo sobre un análisis descriptivo de las instalaciones juveniles que comprende la historia y evolución de los albergues de juventud, definimos qué es un albergue de juventud, ubicamos el alberguismo nacional e internacional, analizamos los modelos de gestión de los albergues en Cataluña ya sean públicos, públicos de gestión privada y de gestión privada, cómo se gestionan los albergues públicos catalanes, qué programas sociales, educativos y de tiempo libre ofrecen los albergues catalanes, cómo se promocionan dichos establecimientos y, finalmente, se ha analizado una encuesta de satisfacción de los usuarios que se han hospedado en los albergues una vez finalizada su estancia, datos facilitados por la Xarxa Nacional d'Albergs Socials de Catalunya (XANASCAT).

La segunda parte empírica de la investigación se compone de tres capítulos, el primero de ellos es un análisis pormenorizado de los albergues rurales en Cataluña, dónde mediante una entrevista auto administrada realizada durante el verano del año 2014, en los

albergues objeto de estudio, que son los ubicados en Sant Joan de les Abadesses, en l'Espluga de Francolí y en l'Hospitalet de l'Infant. El objetivo de dicha entrevista ha sido conocer los gastos que han realizado cada uno de los huéspedes una vez finalizada su estancia. Los gastos se han dividido entre aquellos que se han realizado en el albergue (estancia, máquinas de vending, souvenirs del albergue, excursiones organizadas por el albergue, actividades realizadas por el albergue,...) y los gastos que han realizado los huéspedes fuera del establecimiento ya sea en el mismo municipio dónde se ubica el albergue o en su comarca.

De los datos obtenidos en la entrevista auto administrada, se ha procedido a realizar el siguiente capítulo, el modelo econométrico, dónde se ha validado el modelo con una doble finalidad, en primer lugar, comprobar la consistencia y la significación estadística de los datos obtenidos mediante la entrevista auto administrada, y en segunda instancia, el modelo nos ha permitido desarrollar una estimación de los coeficientes no estandarizados (β) asociados a cada una de las variables definidas. El valor de estos coeficientes nos ha permitido determinar la ponderación o imputación relativa de esas variables definidas para explicar el gasto medio de los usuarios en relación a los albergues seleccionados.

En el último capítulo de esta investigación, que hemos descrito el albergue como dinamizador económico de un municipio, hemos analizado los resultados y evaluado el impacto económico que tienen los albergues en los municipios dónde se ubican. Con los datos obtenidos del modelo econométrico, hemos procedido a evaluar el impacto que tiene cada uno de estos albergues en el municipio dónde se ubica, comparándolo con los datos del presupuesto municipal.

Finalmente, el capítulo de conclusiones dónde exponemos las claves del impacto económico y social que tiene un albergue en un municipio rural o semirural en Cataluña.

2. CLASIFICACIÓN DE LOS ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS CATALANES

2.1. Descripción, clasificación y normativas de los alojamientos turísticos catalanes

En este apartado del trabajo se desarrolla la clasificación de los alojamientos turísticos catalanes, creando así una guía de referencia, ya que actualmente no existe ningún documento que contenga dicha información conjuntamente sino que se encuentra en diversos ficheros de distintas administraciones públicas. Creemos que esta clasificación nos puede permitir definir exactamente que es un alojamiento turístico y las distintas tipologías que existen actualmente en Cataluña.

Antes de todo citaremos los marcos jurídicos que rigen los alojamientos turísticos y que son los siguientes:

Alojamientos turísticos: según el decreto 159/2012, de 20 de noviembre, de establecimientos de alojamiento turístico y de viviendas de uso turístico a efectos de este decreto. Son establecimientos de alojamiento turístico los locales y las instalaciones abiertos al público donde, de forma habitual y con carácter profesional, las personas titulares ofrecen a los usuarios, mediante un precio, alojamiento temporal en las unidades de alojamiento, así como otros servicios turísticos de acuerdo con las condiciones establecidas en esta norma; Los establecimientos de alojamiento turístico no se pueden constituir en viviendas, con la única excepción de los establecimientos de turismo rural. Los establecimientos de alojamiento turístico no pueden convertirse en residencia principal ni secundaria de las personas usuarias turísticas, en ningún caso; Quedan excluidos de este Decreto aquellos establecimientos e instalaciones residenciales regulados por normativa sectorial propia, como instalaciones juveniles, residencias para ancianos, residencias para estudiantes, así como establecimientos en los que se ejercen actividades de naturalezas sexuales o análogos.

Establecimientos de camping: a efectos de lo establecido en el [artículo 46 de la Ley 13/2002, de 21 de junio, de Turismo de Cataluña](#). Los campings son establecimientos que prestan servicio de alojamiento temporal en espacios de uso público debidamente delimitados, destinados a la convivencia agrupada de personas al aire libre, mediante tiendas de campaña, caravanas, auto caravanas y otros albergues móviles o mediante bungalows, según las modalidades que sean establecidas por reglamento.

Establecimientos de turismo rural: son establecimientos de turismo rural los definidos en el artículo 49 de la Ley 13/2002, de 21 de junio, de turismo de Cataluña. Los establecimientos de turismo rural son establecimientos que prestan servicio de alojamiento temporal en viviendas rurales, en régimen de habitaciones o de cesión de la vivienda entera, según las modalidades y los requisitos definidos por reglamento.

Instalaciones Juveniles: según la Ley 38/1991, de 30 de diciembre, de instalaciones destinadas a actividades con niños y jóvenes. Casas de colonias. Se entiende por casa de colonias toda instalación que permanente o temporalmente se destine a dar alojamiento a grupos de niños o de jóvenes participantes en actividades educativas en el tiempo libre, culturales y de ocio; Albergues de juventud. Se entiende por albergue de juventud toda instalación que permanente o temporalmente se destine a dar alojamiento, como lugar de paso, de estancia o de realización de una actividad, a jóvenes, en forma individual o colectiva, así como, con determinadas condiciones, a familias, adultos y grupos de niños; Granjas escuela o aulas de naturaleza, entendiendo por tales las casas de colonias que ofrecen equipamientos suficientes y adecuados para el trabajo didáctico en el tiempo libre con niños y jóvenes en técnicas agrarias y ganaderas, en el conocimiento del medio natural y en la educación ambiental; Campamentos juveniles: son instalaciones al aire libre dotadas de unos equipamientos básicos; se destinan exclusivamente a la realización de estancias con grupos de niños y jóvenes, organizadas por entidades o instituciones de la presente Ley.

Según la ACJ tal y como se refleja en la tabla 1, en Cataluña actualmente existen 8.759 alojamientos turísticos con un número de plazas de 670.401 clasificados según la siguiente lista. Cabe destacar, que a nivel legislativo las instalaciones juveniles y los refugios de montaña no se consideran servicios turísticos, por lo que actualmente no se contempla su ocupación dentro de los datos de ocupación turística, ni a nivel nacional ni autonómico:

Tabla 1. Tipo y número de alojamientos en Cataluña

Tipo de alojamiento	Número de alojamientos	Número de plazas
Establecimientos hoteleros	2.978	309.617
Establecimientos de camping	350	270.585
Establecimientos de turismo rural	2.234	17.634
Apartamentos turísticos	236	14.353
Instalaciones juveniles	523	48.592 ⁽¹⁾
Refugios de montaña	33	N/D
Viviendas de uso turístico	2.405	9.620
TOTAL	8.759	670.401

(1) Sólo se contabilizan los albergues juveniles

Fuente: Agència Catalana de Turisme – Generalitat de Catalunya, año 2016

Marca turística: Se compone de un nombre, un logotipo, unos símbolos y unos valores que se tratan de asociar a un territorio representando su identidad, con el objetivo de crear un posicionamiento y una visión positiva del destino en la mente de sus públicos. Se deben elaborar de forma consensuada por todos los agentes implicados del lugar a partir de un Plan de Marketing y de una estrategia competitiva del territorio. Cataluña está dividida en 9 grandes marcas turísticas que son las que hemos utilizado en la clasificación de los distintos tipos de alojamiento existentes en la actualidad en dicho territorio y son los siguientes: Barcelona, Costa de Barcelona/Maresme, Costa Daurada, Costa Brava, Terres de l'Ebre, Terres de Lleida, Catalunya Central, Pirineus y Vall d'Aran. (Agencia Catalana de Turisme, enero 2017).

A continuación vamos a definir cada uno de los tipos de alojamientos turísticos catalanes mediante su definición, su identificación y su clasificación.

2.2. Establecimientos hoteleros

Dentro de los establecimientos hoteleros encontramos los siguientes establecimientos: Hoteles, Hoteles-Apartamento, Paradores, Balnearios, y el Grupo de Hostales y Pensiones.

2.2.1. Hoteles

Esta modalidad puede disponer de un máximo de un 40% de unidades de alojamiento que sean apartamentos o estudios, sin que sea considerada hotel apartamento siempre que forme parte de la misma unidad de explotación y estén situados en el mismo inmueble o bien en un inmueble de uso exclusivo. (Decreto, 159/2012, de 20 de noviembre, de establecimientos de alojamiento turístico y de viviendas de uso turístico).

Identificación: se identifican con la letra H (hoteles).

Figura 1. Logotipo hotel



Los hoteles se clasifican en siete categorías, que son identificadas por estrellas (una estrella o básica, dos estrellas, tres estrellas, cuatro estrellas, cuatro estrellas superior, cinco estrellas y "GL" o gran lujo).

En Cataluña existen un total de 1.773 hoteles con un total de 260.550 plazas. (Agencia Catalana de Turisme, enero 2017)

En la siguiente tabla se puede observar la clasificación del número de hoteles que hay en cada una de las marcas turísticas existentes en Cataluña y el número de plazas total existentes.

Tabla 2. Número de hoteles y plazas totales por marca turística

	Número de alojamientos	Plazas totales
Hoteles	1.773	260.550
Barcelona	406	70.347
Costa de Barcelona	280	51.337
Costa Daurada	198	49.260
Costa Brava	478	64.372
Terres de l'Ebre	54	4.109
Terres de Lleida	51	3.519
Catalunya Central	46	2.545
Pirineus	202	10.146
Vall d'Aran	61	4.915

Fuente: Agència Catalana de Turisme – Generalitat de Catalunya, año 2016

2.2.2. Hoteles - Apartamento

La modalidad "hoteles apartamento" puede disponer de un máximo de un 40% de unidades de alojamiento que sean habitaciones, sin que sea considerada hotel, siempre que formen parte de la misma unidad de explotación y estén situadas en el mismo inmueble o bien en un inmueble de uso exclusivo. (Fuente: Decreto, 159/2012, de 20 de noviembre, de establecimientos de alojamiento turístico y de viviendas de uso turístico).

Identificación: se identifican con la letra HA (hoteles-apartamento).

Figura 2. Logotipo hotel-apartamento



Los hoteles-apartamento se clasifican en siete categorías, que son identificadas por estrellas (una estrella o básica, dos estrellas, tres estrellas, cuatro estrellas, cuatro estrellas superior, cinco estrellas y "GL" o gran lujo).

En Cataluña hay un total de 159 hoteles apartamento con un total de 22.887 plazas. (Agència Catalana de Turisme, enero 2017)

Tabla 3. Número de hoteles apartamento y plazas totales por marca turística

	Número de alojamientos	Plazas totales
Hoteles apartamento	159	22.887
Barcelona	31	2.723
Costa de Barcelona	36	4.410
Costa Daurada	25	7.916
Costa Brava	31	5.531
Terres de l'Ebre	2	46
Terres de Lleida	4	312
Catalunya Central	2	269
Pirineus	22	1.169
Vall d'Aran	6	511

Fuente: Agència Catalana de Turisme – Generalitat de Catalunya, año 2016

2.2.3. Paradores

Establecimiento de hostelería que ofrece servicios de gran calidad y tiene instalaciones conformes al arte, estilo o tradiciones típicas de la región en la que se encuentra y que depende de algún organismo oficial. Cada autonomía tiene su propia definición; para el caso de este estudio, será la de la Generalitat de Catalunya. (Ley 13/2002, de 21 de junio, de turismo de Cataluña).

Figura 3. Logotipo paradores



Los hoteles se clasifican en siete categorías, que son identificadas por estrellas (una estrella o básica, dos estrellas, tres estrellas, cuatro estrellas, cuatro estrellas superior, cinco estrellas y “GL” o gran lujo). (Paradores, enero 2017)

Actualmente en Cataluña existen un total de 7 paradores con un total de 994 plazas distribuidas por marca turística como sigue a continuación.

Tabla 4. Número de paradores y plazas por marca turística

	Número de alojamientos	Plazas totales
Paradores	7	994
Barcelona	0	0
Costa de Barcelona	0	0
Costa Daurada	0	0
Costa Brava	1	156
Terres de l'Ebre	1	144
Terres de Lleida	0	0
Catalunya Central	2	182
Pirineus	1	152
Vall d'Aran	2	360

Fuente: Paradores, año 2016

2.2.4. Balnearios

A efectos de la comunidad autónoma de Cataluña se clasifica en:

- a) Servicios de balneoterapia, los servicios que cuentan con los medios necesarios y adecuados para la utilización preventiva y/o terapéutica de aguas declaradas mineromedicinales.
- b) Servicios de hidroterapia, los servicios que cuentan con los medios necesarios y adecuados para la utilización de aguas con finalidad médica preventiva y/o terapéutica.

(Decreto, 271/2001, de 9 de octubre, de requisitos técnicos que debe cumplir los servicios de balneoterapia y de hidroterapia)

Identificación: se identifican con la letra H y un símbolo propio complementario (B).

Los requisitos mínimos para la clasificación de los balnearios son los definidos para la modalidad *hoteles*, si procede.

En Cataluña hay un total de 12 balnearios con un total de 2.068 plazas. (Agència Catalana de Turisme, enero 2017)

Tabla 5. Número de balnearios y plazas totales por marca turística

	Número de alojamientos	Plazas totales
Balnearios	12	2.068
Barcelona	0	0
Costa de Barcelona	0	0
Costa Daurada	3	828
Costa Brava	4	518
Terres de l'Ebre	0	0
Terres de Lleida	1	18
Catalunya Central	3	498
Pirineus	1	206
Vall d'Aran	0	0

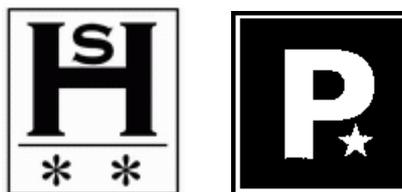
Fuente: Agència Catalana de Turisme – Generalitat de Catalunya, año 2016

2.2.5. Grupo de Hostales y Pensiones

Establecimiento público de categoría inferior al hotel en el que se hospeda a los huéspedes que pagan por su alojamiento y por la comida y otros servicios. (Fuente: Decreto, 159/2012, de 20 de noviembre, de establecimientos de alojamiento turístico y de viviendas de uso turístico).

Se clasifican en una categoría única identificada por una P.

Figura 4. Logotipo grupo hostales y pensiones



En Cataluña hay un total de 1.046 hostales y pensiones que tienen un total de 26.180 plazas. (Agència Catalana de Turisme, enero 2017)

Tabla 6. Número de hostales y pensiones y plazas por marca turística

	Número de alojamientos	Plazas totales
Hostales y pensiones	1.046	26.180
Barcelona	295	6.563
Costa de Barcelona	129	3.276
Costa Daurada	59	1.559
Costa Brava	218	6.973
Terres de l'Ebre	41	840
Terres de Lleida	35	944
Catalunya Central	47	1.011
Pirineus	182	3.981
Vall d'Aran	40	1.033

Fuente: Agència Catalana de Turisme – Generalitat de Catalunya, año 2016

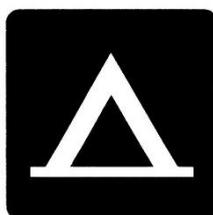
2.3. Establecimientos de Camping

Lugar o conjunto de instalaciones, generalmente al aire libre, acondicionado para acampar en él o alojarse temporalmente, previo pago del precio establecido. (Decreto, 159/2012, de 20 de noviembre, de establecimientos de alojamiento turístico y de viviendas de uso turístico).

- Albergues móviles: tiendas de campaña, caravanas, auto caravanas o cualquier ingenio que pueda ser remolcado por un vehículo de turismo.
- Albergues semimóviles: *mobilhomes* o cualquier otro tipo de albergue con ruedas que precise de un transporte especial para circular por carretera.
- Albergues fijos: bungalós y otras instalaciones similares.

Los campings se clasifican de acuerdo con sus edificaciones, instalaciones y servicios en las categorías de *lujo *****, *primera ****, *segunda *** y *tercera **, y sus correspondientes distintivos *L*, *1a*, *2a* y *3a*, están publicados en la web del departamento competente en materia de turismo. Este indicativo se debe encontrar situado de manera muy visible en el acceso del camping y en la entrada de la recepción.

Figura 5. Logotipo camping



En Cataluña hay 350 campings que cuentan con un total de 270.585 plazas. (Agència Catalana de Turisme, enero 2017)

Tabla 7. Número de campings y plazas por marca turística

	Número de alojamientos	Plazas totales
Establecimientos de camping	350	270.585
Barcelona	0	0
Costa de Barcelona	45	32.859
Costa Daurada	53	63.393
Costa Brava	109	121.311
Terres de l'Ebre	14	7.413
Terres de Lleida	4	1.575
Catalunya Central	14	4.125
Pirineus	102	36.840
Vall d'Aran	9	3.069

Fuente: Agència Catalana de Turisme – Generalitat de Catalunya, año 2016

2.4. Establecimientos de Turismo Rural

Son establecimientos de turismo rural los que están situados en el medio rural, dentro de núcleos de población de menos de 1.000 habitantes o bien aislados (fuera de núcleo), integrados en edificaciones preexistentes anteriores a 1.950, respetando la tipología arquitectónica de la zona y cumplen con la exigencia de tranquilidad e integración en el paisaje, en los términos y condiciones que prevé a este efecto la ordenación urbanística.

No pueden ser considerados en ningún caso como establecimientos de turismo rural aquellos ubicados en pisos, considerados como viviendas independientes en un edificio de varias plantas, en régimen de propiedad horizontal. (Fuente: Decreto, 159/2012, de 20 de noviembre, de establecimientos de alojamiento turístico y de viviendas de uso turístico).

Se clasifican en casas de payés o establecimientos de agroturismo y alojamientos rurales.

Identificación: A efectos de información para las personas usuarias, los establecimientos de turismo rural deben estar convenientemente señalizados con el distintivo *TR*. El distintivo de identificación mencionado se debe situar junto a la puerta de acceso al establecimiento.

Los establecimientos del grupo “Casas de payés” deben llevar la coetilla *de agroturismo* detrás de la modalidad. En Cataluña hay un total de 2.234 establecimientos de turismo rural con un total de 17.634 plazas distribuidas como se puede observar en la siguiente tabla. (Agència Catalana de Turisme, enero 2017)

Tabla 8. Número de establecimientos de turismo rural y plazas por marca turística

	Número de alojamientos	Plazas totales
Establecimientos de turismo rural	2.234	17.634
Barcelona	0	0
Costa de Barcelona	98	769
Costa Daurada	207	1.684
Costa Brava	444	3.771
Terres de l'Ebre	103	836
Terres de Lleida	161	1.218
Catalunya Central	332	2.647
Pirineus	873	6.561
Vall d'Aran	16	148

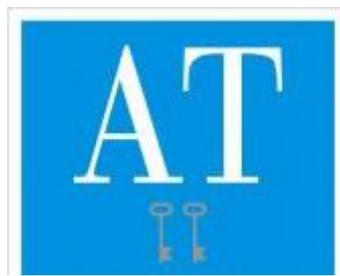
Fuente: Agència Catalana de Turisme – Generalitat de Catalunya, año 2016

2.5. Apartamentos turísticos

Apartamento turístico es aquella vivienda que se ofrece en condiciones de inmediata disponibilidad y mediante precio a las personas usuarias que por motivos vacacionales o turísticos efectúen una estancia por días, semanas o meses. (Decreto, 159/2012, de 20 de noviembre, de establecimientos de alojamiento turístico y de viviendas de uso turístico).

Regula los distintivos estableciendo las letras AT blancas y llaves doradas sobre fondo rojo. Se aprecia la diferencia establecida con respecto al resto de autonomías que prescriben como color de las iniciales AT el oro.

Figura 6. Logotipo apartamenten turísticos



Los apartamentos turísticos se clasifican de acuerdo con las categorías previstas por los hoteles apartamento con la excepción de obligatoriedad de disponer de salones, zonas comunes y servicios sanitarios en espacios comunes.

- Por categorías:
 - o Lujo: Cuatro llaves
 - o Primera: Tres llaves
 - o Segunda: Dos llaves
 - o Tercera: Una llave

- Por modalidades:
 - o Bloque: edificio o edificios integrados por apartamentos ofertados en su totalidad y gestionados por una sola unidad empresarial de explotación.
 - o Conjunto: agregado de apartamentos situados en casas, villas, chalets o similares, ofertados como alojamientos turísticos y gestionados por una sola unidad empresarial de explotación.

Actualmente hay un total de 236 apartamentos turísticos censados en Cataluña con un total de 14.353 plazas. (Agència Catalana de Turisme, enero 2017)

Tabla 9. Número de apartamentos turísticos y plazas por marca turística

	Número de alojamientos	Plazas totales
Apartamentos turísticos	236	14.353
Barcelona	18	1.267
Costa de Barcelona	42	1.946
Costa Daurada	27	3.585
Costa Brava	67	5.408
Terres de l'Ebre	13	398
Terres de Lleida	7	63
Catalunya Central	12	400
Pirineus	49	1.261
Vall d'Aran	1	25

Fuente: Agència Catalana de Turisme – Generalitat de Catalunya, año 2016

2.6. Instalaciones juveniles

Podemos clasificar las instalaciones juveniles en: Albergues de juventud, Campamentos juveniles, Casas de colonias en Cataluña, Granjas escuela y Aulas de Natura.

2.6.1. Albergues de Juventud

Son instalaciones que permanentemente o temporalmente se destinan a dar alojamiento, como lugar de paso, de estancia o de realización de alguna actividad a jóvenes, en forma individual o colectiva y también en determinadas condiciones a familias, adultos y grupos de niños.

2.6.2. Campamentos juveniles

Son instalaciones permanentes, destinadas a facilitar las actividades de acampada de las entidades y de los grupos infantiles y juveniles. Están situados en un terreno convenientemente delimitado, en las cuales la pernoctación/alojamiento se lleva a cabo bajo cubierto de las tiendas de campaña y están dotadas de unos equipamientos básicos.

2.6.3. Casas de colonias en Cataluña

Son instalaciones que permanentemente o temporalmente se destinan a dar alojamiento a grupos de niños o de jóvenes participantes en actividades educativas en el tiempo libre, culturales y de ocio.

2.6.4. Granjas Escuela

Son casas de colonias que ofrecen equipamientos suficientes y adecuados para el trabajo didáctico con los niños y jóvenes en técnicas agrarias y ganaderas.

2.6.5. Aulas de Naturaleza

Son casas de colonias que ofrecen equipamientos suficientes y adecuados para el trabajo didáctico con los niños y jóvenes en el conocimiento del medio natural y en la educación ambiental.

En Cataluña hay un total de 523 establecimientos juveniles, de los que sólo se dispone información acerca del número de plazas de los albergues que cuentan con un total de 48.592 plazas.

Tabla 10. Número de instalaciones juveniles por provincia

	Albergues	Aulas de naturaleza	Campamentos juveniles	Casa de Colonias	Granjas/escuelas	Total
Instalaciones juveniles	248	11	29	217	18	523
Barcelona	115	8	8	85	5	163
Girona	30	2	8	79	7	118
Lleida	41	1	10	29	5	68
Tarragona	22	0	3	24	1	49

Fuente: Institut d'Estadística de Catalunya, año 2016

Tabla 11. Número de plazas de las instalaciones juveniles por provincia según tipología de la instalación

	Albergues	Aulas de naturaleza	Campamentos juveniles	Casa de Colonias	Granjas/escuelas	Total
Plazas	22.131	676	3.278	20.537	1.970	48.592
Barcelona	13.627	396	1.594	7.578	712	23.907
Girona	3.107	220	698	7.662	578	12.265
Lleida	3.294	60	686	2.298	626	6.964
Tarragona	2.103	0	300	2.999	54	5.456

Fuente: Institut d'Estadística de Catalunya, año 2016

2.7. Refugios de montaña

Los refugios son edificaciones construidas en la montaña para dar alojamiento a los excursionistas u otras personas que pasen y que puedan pasar la noche. Los refugios de montaña son instalaciones deportivas destinadas a facilitar la práctica del excursionismo. De acuerdo con la anterior definición, son consideradas instalaciones deportivas todos los establecimientos que estén homologados de acuerdo con las normativas de uso y calidades que se establezcan.

Estas instalaciones no presentan en todos los casos las mismas características, sino que se pueden diferenciar de refugios de montaña: vivac, guardados y albergues. La principal diferencia está en el hecho que el primero no está guardado, mientras que en los otros dos hay la figura del guarda durante unos determinados meses del año y en algunos casos, está abierto todo el año. En este último apartado solamente se han tenido en consideración los refugios guardados y los albergues y se han aglutinado en una única categoría: la de refugios con guarda o vigilancia. Se han discriminado los refugios vivac porqué su función no es hacer estada, sino evitar dormir al aire libre.

En Cataluña hay un total de 33 refugios de montaña, no se disponen del número de plazas existentes. (Federació d'Excursionistes de Catalunya, enero 2017)

Tabla 12. Número de refugios de montaña por provincia

Número de Refugios de Montaña	
Refugios de montaña	33
Barcelona	2
Girona	10
Lleida	21
Tarragona	0

Fuente: Federació d'Excursionistes de Catalunya, año 2016

2.8. Viviendas de uso turístico

Tienen la consideración de viviendas de uso turístico aquellos que son cedidos por su propietario, directa o indirectamente, a terceros, de forma reiterada y a cambio de contraprestación económica, para una estancia de temporada, en condiciones de inmediata disponibilidad y con las características que establece este Decreto. (Decreto, 159/2012, de 20 de noviembre, de establecimientos de alojamiento turístico y de viviendas de uso turístico).

Las viviendas de uso turístico se ceden enteras y no se permite la cesión por estancias.

A los efectos de este Decreto se considera estancia de temporada toda ocupación de la vivienda por un periodo de tiempo continuo igual o inferior a 31 días, y se considera cesión reiterada cuando la vivienda se cede dos o más veces dentro del periodo de un año.

Las viviendas de uso turístico se podrán categorizar de conformidad con los sistemas voluntarios de categorización turística.

En Cataluña hay 2.405 viviendas de uso turístico con un número total de 9.620 plazas.

Tabla 13. Número de viviendas de uso turístico y plazas por marca turística

	Número de alojamientos	Plazas totales
Viviendas de uso turístico	2.405	9.620

Fuente: Agència Catalana de Turisme – Generalitat de Catalunya, año 2016

2.9. Requisitos mínimos para cada tipología de establecimiento

2.9.1. Establecimientos hoteleros

2.9.1.1. Hoteles

Según la Agencia Catalana de Turisme, los requisitos técnicos mínimos que debe tener un hotel, tanto a nivel de sus servicios como de sus habitaciones varía en función de su categoría son, entre otras cosas: Entrada del servicio, Ascensores, Salones y zonas comunes, Servicio de comedor, Climatización, Agua fría y caliente, Teléfono de uso general, Televisión en habitaciones, Servicio de comunicación con las habitaciones, Servicio de desayunos, Servicio de bar, Servicio de comedor, Información turística, Productos de higiene personal, Servicio de habitaciones, Minibar, Servicio de caja fuerte, Preparación de la habitación para dormir, Canales internacionales, Acceso abierto a internet, Servicio de estética y/o peluquería, Servicio de lavandería, Servicio de portero, Servicio de botones, Servicio de aparcamiento y Número mínimo de habitaciones según tipología.

Las principales características que deben tener las habitaciones de los hoteles son las siguientes:

- Todas las puertas deben tener una anchura mínima de 0,80 metros y la altura mínima transitable de la habitación debe ser de 2,50 metros excepto en los baños que deben tener una altura mínima de 2,20 metros.
- .En el caso de existir cubiertas inclinadas, no se computa como superficie útil la altura inferior a 1,50 m.
- Las suites o habitaciones con salón del grupo hoteles pueden disponer de una pequeña cocina o similar, siempre que quede situada en un espacio independiente de la habitación o del salón, y su superficie no se puede contabilizar como superficie del salón o de la habitación.
- En el caso de rehabilitaciones integrales de edificios o de rehabilitaciones de edificios catalogados o de interés histórico-artístico (según catálogo nacional y/o municipal), siempre y cuando los elementos estructurales a conservar condicionen las superficies

de las habitaciones, un 20% de habitaciones, como máximo, pueden tener 0,50 m² menos de superficie, siempre y cuando el resto de unidades la tengan incorporada, a efectos de compensación global.

Los requisitos mínimos del mobiliario e instalaciones para todas las unidades de alojamiento:

a. Habitaciones dormitorio

1 cama (individual 90 x 190 cm / doble 135 x 190 cm).

Mobiliario auxiliar junto a la cama.

Armario o espacio para guardar la ropa, con capacidad suficiente por los usuarios.

b. Sala de estar-comedor

Mesa, butacas y sillas en cantidad suficiente para los usuarios.

c. Cocina

Cubiertos, menaje y lencería proporcional al número de usuarios.

Utensilios necesarios para la elaboración de comida.

Aparato de cocción con un mínimo de 2 fuegos.

Microondas.

Fregadero.

Frigorífico.

Los requisitos técnicos mínimos de los hoteles en función de su clasificación son muy diversos y éstos se pueden observar en el anejo de requisitos mínimos para cada tipología de alojamiento.

2.9.1.2. Hoteles apartamento

Según la Agencia Catalana de Turisme, los requisitos técnicos mínimos que necesita tener un hotel apartamento ya sea a nivel de servicios del hotel-apartamento como de las habitaciones en función de su categoría, son, entre otras cosas: Entrada del servicio, Ascensores, Salones y zonas comunes, Servicio de comedor, Climatización, Agua fría y caliente, Teléfono de uso general, Televisión en habitaciones, Servicio de comunicación con las habitaciones, Servicio de desayunos, Servicio de bar, Servicio de comedor, Información turística, Productos de higiene personal. Servicio de habitaciones, Minibar, Servicio de caja fuerte, Preparación de la habitación para dormir, Canales internacionales, Acceso abierto a internet, Servicio de estética y/o peluquería, Servicio de lavandería, Servicio de portero, Servicio de botones, Servicio de aparcamiento y Número mínimo de habitaciones según tipología.

En los hoteles apartamento donde las unidades de alojamiento sean únicamente habitaciones, las superficies son las correspondientes a la modalidad hotel. Las principales características que deben tener las habitaciones de los hoteles apartamento son las siguientes:

- Todas las puertas deben tener una anchura mínima de 0,80 metros y la altura mínima transitable de la habitación debe ser de 2,50 metros excepto en los baños que deben tener una altura mínima de 2,20 metros.
- En el caso de existir cubiertas inclinadas, no se computa como superficie útil la altura inferior a 1,50 m.
- Las suites o habitaciones con salón del grupo hoteles pueden disponer de una pequeña cocina o similar, siempre que quede situada en un espacio independiente de la habitación o del salón, y su superficie no se puede contabilizar como superficie del salón o de la habitación.
- En el caso de rehabilitaciones integrales de edificios o de rehabilitaciones de edificios catalogados o de interés histórico-artístico (según catálogo nacional y/o municipal), siempre y cuando los elementos estructurales a conservar condicionen las superficies de las habitaciones, un 20% de habitaciones, como máximo, pueden tener 0,50 m² menos de superficie, siempre y cuando el resto de unidades la tengan incorporada, a efectos de compensación global.

Los requisitos mínimos del mobiliario e instalaciones para todas las unidades de alojamiento:

a) Habitaciones dormitorio

1 cama (individual 90 x 190 cm / doble 135 x 190 cm).

Mobiliario auxiliar junto a la cama.

Armario o espacio para guardar la ropa, con capacidad suficiente por los usuarios.

b) Sala de estar-comedor

Mesa, butacas y sillas en cantidad suficiente para los usuarios.

c) Cocina

Cubiertos, menaje y lencería proporcional al número de usuarios.

Utensilios necesarios para la elaboración de comida.

Aparato de cocción con un mínimo de 2 fuegos.

Microondas.

Fregadero.

Frigorífico.

Los requisitos técnicos mínimos de los hoteles apartamento en función de su clasificación son muy diversos y éstos se pueden observar en el anejo de requisitos mínimos para cada tipología de alojamiento.

2.9.1.3. Paradores

Si bien los Paradores no son homogéneos en cuanto a su ubicación y tipo de edificación, sí existe un denominador que los identifica: la cocina tradicional que se elabora en sus fogones. Los principales requisitos son los siguientes:

- Capacidad: Los paradores cuentan en general con un número limitado de camas, unas 60 como media, lo que garantiza intimidad y tranquilidad.
- Servicios Complementarios: existe una gran diversidad de servicios y actividades complementarias, desde asistir a conciertos y exposiciones, realizar cursos de cocina, rutas a caballo, senderismo, viajar en globo, etc.
- Tipo de Construcción: si en algo se diferencia Paradores de su competencia es en los edificios en que se encuentran ubicados, en su gran mayoría son edificios histórico-artísticos patrimonio del Estado. Los Paradores cuentan entre sus establecimientos con castillos, palacios, conventos, molinos, hospitales, universidades, etc.
- Entorno: Dentro de Paradores se pueden distinguir tres entornos: el entorno natural, el entorno monumental y el entorno costa. Hay Paradores que gozan sólo de un entorno, pero hay otros que cuentan con dos y hasta tres entornos: Los paradores situados en un entorno natural facilitan al viajero el descubrimiento de espacios naturales, El entorno monumental que rodea otros Paradores es un auténtico lujo, un estímulo para conocer la riqueza del amplio patrimonio histórico español, y por último, el extenso litoral español se encuentra jalonado de Paradores que, ubicados en entorno costa, gozan de privilegiadas situaciones junto al mar.

Como hemos mencionado anteriormente las normativas de los paradores dependen de cada organismo autonómico y en el caso que estamos estudiando, por tanto, dependen de la Generalitat de Catalunya. Según la Ley 13/2002, de 21 de junio, de turismo de Cataluña los paradores son:

- De acuerdo con lo establecido en el artículo 53 del Estatuto de autonomía, el Gobierno puede proponer la participación de la Generalitat en los entes, órganos, institutos o sociedades estatales responsables de la dirección y la gestión de los paradores de turismo.

- Los paradores de turismo situados en Cataluña tienen la consideración de recursos turísticos esenciales.

Los recursos turísticos esenciales en Cataluña se rigen según la Ley 13/2002, de 21 de junio, de turismo de Cataluña:

- Son recursos turísticos esenciales los recursos turísticos que, aisladamente o conjuntamente con otros, tienen la capacidad de generar las corrientes de turismo más relevantes y contribuyen a reforzar la realidad de Cataluña como marca turística global y a promocionar el país como destino turístico.
- De acuerdo con el apartado 1, tienen en todo caso la consideración de recurso turístico esencial los bienes culturales protegidos por declaraciones de organismos internacionales, los bienes culturales de interés nacional, los espacios de interés natural, los museos nacionales y de interés nacional, los centros recreativos turísticos y, globalmente considerados, el conjunto del litoral, especialmente las playas, y el dominio esquiable.
- Sin perjuicio de las disposiciones de la presente Ley que les sean aplicables, los bienes mencionados en el apartado 2 se rigen por la respectiva legislación específica.
- La calificación como recursos turísticos esenciales de recursos que no sean los especificados en el apartado 1 debe ajustarse al procedimiento establecido en la presente Ley y las disposiciones reglamentarias que la desarrollen.
- La actividad turística relacionada con los recursos turísticos esenciales debe respetar los regímenes legales de protección especial a los que se hallen sometidos y debe contribuir a la preservación de sus valores culturales y ambientales.

2.9.1.4. Balnearios

Según la Agencia Catalana de Turisme, un balneario que acoge a personas es un establecimiento abierto por y para la salud de sus clientes.

Las condiciones que se deben cumplir son:

- Equipo y espacio suficiente. Es muy importante que haya una amplitud en las instalaciones para evitar cualquier sensación de agobio por parte de los clientes.
- Higiene y limpieza de todas las instalaciones (zona de ejercicios, duchas, vestuario, etc.) y a todas las horas de uso.

- Privacidad en los servicios individualizados. Éste es uno de los principales aspectos que debe tener en cuenta un negocio como éste, pues es imprescindible ofrecer intimidad en los servicios que la requieren como masajes, rayos UVA, etc.

Las propiedades mineromedicinales de las aguas de los balnearios permiten seguir terapias termales con objetivos terapéuticos para la prevención, recuperación y rehabilitación de la salud psíquica y física de los clientes.

La hidrología médica es la rama de la medicina o terapéutica que estudia los efectos de las aguas minero-medicinales sobre el organismo, su administración, indicaciones y contraindicaciones. Por lo tanto, un técnico en hidrología es un licenciado en medicina que ha cursado la especialidad de hidrología médica e hidroterapia por una universidad. La hidrología médica es también conocida bajo los términos de balneoterapia o crenoterapia.

Los balnearios se rigen en función de la función médica a la cual están destinados y los requisitos para cada uno son los siguientes:

Balneario o estación termal

Balneario es el conjunto de instalaciones sanitarias cercanas a un manantial de aguas mineromedicinales, que dispone de profesionales sanitarios e instalaciones adecuadas para realizar técnicas terapéuticas basadas en la aplicación de estas aguas. Si no reúne estas tres condiciones (aguas mineromedicinales, profesionales sanitarios e instalaciones adecuadas), no es considerado balneario o estación termal.

En cuanto al control de estas tres características por medio de las administraciones públicas, está legislado por las diferentes comunidades autónomas. En algunos casos, se realizan además controles semestrales o anuales de las características microbiológicas y físico químicas de las aguas.

En la actualidad, los balnearios han ampliado su oferta con programas médicos de rehabilitación, curación o prevención de enfermedades, muchos de ellos destinados a personas de avanzada edad o con patologías específicas. Otra de las alternativas que ofrecen los balnearios hoy en día son programas de relajación, anti estrés y curas de desintoxicación como las antitabaco, basándose en las necesidades actuales de la gente y en su ritmo de vida.

Lo primero que se hace en un balneario es un análisis clínico y una valoración médica completa. Tras efectuar un diagnóstico se determina la terapia más indicada para cada caso. En ella se incluye desde alimentación hasta ejercicios y programas de aguas, siempre orientados a la necesidad del cliente y realizados por profesionales.

Hotel-Balneario: Además de los servicios propios de un Balneario presta servicios de Hotel.

Talasoterapia

La Talasoterapia es un método terapéutico que se basa en la utilización del clima y del medio marino (agua de mar, algas, barro y otras sustancias extraídas del mar) como agente terapéutico, siempre bajo supervisión médica. Etimológicamente proviene del griego 'thalasso' que significa mar y 'Therapeia' que significa terapia.

Es totalmente natural. Antes de su aplicación en los distintos tratamientos, el agua se recoge a más de 1.000 metros de la orilla, se depura y esteriliza para garantizar la ausencia de agentes patógenos.

Hotel-Talaso: Centro de talasoterapia pero que además incluye servicios de hotel.

Los tratamientos terapéuticos de balnearios o centros de talasoterapia se deben realizar bajo prescripción médica, siendo obligatoria la consulta médica inicial al tratamiento. Las aplicaciones deben ser realizadas por profesionales.

SPA (Salutem per aqua)

Las necesidades de relajación y el auge de la estética han hecho que se desarrolle una nueva técnica denominada SPA, palabra que proviene del latín Salutem per aqua, 'salud a través del agua'. Los Centros SPA se caracterizan por que en ellos se realizan tratamientos estéticos y de relax por medio de la utilización del agua, pero no son aguas minero-medicinales, ni termales. Es agua potable a la que se le suele añadir aditivos para aumentar sus efectos relajantes o estéticos.

Por tanto, la diferencia fundamental entre un spa y un balneario es que en el primero se utilizan técnicas no terapéuticas con agua no termal. En el balneario se utilizan técnicas hidroterápicas con un objetivo terapéutico, con agua minero medicinal o termal.

Day SPA: centro de día en el que se realizan técnicas spa, no oferta alojamiento.

Hotel SPA: hotel o centro que oferta alojamiento además de técnicas spa. El objetivo es que los clientes del hotel tengan opción a servicios spa, al igual que muchos otros servicios como peluquería, gimnasio, piscina...

Los balnearios se pueden clasificar en función de:

Tabla 14. Clasificación de los balnearios según su tratamiento termal

Aguas medicinales	Por sus tratamientos	Por sus técnicas
Aguas bicarbonatadas	Tratamiento circulatorio	Aerosoles
Aguas cálcicas	Tratamiento dermatológico	Aromaterapia
Aguas carbogaseosas	Tratamiento digestivo	Baño turco
Aguas cloruradas	Tratamiento nervioso o relajante	Baños
Aguas ferruginosas	Tratamiento renal	Baños de aeromasaje
Aguas fluoradas	Tratamiento respiratorio	Baños oculares
Aguas magnésicas	Tratamiento reumatológico	Caldarium
Aguas oligometálicas		Chorros a presión o termal
Aguas radiactivas		Circuito termal
Aguas sódicas		Cura hidropónica
Aguas sulfatadas		Cura Kneip
Aguas sulfurosas		Ducha bitérmica
		Ducha circular
		Ducha de columnas
		Ducha escocesa
		Ducha faríngea
		Ducha filiforme
		Ducha nasal
		Ducha Vichy
		Duchas
		Estanque termal natural
		Estufa de vapor
		Inhalaciones
		Inhalaciones balsámicas
		Inhalaciones difusas
		Irrigaciones
		Jacuzzi
		Lago termal natural
		Lodos
		Maniluvios
		Masaje subacuático
		Masaje Vichy
		Nebulizaciones
		Pediluvios
		Piscina termal
		Pulverizaciones
		Pulverizaciones faríngeas
		Sauna finlandesa
		Terma romana
		Termarium
		Vaporarium

Fuente: Agencia Catalana de Turisme, 2016

2.9.1.5. Hostales y pensiones

Según la Agencia Catalana de Turisme, las pensiones son aquellos establecimientos que cumplen los requisitos que, ofreciendo alojamiento turístico en habitaciones, con o sin comedor u otros servicios complementarios no alcanzan los niveles exigidos para hoteles y reúnen los requisitos mínimos establecidos para ser clasificados como pensiones. Las pensiones podrán condicionar la estancia de los clientes a que se acojan al régimen de pensión completa, siempre que dispongan de comedor y cocina adecuados a su categoría.

Los hostales son aquellos establecimientos que ofreciendo alojamiento en habitaciones, con o sin comedor u otros servicios complementarios, cuentan con un mínimo de 10 habitaciones y 20 plazas, y reúnen los requisitos mínimos de las pensiones.

Los requisitos técnicos mínimos de los hostales y pensiones en Cataluña, en función de su clasificación son muy diversos.

2.9.2. Establecimientos de camping

Según la Agencia Catalana de Turisme, los requisitos técnicos mínimos que necesita tener un establecimiento de camping ya sea a nivel de servicios del establecimiento como de las zonas de acampada en función de su categoría, son, entre otras:

Unidades de acampada: toda la superficie destinada a acampar tiene que estar dividida en unidades de acampada, espacio de terreno destinado a la ubicación de un vehículo y de un albergue móvil, semimóvil o fijo. Cada unidad debe tener convenientemente señalizados sus límites y el número que le corresponde.

Los establecimientos pueden disponer de unidades de acampada que tengan previsto el aparcamiento de vehículos en un lugar diferente al de la ubicación del albergue. En este caso, a la superficie que le corresponda a la unidad de acampada, según la categoría del camping, se le pueden descontar 15 m², y el lugar destinado a aparcamiento debe llevar el número de la unidad a la que corresponda.

Se puede aceptar la existencia de zonas de acampada, dentro de los campings, en sustitución de algunas unidades en aquellos establecimientos en que la topografía o la vegetación dificulten la división homogénea de las unidades de acampada. Estas zonas tienen que estar señalizadas con letras, marcados sus límites, y se debe hacer constar el

número de albergues móviles que pueden instalarse de acuerdo con los metros cuadrados exigidos por unidad, según la categoría del camping.

Albergues fijos y semimóviles: los campings pueden instalar albergues fijos y semimóviles, siempre explotados por la persona titular del camping, con un máximo de 6 plazas cada uno. Estos albergues tienen que estar situados cada uno dentro de una unidad de acampada.

El número de unidades de acampada destinadas a albergues fijos o semimóviles no puede superar el 50% del total. En ningún caso los albergues fijos pueden superar el 40% del total de unidades de acampada.

Los albergues fijos y semimóviles no pueden ocupar más del 50% de la unidad de acampada.

El planeamiento urbanístico puede determinar la cuantía y distribución del número de unidades de acampada para albergues fijos o semimóviles, de forma que respete la naturaleza rústica de los terrenos y minimice el impacto que provoca su implantación, tanto en relación con el espacio que ocupan, como con el volumen, materiales y cromatismo que puedan presentar.

Campings ubicados en zonas de riesgo: Los establecimientos existentes que puedan verse afectados por restricciones o condiciones en la ocupación del suelo por razón de incompatibilidad urbanística sobrevenida de los terrenos por existencia de riesgos, especialmente la derivada de la transposición de la Directiva 2007/60/CE, relativa a la evaluación y gestión de los riesgos de inundación, deben adoptar estrategias de autoprotección que dispongan las medidas adecuadas que permitan el establecimiento del ejercicio de la actividad con las adecuadas garantías de seguridad.

Las estrategias de autoprotección deben adoptarse en el marco del Decreto 82/2010, de 29 de junio, por el que se aprueba el catálogo de actividades y centros obligados a adoptar medidas de autoprotección y se fija el contenido de estas medidas.

Accesos: Sin perjuicio de que puedan exigir otras normativas sectoriales en este ámbito, especialmente la relativa a prevención de incendios, la entrada al camping debe estar, siempre y en todo caso, en buenas condiciones y debe tener una anchura mínima de 5 metros en el caso de haber dos sentidos de circulación, o de 3 metros si hay un único sentido de circulación.

Todos los establecimientos deben disponer de viales interiores suficientes en número, longitud y anchura para permitir la circulación de cualquier elemento propio de la actividad del camping.

La anchura de los viales principales no puede ser inferior a 3 metros cuando se trate de viales de un único sentido de circulación y, a 5 metros, cuando se trate de dos sentidos de circulación, sin perjuicio de los viales para peatones que se crea conveniente disponer en función de los servicios y de la morfología del terreno.

Iluminación: Los accesos, los viales y las instalaciones de uso generales y obligatorias deben estar debidamente iluminados. A partir de las 23 horas se reducirá la iluminación y debe mantenerse únicamente en la zona de acceso, los sanitarios y los viales interiores, al mínimo que permita la circulación de peatones.

Cierre de los límites: El camping debe estar debidamente cerrado en todo su perímetro. Se puede utilizar cualquier tipo de material que dé garantías de resistencia, evite las intrusiones externas y se integre en el paisaje. La valla, respetando en todo caso la normativa municipal al respecto, debe tener una altura mínima de 1,50 metros y, en caso de ser de estructura vacía, los huecos deben llevar una rejilla que impida el acceso de personas y animales. En establecimientos ubicados en espacios de interés natural las características de la valla deben atender los requerimientos derivados de la normativa ambiental.

Servicios higiénicos:

- a) Los establecimientos de camping deben disponer de los bloques de servicios higiénicos necesarios, de manera que ninguna unidad de acampada del camping no quede más lejos de 250 metros de un bloque de servicios.
- b) Los de los hombres deben ser totalmente independientes de los de las mujeres y dentro de cada bloque, los servicios de evacuatorios deben estar separados de los de las duchas y los lavabos, a no ser que se trate de unidades compactas, que en todo caso, se deben encontrar dentro del bloque de servicios.
- c) Las instalaciones de los servicios higiénicos deben permitir una ventilación muy amplia. El suelo y las paredes, hasta una altura mínima de 2,20 metros, se revestirán con materiales que garanticen la impermeabilidad.

Botiquín de primeros auxilios: Los campings deben disponer de botiquín de primeros auxilios para las personas usuarias, que debe estar situada en un lugar visible y debidamente señalizada, y debe disponer de los materiales suficientes para poder atender los casos más corrientes.

Capacidad de alojamiento: A efectos del cálculo de la capacidad de alojamiento de un camping en plazas se debe multiplicar por tres el número total de unidades de acampada.

Recepción e información: La recepción del camping constituye el centro de relación con las personas usuarias a efectos administrativos y de información. Sin perjuicio de las obligaciones derivadas del cumplimiento de los deberes de información especificados en el título I de este Decreto, los establecimientos de camping deben exponer a su recepción y, de manera bien visible, los documentos y los datos siguientes:

- a) Fechas de funcionamiento.
- b) Plano de situación y límites de cada una de las unidades de acampada, así como la numeración correspondiente.
- c) Plano de situación de extintores.
- d) Plano de situación de los diferentes servicios.
- e) Lista de horarios de funcionamiento de los diferentes servicios, prohibición de circulación interior de vehículos, etc.

2.9.3. Establecimientos de turismo rural

Según la Agencia Catalana de Turisme su clasificación se distingue los siguientes tipos de establecimientos:

2.9.3.1. “Casas de payés” o establecimientos de agroturismo

Las casas de payés o establecimientos de agroturismo son aquellos en los cuales la persona titular, payés o payesa profesional, obtiene rentas de actividades agrarias, ganaderas o forestales, de acuerdo con los criterios normativos del departamento competente en materia de agricultura, ganadería y explotaciones forestales, y donde las personas usuarias pueden conocer las tareas y actividades propias de la explotación agraria a la cual están vinculadas.

Las casas de payés se clasifican en las modalidades siguientes:

- Masía. Se entiende por masía la vivienda unifamiliar fuera de núcleo, situada en el sí de una explotación agrícola, ganadera o forestal, que comparte el payés o payesa con los usuarios turísticos y donde se presta el servicio de alojamiento en régimen de habitaciones y, como mínimo, de desayuno.
- Masovería. Es aquella vivienda unifamiliar, fuera de núcleo de población y ubicada en la misma explotación donde se encuentra la vivienda donde vive el payés o payesa. Se presta el servicio de alojamiento en régimen de casa entera.
- Casa de pueblo compartida. Se entiende por casa de pueblo la vivienda unifamiliar dentro de núcleo de población, que comparte el payés o payesa con las personas usuarias turísticas y donde se presta el servicio de alojamiento en régimen de habitaciones y, como mínimo, de desayuno.
- Casa de pueblo independiente. Es aquella vivienda unifamiliar, en el núcleo de población donde se presta el servicio de alojamiento en régimen de casa entera.

En el caso de masía o de casa de pueblo compartida la persona titular debe estar empadronada y residir efectivamente en el establecimiento. En el caso de casa de pueblo independiente, la persona titular debe estar empadronada y residir efectivamente, con una antigüedad mínima de tres años, bien en la misma comarca o bien en los municipios limítrofes de la comarca y en el caso de masovería el empadronamiento y residencia efectiva con una antigüedad mínima de tres años debe serlo en la edificación donde vive la persona titular.

2.9.3.2. Alojamientos rurales

Los alojamientos rurales son aquellos establecimientos en los que su persona titular, que en todo caso debe ser persona física, no está obligada a obtener rentas de actividades agrarias, ganaderas o forestales, pero debe residir efectivamente bien en la misma comarca o bien en los municipios limítrofes de la comarca, bien en la vivienda, dependiendo de la modalidad.

Los alojamientos rurales se clasifican en las modalidades siguientes:

- Masía. Se entiende por masía la vivienda unifamiliar fuera de núcleo, que comparte la persona titular con las personas usuarias turísticas y donde se presta el servicio de alojamiento en régimen de habitaciones y, como mínimo, de desayuno.

- Masovería. Es aquella vivienda unifamiliar, fuera de núcleo de población que se alquila en régimen de casa entera.
- Casa de pueblo compartida. Se entiende por casa de pueblo la vivienda unifamiliar dentro de núcleo de población, que comparte la persona titular con las personas usuarias turísticas y donde se presta el servicio de alojamiento en régimen de habitaciones y, como mínimo, de desayuno.
- Casa de pueblo independiente. Es aquella vivienda unifamiliar, en el núcleo de población donde se presta el servicio de alojamiento en régimen de casa entera.

En el caso de masía o de casa de pueblo compartida la persona titular debe estar empadronada y residir efectivamente en el establecimiento. En el caso de masovería o casa de pueblo independiente, la persona titular debe estar empadronada y residir efectivamente, con una antigüedad mínima de tres años, bien en la misma comarca o bien en los municipios limítrofes de la comarca.

Requisitos técnicos de las masías y las casas de pueblo compartidas:

Las masías y las casas de pueblo compartidas deben disponer, como mínimo de los requisitos técnicos siguientes:

- a) Calefacción en todas las habitaciones y aposentos comunes.
- b) Mobiliario suficiente y en buen estado de conservación.
 Servicios higiénicos. Deben disponer como mínimo de: Un cuarto de baño (con bañera o ducha, lavamanos e inodoro) en cada habitación, Un enchufe junto a cada lavamanos, Un pequeño armario o estante para poder guardar los enseres de limpieza personal, Suelos totalmente pavimentados, así como las paredes enladrilladas hasta una altura mínima de 2,10 metros, o bien revestidas de materiales que garanticen la impermeabilidad, Todos los elementos sanitarios deben disponer de agua fría y caliente y La superficie útil mínima de los baños debe ser de 2,50 m².
- c) Habitaciones-dormitorios. Deben disponer de ventilación directa al exterior.
 Su superficie mínima debe ser de 8 m², las habitaciones individuales; 12 m², las dobles; 14 m², las triples, y, en su caso, 16 m², las cuádruples.
 El mobiliario indispensable debe incluir: camas individuales de anchura mínima de 0,90 metros, o dobles, de 1,35 metros, mesa por la noche, silla, armario y un punto de luz con interruptor junto a la cama.
- d) La altura mínima en metros de la superficie transitable de todos los aposentos, salvo el baño, debe ser de 2,50 metros. Excepcionalmente, pueden ser inscritos, aun cuando no cumplan con la altura establecida, cuando las características de interés histórico o arquitectónico de la edificación así lo aconsejen.

- e) Teléfono, salvo que por la situación geográfica del establecimiento su instalación comporte un gasto desproporcionado, motivo por el que se puede eximir el cumplimiento de este requisito.
- f) Comedor para uso exclusivo de los huéspedes y huéspedes con capacidad máxima coincidente con el número de plazas habilitado. La superficie útil de la sala de estar debe ser de 18 m² hasta 6 plazas y se debe incrementar 1 m² más por cada plaza, y debe contar con asientos confortables de acuerdo con la capacidad del alojamiento.

Requisitos técnicos de las casas de pueblo independientes y las masoverías.

- a) La superficie útil mínima de la sala de estar-comedor debe ser de 18 m² hasta 6 plazas y se debe incrementar 1 m² más por cada plaza, y debe contar con asientos confortables de acuerdo con la capacidad del alojamiento.
- b) La cocina debe disponer de agua fría y caliente y, como mínimo, de dos fuegos, microondas u horno, fregadero, elementos auxiliares, menaje y enseres necesarios para la preparación de alimentos, lencería, frigorífico de una capacidad mínima de 145 litros y campana con extracción mecánica de humos y ventilación suficiente.
- c) Lavadora y enseres de limpieza a disposición de la clientela.
Servicios higiénicos. Deben disponer, como mínimo: De un cuarto de baño (con bañera o ducha, lavamanos e inodoro) por cada 4 plazas o fracción, Un enchufe junto a cada lavamanos; un pequeño armario o estante para poder guardar los enseres de limpieza personal, Suelos totalmente pavimentados, así como las paredes enladrilladas hasta una altura mínima de 2,10 metros, o bien revestidas de materiales que garanticen la impermeabilidad, Todos los elementos sanitarios deben disponer de agua fría y caliente y a superficie útil mínima de los baños debe ser de 2,50 m².

2.9.4. Apartamentos turísticos

Según la Agencia Catalana de Turisme, los apartamentos turísticos sólo se pueden comercializar a través de las empresas explotadoras, las cuales deben realizar con carácter obligatorio la limpieza habitual del alojamiento y en todo caso antes de la entrada de personas usuarias.

Son apartamentos turísticos los edificios o conjuntos continuos formados en su totalidad por apartamentos o estudios, como establecimiento único o como una unidad empresarial de explotación, con los servicios turísticos correspondientes.

Los apartamentos turísticos deben cumplir los siguientes requisitos técnicos:

- a) Recepción de una superficie mínima de 10 m².
- b) Superficies mínimas de los apartamentos o estudios de un hotel apartamento de una estrella o básico.

2.9.5. Instalaciones juveniles

Según la Agencia Catalana de Turisme, las instalaciones juveniles tienen que contar con los siguientes requisitos mínimos:

- a) Dormitorios: donde cada persona tiene que disponer de un espacio individual para dormir.
- b) Comedores y cocinas: cuando una instalación juvenil ofrezca servicio de manutención, y comida para las personas usuarias y que se elabore en la propia instalación, ésta deberá disponer de una cocina. en el caso alternativo que la comida no se elabore en la instalación, ésta deberá disponer de los aparatos y utensilios necesarios para mantener calientes los alimentos o calentarlos de forma colectiva.
- c) Salón de actividades: toda instalación juvenil dispone de una o más dependencias destinadas a las actividades propias de sus usuarios.
- d) Servicios sanitarios: las instalaciones juveniles tienen que disponer de bloques de servicios sanitarios, que deberán mantenerse limpios y en las necesarias condiciones higiénicas.
- e) Instalaciones para lavar y tender la ropa: las instalaciones juveniles tienen que disponer de las instalaciones necesarias para poder lavar y tender la ropa.

2.9.6. Refugios de montaña

Los refugios de guarda en Cataluña se encuentran en manos de diferentes organismos privados y, en menor medida, de entes públicos. Se trata básicamente de entidades y asociaciones excursionistas y algún ayuntamiento, entre los que cabe destacar el Centro Excursionista de Cataluña, la Federación de Entidades Excursionistas de Cataluña y la Unión Excursionista de Cataluña.

Los refugios de montaña hacen referencia a una tipología de alojamiento muy específica de un territorio determinado o de una parte de un territorio. En este sentido hay que señalar que la distribución geográfica de las plazas es propia de las zonas de montaña.

El responsable del refugio (guarda) es la persona que ejerce la máxima autoridad en el refugio respectivo por delegación de la Federación de Entidades Excursionistas de Cataluña; sus decisiones, tanto en lo referente a la aplicación de este reglamento como para las cosas que no hayan sido previstas, son de inexcusable cumplimiento, sin perjuicio de las posteriores reclamaciones que se considere conveniente cursar.

El responsable del refugio debe atender a los usuarios como huéspedes y su conducta seguirá en todo caso las normas elementales de la hospitalidad. En todo lo que pueda deberá atender las necesidades de los usuarios.

El responsable del refugio será el encargado de:

- a) Organizar el alojamiento.
- b) Admitir, identificar e inscribir los usuarios.
- c) Velar por la seguridad, la limpieza y el mantenimiento de las instalaciones del refugio.
- d) Hacer respetar el orden necesario para el interés general.

En caso de accidente o de situación excepcional, el responsable del refugio colaborará en todo lo que sea necesario para facilitar las tareas de salvamento.

La prioridad de uso de los refugios será por este orden:

- a) Los enfermos o accidentados y los socorristas en el ejercicio de sus deberes, que tendrán prioridad absoluta sobre todos los usuarios del refugio.
- b) Los usuarios que tengan reserva confirmada y estén o hayan confirmado la llegada al refugio antes de las 19 horas.
- c) Los poseedores de la licencia Federativa del año en curso, los socios de entidades afiliadas a la Federación de Entidades Excursionistas de Cataluña y los miembros de federación o entidad extranjera en régimen de reciprocidad, debidamente acreditados, cuando lleguen al refugio antes de las 19 horas y por estricto orden de llegada.
- d) El resto de usuarios a partir de las 19 horas según su orden de llegada.

2.9.7. Viviendas de uso turístico

Según la Agencia Catalana de Turisme, los requisitos y servicios de las viviendas de uso turístico:

- a) Las viviendas de uso turístico deben disponer de la cédula de habitabilidad y cumplir en todo momento las condiciones técnicas y de calidad exigibles a las viviendas. Las viviendas no pueden ser ocupadas con más plazas que las indicadas en la cédula.
- b) Las viviendas deben estar suficientemente equipadas y dotadas de los aparatos y utensilios necesarios para su ocupación inmediata, con el fin de prestar un servicio de alojamiento correcto en relación con la totalidad de plazas que dispongan, todo en perfecto estado de higiene.
- c) El propietario o propietaria de la vivienda, o la persona gestora en quien delegue, facilitará a usuarios y vecinos el teléfono para atender y resolver de manera inmediata consultas e incidencias relativas a la actividad de vivienda de uso turístico.
- d) El propietario o propietaria, o la persona gestora en quien delegue, debe garantizar un servicio de asistencia y mantenimiento de la vivienda.

2.10. Conclusiones

A partir de todo el análisis previo realizado en este capítulo entendemos que resulta pertinente comparar un albergue turístico con un establecimiento hotelero básico.

En este sentido, la tabla siguiente muestra los requisitos mínimos que deben ofrecer los hoteles clasificados con una estrella o básico según el decreto 159/2012, de 20 de noviembre, de establecimientos de alojamiento turístico y de viviendas de uso turístico a efectos de este decreto con requisitos mínimos que deben ofrecer los albergues según la Ley 38/1991, de 30 de diciembre, de instalaciones destinadas a actividades con niños y jóvenes.

Tabla 15. Comparativa requisitos mínimos según normativas vigentes en Cataluña de los hoteles de una estrella o básicos y los albergues

	Hotel 1* o básico	Albergue
Ascensor Desde 4 niveles (3 pisos o más)	X	X
Climatización* en zonas comunes	X	X
Agua fría y caliente	X	X
Teléfono de uso general	X	X
Servicios sanitarios en espacios comunes	X	X
Servicio de comunicación con el propio establecimiento en las habitaciones, apartamentos o estudios	X	X
Servicio de desayunos	X	X
Información turística de la localidad y de la zona	X	X

Fuente: Elaboración propia

En base a esta comparación afirmar a la vista de los resultados de la comparativa de los distintos alojamientos turísticos catalanes que un albergue es un alojamiento turístico.

3. LAS INSTALACIONES JUVENILES

3.1. Historia y evolución

3.1.1. Introducción y marco histórico

Durante el siglo XIX se hacen patentes en Europa varias corrientes de pensamientos que afectan de forma notable al mundo de los jóvenes, fruto de ello surgen:

a) Por un lado, los movimientos juveniles. En el año 1844 nace la YMCA (Young Men Christian Association), creada en Londres por George Williams, seguida en el año 1855 por la Organización de Mujeres (Young Women Christian Association YWCA).

b) Por otro lado, se percibe igualmente, un movimiento generalizado de "retorno a la naturaleza", especialmente visible en Alemania, donde tiene un cierto carácter de reacción romántica, fundamentalmente juvenil, contra el formulismo y el materialismo de la vida burguesa. La consecuencia más inmediata entre los jóvenes fue la aparición de los grupos autodenominados "Wandervögel" (aves migratorias), con rasgos característicos y peculiares en cuanto a costumbres (largas caminatas, oposición al alcohol y al tabaco) y modos de vestir (pantalones cortos, blusas de muchos colores) que los diferencian de la vida tradicional de los adultos.

Dentro de esta tendencia, hay que señalar también la creación de la "Boy Scouts Association", fundada en Inglaterra en 1908 por Sir Robert Baden Powell, extendiéndose más tarde por todos los continentes. Para sus miembros, la vida en la naturaleza constituye uno de los aspectos más característicos.

Mientras todo esto ocurre en Europa, con todo el movimiento de renovación pedagógica que produjo la Nueva Escuela (superación de la enseñanza autoritaria tradicional y adaptación a las nuevas necesidades y concepción del mundo de la burguesía liberal), en Cataluña empieza a entenderse la escuela como un laboratorio de pedagogía práctica.

Estas y otras circunstancias de ámbito sociocultural van creando en Europa un clima de opinión generalizada donde germina una idea: la necesidad de los "hostales" o albergues para jóvenes. La primera instalación precursora directa de los albergues juveniles fue establecida en 1884 fundada por Guido Rotter, que lo denominó "*Albergue para escolares y estudiantes*". Siguiendo este ejemplo, se establecen numerosos "albergues", sobre todo en Austria y Alemania. En general, tenían carácter privado y estaban exclusivamente reservados a chicos estudiantes. Las chicas y otros grupos juveniles no tenían acceso a los mismos.

Tras todos estos movimientos llegamos hasta principios del siglo XX, donde según el libro *Richard Schirrmann: The first youth hosteller: A biographical sketch by Graham Heath* (1962, International Youth Hostel Association, Copenhagen), el profesor de escuela y pedagogo alemán Richard Schirrmann, quién es considerado como el auténtico fundador de los "albergues juveniles". Schirrmann era un creyente fervoroso del aprendizaje a través de la observación directa y, a menudo, se llevaba a los alumnos de excursión o para hacer senderismo. Durante una de estas salidas, el 26 de agosto de 1909, los sorprendió una fuerte tormenta. Finalmente, encontraron refugio en una escuela en el Valle de Brolin. El director del centro les permitió utilizar un aula y un granjero les regaló paja para poder dormir encima y un poco de leche para cenar. Mientras los chicos dormían, Schirrmann permanecía despierto, y fue entonces, cuando se gestó la idea de que edificios ya existentes (escuelas, granjas) podrían utilizarse como refugio para jóvenes excursionistas en días de fiesta y durante las vacaciones. Así, los pueblos tendrían albergues juveniles, que se encontrarían a un día caminando entre uno y otro, y podrían acoger los excursionistas. Nació de esta manera la idea motriz del movimiento de los albergues juveniles de Alemania. (Agencia Catalana de Joventut, enero 2017).

Schirrmann (1910) plasmó estas ideas en un escrito, el "*Volksschülerherbergen*" (albergues para alumnos de escuelas públicas normales):

"Dos aulas serían suficientes, una para los chicos y otra para las chicas. Los pupitres se deberían apilar a un lado para dejar un espacio libre para 15 camas. Cada cama tendría un saco lleno de paja, una almohada, dos sábanas y una manta. A los chicos se les debe pedir que mantengan limpio y ordenado su espacio".

En 1912 el diseño de Schirrmann se hizo realidad, cuando consigue transformar el viejo castillo de Altena, situado a 40 kilómetros al sur de Dortmund, en el primer auténtico albergue juvenil de carácter permanente.

A partir de este momento, el movimiento alberguista alemán registró un rápido y constante crecimiento. La idea de Schirrmann era llegar a crear una red, en la que las distancias de un albergue a otro fueran de 30 a 35 km., para poder ir de uno al otro en un día. Así fue como la Red Alemana de Albergues Juveniles fue configurándose como la más importante del mundo.

A partir de ahí, “el movimiento alberguista creció rápidamente por todo el mundo. En el año 1913 se registraron un total de 83 albergues y se contabilizaron 21.000 pernотaciones. Ocho años más tarde, en el año 1921, el número de pernотaciones aumentó hasta las 500.000.” Según explica José Garrigo, responsable para Europa de la Internacional Youth Hostel Federation.

Un cambio importante se produjo en el año 1931 donde tuvo lugar la Primera Conferencia Internacional con representantes de once asociaciones de albergues. Esta conferencia marcó la creación de la International Youth Hostel Federation (IYHF), de la que salió elegido como primer Presidente Richard Shirmann. Hoy en día esta organización se conoce con el nombre de Hostelling International (HI) y es una de las organizaciones asociativas para jóvenes más grandes del mundo, con un número de miembros superior a tres millones, con presencia en 65 estados repartidos por los cinco continentes y más de 4.000 instalaciones.

3.1.2. Histórico en el Estado Español

En el estado español, después de la guerra civil, gran parte de las entidades juveniles carecían de dirigentes juveniles y de marco legal dónde desarrollar sus actividades, ya que la única organización juvenil legalmente reconocida era el Frente de Juventudes. “Por este motivo, se creó desde el gobierno, en el año 1955, la REAJ (Red Española de Albergues Juveniles) – aunque esta no disponía de ningún albergue juvenil como tal – y se solicitó el ingreso en la IYHF, aunque no fue admitida hasta el año 1957, en el sí de la Federación Internacional, principalmente por razones políticas”, como cita Mario Chiesa Gerente de REAJ en un artículo publicado por la REAJ..

Ese mismo año (1957), se inauguró el primer albergue juvenil en el recinto de la Casa de Campo de Madrid, con el nombre de R. Shirmann, en recuerdo al fundador del movimiento. Durante todos esos años la utilización de los albergues de juventud quedó bastante limitada a un público afín a la "Organización Juvenil Española", así pues la inmensa mayoría de jóvenes no utilizaron los albergues de juventud.

A partir del año 1977, en el cuál, formalmente desapareció la estructura político-administrativa que regía la REAJ, es cuando el alberguismo empezó a arraigarse y a coger fuerza a semejanza de los albergues internacionales de las grandes ciudades europeas.

3.1.3. Histórico en Cataluña

Según la Agencia Catalana de Joventut, enero 2017, la gran tradición que tiene Cataluña en materia de asociacionismo juvenil hizo que un número notable de locales e instalaciones, de iniciativa pública o privada, se destinasen a la realización de actividades para niños y niñas. Por este motivo, en el año 1907, el Ayuntamiento de Barcelona organizó las primeras colonias escolares para satisfacer esta demanda. Todo este movimiento se vio truncado con la Guerra Civil española y posteriormente con la victoria franquista, todas estas instalaciones pasaron a manos del régimen, el cuál era el responsable de su gestión. Finalmente con la llegada de la democracia la Generalitat de Catalunya empezó a gestionar los primeros albergues de juventud en el año 1983, previamente, a tal efecto, la Generalitat de Catalunya, creo según la ley 19/1981, de fecha 1 de diciembre de 1981 el Institut Català de Serveis a la Joventut, con la finalidad de gestionar y promover los albergues y el alberguismo. En el verano del 1983 se inaugura el primer albergue gestionado por la Generalitat de Catalunya, en Planoles, el albergue Pere Figuera. La inauguración de esta instalación contó con la presencia del Honorable President de la Generalitat Jordi Pujol, paralelamente se ponen en funcionamiento el albergue de Matabós en Les, en la Vall d'Aran y el albergue Santa María del Mar en Coma-ruga, según consta en el registro de instalaciones juveniles de la Direcció General de Joventut de la Generalitat de Catalunya. A partir de este momento los albergues juveniles se consolidan con fuerza por toda la geografía catalana.

Posteriormente en el año 1993, mediante el acuerdo de gobierno de 14 de septiembre de 1993, publicado en fecha 20 de octubre de 1993 y constituida formalmente mediante escritura pública el 4 de mayo de 1994 se crea la empresa pública Turisme Juvenil de Catalunya, SA (TUJUCA, SA), de la que tuve el honor de ser el director gerente (período 2001-2004). En la actualidad es la Agència Catalana de la Joventut, creada mediante la ley 6/2006 de 26 de mayo, responsable entre otras funciones del carné joven, por ejemplo, gestiona los 20 albergues públicos y comercializa, difunde y completa con programas y contenidos 30 instalaciones más.

En el anejo 4, se describe la historia de los albergues catalanes actualmente gestionados por la Generalitat de Catalunya que es muy diversa y cada uno de ellos tiene sus peculiaridades.

Según datos de la Direcció General de Joventut, en Cataluña la evolución del número total de instalaciones juveniles autorizadas, con denominación de albergue de juventud, es el siguiente:

Tabla 16. Evolución del número total de instalaciones juveniles autorizadas en Cataluña

2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
73	75	84	88	93	98	103	116	125	137	168	201	226	248

Fuente: Direcció General de Joventut

El año 2016 finalizó con un total de 248 albergues y con una oferta de 22.131 plazas en Cataluña.

3.2. El albergue de juventud

3.2.1. Introducción

Como hemos comentado en el anterior capítulo, el movimiento alberguista nació con el objetivo de hacer posible que los chicos y las chicas jóvenes con pocos recursos tuvieran la oportunidad de aproximarse a la naturaleza, de conocer mejor su propio país, así como los extranjeros, ofrecer un punto de intercambio entre jóvenes sin distinciones sociales con unas condiciones de alojamiento sencillas y económicas, adecuadas a las posibilidades, generalmente escasas de este sector de la población.

Esta actividad, se diferencia perfectamente de otras similares que se llevan a cabo mediante residencias, hoteles o pensiones que, aparentemente tienen la misma finalidad.

Durante la conferencia celebrada en Cataluña en el año 1960, organizada por el Instituto de Formación Pere Tarrés, se concretó el carácter primordialmente educativo de los albergues juveniles. No atendiendo a los medios normales de la actividad educativa básica, sino de acuerdo con otros indirectos, pero del mismo modo eficaces, mediante la oportunidad que se brindaba al joven la posibilidad viajar y redescubrir el entorno y los diferentes pueblos y ciudades de su país.

Viendo esta íntima relación entre turismo y educación para nosotros, los albergues son instrumentos válidos para permitir ofrecer las siguientes funciones:

- Función turística: conocer y visitar regiones o zonas del propio país o del extranjero. Ciertamente esta es una de las funciones más elementales del albergue juvenil. En todo caso se trata de una función primaria compatible con el resto.

- Función educativa/cultural: íntimamente ligada a la anterior, se puede diferenciar de ella en algunos apartados: Complemento de la actividad escolar. Buscando una mayor colaboración albergue-escuela que posibilite a los alumnos ponerse en contacto con el medio natural y así conocer la realidad artística, histórica o industrial de una zona determinada, Como servicio de alojamiento para estancias amplias. Tanto con intercambios con otros países como con jornadas o sesiones de trabajo de diversas entidades y como herramienta específica para potenciar el conocimiento y al mismo tiempo el respeto a la naturaleza mediante un mayor contacto con ella.
- Función de servicio a la sociedad: en diferentes vertientes: Como servicio al alcance de las diferentes asociaciones, corporaciones públicas y privadas en la medida de lo posible y como contribución a la integración social de sectores marginados.
- El albergue como centro de convivencia mundial: encontrarse y convivir con otros jóvenes. No debemos olvidar que una de las virtudes del albergue es ser un "punto de encuentro" por encima de las diferentes creencias y fronteras. Esta es, sin duda, una de las experiencias más importantes que se han llevado a cabo en estas instalaciones.

En definitiva, el alberguismo responde a una filosofía que ha experimentado algún cambio desde su inicio pero que sigue vigente hoy aún, como así lo apoyan los más de 4.000 albergues de todo el mundo. Durante todos estos años los albergues han permitido ser lugares de encuentro para un amplio abanico de usuarios, que buscan el contacto con la naturaleza y la convivencia con los demás.

El señor Josep María Serrano, director de Marketing y Relaciones Externas de la Agència Catalana de Joventut nos comenta en una entrevista¹ que: *"por eso la Xanascat ha convertido esta filosofía en un servicio al joven, en la escuela, en la familia, al mundo asociativo y al estudiante. Un servicio que se debe contemplar más allá del alojamiento a buen precio, como un servicio con contenido pedagógico, que hace de los valores humanos y la convivencia su sentido principal"*.

Según la *Guía de la xarxa catalana d'instal·lacions juvenils* (página 10, año 2010): "Un albergue de juventud, es una de las opciones más cómoda y baratas en el momento de buscar alojamiento cuando se viaja. Por otro lado, la convivencia con personas de otras culturas y nacionalidades favorece el conocimiento mutuo y el respeto de la pluralidad".

¹ Nota: entrevista realizada en el mes de junio de 2014 en las instalaciones de la Agència Catalana de Joventut.

3.2.2. Las diferencias entre albergues y hoteles

Hay varias diferencias entre los albergues y hoteles, entre ellos:

- Los presupuestos de los albergues tienden a ser considerablemente más bajos y muchos de estos albergues cuentan con programas para compartir libros, DVD y otros artículos.
- Los albergues están pensados para aquellos usuarios que prefieren un ambiente informal, los albergues no suelen tener el mismo nivel de formalidad como los hoteles.
- Son para los que prefieren estar acompañados de sus amigos en una misma habitación. El aspecto de los dormitorios colabora también a la fluida interacción de los huéspedes. Las habitaciones suelen estar ocupadas por literas de dos niveles pero aun así la comodidad y el buen servicio está asegurado.
- Muchos albergues, a diferencia de los hoteles, poseen numerosas áreas comunes para facilitar la convivencia entre ellos.

3.2.3. Características

Según Hostelling International (HI) las principales características² que podemos encontrarnos en los albergues son las que a continuación se describen.

Una de las principales características de los albergues es que muchos de ellos están ubicados en edificios históricos, o pueden encontrarse en barcas sobre el río Danubio en Hungría, en una granja en Irlanda, una prisión en Canadá o en un edificio victoriano en Londres.

Cabe destacar también, y ante la obligatoriedad que los colegios tienen de realizar salidas extraescolares para completar el currículo de los alumnos, se ha creado un nuevo tipo de albergue que se diferencia mucho de los que conocemos como albergues de “backpackers” o “transeúntes”. Son albergues dedicados únicamente a grupos escolares o colectivos, en Cataluña por ejemplo, con una regulación pionera en este campo diferencia entre albergues y casas de colonias, este segundo alojamiento está pensado exclusivamente para colectivos no pudiendo acceder a sus servicios personas individuales o familias. Como características comunes podremos enunciar las siguientes: Alojamiento para grupos de más de 30 alumnos que se alojan a través de su colegio como salida cultural o de ocio.

² Nota: características de un albergue que se puede obtener en la página web: www.hihostels.com. Año Diciembre 2016.

Incluyen monitores y un proyecto educativo. Ofrecen actividades medioambientales y de multiaventura. Están situados fuera de las ciudades o núcleos de población.

Actualmente, en la red de Hostelling International, los dormitorios múltiples de gran capacidad tienden a desaparecer, muchos albergues disponen de habitaciones individuales y de dos y cuatro camas. Los dormitorios varían de tamaño entre los diferentes albergues, pero en general van desde cuatro camas hasta veinte por habitación, que en su mayoría están dispuestas en literas, aunque como hemos comentado anteriormente en las nuevas construcciones se adecuan habitaciones dobles adaptables a cuatro plazas para colectivos o familias. Normalmente, los albergues suministran la ropa de cama, aunque en ciertos establecimientos el usuario debe traer o alquilar sus propias sábanas o saco de dormir. En algunos países, se permite utilizar un saco de dormir "normal", pero en muchos de ellos no, debido a sus normas de higiene.

En función de cómo sean los dormitorios la ubicación y situación de los baños y duchas varían ya que en los dormitorios conjuntos son compartidos situados no muy lejos del dormitorio, frecuentemente ubicados en el pasillo, y aquellos albergues que disponen de habitaciones suelen tenerlo en las mismas habitaciones. Normalmente, también se ofrece un servicio de alquiler de toallas.

La mayoría de los albergues cuenta con cocina para uso de los huéspedes, aunque no siempre dispone de todos los utensilios, y también muchos sirven buenas y económicas comidas en sus propios restaurantes, cafés o bares.

Casi todos los albergues ofrecen taquillas, a veces gratis o con un costo de alquiler para que las personas puedan guardar sus pertenencias de valor. Estas taquillas pueden estar ubicadas en las habitaciones o en un área separada.

Numerosos albergues disponen de acceso para sillas de ruedas y cada vez son más los que cuentan con habitaciones especialmente preparadas para minusválidos. Se aconseja contactar con el albergue para informarse exactamente antes de reservar, ya que un gran número de los establecimientos se encuentra en edificios históricos, los cuales son muy difíciles de adaptar.

Numerosos albergues ofrecen una amplia gama de actividades, desde visitas a ciudades a rafting en aguas rápidas, además, en la recepción del albergue se puede conseguir valiosa información local y turística.

Y por último, en algunos albergues admiten animales de compañía.

3.2.4. Funcionamiento de los albergues

El funcionamiento de los albergues³ viene regido según las directrices de Hostelling International (HI).

En general, los grandes albergues urbanos permanecen abiertos las 24 horas del día durante todo el año, aunque excepcionalmente en algunos albergues hay un horario más limitado de apertura y estos cierran unas horas durante el día y también hay que contar con aquellos albergues que sólo son de temporada. Generalmente, la entrada se puede realizar de 17:00 horas a 22:30 horas y la salida oscila entre las 7:00 horas a 10:00 horas.

El único requisito indispensable para poder alojarse en un albergue es disponer del carné de alberguista, aunque dicho requisito es una formalidad ya que éste se dispensa en los mismos albergues de juventud y es sólo una tarea burocrática y administrativa que sólo conlleva unos minutos. Existen distintos tipos de carné de alberguista dependiendo de la edad del huésped.

Actualmente, en la mayoría de las ciudades del mundo, principalmente las capitales, se pueden encontrar albergues desde 12€ en adelante, en régimen de pernoctación. Los precios evidentemente, dependen de las comodidades que ofrezcan, ubicación y desde hace muy poco tiempo de factores que también tienen que ver con la competencia, pues la irrupción de grandes cadenas de albergues internacionales ha provocado en las principales ciudades una lucha entre diferentes establecimientos que ha provocado una reducción de precios y también una ampliación de los servicios ofertados.

Los Albergues Juveniles están abiertos a todos, aunque, cuando el establecimiento está casi completo se permite que se dé prioridad a los jóvenes. Los niños deben ir acompañados por un adulto, aunque puntualmente en algunos albergues se admiten niños no acompañados, pero se aplica un límite de edad que varía en cada país y de un albergue a otro. Es importante tener en cuenta que no está permitido a los menores de edad sin acompañante alojarse en los dormitorios múltiples y que, por lo tanto, sólo se pueden hospedar en los albergues que dispongan de una habitación privada, por tanto, es recomendable reservar la habitación con antelación.

³ Nota: funcionamiento de los albergues según Hostelling International que se puede obtener en la página web: www.hihostels.com. Diciembre 2016

3.2.5. Normas Garantizadas

Lo que las Normas Garantizadas y bien establecidas de Hostelling International quieren decir es que el huésped puede contar con un nivel de calidad constante en los servicios e instalaciones, sea cual sea el albergue en el que se aloje. En todos los países miembros se les exige llevar a cabo regularmente programas de reconocimiento. Además, el equipo de control de normas de HI se encarga de comprobar el cumplimiento de los requisitos que constituye el Plan de Normas Garantizadas mediante visitas a los albergues. También se realiza con regularidad programas denominados de "compras misteriosas", con la ayuda de viajeros con presupuesto limitado.

Estos programas permiten asegurar la aplicación las normas de calidad y de servicio al cliente.

- Recibimiento: los albergues están abiertos a todos.
- Comodidad: una buena noche garantizada (con la posibilidad de alquilar sábanas recién lavadas si no se incluyen en el precio de la pernoctación) y suficientes lavabos/duchas. Normalmente, los albergues sirven comidas y están dotados, además, de una cocina para uso de los huéspedes. Asimismo, suele haber una tienda de comestibles cerca de los mismos.
- Limpieza: las más rigurosas normas de higiene dondequiera que se aloje un huésped.
- Seguridad personal y de las pertenencias, que incluye la disponibilidad de consignas de equipaje y taquillas con llave para los objetos de valor.
- Intimidad: en las duchas, los lavabos y los aseos. En la mayoría de los albergues, el alojamiento consiste en dormitorios múltiples no mixtos, aunque es posible que algunos establecimientos dispongan de habitaciones mixtas para quienes viajen juntos y las soliciten.

Las asociaciones de albergues juveniles también se preocupan por dirigir los albergues de forma que favorezcan el medio ambiente.

A continuación vamos a explicar el sistema de gestión de calidad que utiliza Hostelling International (HI-Q).

El Sistema de Gestión de Calidad Hostelling International (HI-Q)

HI-Q, el Sistema de Gestión de Calidad de Hostelling International es un complemento a los bien establecidos Niveles de Calidad Garantizados de Hostelling International y se centra en la administración y funcionamiento de los albergues. Coge las “mejores prácticas” de los sistemas de calidad de todo el mundo y los adapta a las necesidades específicas de los albergues. HI-Q permite a los albergues mejorar y conseguir de una forma consistente altos niveles de calidad para garantizar una estupenda experiencia en el albergue por parte de sus huéspedes. HI-Q es un programa de larga duración que se está poniendo en práctica en los albergues HI de todo el mundo. Solamente aquellos albergues que finalicen el programa con éxito, recibirán el certificado y podrán exponer el distintivo logotipo de HI-Q.

3.2.6. Niveles de calidad

Los países miembros a Hostelling International están obligados a cumplir con las Normas Garantizadas acordadas en el ámbito internacional para conseguir un mayor confort en el albergue. En estos momentos en Hostelling International (HI) se está introduciendo el Sistema de Gestión de Calidad de Hostelling International (HI Quality™), que se centra en la administración y funcionamiento del albergue con el fin de mejorar las experiencias de los huéspedes en el albergue. Los huéspedes del albergue también contribuyen a observar los niveles de calidad del albergue a través de ejercicios como “el comprador misterioso”, y dando una Puntuación a los albergues.

Las Normas de Calidad Garantizadas fijan los niveles de amabilidad, seguridad, comodidad, protección y privacidad que se esperan de cualquier albergue HI de cualquier lugar del mundo. La Calidad de Hostelling International es una herramienta de administración que define los procesos y las rutinas para dirigir el albergue de una forma eficaz, y permite a los empleados concentrar sus energías en conseguir los niveles de calidad necesarios para que el huésped tenga la mejor experiencia posible en el albergue.

El programa Calidad de Hostelling International es aún bastante nuevo y llevará algo de tiempo ponerlo en práctica en la enorme red mundial de albergues de Hostelling International. Tanto si un albergue tiene expuesto el certificado de Calidad de Hostelling International como si no, el huésped puede estar seguro de que cumple con los Niveles de Calidad Garantizados que se han fijado con el fin de garantizar una estancia confortable y agradable.

Todos los albergues de Hostelling International se han comprometido a conseguir los Niveles de Calidad Garantizados de bienvenida, comodidad, limpieza, seguridad y privacidad.

3.2.7. Puntuaciones, comentarios y recomendaciones

Después de cada estancia en un albergue, se invita a todos los huéspedes a comentar su experiencia y sus comentarios se publican directamente en la página del albergue correspondiente en www.hihostels.com (Enero 2017). Además de las puntuaciones, se pide a los clientes que compartan sus sugerencias sobre qué ver y qué hacer en los alrededores del albergue.

3.3. El alberguismo nacional e internacional

3.3.1. Introducción

Según se recoge en Hostelling International⁴, el 20 de octubre de 1931 se celebró la primera conferencia internacional en un hotel de Ámsterdam, a la cuál acudieron representantes de 11 asociaciones de albergues: Bélgica, Checoslovaquia, Dinamarca, Inglaterra y Gales, Francia, Alemania, Irlanda, Países Bajos, Noruega, Polonia y Suiza, esta conferencia marcó el nacimiento de la Federación Internacional de Albergues Juveniles la IYHF (International Youth Hostel Federation), conocida hoy en día como la Hostelling Internacional, o HiHostels, cuya marca está presente en más de 90 asociaciones de albergues juveniles, mayoritariamente estatales, con presencia en más de 80 países y con más de 4.000 albergues operativos.

Hostelling International es la marca de la organización sin fines de lucro de la International Youth Hostel Federation o IYHF (Federación Internacional de Albergues Juveniles) y de sus Asociaciones de Albergues Juveniles miembros de todo el mundo, la cual garantiza alojamiento económico de calidad en el que se puede confiar.

Los Albergues Juveniles de la Hostelling International (a partir de ahora HI) permiten conocer a personas de diferentes culturas, clases sociales y con distintas experiencias de la vida. Constituyen, asimismo, un rico recurso para aprender y para construir un mundo mejor y más pacífico.

⁴ Nota: historia del alberguismo en la página web: www.hihostels.com

3.3.2. Misión de la Hostelling International

La misión de la Hostelling International tal y como se recoge en el artículo 2 de los Estatutos de la Federación Internacional de Albergues Juveniles es la siguiente:

"Fomentar la educación de todos los jóvenes de todas las naciones, pero especialmente los de recursos limitados, estimulando en ellos un mayor conocimiento, afecto y cuidado del campo, así como una apreciación de los valores culturales de las ciudades, tanto grandes como pequeñas, de todas partes del mundo, y, como medio para lograrlo, ofrecer albergues u otra clase de alojamiento en los que no existan distinciones de raza, nacionalidad, color, religión, sexo, clase social ni opiniones políticas, para que puedan llegar así a comprender mejor a sus semejantes, tanto en su propio país como en el extranjero."

Figura 7. Logotipo de Hostelling International



Fuente: www.hihostels.com

La publicación de Hostelling International⁵ sobre su historia y filosofía nos facilita los siguientes datos:

Actualmente los albergues asociados a Hostelling International generan 35 millones de pernотaciones anuales repartidos por más de 80 países.

El alberguista actual puede tanto haber alcanzado la treintena y traer a su familia en automóvil, como llegar solo a pie con una mochila al hombro, o incluso formar parte de un grupo escolar. Pero el alberguismo tampoco es un fin en sí. Para los alberguistas de todas las edades, los albergues constituyen un pasaporte para la exploración cultural y la apreciación de la naturaleza.

El entorno económico, social y político que enmarca el alberguismo ha cambiado totalmente durante este último siglo. El movimiento ha salido de su núcleo original europeo

⁵ Nota: catálogo de historia y filosofía de Hostelling International que se puede obtener en la página web: www.hihostels.com. (Diciembre 2016)

para abarcar el mundo entero y satisfacer las expectativas de los jóvenes de hoy, quienes disponen de más dinero y tiempo libre, y disfrutan de más movilidad que nunca.

La red de albergues permite a los jóvenes de diferentes nacionalidades, culturas y condiciones sociales, encontrarse en un ambiente informal, intercambiar experiencias, aprender a conocerse a sí mismos y a los demás, y descubrir el lugar donde se encuentran. Los albergues fomentan una auténtica toma de conciencia de los temas de actualidad a escala internacional.

El alberguismo también juega un papel fundamental, si bien ocioso, en el desarrollo de los jóvenes en su calidad de futuros empleados en el mercado mundial del trabajo. El entorno de los albergues promueve la conciencia social y pone de manifiesto la importancia del civismo para la convivencia. Por otra parte, ayuda a desarrollar el sentido de la autodisciplina que se consigue viviendo diferentes situaciones, viéndose obligado a tomar decisiones uno solo y aprendiendo de las consecuencias.

Los jóvenes se han convertido en portavoces de los problemas ecológicos de nuestro planeta y nos llaman a unirnos a ellos. Gracias al vigor constante que caracteriza el movimiento de los albergues juveniles, hemos conseguido realizar sus expectativas. Y seguiremos haciéndolo, a medida que vayan naciendo nuevas generaciones y que la juventud de hoy se transforme en las familias alberguistas del mañana.

3.3.3. Desarrollo de los albergues

Hostelling International se esfuerza por fomentar la expansión y la eficiencia de las asociaciones de albergues juveniles de todo el mundo. Su misión es extender la red de albergues a nuevas tierras, instituyendo los mismos métodos de trabajo y altos niveles de calidad en todos los lugares, e impulsar el ideal alberguista mediante promociones y colaboraciones a nivel internacional.

En la página web de Hostelling Internacional⁶ se explica cómo los ingresos generados por sus actividades son reinvertidos en su totalidad y, de esta forma, los albergues más rentables ayudan a sostener a aquéllos situados en emplazamientos más remotos, los cuales, si no fuera por ello, posiblemente no serían viables económicamente. Los beneficios de explotación sirven asimismo para financiar programas de índole tanto física como intelectual, así como para aumentar la conciencia medioambiental entre los usuarios de los albergues en general.

⁶ Nota: Página web de Hostelling International: www.hihostels.com. Diciembre 2016

Gracias a estas iniciativas, Hostelling International continúa abriendo las puertas del mundo a la juventud y asegurando un servicio siempre en consonancia con las necesidades del momento.

El nombre de Hostelling International y su símbolo, caracterizado por el triángulo azul, son sinónimos de alojamiento económico de calidad en todos los países. Se ha establecido un plan de garantía de la calidad según el cual sólo los establecimientos que cumplan con las normas internacionales establecidas tienen derecho a utilizar dicho símbolo y a figurar en la Guía Internacional.

Tanto las nuevas construcciones como las renovaciones de antiguos albergues incorporan modernos diseños que incluyen dormitorios de capacidad reducida y habitaciones familiares con baño, zonas de recepción abiertas para que resulten más acogedoras y atractivas zonas comunes en las que encontrarse, comer y relajarse.

Los albergues juveniles cambian a menudo de forma y de tamaño, reflejando el carácter único del país en el que están implantados, hay albergues de tan sólo 20 camas u otros en que su capacidad alcanza las 700 plazas. Los albergues acostumbran a familiarizarse con el entorno y se intentan ubicar en sitios singulares: al borde de lagos y mares, en la montaña y en el centro de las ciudades. Actualmente, los albergues juveniles son una parte importante de captación de turismo.

Las Asociaciones Nacionales de Albergues Juveniles son quienes dirigen los Albergues Juveniles. Todos los albergues deben cumplir las Normas de Calidad Garantizadas establecidas por HI, quien realiza inspecciones con regularidad.

Toda la información sobre los albergues del mundo, sus prestaciones y tarifas, se pueden encontrar en el sitio web de Hostelling International.

Los albergues de HI están ubicados según su distribución geográfica por zonas y los países pertenecientes para cada una de ellas:

Tabla 17. Países con presencia de Hostelling Internacional en el mundo

ALBERGUES DE HOSTELLING INTERNACIONAL EN EUROPA			
Albania	Dinamarca	Inglaterra y Gales	Montenegro
Alemania	Escocia	Irlanda (República de)	Noruega
Andorra	Eslovaquia	Irlanda del Norte	Países Bajos
Armenia	Eslovenia	Islandia	Polonia
Austria	España	Islas Feroe	Portugal
Azerbaiyán	Estonia	Italia	Rumanía
Bélgica	Finlandia	Letonia	Rusia
Bosnia y Herzegovina	Francia	Liechtenstein	Serbia
Bulgaria	Gales e Inglaterra	Lituania	Suecia
Checa, República	Georgia	Luxemburgo	Suiza
Chipre	Grecia	Macedonia	Turquía
Croacia	Hungría	Malta	Ucrania
ALBERGUES DE HOSTELLING INTERNACIONAL EN NORTEAMÉRICA Y CENTRO AMÉRICA			
Canadá	Cuba	México	Costa Rica
Estados Unidos			
ALBERGUES DE HOSTELLING INTERNACIONAL EN SURAMÉRICA			
Argentina	Chile	Uruguay	Bolivia
Colombia	Brasil	Perú	
ALBERGUES DE HOSTELLING INTERNACIONAL EN OCEANÍA			
Australia	Nueva Zelanda	Fiyi	Tonga
ALBERGUES DE HOSTELLING INTERNACIONAL EN ASIA			
Camboya	India	Singapur	China
Japón	Tailandia	Corea del Sur	Malasia
Taiwán	Filipinas	Nepal	Vietnam
Hong Kong	Pakistán		
ALBERGUES DE HOSTELLING INTERNACIONAL EN ÁFRICA			
Argelia	Libia	Sudán	Egipto
Marruecos	Túnez	Kenia	Sudáfrica
ALBERGUES DE HOSTELLING INTERNACIONAL EN ORIENTE MEDIO			
Arabia Saudí	Israel	Qatar	Bahréin
Jordania	Siria	Emiratos Árabes Unidos	Líbano

Fuente: www.hihostels.com (Año 2016)

3.3.4. *European Union Federation of Youth Hostel Association (EUFED)*

El año 1987 se creó la European Union Federation of Youth Hostel Association (EUFED), que es una organización no gubernamental creada en Estrasburgo para representar los puntos de vista de albergues juveniles en el ámbito político europeo.

La Federación se registró siguiendo la legislación belga en agosto de 2004.

Figura 8. Logotipo de la EUFED



Fuente: www.eufed.org

Con sede en Bruselas, EUFED es una plataforma europea de enlace con la Comisión Europea, el Parlamento Europeo y otras instituciones de la UE y las asociaciones para promover el movimiento de Hostelling Juventud y obtener el apoyo político y financiero para la causa, así como para ayudar a las asociaciones nacionales de la juventud del albergue en el desarrollo de su trabajo.

EUFED representa a 17 Asociaciones de Albergues Juveniles en 15 países, que operan 1.700 albergues juveniles, sirviendo a 2,7 millones de miembros y el registro de 20 millones de pernoctaciones anuales en Europa (EUFED, Año 2016).

Las 17 asociaciones nacionales de albergues juveniles repartidas por 15 países son miembros de pleno derecho de la EUFED y son las siguientes (EUFED, año 2016):

Tabla 18. Asociaciones de albergues juveniles miembros de pleno derecho de la EUFED

- Alemania: Jugendherberge – DJH (www.jugendherberge.de)
- Austria: Österreichische Jugendherbergsverband – ÖJHV (www.oejhv.at)
- Bélgica (Flandes): Jeugdherbergen – VJH , (www.jeugdherbergen.be)
- Bélgica (Valonia): Les Auberges de Jeunesse – LAJ (www.laj.be)
- Dinamarca: Danmarks Vandrerhjem – DANHOSTEL (www.danhostel.dk)
- Escocia: Scottish Youth Hostels Association – SYHA (www.syha.org.uk)
- Eslovenia: Planinska Zveza Slovenije – PZS (www.pzs.si)
- España: Red Española de Albergues Juveniles – REAJ (www.reaj.es)
- Francia: Federation Unie des Auberges de Jeunesse – FUAJ (www.fuaj.org)
- Hungría – HYHA (www.miszsz.hu)
- Inglaterra y Gales: Youth Hostel Association – YHA (www.yha.org.uk)
- Irlanda (República): Irish Youth Hostel Association - (www.anoige.ie)
- Italia: Associazione Italiana Alberghi per la Gioventù – AIG (www.aighostels.it)
- Luxemburgo: Centre de l’Amitié Jeunes & Loisirs – CAJL(www.c.a.j.l.free.fr)
- Países Bajos: Stayokay (www.stayokay.com)
- Portugal: MOVIOJovem (www.movijovem.pt)

Fuente: elaboración propia

Además, Croacia (Hrvatski Ferijalni y Hostelski Saveez (HFHS)), Rumanía (Asociatja Youth Hostel Románia (AYHR)) y Suiza (SJH) son miembros asociados de la EUFED.

La red Youth Hostel en Europa ofrece un alojamiento seguro, acogedor y asequible para cientos de miles de jóvenes en sus viajes. (EUFED, año 2016):

La EUFED tiene como principales actividades (EUFED, año 2016)::

- Promover el movimiento de alberguismo juvenil en el ámbito de la UE, y por lo tanto para obtener el apoyo financiero y político a la causa.
- Ayudar a las Asociaciones Nacionales de Albergues Juveniles para acceder a financiación de la UE, para ayudarles en el desarrollo de su trabajo.
- A fin de facilitar la mejora continua y el rendimiento dentro de Albergues Juveniles. La capacitación del personal y la sostenibilidad ambiental en los Albergues Juveniles son

dos áreas clave en este sentido. EUFE, con el apoyo de la IYHF y las asociaciones nacionales de Albergues Juveniles, fue galardonado con financiación de la UE para desarrollar nuevos módulos de formación.

- Ejecución en toda Europa de programas de intercambio de voluntariado para los jóvenes de edades comprendidas entre 18 y 25, con base en los Albergues Juveniles, y con el apoyo financiero de la Unión Europea.
- Ayudar a las asociaciones nacionales de albergues de juventud de los países candidatos a la adhesión de la UE para aprovechar al máximo las nuevas oportunidades que surgen de la ampliación de la UE.

La EUFED está dirigida por un Comité Ejecutivo, que son los representantes electos de las Asociaciones de Albergues Juveniles de la Unión Europea. El Comité Ejecutivo está compuesto por un Presidente, un Vicepresidente, un Tesorero y dos Vocales.

3.3.5. Redes y gestores nacionales y autonómicos

3.3.5.1. Introducción

En España el organismo que reúne a todos los albergues españoles es la Red Española de Albergues Juveniles (REAJ).

Figura 9. Logotipo de la REAJ



Fuente: Red Española de Albergues Juveniles (REAJ)

El Instituto de Juventud (INJUVE) y las Comunidades Autónomas ofrecen a los jóvenes la posibilidad de usar más de 4.000 albergues repartidos por todo el mundo, por el apoyo que presta a la Red Española de Albergues Juveniles (REAJ), representante de Hostelling International (Federación Internacional de Albergues Juveniles). (INJUVE, diciembre 2016)

Los organismos de cada comunidad autónoma que se encargan de la gestión de los albergues son los siguientes:

Tabla 19. Organismos juveniles según su Comunidad Autónoma

- Galicia: Consejo de la Juventud de Galicia.
- Asturias: Instituto Asturiano de la Juventud.
- Cantabria: Dirección general de Igualdad, Mujer y Juventud.
- País Vasco: Eusko Jauriaritza.
- Navarra: Red Navarra de Albergues Juveniles.
- La Rioja: Consejería de Educación, Cultura y Turismo.
- Aragón: Red Aragonesa de Albergues Juveniles.
- Catalunya: Agència Catalana de Joventut.
- Valencia: Consejería de Inmigración y Ciudadanía.
- Baleares: Conselleria de Turisme i Esports.
- Murcia: Consejería de Cultura y Turismo.
- Andalucía: Consejería de Turismo y Comercio.
- Extremadura: Instituto de la Juventud de Extremadura.
- Castilla la Mancha: Red de Albergues Juveniles de Castilla la Mancha.
- Castilla y León: Instituto de la Juventud.
- Madrid: Dirección General de Juventud.
- Melilla: Consejería de Bienestar Social y Sanidad.
- Canarias: Viceconsejería de Turismo.

Fuente: Elaboración propia

En España existen, actualmente más de 277 albergues pertenecientes a la REAJ. Su distribución según la comunidad autónoma a la que pertenece es la siguiente:

Tabla 20. Distribución de los albergues españoles según su Comunidad Autónoma

CCAA	Nº de Albergues
	2016
Galicia	8
Asturias	5
Cantabria	11
País Vasco	24
Navarra	12
La Rioja	7
Aragón	24
Cataluña	50
Valencia	18
Baleares	2
Murcia	2
Andalucía	20
Extremadura	10
Castilla la Mancha	31
Castilla y León	38
Madrid	6
Melilla	2
Canarias	7
TOTAL	277

Fuente: Red Española de Albergues Juveniles (REAJ)

Sus instalaciones tienen un reconocido prestigio dentro del alberguismo juvenil mundial y cubre los principales destinos turísticos y las ciudades más importantes de España.

Según la página web de la Red Española de Albergues Juveniles⁷, actualmente los albergues reciben más de 1.000.000 personas con una forma de hacer un turismo activo, cultural, deportivo y sobre todo de confraternización con otros jóvenes del mundo.

La mayor parte de los Albergues están ubicados en lugares que ofrecen amplias posibilidades para la práctica de actividades recreativas y deportivas al aire libre, con actividades culturales y medioambientales.

Las Asociaciones de Albergues realizan también actividades de carácter internacional que ofrecen a sus socios. REAJ, es miembro de Hostelling International (Federación Internacional de Albergues Juveniles), de EUFED (Federación de Albergues Juveniles de Europa) y del CIDAJAL (Centro de Información y Desarrollo de Albergues de América Latina).

3.3.5.2. Carné de Alberguista

El carné de alberguista está reconocido internacionalmente y es válido para utilizarlo en todos los albergues nacionales y extranjeros. La posesión de dicho carné es un requisito indispensable para poder utilizar un albergue español perteneciente a la REAJ.

Cualquier persona puede hacer con el carné de alberguista, en cualquiera de sus categorías: la joven (menores de 30 años), adulto (personas de 30 y más años) y el familiar o de grupo. El único requisito que se necesita para poder expedir el carné es la presentación del D.N.I. o pasaporte y el abono de su importe. Los carnés se pueden conseguir en los Puntos de Información Juvenil y en los mismos albergues.

Los distintos tipos de carné de alberguista según la edad del poseedor y el precio de cada tipología se puede observar en la siguiente tabla:

Tabla 21. Categorías del Carné de Alberguista

Tipo de Carné	Para	Tienes que traer	Precio
Joven < 29	Jóvenes de 14 a 29 años	DNI o Pasaporte	6 €
Adulto	Mayores de 30 años	DNI o Pasaporte	13 €
Grupo	Número mínimo 10 personas		16 €
Familiares	Matrimonio e hijos	Libreta de familia	21 €

Fuente: Red Española de Albergues Juveniles (REAJ). (Precios año 2016)

⁷Para información más detallada: www.reaj.com. Diciembre 2016

Todos los carnés de alberguista tienen una validez anual desde la fecha en que se emiten. En la siguiente, se puede observar como es el carné de alberguista que expide la REAJ.

Figura 10. Carné de Alberguista



Fuente: Red Española de Albergues Juveniles (REAJ)

3.3.5.3. Reglamento

Los Albergues Juveniles están abiertos a todos los que posean una tarjeta o carné de miembro, emitido por cualquier Asociación de Albergues integrada en IYHF.

Generalmente no hay límite de edad, aunque se establece total prioridad para los jóvenes de menos de 26 años. Las familias y los grupos deben ser titulares de un carné especial de miembro establecido para ellos.

La tarjeta o carné de miembro debe ser presentada en el momento de la inscripción.

En general los albergues cierran hacia las 23,00h., y es necesario respetar el descanso nocturno hasta las 7,00h. Se espera de los alberguistas que respeten las normas de los albergues y colaboren en el mantenimiento de una convivencia agradable en los mismos. Una ayuda espontánea y una actitud de respeto mutuo, son ideas básicas a tener en cuenta por los alberguistas. Las orientaciones y consejos de los Directores de Albergues deben ser respetados y aceptar la colaboración con ellos. En el reglamento de cada Albergue se establecen pautas más concretas sobre su funcionamiento. (En el anejo 5 se desarrollan los *Estatutos de la REAJ*).

3.4. Modelos de gestión de los albergues en Cataluña: públicos, públicos de gestión privada y de gestión privada

3.4.1. Introducción

La radiografía actual de los albergues en Cataluña, con fecha julio de 2016, según datos de la unidad de instalaciones de la Direcció General de Joventut de la Generalitat de Catalunya, es la siguiente:

Tabla 22. Radiografía actual de los albergues en Cataluña (año 2016)

	Barcelona	Girona	Lleida	Tarragona	Total
Albergues	155	30	41	22	248
Aulas de naturaleza	8	2	1	0	11
Campamentos	8	8	10	3	29
Casa de Colonias	85	79	29	24	217
Granjas/escuelas	5	7	5	1	18
Total	261	126	86	50	523
Porcentaje	49,90%	24,09%	16,44%	9,56%	100,00%

Fuente: Unidad de instalaciones Agència Catalana de la Joventut.

Por lo tanto de las 523 instalaciones juveniles que hay legalizadas en Cataluña, 248 son albergues de juventud y es la provincia de Barcelona la que concentra mayor número de instalaciones.

Según l'Agencia Catalana de Joventut (2016), por lo que respecta a las plazas ofertadas, se ofrecen a los potenciales usuarios de estos establecimientos, un total de 22.131 plazas. Según l'Agencia Catalana de Joventut (2016), la ciudad de Barcelona, dispone de 155 instalaciones lo que supone un 49,90% del total de albergues en Cataluña y un 49,20% de las camas, un total de 13.627.

La distribución de plazas por provincias es la siguiente:

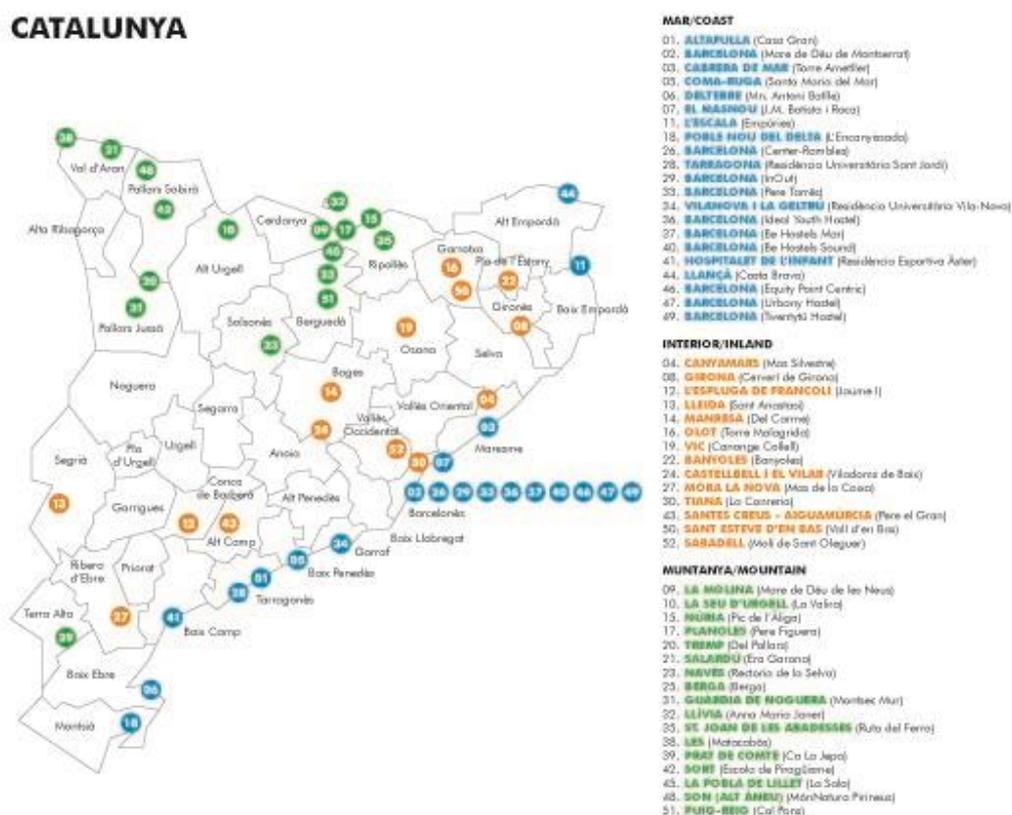
Tabla 23. Distribución de instalaciones y plazas por provincias 2016

Provincia	Albergues	% albergues	Plazas
Barcelona	155	62,50 %	13.627
Girona	30	12,10 %	3.107
Lleida	41	16,53 %	3.294
Tarragona	22	8,87 %	2.103
Total	248	100 %	22.131

Fuente: Unidad de instalaciones Agència Catalana de la Joventut.

Estos 248 equipamientos, conviven bajo diferentes modelos de gestión, estos podemos dividirlos en tres grandes bloques: Gestión Pública, De titularidad pública pero de gestión privada y Titularidad y gestión privada.

Figura 11. Situación de los albergues que forman parte de la XANASCAT (año 2017)



Fuente elaboración propia

3.4.2. Albergues de Gestión Pública

En Cataluña, es la Agència Catalana de la Joventut (ACJ), quien gestiona las instalaciones públicas, un total de 20 distribuidas por la geografía catalana. La Agència Catalana de Joventut, heredera de la antigua Turisme Juvenil de Catalunya, es una agencia pública, adscrita al Departament de Benestar Social i Família de la Generalitat de Catalunya, creada el año 2006.

La distribución territorial de sus instalaciones no obedece a ninguna estrategia predeterminada, sino que es deudora de la titularidad o historia de las instalaciones y de diferentes situaciones que nada tiene que ver con el equilibrio territorial o de necesidades del turismo. (Agencia Catalana de Joventut, 2016)

Este organismo público es además del gestor de los albergues de titularidad del Gobierno de la Generalitat, el responsable de la gestión del Carnet Jove, del Observatori Català de la Joventut y responsable de la ejecución de programas relacionados con la participación y la emancipación de los jóvenes catalanes.

Los criterios de gestión de los mismos están basados en dos principios: el servicio público y la gestión reflexiva y eficiente, sin buscar el beneficio económico pero con criterios de eficiencia presupuestaria.

Obviamente como servicio público sus objetivos van más allá de la gestión de instalaciones y podemos resumir su función social en los siguientes conceptos de desarrollo nacional, según figura en su web como compromiso social “La Agència Catalana de la Joventut centrará su actividad *en contribuir al progreso nacional y social de Cataluña mediante la promoción del turismo, la educación, el desarrollo integral de los jóvenes, el asociacionismo y el bienestar social*, a través del conocimiento de la realidad territorial catalana”.

Podemos así concluir que sus principales objetivos son, según figura en la ley de creación de la Agència catalana de la Joventut LLEI 6/2006, de 26 de maig, de creació de l'Agència Catalana de la Joventut. (DOGC núm. 4651)

- 1.- Elaborar, desarrollar y ofrecer programas que se realicen en los albergues y que faciliten el descubrimiento del territorio, la historia, la cultura y la naturaleza de Cataluña.
- 2.- Potenciar la participación y emancipación juvenil mediante la creación de programas para jóvenes y, en particular, estancias de temporada para menores con componentes de carácter lúdico y educativo.
- 3.- Proporcionar medios para fortalecer el asociacionismo catalán, poniendo a disposición de las organizaciones y entidades instalaciones, espacios y actividades adecuados por su desarrollo.
- 4.- Realizar programas dirigidos a colectivos de especial atención pública y, particularmente, a los niños y adolescentes con necesidades físicas o psíquicas especiales y a los procedentes de flujos migratorios.

Por lo que concierne a las instalaciones juveniles la Agència Catalana de la Joventut tiene asignada según la ley de 6/2006 de 26 de mayo, aparecida en el DOGC número 4651 en

el punto que hace referencia a sus funciones “Gestionar, explotar y mantener la Red Nacional de Albergues Sociales de Cataluña”. Esta red aparte de las instalaciones de titularidad del gobierno catalán está formada por el resto de instalaciones de titularidad pública, ayuntamientos, diputaciones o consejos comarcales, y por establecimientos privados que cumplan una serie de requisitos adicionales a la de ser legalmente considerada una instalación juvenil. Actualmente esta red la conforman 51 instalaciones de las 137 legalizadas en Cataluña.

La pertenencia a esta red, obliga al gestor público a los siguientes compromisos:

- a) Promover la instalación adherida a través de todo tipo de publicidad (escrita, sonora, visual,...).
- b) Realizar reservas del Albergue a través de su central de reservas, la página web de la Agència Catalana de Joventut y la página web de la Federación Internacional de Albergues de Juventud (International Youth Hostel Federation - IYHF).
- c) Difundir entre los albergues adheridos los materiales e informaciones sobre todo lo que sea común a la Asociación estatal de albergues (REAJ) y Federación Internacional (IYHF).
- d) Inscribir a dicha instalación a la Red Española de Albergues Juveniles (REAJ), y a la IYHF, International Youth Hostel Federation.

Por parte del albergue adherido las condiciones específicas que se deben cumplir para poder aceptar su adhesión por parte de la Agència Catalana de Joventut, además de estar legalizada previamente como instalación juvenil y disponer de la correspondiente licencia de actividades son las siguientes:

1. Mantener el Albergue en las condiciones adecuadas para cumplir la normativa sobre las instalaciones juveniles vigente en Cataluña y respetar los principios generales del alberguismo.
2. Utilizar en todas las publicaciones del Albergue, ya sean escritas, sonoras, en imágenes o en soporte informático, los logotipos de la Xarxa Nacional d’Albergs Socials de Catalunya (XANASCAT) (Red Nacional de Albergues Sociales de Cataluña).
3. Colocar y mantener en un lugar visible la placa distintiva de Albergue Adherido a la XANASCAT, así como el resto de material corporativo identificador que la Agència Catalana de Joventut facilite al Albergue (adhesivos, banderas, etc.).
4. Aplicar la política de contratación, cancelación y condiciones generales de reserva de la XANASCAT.

5. Aplicar a los miembros de la Federación Internacional (IYHF) las tarifas de la XANASCAT. Los miembros se beneficiarán siempre de las tarifas más económicas que ofrezca el Albergue.

6. Utilizar el software informático desarrollado por la Agència Catalana de Joventut como referencia de disponibilidad, para gestionar las reservas manteniendo actualizada la disponibilidad del Albergue en todo momento.

7 Facilitar a la Agència Catalana de Joventut la ocupación mensual de cada instalación desglosada por individuales y grupos, nacionales y extranjeros tal y como pide la Red Española de Albergues Juveniles (REAJ) y la Internacional Youth Hostel Federation (IYHF).

Un punto relevante de esta adhesión es el compromiso que se certifica anualmente con un anexo al convenio que regula esta adhesión, a ofrecer plazas a la Agència Catalana de Joventut para que esta, mediante la Xanascat, pueda ofrecer diferentes programas sociales de especial interés público.

Como compensación económica la Agència Catalana de la Joventut, percibirá un 10% de comisión de todas las reservas generadas directamente por sus canales de comercialización: central de reservas, reservas online y programas de actividades. Y un 5% de comisión por todas aquellas reservas generadas por los canales de venta internacionales de la IYHF, que a su vez tiene otro 5% de comisión. Por tanto el albergue adherido, no tiene que asumir nunca más de un 10% de comisión. En otra época había un canon anual por instalación, pero la aparición de diferentes canales alternativos de venta online provoca la desaparición de dicho canon. (Agencia Catalana de Joventut, año 2016).

Tabla 24. Relación de los albergues públicos de gestión propia de la Generalitat de Catalunya

Nr	Albergue	Población	Plazas
1	Alberg Casa Gran	Altafulla	70
2	Alberg Mare de Déu de Montserrat	Barcelona	209
3	Alberg Torre Ametller	Cabrera de Mar	196
4	Alberg Mas Silvestre	Canyamars	158
5	Alberg Santa Maria del Mar	Coma-ruga	290
6	Alberg Mn. Antoni Batlle	Deltebre	123
7	Alberg Josep M. Batista i Roca	El Masnou	95
8	Alberg-residència Cerverí de Girona	Girona	94
9	Alberg Mare de Déu de les Neus	La Molina	246
10	Alberg La Valira	La Seu d'Urgell	100
11	Alberg d'Empúries	L'Escala	214
12	Alberg Jaume I	L'Espluga de Francolí	196
13	Alberg-residència Sant Anastasi	Lleida	138
14	Alberg-residència del Carme	Manresa	97
15	Alberg Pic de l'Àliga	Queralbs - Vall de Núria	169
16	Alberg-residència Torre Malagrida	Olot	74
17	Alberg Pere Figuera	Planoles	189
18	Alberg l'Encanyissada	Poble Nou del Delta	64
19	Alberg-residència Canonge Collell	Vic	165
20	Alberg del Pallars - León Sorando	Tremp	99

Fuente: Unidad de instalaciones DGjoventut

Este modelo de albergues públicos de gestión propia de la Generalitat de Catalunya supone un 14,59% del total de albergues en Catalunya (diciembre 2016)

3.4.3. Albergues de titularidad pública pero de gestión privada:

En el año 2005, el gestor público de Catalunya, incorpora el último albergue a la red pública de albergues juveniles hasta la fecha, se trata del albergue “del Pallars” en el pueblo de Tremp. Este hecho responde a la decisión del gobierno de Catalunya de no gestionar ningún albergue más debido a los altos costes de gestión que esto conlleva. Paralelamente se decide mediante publicación al DOGC, que cualquier instalación de titularidad pública, ayuntamientos, diputaciones, etc.... puede entrar a la XANASCAT, de manera directa y con el único requisito de estar legalizada según el decreto de instalaciones juveniles. Esto comporta que diferentes instalaciones que básicamente ayuntamientos estaban proyectando o incluso estaban en fase de finalización deberían ser gestionadas por terceros o por empresas municipales creadas a tal efecto. En esta situación se encuentran albergues como el de Vilafranca del Penedès, el Moli de Sant Oleguer en Sabadell, la Residencia Esportiva Aster en l’Hospitalet de l’Infant, el albergue Ruta del Ferro en Sant Joan de les Abadesses o el Albergue de Banyoles. En todos estos casos la propiedad es municipal i la gestión está en manos de empresas públicas municipales, excepto en el último caso que un operador privado gestiona las instalaciones con una concesión a 25 años.

La comercialización y promoción, así como los programas pedagógicos que en ellas se desarrollan sí que están en manos de la XANASCAT, conglomerado de las instalaciones públicas gestionadas por el gobierno de la Generalitat y todos los albergues de otras titularidades públicas y algunos de privados, sin el menoscabo que cada una de estas instalaciones haga las acciones de promoción y difusión que crean oportunas. Actualmente encontramos 14 instalaciones con este modelo de gestión, si incluimos los albergues gestionados por Turisme juvenil de la Vall d’Aran dado que ellos tienen transferidas las competencias en materia de juventud, y tienen una empresa pública que gestiona los Albergues de Matabòs, en Les y de Era Garona en Salardú.

Tabla 25. Relación de albergues de titularidad pública de gestión privada

Número	Nombre	Municipio	Plazas
1	MATACABÓS	LES	45
2	ERA GARONA	NAUT ARAN	180
3	SANT JORDI	TARRAGONA	100
4	L'ORRI DE PALLARS	SORT	116
5	LES ESTADES	RIALP	172
6	ALBERG DE BANYOLES	BANYOLES	104
7	ALBERG MUNICIPAL DE JOVENTUT	VILAFRANCA DEL PENEDÈS	60
8	CAN SOLERET	MATARÓ	60
9	CA LA JEPÀ	PRAT DE COMTE	48
10	RUTA DEL FERRO	SANT JOAN DE LES ABADESSES	86
11	RESIDÈNCIA ESPORTIVA ÀSTER	VANDELLÒS I L'HOSPITALET DE L'INFANT	183
12	MOLÍ DE SANT OLEGUER	SABADELL	66
13	MAS DE LA COIXA	MÓRA LA NOVA	56
14	ESCOLA DE PIRAGÜISME DE SORT	SORT	50

Fuente: Unidad de instalaciones DGjoventut

Este modelo de albergues de titularidad pública de gestión privada supone un 10,21% del total de albergues en Cataluña, en el año 2016.

3.4.4. Albergues de titularidad privada:

Bajo este epígrafe encontramos la mayoría de albergues catalanes, pero para hacer una justa explicación y análisis de los mismos se hace necesario hacer una subdivisión:

3.4.4.1. Albergues gestionados por el tercer sector. Fundaciones y entidades sin ánimo de lucro.

La mayoría de estos alojamientos los encontramos bajo la tutela de dos grandes organizaciones: la Fundación Pere Tarrès y la Fundación catalana del Esplai. La primera con más de 50 años de existencia, es una organización no lucrativa de acción social y educativa, dedicada a la promoción de la educación en el tiempo libre, el voluntariado, la mejora de la intervención social y la fortaleza del tejido asociativo. Con el tiempo su acción se ha ampliado a otras áreas de la acción social como la formación, la investigación y la gestión. Su misión apuesta por la promoción de la persona desde la educación, especialmente en el tiempo libre y la acción social, basadas en los valores del humanismo cristiano. Gestionan un gran número de casas de colonias entre propias y consorciadas, disponen de 5 albergues juveniles y cabe destacar que el primer albergue internacional en Cataluña fue el Pere Tarrés, en la calle Numancia de Barcelona, renovado y actualizado recientemente. (Agencia Catalana de Joventud, 2016)

La Fundación catalana de l'Esplai, es una entidad sin ánimo de lucro que tiene por misión educar a los niños y jóvenes, hacer más fuertes a las entidades de tiempo libre, y el tercer sector, mejorar el medio ambiente y promover la ciudadanía y la inclusión social, con voluntad transformadora. Su misión se concreta con la prestación de servicios y programas educativos integrales a los colegios e institutos, la gestión de equipamientos y programas de educación ambiental, cursos de formación y servicios de gestión al servicio del tejido asociativo. Actualmente gestiona 6 albergues y 9 casas de colonias.

Además de estas entidades encontramos en menor medida otras fundaciones o entidades, pero no gestionan más de una instalaciones por asociación o fundación.

Tabla 26. Relación de albergues de gestión privada de entidades del tercer sector

Número	Nombre	Municipio	Plazas
1	RECTORIA DE LA SELVA	NAVÈS	111
2	VILADOMS DE BAIX	CASTELLBELL I EL VILAR	90
3	LA FARGA	QUERALBS	128
4	LA SALA	POBLA DE LILLET	163
5	ANNA MARIA JANER	LLÍVIA	70
6	LA CONRERIA	TIANA	350
7	CX MÓN NATURA PIRINEUS	ALT ÀNEU	92
8	VALL D'ÀGER	ÀGER	46
9	MONTSEC-MUR	CASTELL DE MUR	87
10	IN-OUT	BARCELONA	158
11	DELTA DEL LLOBREGAT	PRAT DE LLOBREGAT	344
12	COSTA BRAVA	LLANÇÀ	60

Fuente: Unidad de instalaciones DGjoventut

Este modelo de albergues de gestión privada de entidades del tercer sector supone un 10,94% del total de albergues en Cataluña en el año 2016-.

3.4.4.2. Albergues de gestión privada.

La gran mayoría de estas instalaciones las encontramos en la ciudad de Barcelona, de los 35 albergues, 32 corresponden a este modelo de gestión privada, y obviamente su función fundamental es la económica, y a diferencia del resto de instalaciones del país, donde los programas de actividades y la educación en el tiempo libre juegan un papel fundamental, estos albergues funcionan básicamente como alojamiento turístico dirigido especialmente al target juvenil que viaja solo o en grupo de no más de 5 personas. Son similares conceptual y funcionalmente a los albergues internacionales que podemos encontrar en las grandes capitales europeas. Como aspecto diferenciador, y según José Garrido, responsable de la zona Europea de la Internacional Youth Hostel Federation, *"Barcelona, es sin lugar a dudas la ciudad Europea con mayor número de instalaciones juveniles,*

Madrid, por citar un ejemplo no tiene más 6 albergues, mientras que Barcelona dispone legalmente de casi 40, en Londres unos 20 y en Ámsterdam 9, podemos considerarla una ciudad iniciática”.

Otra característica de estas instalaciones es que ofrece un servicio de dormir y desayunar y no de pensión completa como si lo hacen la casi totalidad de los albergues ubicados fuera de la ciudad Condal.

Hay 202 albergues privados más en el resto de Cataluña, en la siguiente tabla aparece una relación de varios de ellos.

Tabla 27. Relación de albergues de gestión privada en Cataluña

Número	Nombre	Municipio	Plazas
1	STUDIO	BARCELONA	52
2	SANT JORDI	TARRAGONA	100
3	ERA LANA	ARRES	70
4	CARRER PALAU	BARCELONA	40
5	CENTRE RESIDENCIAL I DE SERVEIS	SEU D'URGELL	271
6	L'ORRI DE PALLARS	SORT	116
7	CASTELLADRAL	NAVÀS	46
8	ELS CAUS	MURA	33
9	SANTA FE	ORGANYÀ	40
10	LA TORRE	TORRE DE CABDELLA	46
11	CENTRE D'ACTIVITATS AMBIENTALS CAL GANXO	CASTELLDEFELS	44
12	LES CASES ALTES DE POSADA	NAVÈS	60
13	CASAL SANT MIQUEL	SANT MIQUEL DE CAMPMAJOR	100
14	BELLAVISTA	SANTA PAU	24
15	KABUL	BARCELONA	100
16	PAÜLS LÚDIC - L'ALBERG DELS PORTS	PAÜLS	46
17	LA COVA	CAMARASA	49
18	CASA ECOLÒGICA	FATARELLA	28
19	ALBERG DE BERGA	BERGA	190
20	CA L'ANTON	SORT	48
21	LA CIUTAT	BARCELONA	235
22	ABBA	BARCELONA	24
23	CAN CORTINA	JOSA I TUIXÉN	48
24	EL POLELL	SANT PERE DE VILAMAJOR	26
25	ALBERG DE L'ESTANY	BANYOLES	80
26	CAN FONT	BRUNYOLA	70
27	ALBERG REFUGI CELLERS	CASTELL DE MUR	40
28	IDEAL YOUTH HOSTEL	BARCELONA	0
29	CENTER RAMBLAS	BARCELONA	178
30	BARCELONA MAR	BARCELONA	162
31	CAL PICAROL	CAMARASA	20
32	MIRADOR DEL PORT DEL COMTE	COMA I LA PEDRA, LA	187
33	CAL NURI	RIBES DE FRESER	35
34	FERNANDO	BARCELONA	42
35	RESIDÈNCIA UNIVERSITÀRIA VILA-NOVA	VILANOVA I LA GELTRÚ	100
36	ITACA	BARCELONA	24
37	L'ABRIGALL	ALP	342
38	JARDINS DEL SEGRIÀ	LLEIDA	98
39	LA SOLANA	SALÀS DE PALLARS	66
40	ALBERG DE TIVISSA	TIVISSA	68
41	SOMIANATURA	CAPAFONTS	22
42	RECTORIA DE CEURÓ	CASTELLAR DE LA RIBERA	37
43	BARCELONA SOUND	BARCELONA	100

Número	Nombre	Municipio	Plazas
44	EQUITY POINT - GOTHIC	BARCELONA	132
45	EL COLLELL	SANT FERRIOL	519
46	LA BRUNA	BELLVER DE CERDANYA	260
47	L'ERMITA	ULLDECONA	22
48	ENRIC D'OSSÓ	TORTOSA	50
49	A&A	BARCELONA	48
50	MELLOW HOSTEL BARCELONA	BARCELONA	98
51	CAMPUS CERDANYA	PUIGCERDÀ	282
52	ALBERG REFUGI ARESTUI	LLAVORSÍ	16
53	BARCELONA DREAM	BADALONA	182
54	EQUITY POINT - CENTRIC	BARCELONA	340
55	SUN & MOON	BARCELONA	96
56	SANT JORDI DIAGONAL	BARCELONA	24
57	ASSUT	XERTA	46
58	CENTRE D'ESPIRITUALITAT JOSEP MANYANET	BEGUES	192
59	MEDITERRANEAN	BARCELONA	24
60	MAMBO TANGO	BARCELONA	21
61	EQUITY POINT GIRONA	GIRONA	154
62	SANT JORDI ALBERG	BARCELONA	17
63	BARCELONA URBANY HOSTEL	BARCELONA	392
64	CASANOVA DE SANT MIQUEL	AIGUAFREDA	16
65	SANT JORDI ARAGÓ	BARCELONA	22
66	SANT JAUME	JORBA	24
67	BACKPACKERS BCN CASANOVA	BARCELONA	24
68	HOSTELONE	BARCELONA	44
69	BACKPACKERS BCN	BARCELONA	20
70	GARDEN HOUSE HOSTEL BARCELONA	BARCELONA	24
71	EL RIU DE BAIX	FLIX	64
72	ESTRELLA DE MAR	CALELLA	400
73	ANTIGA ESTACIÓ DE BENIFALLET	BENIFALLET	18
74	L'ARPELLA	IVARS D'URGELL	40
75	HIP KARMA	BARCELONA	19
76	HELLOBCN HOSTEL	BARCELONA	148
77	L'ABADIA DE MONTENARTRÓ	LLAVORSÍ	20
78	LES DAINES	ESPOT	100
79	LULLABY	BARCELONA	18
80	SANT JORDI SAGRADA FAMÍLIA	BARCELONA	91
81	BARCELONA CENTRAL GARDEN	BARCELONA	24
82	CAMPUS DEL MAR	BARCELONA	182
83	EL RACÓ DE LA FINESTRA	MARGALEF	34
84	SOL PONENT	VAJOL	10
85	SANT JORDI LLÚRIA	BARCELONA	19
86	ALBERG DE TAÜLL	VALL DE BOÍ	17
87	COOL & CHIC HOSTEL	HOSPITALET DE LLOBREGAT	24
88	ALBAREDA	BARCELONA	48

Fuente: Unidad de instalaciones DGjoventut

3.4.5. Normativa y regulación de los albergues catalanes

En el presente punto nos vamos a centrar exclusivamente en las normativas y regulaciones de los albergues catalanes, debido a que cada comunidad autónoma y país tienen sus propias normativas y nos sería imposible abordarlas todas.

El progresivo aumento de casas habilitadas para la realización de actividades de tiempo libre y la conveniencia de que estas instalaciones dispusieran de unas condiciones que permitieran ofrecer un buen servicio a los usuarios, aconsejaron al Govern de la Generalitat, la publicación de diversas disposiciones destinadas a definir los requisitos y los servicios mínimos exigibles en las casas de colonias y albergues de juventud, reguladas, entre otros temas en la ley 38/1991 y los decretos 276/1994 y 140/2003. (En el anejo 6 se recoge toda la ley sobre la *Normativa de los albergues catalanes*).

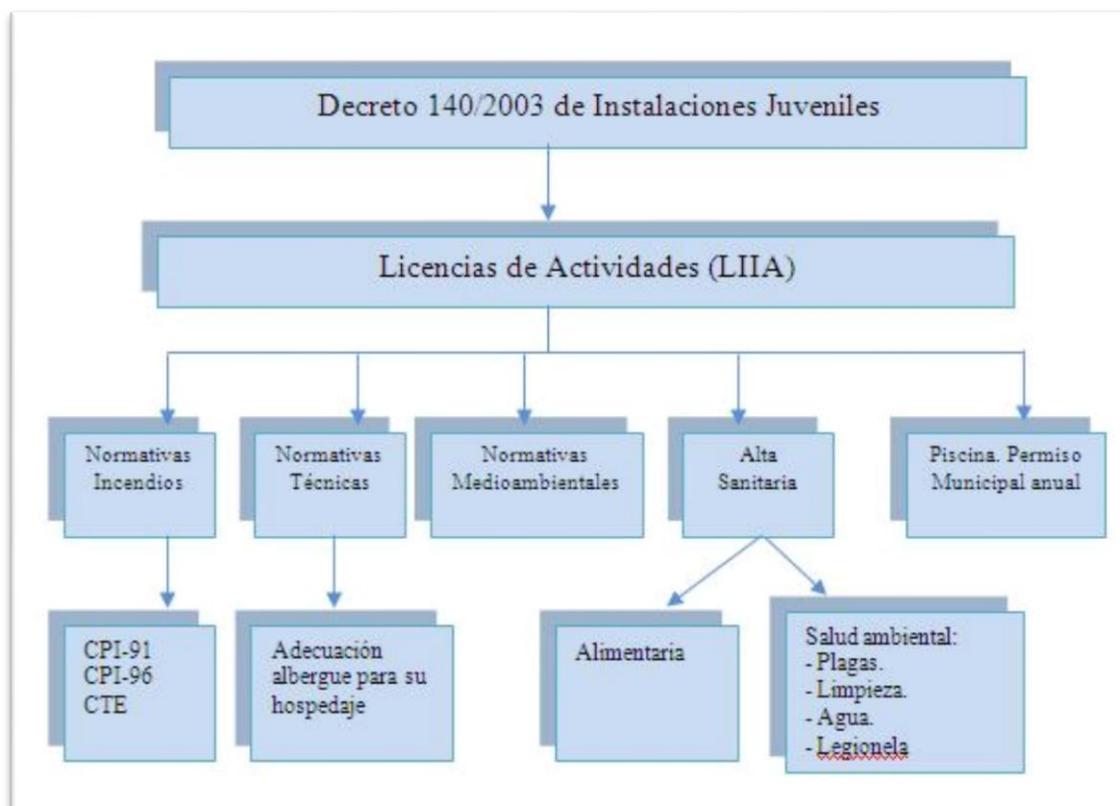
El decreto 140/2003 establece la creación de la Xarxa Catalana d'Instal·lacions Juvenils y especifica que todas las instalaciones destinadas a actividades con niños y jóvenes, tanto de titularidad pública como privada, se integraron en la Xarxa Catalana d'Instal·lacions Juvenils, una vez han obtenido la autorización de funcionamiento como instalación juvenil que otorgaba en aquel momento la Secretaria General de Joventut del Departament de la Presidència.

Para ello se debe obtener la licencia de actividades (LIIA), dicha licencia comprende las siguientes normativas:

- Normativa de incendios.
- Normativas técnicas en términos de número de camas, de habitaciones, ventilación,...
- Normativas medioambientales que dicte el municipio dónde estará ubicado. Cada municipio tiene sus normativas de recogida de residuos, recogida selectiva, etc....
- Alta sanitaria: la Generalitat de Catalunya obliga a todos los albergues a conseguir la alta sanitaria de apertura.

Una vez cumplidos todos estos requerimientos se obtendrá la licencia de actividad para la obertura del nuevo albergue de juventud, cumpliendo así con el Decreto 140/2003 de Instalaciones Juveniles.

Figura 12. Esquema de las normativas a cumplir para la obertura de un albergue en Cataluña



Fuente: Marc Mundet, responsable de instalaciones y normativas de la ACJ

Con el fin de garantizar el cumplimiento de las normativas se realizan una serie de inspecciones en las instalaciones de albergues juveniles. Las inspecciones pueden ser iniciales (aquellas que se realizan antes de la obertura del albergue) y periódicas (aquellas que se realizan a lo largo del tiempo una vez el albergue está en funcionamiento). La periodicidad de las mismas pueden ser anuales, bianuales o aleatorias en función de lo inspeccionado. Concretando las inspecciones a nivel catalán las inspecciones que se realizan son:

- Decreto 140/2003 de Instalaciones Juveniles: se establece una inspección inicial y una revisión periódica bianual de cumplimiento de la normativa.
- Licencias de actividades (LIIA): se establece una inspección inicial y revisiones periódicas sin determinación de tiempo.
- Normativas de incendio: cumplimiento de la inspección inicial. No se considera necesario más inspecciones una vez superada la inspección inicial.
- Normativas técnicas: cumplimiento de la inspección inicial e inspecciones periódicas de la ECA.
- Normativas medioambientales: cumplimiento de la inspección inicial. No se considera necesario más inspecciones una vez superada la inspección inicial.

- Alta sanitaria: inspecciones que dependen del Departament de Salut de la Generalitat de Catalunya contempla la inspección inicial y como mínimo una inspección periódica anual.
- Piscina: inspección inicial e inspección periódica anual antes de la obertura de la piscina realizada por el municipio al que pertenezca el albergue de juventud.

Asimismo, los albergues de juventud catalanes deben cumplir una serie de procedimientos en materia de seguridad integral, estos procedimientos están gestionados por la XANASCAT que ha elaborado un Manual de Procedimientos de Seguridad Integral para que sea implantado en los albergues. El Manual se estructura en 6 documentos, y cada uno de ellos trata un concepto concreto.

D1 - Principios rectores y responsabilidades. Definición de las bases y los criterios que definen la política de seguridad de XANASCAT y se define la legislación que regula las actividades de los programas.

D2 - Estructura organizativa. Asignación de medios a nivel de recursos humanos, organización y definición de funciones.

D3 - Análisis y evaluación de riesgos. Definición de los métodos de análisis de riesgos por actividades y de amenazas asociadas a las actividades.

D4 - Procedimientos por actividades. Se establecen las principales directrices de seguridad para el desarrollo de cada una de las actividades.

D5 - Medios de protección y emergencia. Concreción de las medidas preventivas y de emergencia en situaciones críticas.

D6 - Verificación, análisis y mejora. Definición del sistema de medición y control para garantizar la actualización del manual y favorecer la mejora continuada de las actividades.

Las normativas y regulaciones que se contemplan se han agrupado por concepto en 4 bloques: el del sector, el de las actividades, el laboral y el referente al material y las instalaciones.

- Legislación de aplicación a las actividades de vacaciones con menores. Normativas relacionadas con las actividades de vacaciones destinadas a menores de 18 años. Son normativas de carácter general que pueden afectar directa o indirectamente a las actividades: locales, espacios, autoprotección, etc.
- Legislación de aplicación a las actividades físico deportivas. Normativa directa e indirecta relacionada con la tipología de las actividades físico que se realizan en el medio natural y en los entornos urbanos. Son normativas concretas que definen el marco legal para el desarrollo de las actividades.

- Legislación de aplicación a la actividad laboral. Normativa relacionada con las personas que imparten las sesiones con los menores: capacitación y calificación profesional, PRL, etc.
- Marco normativo para materiales e instalaciones: normas UNE-EN. Las normas UNE-EN son normas europeas adoptadas y ratificadas como normas españolas que están elaborados por el Comité Europeo de Normalización (CEN) a través de sus Comités Técnicos (CT) con el objeto de que unifiquen los criterios de normalización en el ámbito europeo de tal manera que sustituyan o contemplen las que ya existen en cada país.

La normalización tanto en el ámbito español como en el europeo se realiza con la participación de los expertos (fabricantes, profesionales, usuarios, centros de investigación, representantes de las Administraciones Públicas, etc.) que voluntariamente se incorporan a los trabajos de normalización a través de AENOR. Las normas UNE-EN no son de obligado cumplimiento salvo cuando la Administración competente las haga obligatorias mediante Leyes, Decretos, Reglamentos o exija su cumplimiento en los pliegos de prescripciones técnicas de los proyectos de construcción o en los contratos de suministros. Los particulares: técnicos, empresas, usuarios, etc. también pueden exigir que los productos cumplan las normas en sus proyectos y contratos.

Según el decreto 140/2003, todas las instalaciones de servicios deben disponer del correspondiente seguro de responsabilidad civil y de accidentes como establece la normativa vigente. En el Decreto que regula las actividades de educación en el tiempo libre en las que participan menores de 18 años, de la Dirección General de Juventud, y en el Decreto que regula las actividades físico en el medio natural de la Dirección General del deporte, se detallan las pólizas de seguros que se deben tener contratadas y se establecen los capitales de cobertura, tanto por el seguro de responsabilidad civil como por la de accidentes.

En el decreto 140/2003 se describe como que las actividades que se realizan en el medio natural, como en el medio urbano, se comunicarán a la administración competente y en algunas actividades, se dispondrá del correspondiente permiso de ocupación para hacer uso y velar por el cumplimiento de la normativa (ordenanza) o legislación que las regule: ocupación de la playa (Plan de Usos, Ayuntamiento), ocupación de aguas continentales o marítimas (Capitanía de Marina o ECA o Confederación Hidrográfica), ocupación de espacios públicos y vías (Ayuntamiento o Diputación), etc.

3.5. Gestión albergues públicos

3.5.1. Introducción

Como hemos mencionado anteriormente, vamos a acotar el ámbito de estudio en aquellos albergues de gestión propia de la Xarxa Nacional d'Albergs Socials de Catalunya (XANASCAT) que son aquellos que por sus características, su ubicación y modelo de gestión son homogéneos en todos sus procedimientos y formas de actuar. La Xarxa Nacional d'Albergs Socials de Catalunya (XANASCAT) está formada por 51 albergues, de los cuáles 20 son de gestión propia y 31 adheridos. La red dispone de un total de 22.131 plazas. Los albergues de gestión propia con el número de plazas disponibles (un total de 2.986 plazas) en cada albergue se muestran en el cuadro siguiente:

Tabla 28. Albergues públicos de gestión propia de la Generalitat de Catalunya

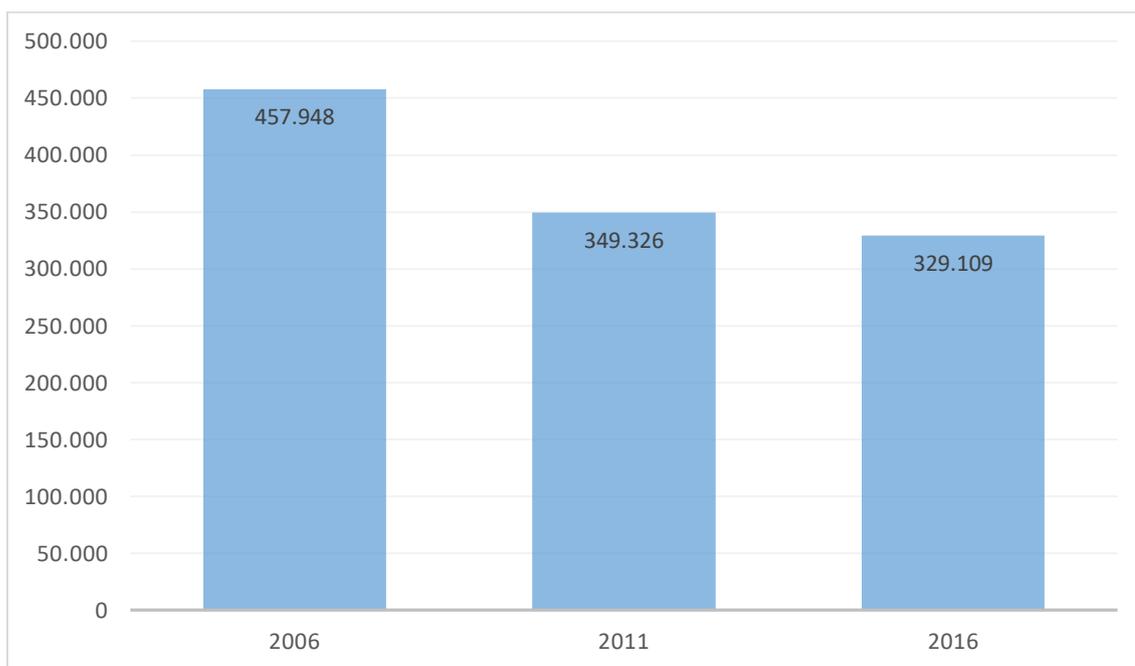
Nr	Albergue	Población	Plazas
1	Alberg Casa Gran	Altafulla	70
2	Alberg Mare de Déu de Montserrat	Barcelona	209
3	Alberg Torre Ametller	Cabrera de Mar	196
4	Alberg Mas Silvestre	Canyamars	158
5	Alberg Santa Maria del Mar	Coma-ruga	290
6	Alberg Mn. Antoni Batlle	Deltebre	123
7	Alberg Josep M. Batista i Roca	El Masnou	95
8	Alberg-residència Cerverí de Girona	Girona	94
9	Alberg Mare de Déu de les Neus	La Molina	246
10	Alberg La Valira	La Seu d'Urgell	100
11	Alberg d'Empúries	L'Escala	214
12	Alberg Jaume I	L'Espluga de Francolí	196
13	Alberg-residència Sant Anastasi	Lleida	138
14	Alberg-residència del Carme	Manresa	97
15	Alberg Pic de l'Àliga	Queralbs - Vall de Núria	169
16	Alberg-residència Torre Malagrida	Olot	74
17	Alberg Pere Figuera	Planoles	189
18	Alberg l'Encanyissada	Poble Nou del Delta	64
19	Alberg-residència Canonge Collell	Vic	165
20	Alberg del Pallars – León Sorando	Tremp	99

Fuente: Unidad de instalaciones DGjoventut Año 2016

3.5.2. Ocupación

La ocupación de todos los albergues públicos gestionados por la Agència Catalana de Joventut ha sido de 329.109 en el año 2016.

Gráfico 1. Evolución de la ocupación/pernoctación de los albergues públicos gestionados la Agencia Catalana de Joventut (comparativa años 2006-2011-2016)

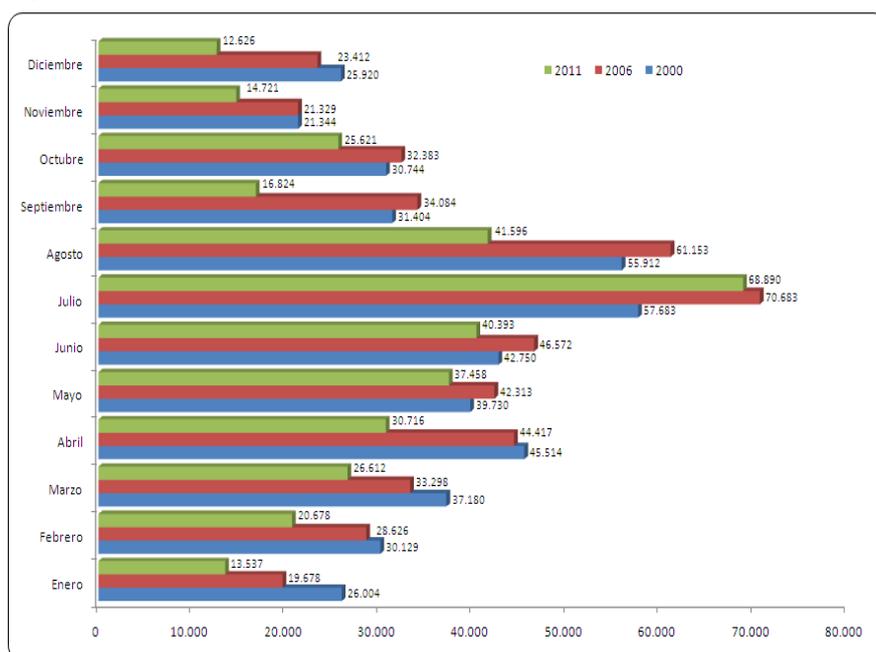


Fuente: Xarxa Nacional d'Albergs Socials de Catalunya (XANASCAT)

Según los datos facilitados por la XANASCAT (2017), la comparativa por meses nos muestra que continuamos con la dinámica habitual de la Red. La ocupación va aumentando hasta el verano y después vuelve a bajar hasta diciembre. Es notable el descenso del mes de septiembre provocada por la reducción de plazas del *Estiu és teu* (campaña organizada por la Xarxa Nacional d'Albergs de Catalunya del Departament de Joventut) durante este mes debido al adelanto del curso escolar y la anulación de las becas del Plan de Impulso a las terceras lenguas que concedía el departamento de Enseñanza. También hay que añadir la merma en residentes en los albergues - residencia de la Xanascat que se viene notando los últimos cursos y que afecta negativamente a las instalaciones.

En el siguiente gráfico se puede apreciar la evolución mensual de los albergues públicos de la Agencia Catalana de Joventut en los años 2006, 2011 y 2016, dónde se puede apreciar que en el mes de julio es dónde hay más ocupación de los albergues en los distintos años analizados.

Gráfico 2. Evolución de la ocupación/pernoctación mensual de los albergues públicos de la ACJ (comparativa años 2006-2011-2016)



Fuente: Xarxa Nacional d'Albergs Socials de Catalunya (XANASCAT)

A continuación presentamos la evolución a lo largo de los últimos años de todos los albergues de gestión pública regidos por la Agencia Catalana de Joventut.

Tabla 29. Evolución de la ocupación/pernoctación anual de los albergues públicos de la ACJ (comparativa años 2006-2011-2016)

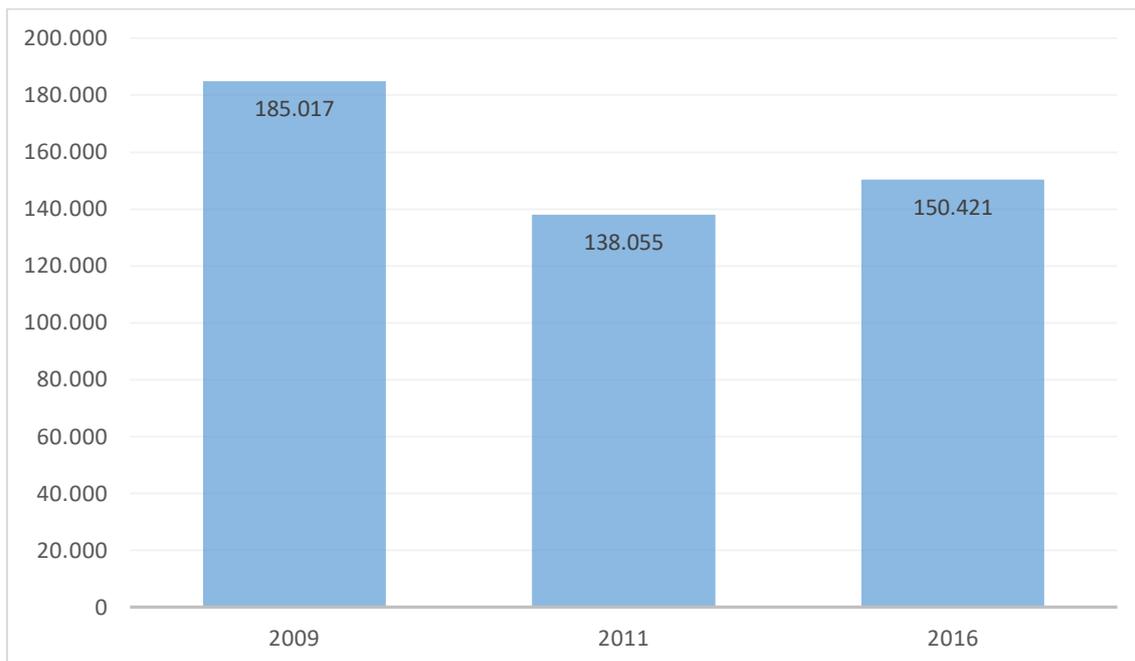
Albergues públicos	Año 2006	Año 2011	Año 2016
ALTAFULLA	9.253	6.229	5.007
BARCELONA	69.530	54.546	34.532
CABRERA	26.802	23.420	20.311
CANYAMARS	14.930	10.311	6.541
COMA-RUGA	28.059	38.208	35.704
DELTEBRE	17.254	16.192	11.581
EL MASNOU	15.130	15.265	9.424
GIRONA	27.783	25.541	17.523
EMPÚRIES	12.098	25.549	27.993
L'ESPLUGA	22.263	22.899	15.229
LA MOLINA	23.870	36.492	26.216
LA SEU	13.537	13.503	9.431
LLEIDA	38.139	35.856	17.341
MANRESA	17.603	15.751	9.840
NÚRIA	24.456	25.940	24.364
OLOT	15.801	12.316	9.839
PLANOLES	21.772	20.184	18.528
POBLE NOU	0	8.970	7.424
TREMP	0	8.170	7.241
VIC	46.034	42.606	35.603

Fuente: Xarxa Nacional d'Albergs Socials de Catalunya (XANASCAT)

3.5.3. Usuarios

En el año 2016 han sido un total de 150.421 los usuarios que han hecho estancia en los albergues de la Agència Catalana de Joventut habiendo reservado por los canales, los cuáles posteriormente explicaremos cuáles son y desde que lugares se pueden hacer reservas, de la Agència Catalana de Joventut. Hay un ligero aumento debido al impacto de las familias que disfrutan del programa Vacaciones en Familia.

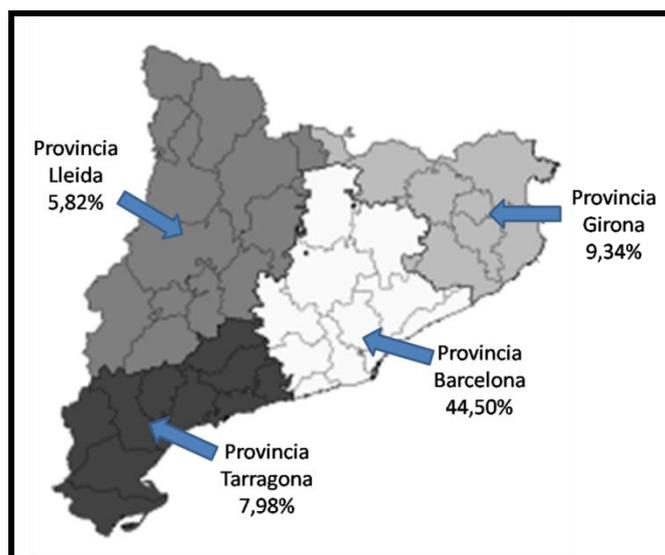
Gráfico 3. Usuarios de los albergues de la Agència Catalana de Joventut 2016



Fuente: Xarxa Nacional d'Albergs Socials de Catalunya (XANASCAT)

El 74,08 % de los usuarios son catalanes. Casi la mitad de los usuarios catalanes son de la provincia de Barcelona (44,50%), el 10,66% son españoles y el 15,26% son usuarios internacionales.

Figura 13. Procedencia de los usuarios catalanes

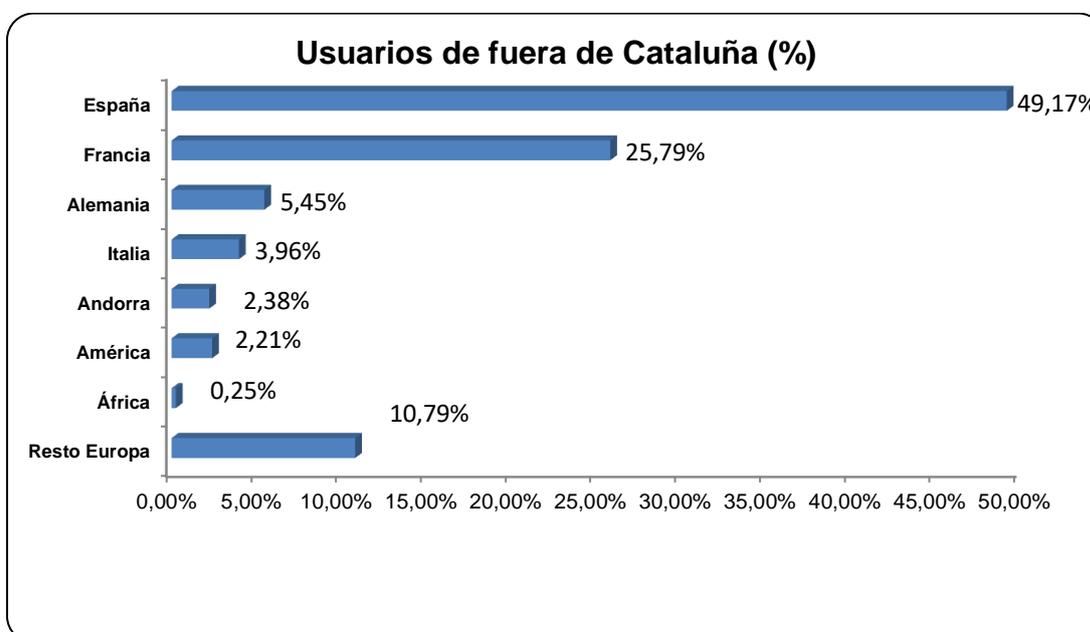


Fuente: Xarxa Nacional d'Albergs Socials de Catalunya (XANASCAT)

El origen de los usuarios que han pernoctado en los albergues públicos de la Agència Catalana de Joventut en el año 2016 de fuera de Cataluña viene liderado por los españoles seguidos de franceses, alemanes e italianos por razones de proximidad.

La procedencia de los visitantes internacionales es muy variada, pero destacan los franceses, con un 33,55%, alemanes con un 5,16% y los italianos con un 3,96%.

Gráfico 4. Usuarios de fuera de Cataluña



Fuente: Xarxa Nacional d'Albergs Socials de Catalunya (XANASCAT)

3.5.4. Reservas realizadas en el año 2016

Se pueden efectuar reservas para hospedarse en un albergue público, en la Central de Reservas XANASCAT: Por teléfono, Por correo electrónico y Por internet.

También pueden efectuarse reservas directamente en el albergue.

La Agencia Catalana de la Juventud facilita al usuario la documentación necesaria para proceder al pago del anticipo mediante la notificación de pago de anticipos que contiene el código de barras correspondiente a la reserva, con el que debe hacerse efectivo el anticipo a través de "la Caixa" (entidad colaboradora), Servicaixa, Línea Abierta, tarjeta de crédito o de forma presencial en las oficinas de esta entidad bancaria.

En el caso de las reservas realizadas por internet, el pago del anticipo debe efectuarse mediante tarjeta de crédito.

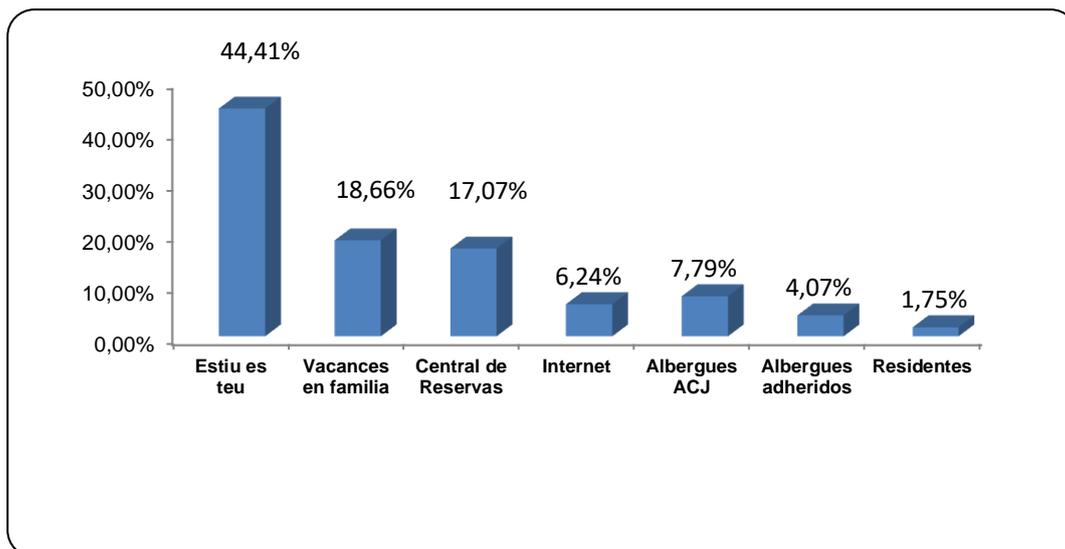
La Central de Reservas otorga a cada usuario un número o clave de confirmación de la reserva, que le garantiza la/s plaza/s correspondiente/s en cada albergue. Este número aparece inmediatamente en su justificante de reserva.

La reserva queda confirmada una vez realizado el pago del anticipo, dentro del plazo indicado. De lo contrario, la Agencia Catalana de la Juventud se reserva el derecho de anular la reserva sin previo aviso ni derecho a reclamación alguna.

El resto del importe de la estancia debe abonarse a la llegada al albergue en efectivo, mediante cheque bancario conformado o tarjeta de crédito.

Las siguientes gráficas nos muestran que la mayoría de los usuarios que han pernoctado en un albergue público de la Agència Catalana de Joventut durante el año 2016 se dirigen a la Central de Reservas para reservar un albergue (17,07%). Cabe destacar que durante el año pasado las reservas realizadas a través del portal de internet del programa *l'Estiu és teu* superan las hechas desde la Central de Reservas (44,41%).

Gráfico 5. Distribución de las reservas realizadas en albergues públicos (año 2016).



Fuente: Xarxa Nacional d'AlbergsSocials de Catalunya (XANASCAT)

En la siguiente tabla se puede apreciar el número de reservas realizadas a través de la página web (<http://www.xanascat.cat/reserves/> diciembre 2016) para cada uno de los albergues de la Agència Catalana de Joventut.

Tabla 30. Reservas realizadas por internet según albergue de juventud. (año 2016)

Albergues públics	Reservas
ALTAFULLA	35
BARCELONA	69
CABRERA	27
CANYAMARS	8
COMA-RUGA	30
DELTEBRE	24
EL MASNOU	12
GIRONA	92
EMPÚRIES	148
L'ESPLUGA	23
LA MOLINA	94
LA SEU	64
LLEIDA	18
MANRESA	12
NÚRIA	403
OLOT	93
PLANOLES	63
POBLE NOU	16
TREMP	12
VIC	14

Fuente: Xarxa Nacional d'AlbergsSocials de Catalunya (XANASCAT)

3.6. Programas sociales y educativos y de tiempo libre: elemento de diferenciación con el resto de actividad turística

Un elemento presente siempre en la realidad catalana ha sido la utilización de las instalaciones juveniles catalanas como plataforma para realizar multitud de programas de actividades con un claro componente educativo y social. Según Josep María Serrano, director de marketing y relaciones externas de la Agència Catalana de Joventut (ACJ) “no se entienden los albergues de Cataluña, si dejamos de lado las instalaciones ubicadas en la ciudad de Barcelona, sin los programas de actividades que se realizan y que generan más del 57% de ocupación de los albergues que forman parte de la Xanascot y que en el resto de entidades y empresas del sector es incluso más relevante”

Estos programas tienen diferentes particularidades según al público objetivo al que se dirigen, pudiéndose dividir, según nos comenta el Sr. Serrano en las siguientes grandes áreas

- 1.- Programas Escolares.
- 2.- Programas para jóvenes.
- 3.- Programas sociales.

3.6.1. Los programas escolares en Cataluña

Según la publicación de González-Agapito, J. Marques, (2014) “*Tradició i renovació pedagògica*” Cataluña ha tenido siempre una gran tradición en realizar colonias escolares. Desde principios del siglo XX y con fines educativos, grandes pedagogos de nuestro país, bajo la influencia de las corrientes higienistas desarrollan diferentes campos dentro de la llamada *Escola Nova*. Y uno de estos viene definido por la propulsión de las salidas y colonias, que promueven hábitos higiénicos, sociales y a la vez actividades formativas complementarias de los programas escolares. Entre lecturas comentadas, juegos constructivos, etc. efectúan excursiones que sirven para trabajar de manera global temas de botánica, meteorología, geografía, historia... con el objetivo de que sean unos días de trabajo, de observación y de investigación y no sólo un espacio de recreo. Su metodología se basaba en el trabajo en el medio natural, experiencias fuera del aula, conocimientos in situ y el traspaso de conocimientos venía a partir del "beber de las propias fuentes".

Paralelamente, la concepción de tiempo libre fue cambiando y se empezaba a hablar de tiempo de ocio dándole una dimensión plenamente educativa. Durante los años de dictadura son los esplans, los grupos scout y los centros parroquiales que se

responsabilizan de organizar actividades con una magnitud formativa y educativa, durante el tiempo de ocio, que en aquellos momentos era bastante deficitario.

Surgen a mediados del siglo XX los movimientos de renovación pedagógica de la llamada Escuela Activa que poco a poco van recuperando la tradición y la fundamentación de la escuela y la concepción que se tiene de los niños y las niñas como protagonistas de sus aprendizajes. Se recuperan metodologías y se vuelve a tener la idea de que los contenidos no sólo se pueden transmitir dentro de un aula y siguiendo un modelo más tradicional y academicista, sino que se vuelve a ver la importancia de salir fuera del aula, es decir, de centrar la enseñanza en un modelo más pragmático y experimental.

Muchos centros educativos actualmente siguen haciendo estancias y salidas que complementan la actividad educativa del aula y hacen de apoyo al currículum escolar y, aunque no sean acciones reconocidas como obligatorias, la comunidad educativa está de acuerdo en el bagaje que aportan tanto a la convivencia, al conocimiento de valores, normas y rutinas como al desarrollo de contenidos curriculares.

El hecho de estar juntos profesores, maestros, alumnos y monitores durante un periodo de dos, tres o más días, fuera del centro, en un entorno singular y diferente al habitual ayuda a desarrollar trabajos y acciones que aportan valores de convivencia, civismo, tolerancia, y un proceso madurativo importante para el crecimiento de todo ser humano.

Hay distintas entidades que, como conocedoras de las dificultades que conlleva salir fuera del aula y como apoyo a los docentes, han creado programas de actividades educativas que ayudan a desarrollar complementariamente mecanismos de los programas de educación formal a la vez que ayudan en la evaluación de los contenidos y competencias básicas trabajadas.

Por ejemplo, según Núria Navas, responsable de Xanascot Escoles de l'Acj "Una Eina al Servei de l'Escola es un programa de la *Xarxa Nacional d'Albergs Socials de Catalunya* que combina el alojamiento en los albergues y la realización de actividades estrechamente ligadas a los currículos que elabora y publica el *Departament de Ensenyament* con el objetivo de dar apoyo y ayuda a los maestros y profesores en la preparación de actividades escolares, trabajos de síntesis y proyectos de investigación". Las propuestas que cada curso escolar movilizan más de 20.000 alumnos, permiten trabajar los contenidos de diversas áreas, a la vez que se da respuesta a la concepción constructivista del aprendizaje y, implícitamente, al desarrollo de las capacidades y de las competencias.

La *Fundació Pere Tarrés* da soporte a las escuelas en su trabajo cotidiano favoreciendo el conocimiento del medio y las relaciones entre las personas. Acompañan a más de 30.000 alumnos que realizan año tras año, actividades de programas pedagógicos.

La *Fundació Catalana de l'Esplai* ofrece a las escuelas un proyecto educativo que incluye la solución integral de calidad a todas las necesidades de la escuela en horario lectivo y no lectivo. El proyecto de la *Fundació* dirigido a las escuelas llamado "+ Escola" contempla las colonias escolares como una gran experiencia educativa, que permite a los niños y a los jóvenes entender, amar un territorio y aprender a convivir con los compañeros y maestros.

Todos ellos han ayudado a elaborar una pedagogía que da respuesta a la necesidad de formación de hábitos, de carácter y de personalidad, entendiendo las colonias escolares como un elemento indispensable para la educación integral de niños y adolescentes juntamente con la tarea docente que se realiza desde las escuelas y los institutos.

Así, a diferencia de otras opciones de alojamiento, las instalaciones juveniles proponen programas pedagógicos de temáticas muy diversas con la finalidad de:

- Promover las salidas escolares para potenciar la convivencia de los alumnos fuera del aula;
- Dotar las instalaciones de un programa de actividades específico elaborado en función de las posibilidades del centro y de su ubicación, para ayudar a conocer y a promover la zona;
- Dar a conocer a los profesionales del mundo educativo los alojamientos juveniles y los programas de actividades que se desarrollan como herramienta y recurso para cumplimentar el desarrollo académico de los alumnos;
- Fortalecer el binomio alojamiento juvenil - escuela como aulas interactivas donde poner en práctica todo lo aprendido en el centro educativo;
- Ser referentes y guía a la hora de aplicar nuevas líneas educativas en el mundo de la educación en el ocio;
- Dar a conocer los programas escolares como una opción de estancia segura, de gran calidad pedagógica y que goza de un valor añadido único como es el alberguismo.

3.6.2. Los programas para jóvenes en Cataluña

Históricamente Cataluña tiene una gran presencia de entidades asociativas que organizan y promueven actividades educativas en el ocio durante todo el año.

A principios del siglo XX hay un creciente interés para practicar actividades de ocio y muchos catalanes empiezan a interesarse por la realidad de su país cada vez más plural y compleja. Es un momento en que aumenta el número de niños en las escuelas y la etapa educativa no deja de alargarse. Nacen centros excursionistas, grupos vinculados al escoltismo, esplais i se establecen los primeros albergues de juventud. Pronto aparecen las primeras colonias de verano y otras actividades extraescolares que promueven la educación integral de los niños y jóvenes.

El 1907, se organizan las primeras colonias escolares y visto su gran éxito, un año más tarde se crea la “Comissió de Colònies Escolars i Vacacions” (Comisión de Colonias Escolares y Vacaciones) que escoge l’Espluga de Francolí como emplazamiento donde se realizan varios turnos de colonias hasta la Segunda República.

El 1936, con el inicio de la Guerra Civil, se instala un hospital militar del ejército republicano en las instalaciones del albergue. Una vez terminada la guerra, el Estado adquiere el edificio y lo convierte en Albergue Jaime I el Conquistador, de la Sección Femenina de la Falange Española Tradicionalista y de las JONS. En este sentido, el 25 de julio de 1949, se despide el primer turno de niñas que habían estado veraneando.

Durante los años de dictadura son los esplais, los grupos scout y los centros parroquiales que se responsabilizan de organizar actividades con una magnitud formativa y educativa de niños y jóvenes.

Una vez restaurada la autonomía de Cataluña, el albergue pasa a manos de la Generalitat.

Desde el restablecimiento de la democracia, distintas entidades del tercer sector o privadas llevan a cargo diferentes actividades educativas y deportivas para niños y jóvenes al largo de todo el año.

Por ejemplo, en el marco de las vacaciones escolares de verano, “l’Estiu és Teu” es un programa es un programa de la Xarxa Nacional d’Albergs Socials de Catalunya que dirigido a los chicos y las chicas de entre 5 y 16 años con el objetivo según Marc Minguell, responsable del programa Xanascot Joves de l’Acj “de dotar de contenido pedagógico,

cultural, deportivo y de convivencia las vacaciones escolares de verano. El programa está dividido en once modalidades de actividades diferentes (idiomas, multideportivas, combinado de idiomas y multideportivas, música, deportes, ingenio, teatro, circo, canto, creatividad i cine, todas ellas dirigidas por profesores y técnicos especializados y monitores de ocio. Cada año el programa moviliza más de 9.000 participantes y 1.100 monitores en 31 instalaciones. En el marco del programa l'Estiu és Teu existen reducciones en el precio de las actividades para familias monoparentales o numerosas”.

La *Fundació Pere Tarrés* organiza colonias de verano en sus instalaciones para niños y jóvenes de 3 a 17 años. Los jóvenes pueden escoger diferentes modalidades (idiomas, multideportivas, artísticas y deportes. Des de la *Pere Tarrés* se lleva a cabo la campaña “Cap infant sense colònies” (*Ningún niño sin colonias*) que permite a niños y jóvenes de familias sin recursos participar en actividades de verano.

La *Fundació Catalana de l'Esplai* organiza "Un estiu per a tothom!" (*Un verano para todos*) con el objetivo de garantizar la calidad y la equidad en la educación en el ocio durante el verano. Ofrece actividades de verano para niños y jóvenes así como becas para las familias durante el mes de agosto. También presenta el programa “Encerta l'estiu!” (Acierta el verano!), con distintas actividades de colonias de distintas modalidades (ingenio, inglés, deportes y multideportivas), campos de trabajo y casales en las instalaciones de la FCE.

Rosa dels Vents ofrece colonias multideportivas, de magia y deportes a escoger entre actividades en inglés o sin inglés.

También existen actividades para jóvenes fuera del periodo vacacional. Por ejemplo des de la *Xarxa Nacional d'Albergs Socials de Catalunya* se ofrece el programa ESC.apa't que permite conocer el medio natural y la cultura catalana de forma divertida durante el tiempo libre, aprovechando la magnífica ubicación de los albergues. Y el programa ESC Nieve tiene el mismo objetivo, pero en la temporada de invierno.

Así, a diferencia de otras opciones de alojamiento, las instalaciones juveniles proponen programas pedagógicos de temáticas muy diversas con la finalidad de:

- Acercar los albergues y la filosofía propia de estas instalaciones a los jóvenes.
- Potenciar las instalaciones como lugar de encuentro, debate e intercambio entre los jóvenes de nuestro país.
- Ofrecer a los jóvenes diferentes programas de actividades que les permitan conocer el territorio y disfrutar de diferentes actividades culturales y de ocio.

- Garantizar la calidad y variedad de estas actividades y ofrecer otras nuevas, según las necesidades de los jóvenes de nuestro país.
- Fomentar la interrelación entre chicos y chicas de diferentes procedencias sociales, culturales y religiosas.
- Facilitar la movilidad de los jóvenes en el territorio.

3.6.3. Los programas sociales en Cataluña

La filosofía del alberguismo y su propia razón de ser, además de poder enfocarse a ofrecer facilidades a la juventud, también ofrecen la posibilidad de favorecer a otro tipo de sectores. De ésta manera, se consigue el desarrollo de programas de carácter social en los albergues, facilitando el acceso al ocio y el conocimiento del territorio a aquellos sectores de especial atención pública, como las familias numerosas, mono parentales y con recursos económicos limitados.

Según Buxarrais, y Vallory (2008) en sus *“Apunts per a un debat sobre educació en valors”* es un hecho en la sociedad moderna que aunque dada la aceleración de los cambios sociales y de las diferentes realidades de cada familia, en nuestro núcleo familiar todos tenemos nuestro espacio y punto de referencia, por ello es muy importante que existan facilidades para fomentar el tiempo de ocio en familia compartido y facilitar la consolidación de los vínculos familiares.

De éste modo, en la decidida voluntad de apoyar a las necesidades de las familias, existen programas vinculados a los albergues principalmente fundamentados en el compromiso social que aportan un valor añadido a esta topología de alojamiento. Es el caso del programa ‘Vacances en família’ creado por la *Xarxa Nacional d’Albergs Socials de Catalunya* y con el apoyo del *Departament de Benestar Social i Família*. ‘Vacances en família’ nació en el año 2005 con el objetivo de promover experiencias y oportunidades para vivir el ocio familiar, compartiendo y fomentando a la vez, la movilidad y el conocimiento del territorio catalán, ofreciendo la posibilidad a las familias de disfrutar de unas vacaciones en diferentes albergues a precios muy asequibles.

Así mismo, según Raquel Navarro, responsable del Programa Xanascat Social, “las familias que participan en el programa tienen la oportunidad de relacionarse con otras familias dado que se desarrollan actividades para ser realizadas conjuntamente y especialmente adaptadas a padres, madres e hijos, fomentando de ésta manera la interrelación del núcleo familiar.”

Des del año 2016 el programa 'Vacances en familia' ha acogido a un total de 53.891 familias.

Otro ejemplo lo tenemos con la Fundación Pere Tarrés, que hace más de diez años puso en marcha la campaña solidaria "Cap infant sense colònies", que permite a niños y jóvenes de familias sin recursos, participar en actividades de verano. Y es que si, para muchas familias, las vacaciones de verano son un lujo, para estos niños son una necesidad. Estos niños y niñas presentan frecuentemente carencias afectivas, sanitarias de desarrollo y relacionales. En muchos casos, la experiencia de las colonias y los campamentos se convierten en una experiencia educativa y de integración social única y un espacio ideal para suplir estas carencias y contribuir a su desarrollo.

Esta iniciativa responde al compromiso social y educativo de esta entidad y consiste en recaudar fondos para garantizar las actividades de tiempo libre durante el verano. Ésta campaña, además de ofrecer becas, también trabaja para conseguir plazas gratuitas en casales y colonias de pago, la organización de colonias y casales de verano totalmente gratuitos y la realización de colonias para niños de Centros Residenciales de Acción Educativa (CRAE). Los destinatarios son los niños y las niñas de familias con pocos recursos económicos.

Así mismo, la Fundació Catalana de l'Esplai organiza también cada año una campaña de verano bajo el lema "Un estiu per a tothom!", que agrupa todas las actividades que organiza la propia Fundación, así como las de los esplais que forman parte. Este lema refleja la voluntad para que todos los niños y jóvenes puedan participar en actividades de verano de calidad, y no queden excluidos por motivos económicos.

Programas como los que se acaban de detallar procuran entender el derecho a viajar, disfrutar del medio ambiente y conciliar la vida familiar de manera digna e igualitaria.

Por otro lado pero siguiendo en la línea de la labor social que se lleva a cabo des de las diferentes asociaciones de albergues en Cataluña, con la intención de facilitar la orientación y promoción académica de los jóvenes de Cataluña, del resto del Estado y del mundo, la *Xarxa Nacional d'Albergs Socials de Catalunya* dispone de 3 instalaciones mixtas, que además de funcionar como albergue, durante el curso académico ofrecen el servicio de residencia y acogen a jóvenes estudiantes universitarios ofreciéndoles alojamiento y servicios cerca de las principales universidades de las ciudades de Girona, Vic y Lleida.

Estas instalaciones están completamente preparadas para que los jóvenes puedan estudiar, hacer consultas, leer y profundizar en sus conocimientos, además de aprender a convivir, compartir, participar y reflexionar.

Por todo lo expuesto en relación al carácter social de los servicios que los albergues pueden llegar a ofrecer a la sociedad además de los recursos de ámbito turístico, podemos diferenciarlos de otras opciones de alojamiento destacando los siguientes aspectos:

- Realizar programas asequibles dirigidos a colectivos de especial atención pública, facilitando el acceso al ocio de manera igualitaria.
- Elaborar, desarrollar y ofrecer programas que se realicen en los albergues y que faciliten el descubrimiento del territorio, la historia, la cultura y la naturaleza de Cataluña.
- Potenciar la participación y emancipación juveniles, facilitando el acceso a la formación académica mediante albergues que combinan su función de alojamiento con la función de residencia de estudiantes jóvenes de toda procedencia.

3.7. Promoción y difusión

3.7.1. Introducción

En el siguiente apartado se analizan las principales campañas realizadas por la Agència Catalana de la Joventut para la Xarxa Nacional d'Albergs Socials de Catalunya durante todo el año 2016.

Las campañas se han realizado mediante: Publicación de catálogos, folletos y videos, Publicidad en Campaña comunicación 2016 a través de los distintos medios de comunicación existentes.

Durante el año la Xarxa Nacional d'Albergs de Catalunya (XANASCAT) ha intentado optimizar las acciones empezadas en años anteriores, participando en actos seleccionados por su relevancia y posterior impacto.

En este sentido se ha participado activamente en el *World Youth and Student Travel Conference* (WYSTC 2011) (Conferencia mundial sobre jóvenes y estudiantes) celebrada en Barcelona durante el mes de septiembre, colaborando con la organización. También, en el sí de dicha conferencia y como anfitriones de las asociaciones participantes pertenecientes a la IYHF, se organizó un encuentro en el albergue Mare de Déu de Montserrat (Barcelona) con agencias especializadas en turismo y movilidad juvenil.

Se ha comenzado a establecer la conexión de los albergues reservables en el motor de búsqueda de Hostelling International (HI) con una "interface" que permite la realización de reservas en línea en los albergues de la Xarxa Nacional d'Albergs de Catalunya des de la página de HI Hostels.

La Xarxa Nacional d'Albergs de Catalunya acogió la Asamblea General Anual de 2016 y recibió de nuevo la confianza de todos los miembros para continuar perteneciendo al "Task Grup", órgano de decisión entre asambleas.

Durante el año pasado también se formó parte del grupo de trabajo de marketing de asociaciones europeas para el estudio de acciones comunes ya que los encuentros se han realizado por teleconferencia, para reducir gastos.

Los principales objetivos son continuar con las relaciones bilaterales con distintas asociaciones, continuar formando parte de las comisiones y grupos de trabajo dónde la Xarxa Nacional d'Albergs de Catalunya está actualmente presente.

3.7.2. Publicación de catálogos, folletos y videos

Las principales publicaciones realizadas durante el año 2016 han sido las siguientes: Xarxa Nacional d'Albergs Socials de Catalunya: Tarifas XANASCAT 2016, XANASCAT Escuelas. Herramienta al servicio de la escuela. Curso 2016-2017, XANASCAT Jóvenes. Campaña de l'Estiu és teu. Realización de un librito y un póster 2016, Producción de vídeo. Campaña l'Estiu és teu 2016, Catálogo de las Colonias de Semana Santa 2016, Tríptico XANASCAT Social: Vacaciones en familia 2016, Carpeta para usuarios XANASCAT Social: Vacaciones en familia 2016, Actualización de dípticos de residencias de estudiantes: Girona, Vic y Lleida, Catálogo de ventas de la XANASCAT, Escuela de Nieve 2016-2017 y Escápate a la nieve 2016-2017.

3.7.3. Publicidad en Campaña comunicación 2016 a través de los distintos medios de comunicación existentes.

- Agència Catalana de Joventut: Actualización del web de www.acjoventut.cat
- Xarxa Nacional d'Albergs Socials de Catalunya: Campaña comunicación XANASCAT general en revistas, internet y redes sociales, Campaña Adwords posicionamiento Google. www.xanasc.cat en los canales 2.0, Newsletter a los usuarios, Participación en la Feria de turismo FITUR en Madrid, Participación en la Feria de turismo BeTravel

en Barcelona, Campaña comunicación XANASCAT escuelas: (Canales 2.0, Campaña: “Una eina al Server de l’escola”. Boletín informativo a las escuelas de Cataluña: Novedades del nuevo programa escolar), Campaña comunicación XANASCAT Jóvenes: (Campaña de radio del programa l’Estiu és teu, Anuncios en Prensa/Revistas, Canales 2.0. Newsletter, Facebook Xanascat e Internet, Actualización Web Xanascat y Actualización web ACJ), Campaña comunicación Colonias de Semana Santa: (Canales 2.0: Redes sociales de la Xanascat y ACJ: Facebook y Twitter, Campaña comunicación Escápate a la Nieve, + q Albergues), Campaña comunicación XANASCAT Social: (Vacaciones en familia, .Residencias de estudiantes).

3.8. Satisfacción entre usuarios

A partir del año 2016 la Xarxa Nacional d’Albergs de Catalunya realiza una encuesta de opinión dirigida a todos aquellos usuarios que desean dar su opinión. La encuesta se les envía mediante correo electrónico dónde se les adjunta el siguiente link <http://www.xanascat.cat/EnquestesXanascat/> con el fin de que puedan dar su percepción sobre su experiencia durante su hospedaje en un albergue público. En este apartado vamos a comentar los principales resultados de dicha encuesta que se ha realizado desde el año 2011 por primera vez en Cataluña y de la cual no podremos realizar ningún tipo de comparativa pero creemos que puede ser un buen indicador de la satisfacción que tienen los usuarios de los albergues públicos catalanes actualmente.

La encuesta cuenta con los siguientes aspectos a valorar:

- Amabilidad y atención del personal de comedor.
- Amabilidad y atención del personal de recepción.
- Como nos has conocido.
- Valoración de la gestión que se hace en la instalación respecto a la recogida selectiva de residuos.
- Valoración de la promoción que se hace en la instalación respecto a la eficiencia y el ahorro energético.
- Valoración de la promoción que se hace en la instalación respecto al ahorro de agua.
- Confort del comedor.
- Valoración general del servicio durante su estancia.
- Valoración equipamiento del baño.
- Valoración equipamiento de las salas.
- Valoración equipamiento de las zonas deportivas.

- Valoración de la habitación.
- Primera vez que visita un albergue de la Xarxa Nacional d'Albergs Socials de Catalunya (XANASCAT).
- Valoración de la información facilitada por el personal de recepción.
- Valoración de la limpieza.
- Valoración de la limpieza del comedor.
- Valoración de la presentación de los platos.
- Valoración de la calidad de la comida.
- Valoración de la cantidad de la comida.

FICHA TÉCNICA

Universo y ámbito: usuarios de los albergues pertenecientes a la XANASCAT.

Tamaño de la muestra: 1.847 usuarios

Distribución de la muestra: entrevistas repartidas en todos los albergues pertenecientes a la XANASCAT.

Tipo de entrevista: encuesta auto administrada

Muestreo: usuarios que quieren participar del estudio y evaluar su estancia en el albergue.

Error muestral: para un intervalo de confianza del 95,5% (2 sigmas) y en el supuesto de máxima indeterminación (dónde $p=q=50\%$).

Timing: año 2016

Valoración de la Amabilidad y atención del personal del comedor

El 73,6% de los entrevistados valoran positivamente (muy bien y bien) la amabilidad y la atención del personal del comedor.

Por otro lado, el 5,7% lo valoran negativamente (mal y muy mal).

Tabla 31. Valoración de la amabilidad y atención del personal del comedor

	n	%
Muy bien	776	42,0
Bien	640	34,7
Correcto	326	17,7
Mal	78	4,2
Muy mal	27	1,5
Total	1.847	100

Fuente: Encuesta satisfacción usuarios albergues XANASCAT.

Valoración de la Amabilidad y atención del personal de recepción

El 91,5% de los entrevistados valoran positivamente la amabilidad y atención del personal de recepción, sólo el 2,0% lo valoran mal o muy mal.

La media de todas las valoraciones es de 4,60.

Tabla 32. Valoración de la amabilidad y atención del personal de recepción

	n	%
Muy bien	1.305	70,7
Bien	385	20,8
Correcto	120	6,5
Mal	32	1,7
Muy mal	5	0,3
Total	1.847	100

Fuente: Encuesta satisfacción usuarios albergues XANASCAT.

Modo de conocimiento

Internet es el medio más utilizado por los entrevistados para la búsqueda de información sobre los albergues (41,4%) y los amigos o conocidos (33,6%). Destaca el 21,0% de los entrevistados que han citado otros medios no convencionales.

Tabla 33. Modo de conocimiento de los albergues

	n	%
Internet	765	41,4
Amigos o conocidos	621	33,6
Ferías o actos	37	2,0
Mailing	17	0,9
Prensa	14	0,8
Radio	2	0,1
Otros	388	21,0
NS/NC	3	0,2
Total	1.847	100

Fuente: Encuesta satisfacción usuarios albergues XANASCAT.

Valoración de la Gestión que se hace en la instalación con respecto a la recogida selectiva de residuos.

El 84,3% de los entrevistados valoran positivamente la gestión que se hace en la instalación con respecto a la recogida selectiva de residuos, el 5,7% hacen una valoración negativa.

La media de todas las valoraciones es de 4,13.

Tabla 34. Valoración de la gestión que se hace en la instalación con respecto a la recogida selectiva de residuos.

	n	%
Muy bien	25	35,7
Bien	34	48,6
Correcto	7	10,0
Mal	3	4,3
Muy mal	1	1,4
Total	70	100

Fuente: Encuesta satisfacción usuarios albergues XANASCAT.

Valoración de la Promoción que se hace en la instalación con respecto a la eficiencia y el ahorro energético

El 61,4% de los entrevistados valoran positivamente la promoción que se hace en la instalación con respecto a la eficiencia y el ahorro energético, el 8,6% lo valoran mal.

La media de todas las valoraciones es de 3,70.

Tabla 35. Valoración de la promoción que se hace en la instalación con respecto a la eficiencia y el ahorro energético

	n	%
Muy bien	12	17,1
Bien	31	44,3
Correcto	21	30,0
Mal	6	8,6
Total	70	100

Fuente: Encuesta satisfacción usuarios albergues XANASCAT.

Valoración de la Promoción que se hace en la instalación con respecto al ahorro de agua

El 61,4% de los entrevistados valoran muy bien o bien la promoción que se hace en la instalación con respecto al ahorro de agua, el 10,0% lo valoran mal o muy mal.

La media de todas las valoraciones es de 3,64.

Tabla 36. Valoración de la promoción que se hace en la instalación con respecto al ahorro de agua

	n	%
Muy bien	11	15,7
Bien	32	45,7
Correcto	20	28,6
Mal	5	7,1
Muy mal	2	2,9
Total	70	100

Fuente: Encuesta satisfacción usuarios albergues XANASCAT.

Valoración del Confort del comedor

El 71,3% de los entrevistados valoran positivamente el confort del comedor, el 7,5% lo valoran mal o muy mal.

La media de todas las valoraciones es de 3,86.

Tabla 37. Valoración del confort del comedor

	n	%
Muy bien	430	23,3
Bien	887	48,0
Correcto	391	21,2
Mal	116	6,3
Muy mal	23	1,2
Total	1.847	100

Fuente: Encuesta satisfacción usuarios albergues XANASCAT.

Valoración General del servicio durante su estancia

El 80,8% de los entrevistados valoran positivamente el servicio del albergue durante su estancia y el 4,3% lo valoran mal o muy mal.

La media de todas las valoraciones es de 4,07.

Tabla 38. Valoración general del servicio durante su estancia

	n	%
Muy bien	656	35,5
Bien	837	45,3
Correcto	252	13,6
Mal	60	3,2
Muy mal	20	1,1
NS/NC	22	1,2
Total	1.847	100

Fuente: Encuesta satisfacción usuarios albergues XANASCAT.

Valoración del Equipamiento del cuarto de baño

El 57,4% de los entrevistados valoran positivamente el equipamiento del cuarto de baño, el 13,1% lo valoran mal o muy mal.

La media de todas las valoraciones es de 3,59.

Tabla 39. Valoración del equipamiento del cuarto de baño

	n	%
Muy bien	326	17,7
Bien	734	39,7
Correcto	546	29,6
Mal	188	10,2
Muy mal	53	2,9
Total	1.847	100

Fuente: Encuesta satisfacción usuarios albergues XANASCAT.

Valoración del Equipamiento de las salas

El 66,6% de los entrevistados valoran positivamente el equipamiento de las salas, el 8,8% lo valoran mal o muy mal.

La media de todas las valoraciones es de 3,75.

Tabla 40. Valoración del equipamiento de las salas

	n	%
Muy bien	338	18,3
Bien	893	48,3
Correcto	454	24,6
Mal	133	7,2
Muy mal	29	1,6
Total	1.847	100

Fuente: Encuesta satisfacción usuarios albergues XANASCAT.

Valoración del Equipamiento de las zonas deportivas

El 51,7% de los entrevistados valoran positivamente el confort del comedor, el 12,8% lo valoran mal o muy mal.

La media de todas las valoraciones es de 3,46.

Tabla 41. Valoración del equipamiento de las zonas deportivas

	n	%
Muy bien	205	11,1
Bien	750	40,6
Correcto	655	35,5
Mal	156	8,4
Muy mal	81	4,4
Total	1.847	100

Fuente: Encuesta satisfacción usuarios albergues XANASCAT.

Valoración del Equipamiento de la habitación

El 64,5% de los entrevistados valoran positivamente el equipamiento de la habitación, el 9,6% lo valoran mal o muy mal.

La media de todas las valoraciones es de 3,76.

Tabla 42. Valoración del equipamiento de la habitación

	n	%
Muy bien	428	23,2
Bien	763	41,3
Correcto	478	25,9
Mal	141	7,6
Muy mal	37	2,0
Total	1.847	100

Fuente: Encuesta satisfacción usuarios albergues XANASCAT.

Primera utilización de la Xarxa Nacional d'Albergs Socials de Catalunya (XANASCAT)

El 67,4% de los entrevistados son usuarios habituales de los albergues de la XANASCAT.

Tabla 43. Utilización de la Xarxa Nacional d'Albergs Socials de Catalunya (XANASCAT)

	n	%
Sí	603	32,6
No	1244	67,4
Total	1.847	100

Fuente: Encuesta satisfacción usuarios albergues XANASCAT.

Valoración de la Información facilitada por el personal de recepción

El 89,0% de los entrevistados valoran positivamente la información facilitada por el personal de recepción, el 2,9% lo valoran mal o muy mal.

La media de todas las valoraciones es de 4,47.

Tabla 44. Valoración de la información facilitada por el personal de recepción

	n	%
Muy bien	1.140	61,7
Bien	505	27,3
Correcto	149	8,1
Mal	37	2,0
Muy mal	16	0,9
Total	1.847	100

Fuente: Encuesta satisfacción usuarios albergues XANASCAT.

Valoración de la Limpieza

El 72,9% de los entrevistados valoran positivamente la limpieza, el 9,2% lo valoran mal o muy mal.

La media de todas las valoraciones es de 3,92.

Tabla 45. Valoración de la limpieza

	n	%
Muy bien	552	29,9
Bien	794	43,0
Correcto	331	17,9
Mal	135	7,3
Muy mal	35	1,9
Total	1.847	100

Fuente: Encuesta satisfacción usuarios albergues XANASCAT.

Valoración de la Limpieza del comedor

El 81,6% de los entrevistados valoran positivamente la limpieza del comedor, el 3,2% lo valoran mal o muy mal.

La media de todas las valoraciones es de 4,14.

Tabla 46. Valoración de la limpieza del comedor

	n	%
Muy bien	669	36,2
Bien	838	45,4
Correcto	281	15,2
Mal	46	2,5
Muy mal	13	0,7
Total	1.847	100

Fuente: Encuesta satisfacción usuarios albergues XANASCAT.

Valoración de la Presentación de los platos

El 58,8% de los entrevistados valoran positivamente la presentación de los platos, el 10,9% lo valoran mal o muy mal.

La media de todas las valoraciones es de 3,62.

Tabla 47. Valoración de la presentación de los platos

	n	%
Muy bien	321	17,4
Bien	764	41,4
Correcto	562	30,4
Mal	145	7,9
Muy mal	55	3,0
Total	1.847	100

Fuente: Encuesta satisfacción usuarios albergues XANASCAT.

Valoración de la Calidad de los alimentos

El 60,4% de los entrevistados valoran positivamente la calidad de los alimentos, el 15,2% lo valoran mal o muy mal.

La media de todas las valoraciones es de 2,61.

Tabla 48. Valoración de la calidad de los alimentos

	n	%
Muy bien	377	20,4
Bien	738	40,0
Correcto	452	24,5
Mal	203	11,0
Muy mal	77	4,2
Total	1.847	100

Fuente: Encuesta satisfacción usuarios albergues XANASCAT.

Valoración de la Cantidad de los alimentos

El 67,1% de los entrevistados valoran positivamente la cantidad de los alimentos, el 12,9% lo valoran mal o muy mal.

La media de todas las valoraciones es de 3,82.

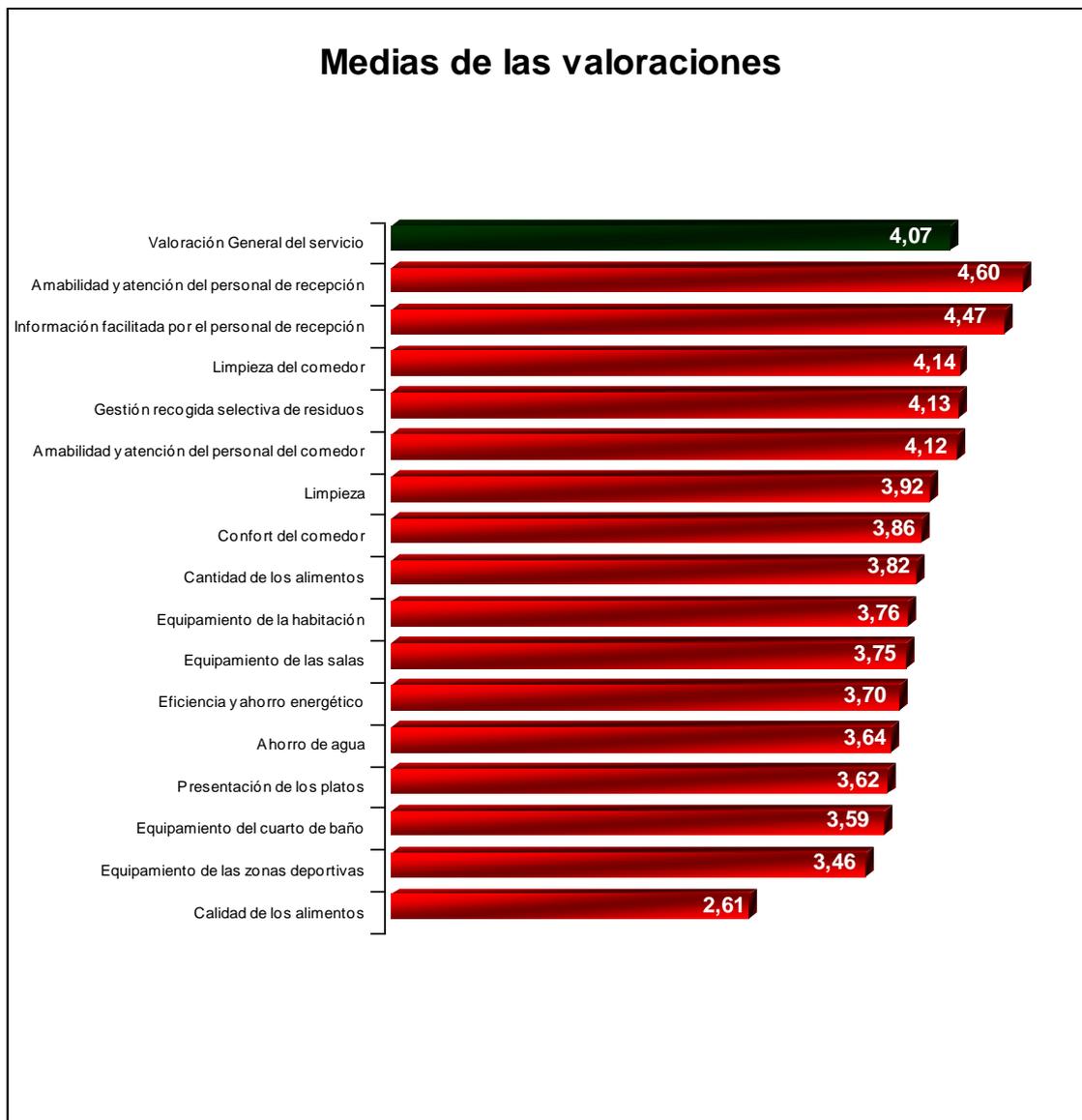
Tabla 49. Valoración de la cantidad de los alimentos

	n	%
Muy bien	580	31,4
Bien	659	35,7
Correcto	370	20,0
Mal	176	9,5
Muy mal	62	3,4
Total	1.847	100

Fuente: Encuesta satisfacción usuarios albergues XANASCAT.

En el siguiente gráfico se puede apreciar las medias de las valoraciones expresadas por los entrevistados para cada uno de los atributos valorados (En una escala, siendo 1 la valoración mínima a 5 la valoración máxima):

Gráfico 6. Medias de las valoraciones



Fuente: Encuesta satisfacción usuarios albergues XANASCAT.

PARTE B: ANÁLISIS EMPÍRICO

4. ANÁLISIS DE LOS ALBERGUES RURALES EN CATALUÑA

4.1. Introducción

El objetivo de este capítulo es la realización de un análisis pormenorizado de los albergues rurales en Cataluña para la posterior realización de un modelo econométrico para evaluar el impacto económico y los factores que tienen dichos albergues rurales en Cataluña sobretodo en su ámbito más inmediato, es decir, el municipio y la comarca.

Se ha procedido a la realización de una encuesta auto administrada a los usuarios una vez finalizada su estancia⁸.

Vamos a analizar los resultados obtenidos de dicha encuesta, con la finalidad de evaluar el impacto económico que tiene el albergue en el territorio.

Para alcanzar los objetivos de dicho apartado nos centraremos en los siguientes apartados, facilitando así, su posterior lectura:

- a) Descripción de las técnicas y las metodologías utilizadas para la búsqueda y obtención de la información a analizar en dicha tesis doctoral.
- b) Justificación de las técnicas para cada una de las metodologías utilizadas.
- c) Ficha técnica de la encuesta.
- d) Resultados de la encuesta a los usuarios de los albergues:
 01. Perfil de los usuarios del albergue.
 02. Gasto medio por persona
 - i. De las actividades hechas por los usuarios que son organizadas y realizadas por el albergue dónde se han hospedado.
 - ii. De las actividades hechas por los usuarios fuera del albergue.

En este sentido y obedeciendo a lo descrito anteriormente, se ha contactado con los directores de los albergues seleccionados (Albergue Jaume I de l'Espluga de Francolí, Residencia Esportiva Àster de l'Hospitalet del'Infant y Albergue Ruta del Ferro de Sant Joan de les Abadesses) gracias a la colaboración del director de la Xarxa Nacional d'Albergs de Catalunya (XANASCAT) que nos facilitó sus datos.

El objetivo de dicho cuestionario es conocer el gasto que realizan los huéspedes de dichos establecimientos durante su estancia, ya sea en el mismo albergue como fuera del mismo

⁸ En el anejo 1 se muestra el modelo de cuestionario suministrado a los usuarios de los albergues que forman parte de la muestra de este estudio.

y conocer dónde los han realizado para poder evaluar el impacto económico que tienen en el territorio dichos albergues.

Posteriormente, se ha enviado un cuestionario auto administrado que debía ser rellenado por los usuarios de los distintos albergues una vez finalizada su estancia en el establecimiento, junto con una breve explicación del motivo del estudio e instrucciones para su correcta implementación.

Los cuestionarios una vez realizados los mismos usuarios depositaban dicha encuesta en una urna destinada a dicho menester para guardar el anonimato de los respondientes.

El período de realización de dicha campaña de recogida de datos ha sido durante el periodo estival, ya que consideramos que es el mejor momento para la obtención de dicha información debido al perfil de los huéspedes que se alojan en dichos establecimientos.

4.2. Descripción de las metodologías utilizadas

Las metodologías utilizadas para la búsqueda y obtención de la información a analizar en dicha tesis doctoral es la siguiente:

- a) Encuestas autoadministradas: La encuesta autoadministrada es la encuesta que lleva a cabo empleando cuestionarios autoadministrados. Se le dice autoadministrada a esta modalidad porque prescinde, en términos generales, de la necesidad de encuestadores. Dentro del tipo de encuesta autoadministrada existen algunos subtipos característicos: la encuesta por correo, la encuesta por mail y la encuesta entregada en mano. En todos los casos el respondiente mismo es quien completa el cuestionario o formulario de encuesta de acuerdo con ciertas instrucciones, que deben ser sumamente claras. En los orígenes de la encuesta de opinión los diarios estadounidenses solían enviar por correo encuestas a sus suscriptores, aunque sin los adecuados recaudos metodológicos; hoy en día se aplica esta técnica de modo más elaborado y controlado.

Actualmente la encuesta autoadministrada se emplea, por lo general en virtud de su menor costo, siempre a una muestra representativa de la población. Es necesario, o preferible, que las personas que van a ser interesadas para que respondan cuenten con información previa sobre la existencia de la encuesta y, en lo posible, que cuenten con algún tipo de soporte por parte de la consultora o instituto que lleva a cabo el sondeo. Es fundamental que quien vaya a responder tenga indicaciones o un instructivo que le indique claramente

cómo proceder al llenado del cuestionario, si puede elegir más de una alternativa o sólo una en las preguntas cerradas (respuestas múltiples), cómo interpretar ciertos ítems o ciertas palabras presentes en las preguntas, los plazos y la forma de entrega, etc. Esto es muy importante, pues al no haber encuestadores suele ocurrir que ante las menores dificultades quienes responden lo hacen mal, fuera de los plazos establecido o entregan los formularios con gran parte de las preguntas sin completar.

Dada la ausencia total o casi total del contacto cara a cara (en ocasiones van personas a retirar el cuestionario), es imprescindible siempre que se empleen encuestas autoadministradas que se tenga sumo cuidado con la manera cómo se confeccionan las preguntas y con la manera como se presenta la encuesta, o sea, se debe pensar cómo la percibe y recibe quien nada conoce acerca de la metodología de encuestas y sólo debe llenarla con sus opiniones o información solicitada. Las preguntas deben ser lo más sencillas posible, sin que afecte a la profundidad de lo que se quiere medir, y además deben poder completarse con facilidad.

- b) Entrevistas cualitativas en profundidad: es una técnica de obtención de información, mediante una conversación profesional con una o varias personas para un estudio analítico de investigación o para contribuir en los diagnósticos o tratamientos sociales. Encuentros reiterados, cara a cara, entre el investigador y los informantes, encuentros dirigidos hacia la comprensión de las perspectivas que tienen los informantes respecto de sus vidas, experiencias o situaciones, tal como las expresan con sus propias palabras.

Si consideramos que la conversación, en situaciones naturales de la vida cotidiana, supone un punto de referencia constante, podremos decir que las entrevistas pasan a constituir una relación didáctica canalizada por la discursividad, propia de la cotidianidad, bajo la condición de encuentros regidos por reglas que marcan márgenes apropiados de relación interpersonal en cada circunstancia. Estas permiten acceder al universo de significaciones de los actores, haciendo referencia a acciones pasadas o presentes, de sí o de terceros, generando una relación social, que sostiene las diferencias existentes en el universo cognitivo y simbólico del entrevistador y el entrevistado.

Dentro de las variaciones de la entrevista cualitativa, cada una con su respectivo marco, fines y modalidades, es posible ubicar la entrevista antropológica o etnográfica, también denominada entrevista informal o no directiva, cuya evolución manifiesta una serie de distinciones conceptuales en su construcción.

En este tipo de entrevistas, se caracteriza por la exposición de los entrevistados a una situación social concreta, en la que se pretende la obtención de las fuentes cognitivas y

emocionales de las reacciones de los entrevistados ante algún suceso, para lo cual se centra en las experiencias subjetivas de quienes se han expuesto a la situación. Para ello, la entrevista debe basarse en cuatro criterios entrelazados:

- I. No dirección (tratar que la mayoría de las respuestas sean espontáneas o libres, en vez de forzadas o inducidas)
- II. Especificidad (animar al entrevistado a dar respuestas concretas, no difusas o genéricas)
- III. Amplitud (indagar en la gama de evocaciones experimentadas por el sujeto)
- IV. Profundidad y contexto personal

Preparación de las entrevistas en profundidad: Los objetivos del estudio son los que determinan, en gran parte, el guion de la entrevista, la selección de los entrevistados y entrevistadores, el estilo y repetición o no de la entrevista, y su escenario temporal y espacial. Al respecto, se establece tres aspectos relevantes a considerar, a saber:

- I. Guión de la entrevista: El guión de la entrevista contiene los temas y subtemas que deben cubrirse, a partir de los objetivos de la investigación. Es un esquema abierto, con puntos a tratar, cuyo orden no tiene que seguirse necesariamente, que recoge el flujo particular de información del entrevistado y que capta aspectos no previstos en el guión. De este modo, se crea una relación dinámica en la que se van generando los temas de acuerdo al entrevistado, sin regirse a un orden prefijado.
 - II. Selección de entrevistados: La definición de la calidad y cantidad de personas a entrevistar, así como de la cantidad de veces a entrevistar, se resuelve mediante una aproximación al universo de entrevistados potenciales, establecida a través de las fuentes disponibles: información estadística, estudios cualitativos previos, que permiten controlar la heterogeneidad de la muestra, en variables consideradas analíticamente relevantes.
- c) Entrevistas presenciales a comercios: Las encuestas presenciales se pueden realizar en distintos lugares: vivienda del encuestado, centro de trabajo, en la calle, en un determinado centro o establecimiento... La encuesta presencial genera una mayor tasa de rechazo y una menor tasa de abandonos una vez comenzada la entrevista que el resto de entrevistas. El cuestionario se administra mediante entrevista personal a cada uno de los individuos incluidos en la muestra. Al ser el entrevistador quien plantea las preguntas y registra las respuestas, en él subyace el éxito del resultado; además, si las preguntas son abiertas, conviene acompañar el registro escrito por una grabación en audio.

De todos modos, conviene tener en cuenta que:

- I. Las preguntas se deben formular correctamente y con claridad.
- II. Las anotaciones deben corresponder a las respuestas emitidas.
- III. Se deben aclarar cuantas dudas se plantean al entrevistado, antes de que emita sus respuestas.
- IV. Conviene despertar el interés del entrevistado motivándolo para responder con sinceridad y claridad.
- V. Es preciso establecer mecanismos de control que optimicen el resultado.

En este tipo de encuesta, la presencia del entrevistador dificultará:

- I. El acceso a la población (por requerir su presencia física en todas las entrevistas que se apliquen).
- II. El trabajo de campo (la localización de todos los sectores de la muestra).
- III. La reactividad del encuestado que puede condicionar la veracidad de sus respuestas.

4.3. Justificación de las técnicas utilizadas

A continuación se presenta la justificación para cada una de las metodologías utilizadas en dicha tesis doctoral:

1. Encuestas autoadministradas:

En este sentido y obedeciendo a lo descrito anteriormente, se ha contactado con los directores de los albergues seleccionados (Albergue Jaume I de l'Espluga de Francolí, Residencia Esportiva Àster de l'Hospitalet del'Infant y Albergue Ruta del Ferro de Sant Joan de les Abadesses) gracias a la colaboración del director de la Xarxa Nacional d'Albergs de Catalunya (XANASCAT) que nos facilitó sus datos.

El objetivo de dicho cuestionario es conocer el gasto que realizan los huéspedes de dichos establecimientos durante su estancia, ya sea en el mismo albergue como fuera del mismo y conocer dónde los han realizado para poder evaluar el impacto económico que tienen en el territorio dichos albergues.

Posteriormente, se ha enviado un cuestionario autoadministrado que tenía que ser rellenado por los usuarios de los distintos albergues una vez finalizada su estancia en el establecimiento, junto con una breve explicación del motivo del estudio e instrucciones para su correcta implementación.

Los cuestionarios una vez realizados, los mismos usuarios depositaban dicha encuesta en una urna destinada a dicho menester para guardar el anonimato de los respondientes.

El período de realización de dicha campaña de recogida de datos ha sido durante el periodo estival, ya que consideramos que es el mejor momento para la obtención de dicha información debido al perfil de los huéspedes que se alojan en dichos establecimientos.

2. Entrevistas cualitativas en profundidad:

En este sentido y obedeciendo a lo descrito anteriormente, se ha procedido a la realización de un guion de la entrevista orientado a conocer por parte de los directores de los albergues anteriormente citados y a los representantes municipales dónde se ubica el albergue, ya sean los regidores de turismo o responsables de promoción económica del municipio, qué influencia social, turística y económica tiene dicha instalación en el municipio.

Como hemos comentado anteriormente, se preparó una encuesta autoadministrada para cada uno de los albergues objeto de estudio, y aprovechando el momento de la recogida del material del trabajo de campo y contando con la colaboración de los distintos directores de los albergues se les citó a ellos y a los responsables municipales pertinentes para la realización de la entrevista en profundidad.

Todas las entrevistas en profundidad fueron grabadas para su posterior transcripción y obtención de los principales resultados obtenidos en las mismas.

3. Entrevistas presenciales a comercios:

Con el objetivo de conocer también la valoración por parte de otros sectores del municipio del impacto económico que generan los albergues en el municipio, se han realizado una serie de entrevistas personales en los principales comercios y motores económicos de los municipios en los que se ubican los albergues objeto de estudio.

En el anejo 1 y 2 se pueden observar los distintos modelos de encuestas utilizados.

4.4. Ficha técnica de la encuesta

El universo de la entrevista son los usuarios que han realizado alguna pernoctación en los albergues escogidos para la realización del trabajo de campo, que son los albergues de l'Espluga de Francolí, de Sant Joan de les Abadesses y Vandellòs i l'Hospitalet de l'Infant, es decir, un total de 12.261 usuarios que se han hospedado en dichos albergues durante el año 2013 según datos facilitados por la Dirección de Marketing y Relaciones Externas de l'Agència Catalana de la Joventut y los propios albergues objeto de estudio.

Las entrevistas se han realizado durante el período de máxima afluencia y ocupación de los albergues por parte de los usuarios, es decir, durante los meses de junio, julio y agosto, dónde se han obtenido los datos de 480 usuarios que han pernoctado en las unidades

muestrales seleccionadas y que han contestado satisfactoriamente el cuestionario autoadministrado una vez finalizada su estancia en el establecimiento.

El error muestral para los resultados obtenidos es de $\pm 4,47\%$ para un intervalo de confianza del 95,5% (2 sigmas) y bajo el supuesto de máxima indeterminación (dónde $P = Q = 50\%$).

El cuestionario consta de catorce preguntas, estructurado como sigue a continuación:

- i. Perfil del entrevistado.
- ii. Datos de clasificación de los usuarios a los albergues.
- iii. Gasto realizado durante su estancia en el albergue dividido en función de:
 - a. Gasto realizado en el albergue.
 - b. Gasto realizado fuera del albergue.

La tabla resumen del trabajo de campo o ficha técnica del estudio es como la que sigue a continuación:

Tabla 50. Ficha técnica

Ficha técnica	
Población	12.261 usuarios de los albergues de l'Espluga de Francolí, Sant Joan de les Abadesses y Vandellòs i l'Hospitalet de l'Infant ⁽¹⁾
Muestra	480 usuarios que se han alojado en los albergues anteriormente citados
Error muestral	$\pm 4,47\%$ para un intervalo de confianza del 95,5% (2 sigmas) y bajo el supuesto de máxima indeterminación (dónde $P=Q=50\%$)
Metodología	Encuesta auto administrado a los usuarios de los albergues una vez finalizada su estancia
Creación de la base de datos, depuración y tabulación de resultados	Elaboración propia

⁽¹⁾ Datos facilitados por Dirección de Marketing y Relaciones Externas de l'Agència Catalana de la Joventut

Fuente: Elaboración propia

El mayor número de encuestas corresponde al albergue de l'Espluga de Francolí con un total de 198 usuarios que han contestado la encuesta, seguido del albergue de Sant Joan de les Abadesses con 148 usuarios y en el albergue de Vandellòs i l'Hospitalet de l'Infant han contestado un total de 134 usuarios (ver tabla 51):

Tabla 51. Número de usuarios entrevistados por albergue

Albergue	Usuarios entrevistados
L'Espluga de Francolí	198 usuarios
Sant Joan de les Abadesses	148 usuarios
Vandellòs i l'Hospitalet de l'Infant	134 usuarios
TOTAL	480 usuarios

Fuente: Encuesta auto administrada usuarios albergue de l'Espluga de Francolí

4.5. Resultados de la encuesta autoadministrada

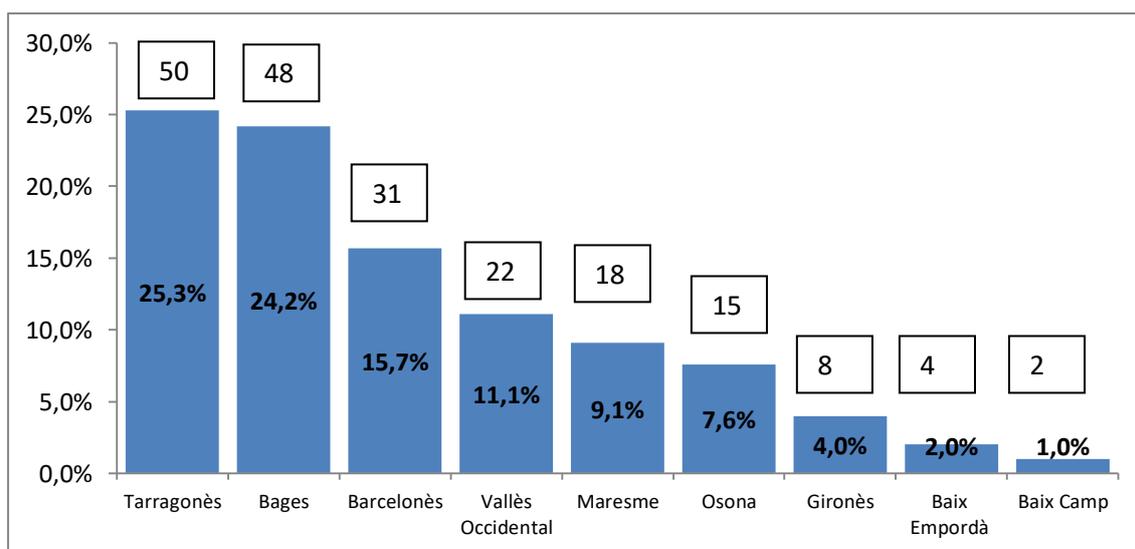
4.5.1. Perfil de los entrevistados

En este apartado vamos a analizar los resultados de la encuesta que nos proporcionará el perfil de los usuarios que han contestado el cuestionario:

- Procedencia de los usuarios por cada albergue.

Las comarcas de procedencia de los usuarios del albergue de l'Espluga de Francolí se detalla en la gráfica 7, dónde se puede apreciar que el 25,3% de los usuarios de dicho albergue vienen de la comarca del Tarragonès, el 24,2% del Bages, el 15,7% del Barcelonès i l'11,1% del Vallès Occidental. En este albergue se puede apreciar un factor de proximidad más claro que en el resto de albergues analizados debido al fuerte impacto turístico que ejerce el monasterio de Poblet, cercano al albergue, no solo en el municipio sino en la comarca.

Gráfico 7. Comarca de residencia de los usuarios del albergue de l'Espluga de Francolí

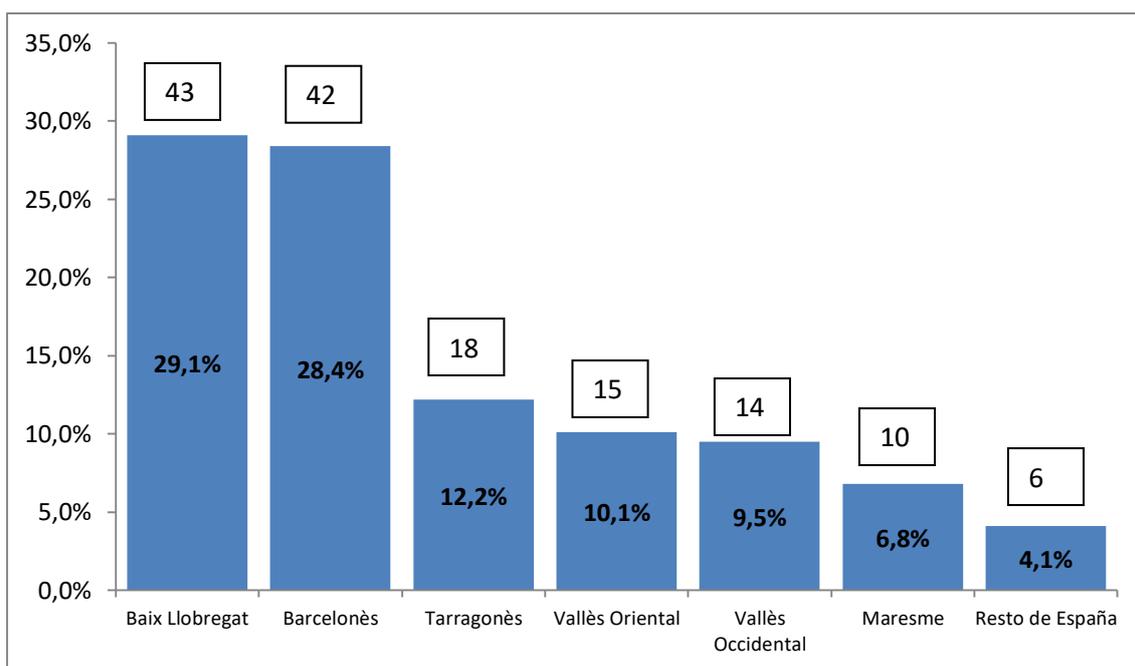


Base: 198 usuarios del albergue

Fuente: Encuesta auto administrada usuarios albergue de l'Espluga de Francolí

El 29,1% de los usuarios en el albergue de Sant Joan de les Abadesses vienen de la comarca del Baix Llobregat, el 28,4% del Barcelonès, el 12,2% del Tarragonès y el 10,1% del Vallès Oriental, tal y como detalla el siguiente gráfico.

Gráfico 8. Comarca de residencia de los usuarios del albergue de Sant Joan de les Abadesses

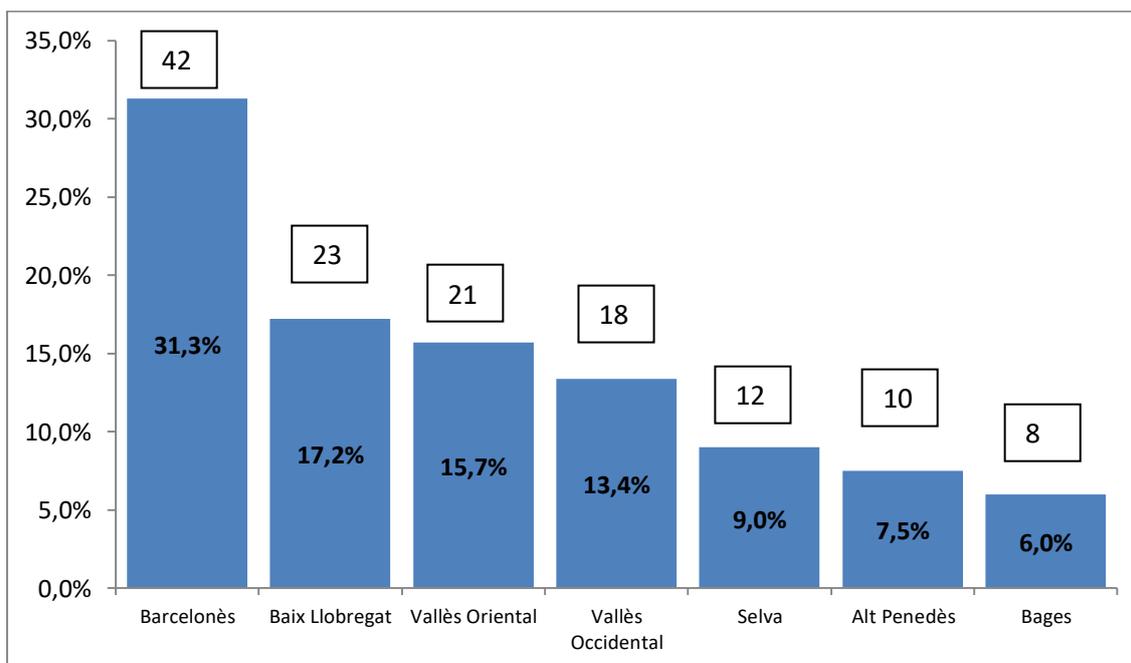


Base: 148 usuarios del albergue

Fuente: Encuesta auto administrada usuarios albergue de Sant Joan de les Abadesses

Finalmente, en el albergue de Vandellòs i l'Hospitalet de l'Infant, el 31,3% proceden de la comarca del Barcelonès, el 17,2% del Baix Llobregat, el 15,7% del Vallès Oriental y el 13,4% del Vallès Occidental, como se detalla en el siguiente gráfico.

Gráfico 9. Comarca de residencia de los usuarios del albergue de Vandellòs i l'Hospitalet de l'Infant



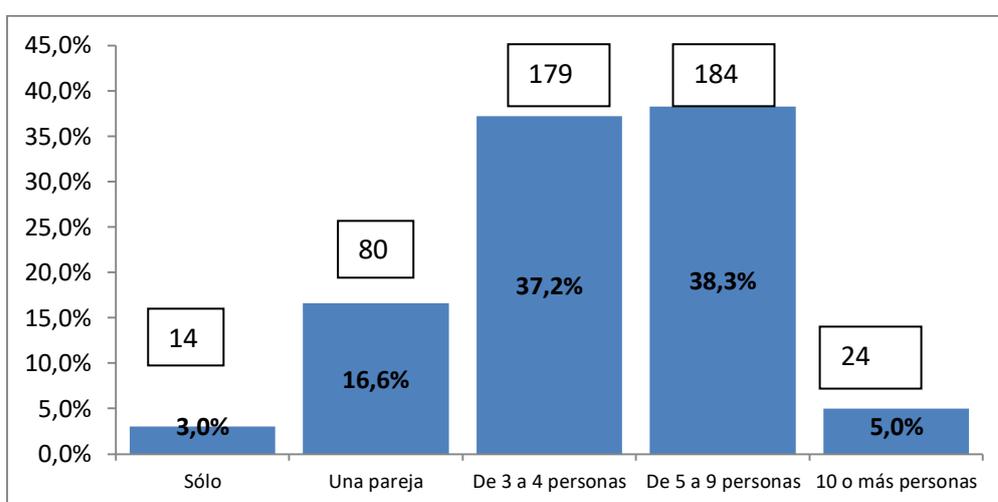
Base: 134 usuarios del albergue

Fuente: Encuesta auto administrada usuarios albergue de Vandellòs i l'Hospitalet de l'Infant

- Número de personas y duración de la estancia en el albergue.

La siguiente gráfica ilustra el número de personas que se alojan en el albergue. El 38,3% de los usuarios vienen de 5 a 9 personas, el 37,2% de 3 a 4 personas, el 16,6% una pareja, el 5,0% con 10 o más personas y el 3,0% solos. Este dato nos puede permitir afirmar que la mayoría de los usuarios de los albergues están formados por grupos o familias, ya debido a la tipología de las habitaciones e instalaciones de los albergues promueve este tipo de usuarios (cabe recordar que los albergues están formados habitualmente por habitaciones de 4, 6, 8 camas).

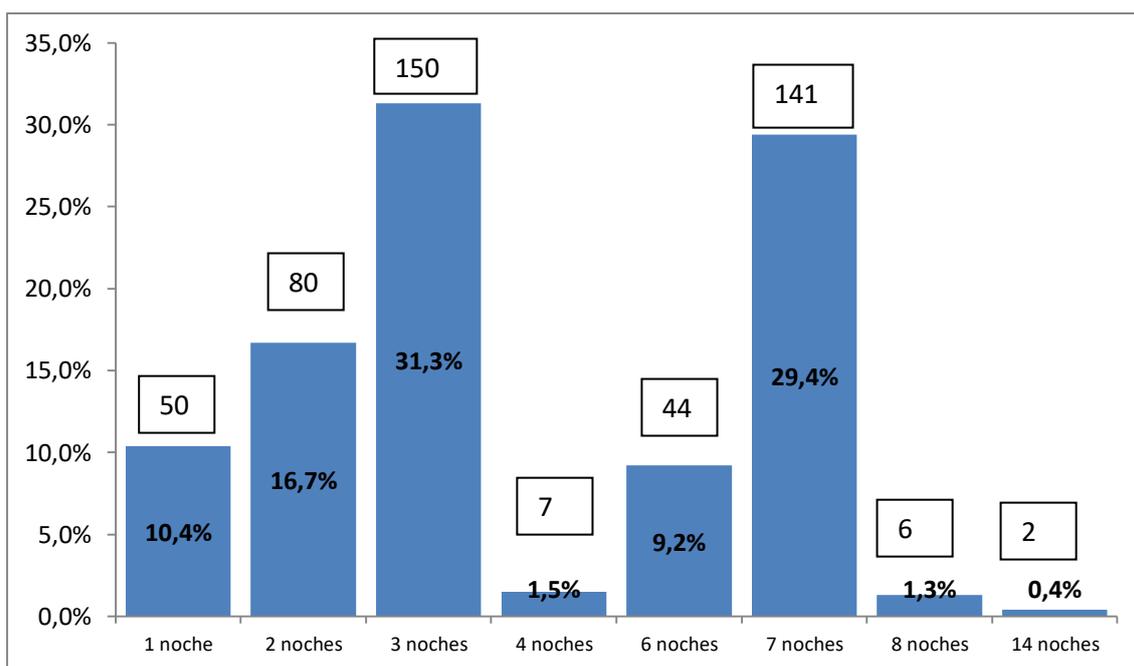
Gráfico 10. Número de personas que se alojan en el albergue



Fuente: Encuesta auto administrada usuarios albergue

Los usuarios de los albergues se hospedan una media de 4,20 noches. La dispersión de este dato es de 2,35 noches. El caso más frecuente o moda es pernoctar 3 noches. Cabe destacar que el rango de la respuesta es muy amplio (de 1 a 14 noches) pero no obstante tanto la mediana como la moda tienen como valor 3 noches, por tanto, podemos afirmar que la mayoría de los usuarios de los albergues acostumbran a hospedarse un fin de semana o un fin de semana "largo", como se puede observar en el siguiente gráfico.

Gráfico 11. Número de noches que se han alojado en el albergue los usuarios



Fuente: Encuesta auto administrada usuarios albergue

Tabla 52. Número de noches que se han alojado en el albergue los usuarios

Estadístico descriptivo	Porcentaje
Media	4,20 noches
Mediana	3,00 noches
Moda	3 noches
Desviación típica	2,349 noches
Mínimo y máximo	1 – 14 noches

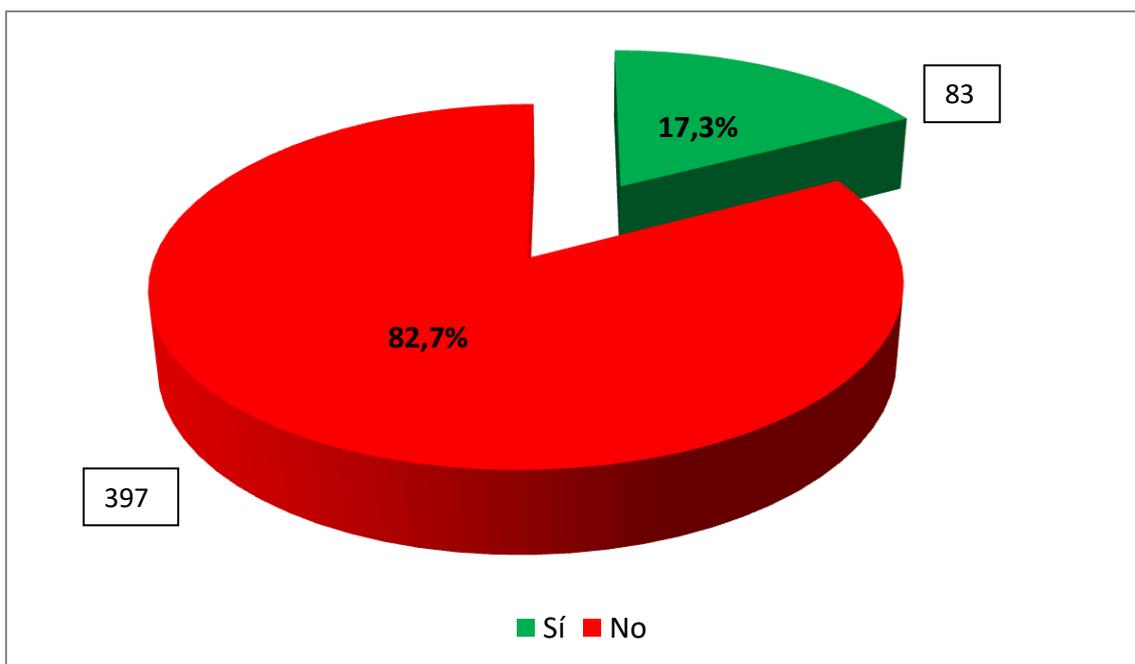
Fuente: Encuesta auto administrada usuarios albergue

- Grado de fidelización de los usuarios.

De acuerdo, con la siguiente gráfica, el 17,3% de los usuarios repiten en el albergue dónde se han hospedado y el 82,7% de los usuarios son nuevos clientes de los mismos.

Los usuarios de los albergues que ya habían pernoctado en los respectivos albergues, han repetido como media 5,92 veces. Debido al alto grado de dispersión de este dato, que quiere decir que la media no es significativa en este caso, cogeremos como valor el resultado de la mediana que es de 3 veces. Por tanto, la conclusión es que los establecimientos son “poco” conocidos, pero cuándo los usuarios se han hospedado vuelven.

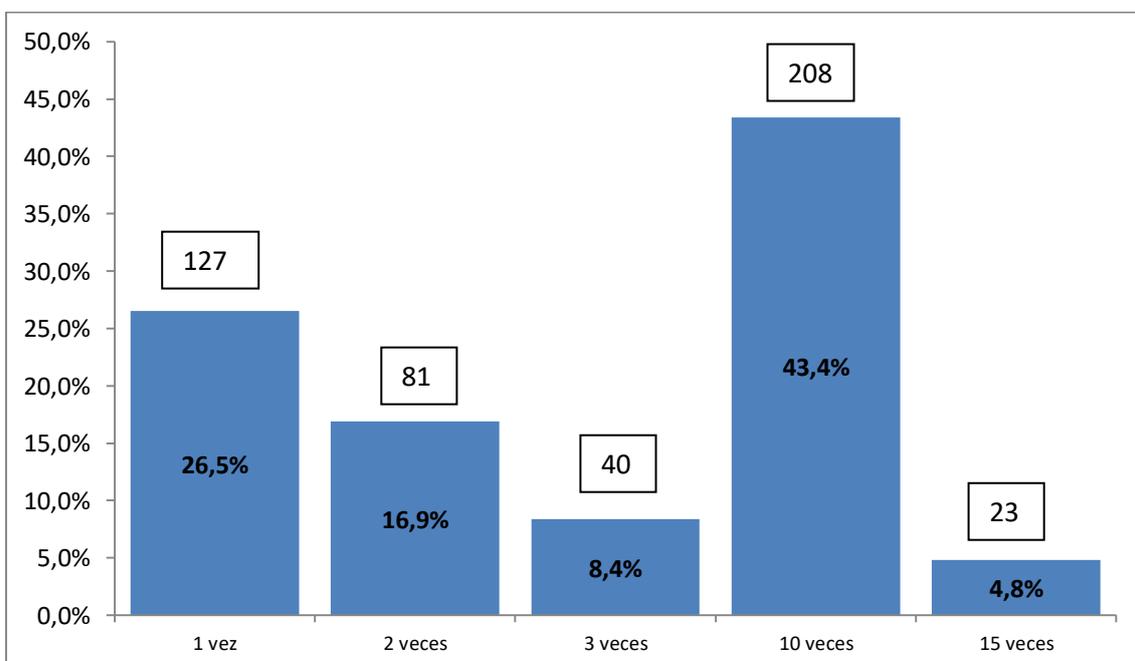
Gráfica 12. Ha pernoctado anteriormente en este albergue



Fuente: Encuesta auto administrada usuarios albergue

Es decir, el perfil tipo de usuario de los albergues son individuos habituales de dichos establecimientos, como se puede observar en la siguiente gráfica:

Gráfica 13. Número de veces que ha venido al albergue anteriormente a esta ocasión



Fuente: Encuesta auto administrada usuarios albergue

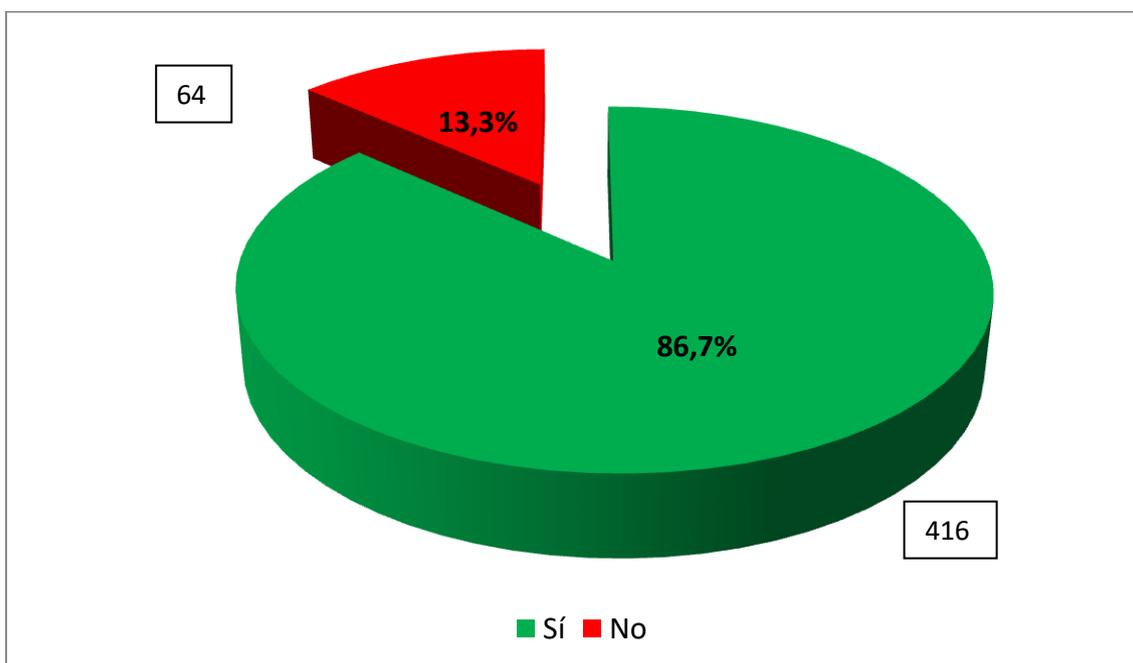
Tabla 53. Número de veces que ha venido al albergue anteriormente a esta ocasión

Estadísticos descriptivos	Porcentaje
Media	5,92 veces
Mediana	3,00 veces
Moda	10 veces
Desviación típica	4,602 veces
Mínimo y máximo	1 – 15 veces

Fuente: Encuesta auto administrada usuarios albergue

El 86,7% de los usuarios de los albergues ya habían visitado anteriormente la comarca dónde se ubica el albergue dónde se han hospedado, y sólo el 13,3% de ellos nunca habían visitado dichas comarcas. Ligando este dato con el anteriormente citado de la frecuencia de visitas al albergue, podemos resaltar que el albergue o el municipio dónde se ubica el albergue, no son un polo de atracción turística por sí mismos. Esto refuerza la idea del “poco” conocimiento del municipio y de sus instalaciones. Una primera conclusión que podemos extraer de dicho resultado es que convendría ampliar y mejorar la difusión que se hace de los albergues por parte del municipio y viceversa.

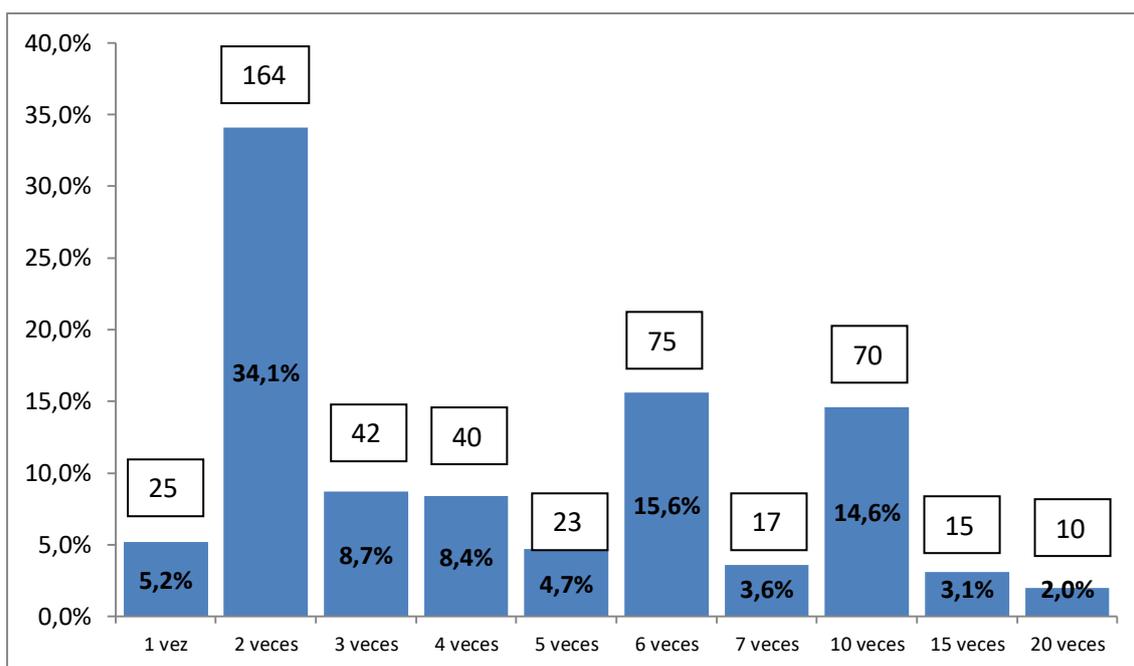
Gráfico 14. Ha visitado alguna vez la comarca dónde se ubica el albergue



Fuente: Encuesta auto administrada usuarios albergue

Los usuarios de los albergues que ya habían visitado la comarca, han repetido como media 4,88 veces. El caso más frecuente o moda es haber visitado la comarca 2 veces.

Gráfico 15. Número de veces que ha visitado la comarca dónde se ubica el albergue



Fuente: Encuesta auto administrada usuarios albergue

Tabla 54. Número de veces que ha visitado la comarca dónde se ubica el albergue

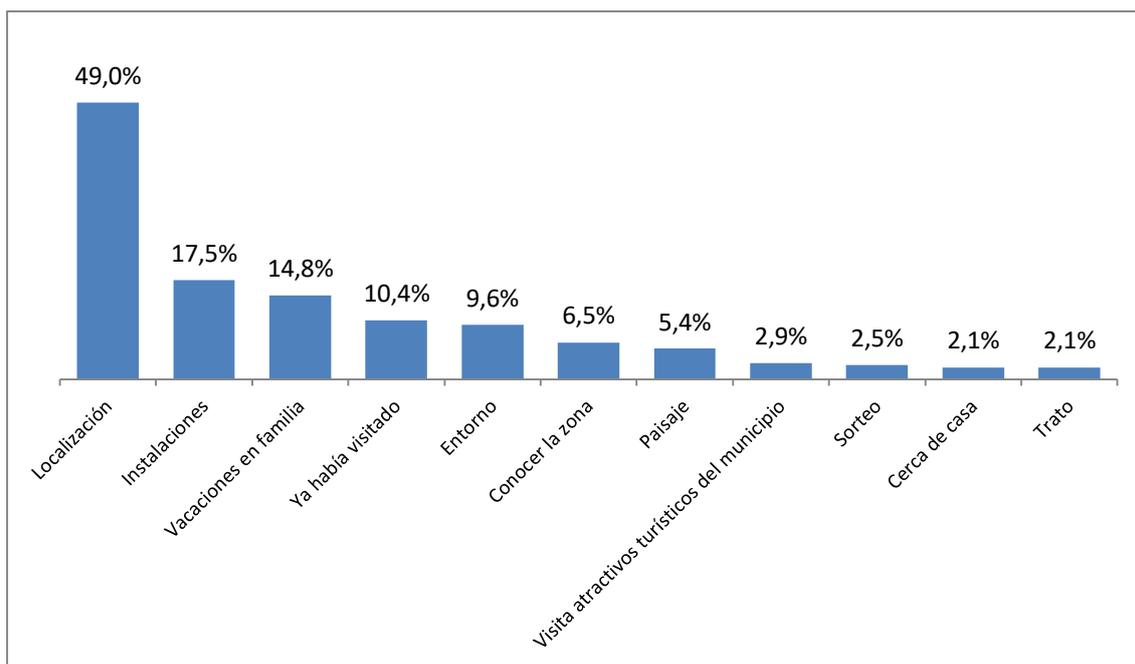
Estadísticos descriptivos	Porcentaje
Media	4,88 veces
Mediana	4,00 veces
Moda	2 veces
Desviación típica	3,709 veces
Mínimo y máximo	1 – 20 veces

Fuente: Encuesta auto administrada usuarios albergue

- Motivos elección del albergue, aspecto relevante de su estancia en el albergue y en la zona donde se ubica el albergue

Nuestro trabajo de campo también permite identificar la motivación principal del usuario cuando opta por alojarse en un albergue. Así la localización es el principal motivo de elección del albergue (49,0%), seguido de las instalaciones (17,5%), el programa Vacaciones en familia (14,8%) y porqué ya había pernoctado en el albergue (10,4%). Una vez más, el análisis de estos datos nos refuerza la idea de que el municipio es atractivo pero poco conocido.

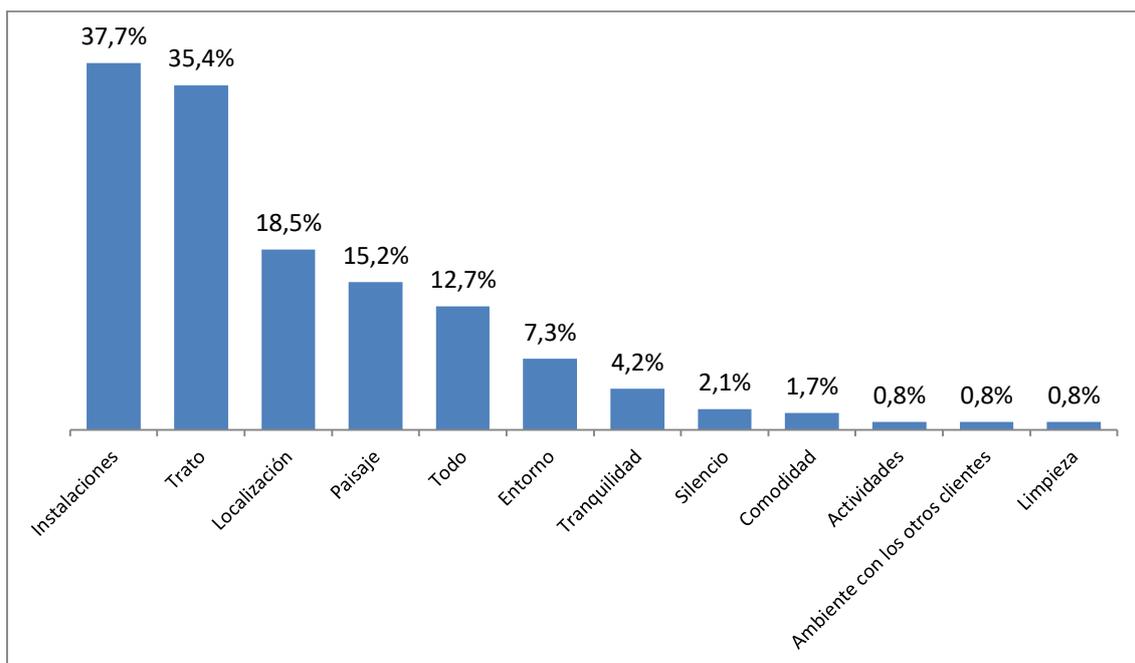
Gráfico 16. Motivo de elección del albergue



Fuente: Encuesta auto administrada usuarios albergue

Si atendemos a la valoración que los usuarios hacen del albergue, cabe destacar que las instalaciones (37,7%), seguido del trato recibido (35,4%), de la localización del albergue (18,5%) y del paisaje (15,2%) son los aspectos más relevantes citados por los usuarios de los albergues.

Gráfico 17. Aspecto relevante de su estancia en el albergue

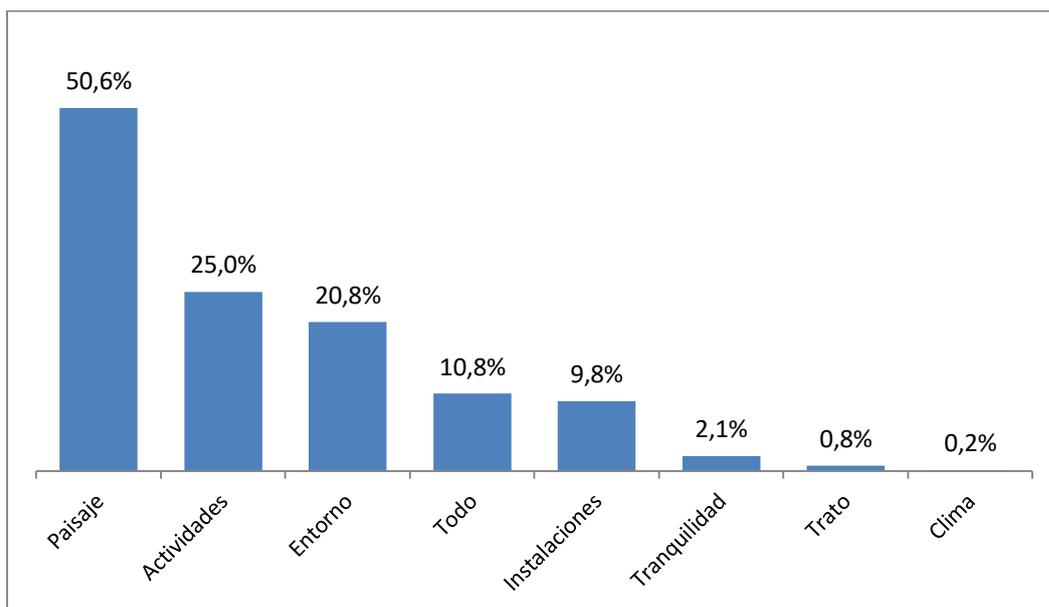


Fuente: Encuesta auto administrada usuarios albergue

El paisaje que rodean los albergues es el aspecto que más destacan los usuarios de su estancia en la zona donde se ubican los albergues (50,6%), seguido de las actividades que se pueden realizar (25,0%) y el entorno de los albergues (20,8%).

Por tanto, el entorno del albergue (paisajes, actividades,...) son el principal factor de atracción y podemos afirmar que la localización del albergue es importante como motivo de elección por parte de los usuarios que se quieren hospedar en uno u otro albergue.

Gráfico 18. Aspecto relevante de su estancia en la zona donde se ubica el albergue

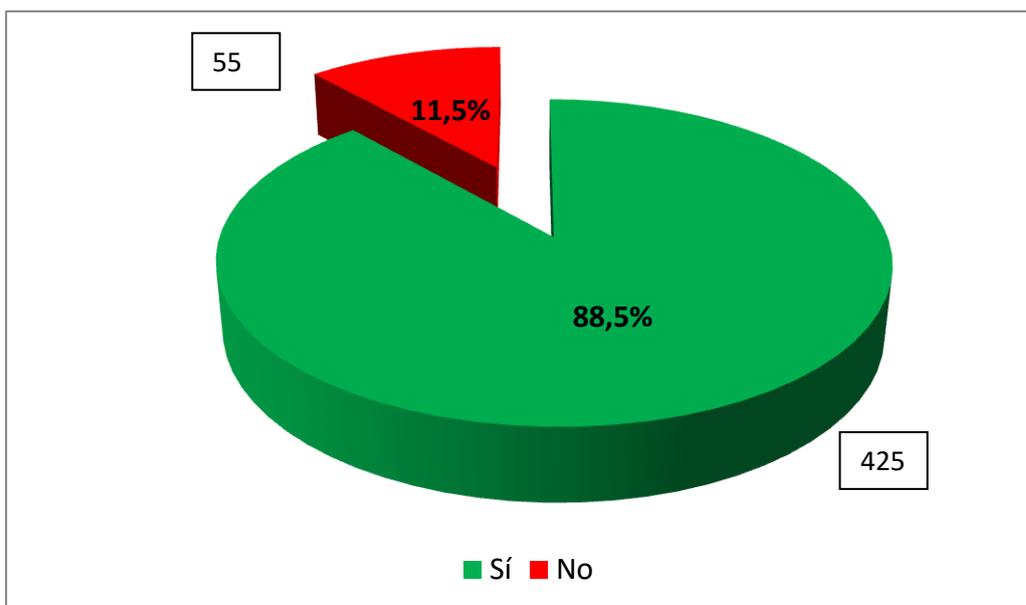


Fuente: Encuesta auto administrada usuarios albergue

- *Intención de volver a visitar el albergue y la comarca.*

El 88,5% de los usuarios volverían al albergue dónde han pernoctado, sólo el 11,5% no volvería a dicho albergue.

Gráfico 19. Intención de volver a hospedarse en el albergue dónde se ha alojado



Fuente: Encuesta auto administrada usuarios albergue

Todos los usuarios han quedado completamente satisfechos de su experiencia en la comarca dónde se han alojado y volverían a esta comarca en un futuro.

- Valoración de la estancia en el albergue

El 46,5% de los usuarios valoran el albergue en el que se han hospedado muy positivamente, el 46,3% lo valoran positivamente y el 6,0% ni positivo ni negativo. Cabe destacar que sólo el 1,3% de los usuarios valoran negativamente el albergue. Este dato nos confirma el citado anteriormente, ya que gracias al elevado grado de satisfacción de los usuarios durante su estancia en el albergue, estos quieren volver a hospedarse tanto en el albergue como volver a visitar la comarca dónde se ubica el establecimiento.

Podemos concluir este apartado afirmando que los usuarios de los albergues tienen una alta fidelidad a los albergues una vez lo han visitado, ya que tienen una alta satisfacción de su estancia, además de cumplir las principales motivaciones por las que los usuarios escogen un albergue que son su localización, las instalaciones que poseen, el paisaje que les rodea y las actividades que ofrecen a los usuarios. Por tanto, creemos que un albergue ha de estar bien localizado, en un entorno agradable y conseguir la realización de actividades complementarias ya sean realizadas por el mismo albergue o en las inmediaciones del mismo.

4.5.2. Gasto medio por persona.

El análisis del gasto medio se desglosa en el gasto medio realizado en el albergue y fuera del albergue, que ocasiona que el análisis de este apartado se desgrane de acuerdo a esta composición.

4.5.2.1. Gasto medio por persona de las actividades hechas por los usuarios que se organizan y realizan en el albergue dónde se han hospedado.

En este apartado se desgranar todos los gastos por persona que han realizado los usuarios que han pernoctado en los respectivos albergues y sólo teniendo en cuenta aquellas actividades que han sido organizadas y/o realizadas por el albergue.

Los distintos gastos que se van a analizar en este apartado y atendiendo a todos los posibles gastos que un usuario puede realizar en el albergue son los siguientes:

- Gasto en alojamiento.
- Gasto en máquinas de vending.
- Gasto en souvenirs del albergue.
- Gasto en excursiones realizadas por el albergue.
- Gasto en visitas organizadas por el albergue.
- Gasto en actividades de ocio organizadas por el albergue.

- Gasto medio por persona en alojamiento

Aquí se computa el gasto medio realizado por persona en concepto de alojamiento en el albergue.

De acuerdo con los datos recogidos en la encuesta, los usuarios de los albergues realizan un gasto medio por persona en concepto de alojamiento de 67,9€. La dispersión o desviación de este dato es de 55,3€. El caso más frecuente o moda es hacer un gasto por persona de 14,2€ en alojamiento. Como se puede apreciar existe un alto grado de dispersión en los datos (55,3€) por tanto utilizaremos la mediana como estadístico que describe mejor este dato (51,2€) con el fin de determinar mejor la centralidad de la muestra.

Tabla 55. Gasto medio por persona en alojamiento en el albergue

Estadísticos		Percentil	Gasto
Media	67,9 €	10%	14 €
Desviación	55,3 €	20%	30 €
Mediana	51,2 €	30%	32 €
Moda	14,2 €	40%	43 €
Mínimo	7,0 €	50%	51 €
Máximo	300,0 €	60%	62 €
Rango	293,0 €	70%	83 €
% respuestas válidas	100%	80%	94 €
% no respuesta	0%	90%	125 €

Fuente: Encuesta auto administrada usuarios albergue

De acuerdo con la tabla siguiente, los usuarios de los albergues que acuden un grupo de entre 3-4 personas hacen un gasto medio por persona en alojamiento de 74,2€ y los que son de 5 a 9 personas el gasto medio es de 66,4€. Apreciamos como a medida que aumenta el número de personas el gasto medio por persona, no por día sino total, disminuye, ya que cuanto más grande es el grupo de personas que pernocta en el albergue menor es la duración de su estancia en el establecimiento.

Tabla 56. Gasto medio por persona en alojamiento en el albergue según número de personas que se han alojado

	Media	Recuento	Porcentaje ponderado	Gasto medio
Sólo	230,0 €	3	0,6%	690,00 €
Una pareja	87,7 €	34	7,1%	2.981,80 €
De 3 a 4 personas	74,2 €	143	29,8%	10.610,60 €
De 5 a 9 personas	66,4 €	212	44,2%	14.076,80 €
10 o más personas	48,2 €	88	18,3%	4.241,60 €
Total	67,9 €	480	100,0%	32.592,00 €

Fuente: Encuesta auto administrada usuarios albergue

Podemos comprobar que la principal fuente de ingresos son aquellos usuarios que se hospedan 7 noches en el albergue (16.215,00 €).

Tabla 57. Gasto medio por persona en alojamiento en el albergue según número de noches que se han alojado

Número de noches	Media	Recuento	Porcentaje ponderado	Gasto medio
1 noche	12,8 €	50	10,4%	640,00 €
2 noches	35,1 €	80	16,7%	2.808,00 €
3 noches	43,1 €	150	31,3%	6.465,00 €
4 noches	85,5 €	7	1,5%	598,50 €
6 noches	97,6 €	44	9,2%	4.294,40 €
7 noches	115,0 €	141	29,4%	16.215,00 €
8 noches	166,7 €	6	1,3%	1.000,20 €
14 noches	300,0 €	2	0,4%	600,00 €
Total	67,9 €	480	100,0%	32.592,00 €

Fuente: Encuesta auto administrada usuarios albergue

Los usuarios que ya habían visitado el albergue realizan un gasto por persona mayor en concepto de alojamiento que los nuevos clientes.

Podemos afirmar gracias a la información obtenida anteriormente sobre el nivel de satisfacción de los usuarios y el elevado grado de fidelización que obtienen los albergues objeto de estudio que los usuarios que ya habían visitado el albergue realizan una estancia más larga en el albergue que aquellos que no lo habían visitado, debido posiblemente, a que cuando no conoces un lugar primero quieres “probarlo”. Es importante conseguir la fidelización de los nuevos “clientes” ya que estos son el 82,7% de los usuarios y que aportan una fuente de ingresos de 25.963,80€.

Tabla 58. Gasto medio por persona en alojamiento en el albergue según si ya había visitado anteriormente el albergue

Ha pernoctado alguna vez en este albergue	Media	Recuento	Porcentaje ponderado	Gasto medio
Sí	80,4 €	83	17,3%	6.673,20 €
No	65,4 €	397	82,7%	25.963,80 €
Total	67,9 €	480	100,0%	32.592,00 €

Fuente: Encuesta auto administrada usuarios albergue

Los usuarios que ya habían visitado anteriormente la comarca realizan un gasto por persona mayor en concepto de alojamiento que los que nunca habían visitado la comarca dónde se ubica el albergue.

Confirmando lo anteriormente citado, aquellos usuarios que ya habían visitado la comarca con anterioridad y que ya conocen que lugares o actividades pueden realizar hacen un mayor gasto medio superior a los que no la conocían ya que se alojan un mayor número de noches en los albergues, además aportan la mayoría de los ingresos por alojamiento (29.120,00€).

Tabla 59. Gasto medio por persona en alojamiento en el albergue según si ya había visitado anteriormente la comarca dónde se ubica el albergue

Ha visitado alguna vez la comarca del albergue	Media	Recuento	Porcentaje ponderado	Gasto medio
Sí	70,0 €	416	86,7%	29.120,00 €
No	54,9 €	64	13,3%	3.513,60 €
Total	67,9 €	480	100,0%	32.592,00 €

Fuente: Encuesta auto administrada usuarios albergue

La siguiente tabla revela que cuánta mayor satisfacción con su estancia en el albergue, mayor es el gasto por persona realizado en el albergue en concepto de alojamiento, aportando además el mayor ingreso al albergue por alojamiento (15.543,10€ los que lo valoran muy positivamente).

Tabla 60. Gasto medio por persona en alojamiento en el albergue según valoración de su estancia en el albergue

Valoración del albergue	Media	Recuento	Porcentaje ponderado	Gasto medio
Muy positivamente	69,7 €	223	46,5%	15.543,10 €
Positivamente	68,6 €	222	46,3%	15.229,20 €
Ni positivo ni negativo	57,7 €	29	6,0%	1.673,30 €
Negativamente	30,0 €	6	1,3%	180,00 €
Total	67,9 €	480	100,0%	32.592,00 €

Fuente: Encuesta auto administrada usuarios albergue

Los usuarios que volverían en un futuro a hospedarse en el mismo albergue han realizado un gasto por persona en alojamiento mayor.

Cabe destacar dicho resultado ya que si tenemos en cuenta, que la mayor proporción de usuarios que se alojan en el albergue son grupos (a partir de 3-4 personas), es fundamental para estos establecimientos conseguir un alto grado de fidelidad ya que conlleva por sí mismo asegurarse un alto porcentaje de futuros ingresos del mismo.

Tabla 61. Gasto medio por persona en alojamiento en el albergue según intención de volver al albergue

Volvería a este albergue	Media	Recuento	Porcentaje ponderado	Gasto medio
Sí	69,5 €	425	88,5%	29.537,50 €
No	56,3 €	55	11,5%	3.096,50 €
Total	67,9 €	480	100,0%	32.592,00 €

Fuente: Encuesta auto administrada usuarios albergue

Este trabajo de campo permite cuantificar y ponderar el resto de gastos que los usuarios realizan dentro de las instalaciones del albergue. Esto comprende, las máquinas de vending, souvenirs del albergue, en excursiones realizadas por el albergue, en visitas organizadas por el albergue y en actividades de ocio organizadas por el albergue.

La siguiente tabla resume el gasto medio por persona total y por cada actividad realizada juntamente con el porcentaje de realización que se ha obtenido de cada una de ellas. Así pues, tenemos que el gasto medio por persona en alojamiento es de 67,9€ (100% de usuarios que han realizado esta actividad), en *souvenirs* de 11,1€ (el 7,9% de los usuarios lo han hecho), en excursiones organizadas por el albergue es de 8,9€ (11,3% de los usuarios las han realizado), en actividades de ocio organizadas por el albergue es de 6,5€ (el 15,0% de los usuarios las han realizado), en las visitas organizadas por el albergue es de 3,3€ (el 5,0% de los usuarios las han realizado) y en máquinas de *vending* es de 3,1€ (el 51,5% de los usuarios las han utilizado). Así, podemos observar como el gasto medio por persona total es de 100,80 €.

Tabla 62. Resumen del gasto medio por persona realizado por los usuarios en actividades del albergue

ACTIVIDAD	% respuesta	Porcentaje ponderado	Gasto medio por persona
Alojamiento	100,0%	67,4%	67,9 €
Máquinas de vending	51,5%	3,1%	3,1 €
Souvenirs	7,9%	11,0%	11,1 €
Excursiones	11,3%	8,8%	8,9 €
Visitas	5,0%	3,3%	3,3 €
Actividades de ocio	15,0%	6,4%	6,5 €
TOTAL		100,0%	100,80 €

Fuente: Encuesta auto administrada usuarios albergue

Estos resultados serán los que, a posteriori con el modelo econométrico, nos definirán el impacto medio global por persona que utilizaremos para su cálculo.

- Gasto medio por persona en máquinas de vending en el albergue

El gasto medio por persona en máquinas de vending del albergue representa el 3,1% del total de gasto medio por persona que realizan los usuarios en las instalaciones del albergue. (Ver tabla 63. Resumen del gasto medio por persona realizado por los usuarios en actividades del albergue).

Los usuarios de un albergue pueden comprar en las máquinas de vending que existen en todos los albergues los siguientes productos: refrescos, agua mineral, snacks y aperitivos, es decir, estamos hablando de productos de bajo coste y para un consumo inmediato.

Los usuarios de los albergues hacen un gasto medio por persona en concepto de máquinas de vending de 3,1€. La dispersión de este dato es de 1,4€. El caso más frecuente o moda es hacer un gasto por persona de 5,0€ en máquinas de vending. Como era de esperar, el gasto medio por persona no es muy elevado debido al tipo de productos que se pueden comprar a través de dichas máquinas. No se aprecian diferencias significativas en función del albergue objeto de análisis en dicho estudio.

Tabla 63. Gasto medio por persona en vending en el albergue

Estadísticos		Percentil	Gasto
Media	3,1 €	10%	1,30 €
Desviación	1,4 €	20%	1,50 €
Mediana	2,8 €	30%	2,00 €
Moda	5,0 €	40%	2,00 €
Mínimo	1,3 €	50%	2,80 €
Máximo	5,5 €	60%	3,00 €
Rango	4,3 €	70%	4,00 €
% respuestas válidas	51,5%	80%	5,00 €
% no respuesta	48,5%	90%	5,00 €

Fuente: Encuesta auto administrada usuarios albergue

Los usuarios de los albergues que son un grupo de 3 a 4 personas hacen un gasto medio por persona en máquinas de *vending* en el albergue de 2,9€ y los que son de 5 a 9 personas el gasto medio es de 2,4€.

No obstante los grupos más numerosos son los que aportan un mayor ingreso para el albergue, ya que acostumbran a ser grupos de amigos que son más propensos a realizar este tipo de gasto, en mayor medida cuándo los establecimientos de restauración se encuentran cerrados.

Tabla 64. Gasto medio por persona en *vending* en el albergue según número de personas que se han alojado

	Media	Recuento	Porcentaje ponderado	Gasto medio
Sólo	3,5 €	2	7,00 €	7,00 €
Una pareja	3,8 €	30	114,00 €	114,00 €
De 3 a 4 personas	2,9 €	58	168,20 €	168,20 €
De 5 a 9 personas	2,4 €	105	252,00 €	252,00 €
10 o más personas	4,1 €	52	213,20 €	213,20 €
Total	3,1 €	247	765,70 €	765,70 €

Fuente: Encuesta auto administrada usuarios albergue

Los usuarios que se han alojado en el albergue durante 4 noches son los que más gasto por persona en *vending* han realizado, aunque no se aprecia una relación causa-efecto y de significación de los resultados entre el gasto medio en máquinas de *vending* y el número de noches que se hospedan los usuarios, es decir, no hay correlación entre estos datos analizados.

Tabla 65. Gasto medio por persona en *vending* en el albergue según número de noches que se han alojado

Número de noches	Media	Recuento	Porcentaje ponderado	Gasto medio
1 noche	4,6 €	42	17,0%	193,20 €
2 noches	2,6 €	40	16,2%	104,00 €
3 noches	2,6 €	92	37,2%	239,20 €
4 noches	5,5 €	2	0,8%	11,00 €
6 noches	1,3 €	10	4,0%	13,00 €
7 noches	3,2 €	59	23,9%	188,80 €
14 noches	3,5 €	2	0,8%	7,00 €
Total	3,1 €	247	100,0%	765,70 €

Fuente: Encuesta auto administrada usuarios albergue

Los usuarios que nunca se habían alojado en el albergue hacen un ligero gasto por persona en *vending* mayor que los que ya lo habían visitado (3,1€ y 2,6€ respectivamente).

No hay significación de los datos en función si antes habían visitado el albergue o no, es decir, que sean usuarios repetidos no influye en el uso de las máquinas de *vending* de dichos establecimientos.

Tabla 66. Gasto medio por persona en *rending* en el albergue según si ya había visitado anteriormente el albergue

Ha pernoctado alguna vez en este albergue	Media	Recuento	Porcentaje ponderado	Gasto medio
Sí	2,6 €	39	15,8%	101,40 €
No	3,1 €	208	84,2%	644,80 €
Total	3,1 €	247	100,0%	765,70 €

Fuente: Encuesta auto administrada usuarios albergue

Los usuarios que ya habían visitado la comarca dónde se ubica el albergue hacen un ligero gasto por persona en *rending* mayor que los que no la habían visitado (3,1€ y 2,6€ respectivamente).

Se da la circunstancia comentada en el párrafo anterior que los usuarios que ya habían visitado la comarca proporcionan al albergue un gasto mayor para el establecimiento en máquinas de *rending*, pero no creemos que se pueda afirmar que los datos sean significativos en función de una visita anterior a la comarca o no.

Tabla 67. Gasto medio por persona en *rending* en el albergue según si ya había visitado anteriormente la comarca dónde se ubica el albergue

Ha visitado alguna vez la comarca del albergue	Media	Recuento	Porcentaje ponderado	Gasto medio
Sí	3,1 €	219	88,7%	678,90 €
No	2,6 €	28	11,3%	72,80 €
Total	3,1 €	247	100,0%	765,70 €

Fuente: Encuesta auto administrada usuarios albergue

Los usuarios que valoran su estancia en el albergue como positiva son los que realizan menor gasto medio por persona en *rending* durante su estancia en el albergue.

Tabla 68. Gasto medio por persona en *rending* en el albergue según valoración de su estancia en el albergue

Valoración del albergue	Media	Recuento	Porcentaje ponderado	Gasto medio
Muy positivamente	3,2 €	119	48,2%	380,80 €
Positivamente	2,9 €	115	46,6%	333,50 €
Ni positivo ni negativo	3,6 €	13	5,3%	46,80 €
Total	3,1 €	247	100,0%	765,70 €

Fuente: Encuesta auto administrada usuarios albergue

Los usuarios que mencionan que no volverán a alojarse en el albergue tienen un gasto por persona en *rending* mayor que los que piensan repetir (3,6€ y 3,0€ respectivamente).

Tabla 69. Gasto medio por persona en *rending* en el albergue según intención de volver al albergue

Volvería a este albergue	Media	Recuento	Porcentaje ponderado	Gasto medio
Sí	3,0 €	234	94,7%	702,00 €
No	3,6 €	13	5,3%	46,80 €
Total	3,1 €	247	100,0%	765,70 €

Fuente: Encuesta auto administrada usuarios albergue

A la vista de los resultados y como posteriormente se podrá comprobar con el modelo econométrico podemos afirmar que las máquinas de vending, son una fuente importante de ingresos para el albergue.

- Gasto medio por persona en souvenirs en el albergue

El gasto medio por persona en souvenirs del albergue representa el 11,0% del total de gasto medio por persona que realizan los usuarios en las instalaciones del albergue. (Ver tabla 62. Resumen del gasto medio por persona realizado por los usuarios en actividades del albergue).

Los usuarios de un albergue pueden comprar en distintos souvenirs en el albergue como pueden ser gorras, camisetas, pegatinas, etc., con publicidad del establecimiento y que son vendidos en la misma recepción.

Los usuarios de los albergues hacen un gasto medio por persona en concepto de *souvenirs* en el albergue de 11,1€. La dispersión de este dato es de 2,8€. El caso más frecuente o moda es hacer un gasto por persona de 10,0€ en *souvenirs* en el albergue.

Como se puede apreciar en la siguiente tabla, el número de usuarios que realizan compras de souvenirs en el albergue es muy bajo, apenas el 7,9% por tanto, a pesar de que se va a analizar y cruzar dicho gasto medio por todas las variables del cuestionario, este apartado va a ser meramente descriptivo ya que no se pueden establecer afirmaciones categóricas con estos resultados.

Tabla 70. Gasto medio por persona en *souvenirs* en el albergue

Estadísticos		Percentil	Gasto
Media	11,1 €	10%	7,5 €
Desviación	2,8 €	20%	8,0 €
Mediana	10,0 €	30%	10,0 €
Moda	10,0 €	40%	10,0 €
Mínimo	7,5 €	50%	10,0 €
Máximo	15 €	60%	10,0 €
Rango	7,5 €	70%	15,0 €
% respuestas válidas	7,9%	80%	15,0 €
% no respuesta	92,1%	90%	15,0 €

Fuente: Encuesta auto administrada usuarios albergue

Los usuarios que forman parte de un grupo de 5 a 9 personas son los que más gasto por persona han realizado en concepto de *souvenirs* del albergue.

Tabla 71. Gasto medio por persona en *souvenirs* en el albergue según número de personas que se han alojado

	Media	Recuento	Porcentaje ponderado	Gasto medio
Sólo	--	--	--	--
Una pareja	--	--	--	--
De 3 a 4 personas	8,7 €	14	36,8%	121,80 €
De 5 a 9 personas	12,5 €	24	63,2%	300,00 €
10 o más persona	--	--	--	--
Total	11,1 €	38	100,0%	421,80 €

Fuente: Encuesta auto administrada usuarios albergue

Los usuarios que han pernoctado 7 noches en el albergue son los que más gasto por persona han realizado en *souvenirs* del albergue. Podemos afirmar que cuánto más larga sea su estancia en el albergue y ligándolo con el elevado grado de satisfacción por parte de los usuarios durante su estancia y la voluntad de repetir en los albergues, mencionado anteriormente, aumenta la probabilidad comprar algún tipo de souvenir del albergue, ya que como se puede apreciar aquellos que se hospedan durante un periodo menor de tiempo apenas realizan gasto en souvenirs del albergue.

Tabla 72. Gasto medio por persona en *souvenirs* en el albergue según número de noches que se han alojado

Número de noches	Media	Recuento	Porcentaje ponderado	Gasto medio
1 noche	--	--	--	--
2 noches	--	--	--	--
3 noches	10,0 €	6	15,8%	60,0 €
4 noches	--	--	--	--
6 noches	9,1 €	20	52,6%	182,00 €
7 noches	15,0 €	12	31,6%	180,00 €
8 noches	--	--	--	--
14 noches	--	--	--	--
Total	11,1 €	38	100,0%	421,80 €

Fuente: Encuesta auto administrada usuarios albergue

Los nuevos usuarios del albergue son los que han realizado algún gasto por persona en concepto de *souvenirs* del albergue, ya que los usuarios que ya han pernoctado en el albergue ya tuvieron en su momento la oportunidad de realizar dicha compra indistintamente de si la hicieron o no. El gasto medio por persona es de 11,1€, para un total de 421,80€ para el albergue.

Los usuarios que ya habían visitado alguna vez la comarca son los que más gasto por persona han realizado en *souvenirs* del albergue realizando un gasto total de 301,60€.

Tabla 73. Gasto medio por persona en *souvenirs* en el albergue según si ya había visitado anteriormente la comarca dónde se ubica el albergue

Ha visitado alguna vez la comarca del albergue	Media	Recuento	Porcentaje ponderado	Gasto medio
Sí	11,6 €	26	68,4%	301,60 €
No	10,0 €	12	31,6%	120,00 €
Total	11,1 €	38	100,0%	421,80 €

Fuente: Encuesta auto administrada usuarios albergue

Los usuarios que han valorado su estancia en el albergue positivamente son los que más gasto por persona han realizado en *souvenirs* del albergue.

Evidentemente aquellos usuarios que no están satisfechos con su estancia en el albergue no realizan ninguna compra de *souvenirs* en el mismo, como ya hemos comentado anteriormente volvemos a afirmar la importancia de la fidelización de los usuarios ya que a mayor satisfacción mayor posibilidad de realizar gastos en el albergue para llevarse un recuerdo de su estancia en el albergue, como puede ser la compra de un souvenir.

Tabla 74. Gasto medio por persona en *souvenirs* en el albergue según valoración de su estancia en el albergue

Valoración del albergue	Media	Recuento	Porcentaje ponderado	Gasto medio
Muy positivamente	8,7 €	14	36,8%	121,80 €
Positivamente	12,5 €	24	63,2%	300,00 €
Total	11,1 €	38	100,0%	421,80 €

Fuente: Encuesta auto administrada usuarios albergue

Los usuarios que volverían a hospedarse en el albergue son los que más gasto por persona han realizado en *souvenirs* del albergue.

Tabla 75. Gasto medio por persona en *souvenirs* en el albergue según intención de volver al albergue

Volvería a este albergue	Media	Recuento	Porcentaje ponderado	Gasto medio
Sí	11,6 €	26	68,4%	301,60 €
No	10,0 €	12	31,6%	120,00 €
Total	11,1 €	38	100,0%	421,80 €

Fuente: Encuesta auto administrada usuarios albergue

A la vista de los resultados y como posteriormente se podrá comprobar con el modelo econométrico podemos afirmar que los *souvenirs*, tampoco son un elemento determinante para los usuarios para hospedarse o no en dichos establecimientos.

- Gasto medio por persona en excursiones organizadas por el albergue

El gasto medio por persona en excursiones organizadas por el albergue representa el 8,8% del total de gasto medio por persona que realizan los usuarios en las instalaciones del albergue. (Ver tabla 62. Resumen del gasto medio por persona realizado por los usuarios en actividades del albergue).

Los usuarios de un albergue pueden realizar excursiones organizadas por el albergue durante su estancia. Como ejemplo de los albergues objeto de estudio, podemos contratar excursiones como la Ruta del Ferro en Sant Joan de les Abadesses, visitar las cuevas cercanas a l'Espluga de Francolí y visitar el Delta del'Ebre en Vandellòs i l'Hospitalet de l'Infant.

Los usuarios de los albergues hacen un gasto medio por persona en concepto de excursiones organizadas por el albergue de 8,9€. La dispersión de este dato es de 1,3€. El caso más frecuente o moda es hacer un gasto por persona de 8,0€ en excursiones organizadas por el albergue.

Tabla 76. Gasto medio por persona en excursiones organizadas por el albergue

Estadísticos		Percentil	Gasto
Media	8,9 €	10%	8,0 €
Desviación	1,3 €	20%	8,0 €
Mediana	8,5 €	30%	8,0 €
Moda	8,0 €	40%	8,0 €
Mínimo	8,0 €	50%	8,5 €
Máximo	12,5 €	60%	8,5 €
Rango	4,5 €	70%	10,0 €
% respuestas válidas	11,2%	80%	10,0 €
% no respuesta	88,8%	90%	10,0 €

Fuente: Encuesta auto administrada usuarios albergue

Los grupos de 3 a 4 personas son los que mayor gasto por persona en excursiones organizadas por el albergue realizan. Anteriormente ya hemos citado que principalmente los usuarios en los albergues debido a sus instalaciones y sus habitaciones acostumbran a venir en grupos, por tanto, es evidente que estos sean los que realizan mayor gasto medio en excursiones organizadas por el albergue, ya que, además, muchas de ellas están pensadas para que sean realizadas para este tipo de segmento de usuarios.

Tabla 77. Gasto medio por persona en excursiones organizadas por el albergue según número de personas que se han alojado

	Media	Recuento	Porcentaje ponderado	Gasto medio
Una pareja	8,0 €	8	14,8%	64,00 €
De 3 a 4 personas	9,6 €	16	29,6%	153,60 €
De 5 a 9 personas	8,8 €	30	55,6%	264,00 €
Total	8,9 €	54	100,0%	480,60 €

Fuente: Encuesta auto administrada usuarios albergue

Los usuarios que han pernoctado 7 noches en el albergue son los que más gasto por persona en excursiones organizadas por el albergue han realizado. Sólo aquellos usuarios que se alojan cerca de una semana en el albergue son los que contratan alguna excursión organizada por el albergue, ya que los que se hospedan un menor número de noches prefieren realizar otras actividades, ya que como hemos podido comprobar la mayoría de los usuarios de los albergues ya conocen la comarca y saben dónde hacer excursiones.

Tabla 78. Gasto medio por persona en excursiones organizadas por el albergue según número de noches que se han alojado

Número de noches	Media	Recuento	Porcentaje ponderado	Gasto medio
6 noches	8,0 €	8	14,8%	64,00 €
7 noches	9,1 €	46	85,2%	416,60 €
Total	8,9 €	54	100,0%	480,60 €

Fuente: Encuesta auto administrada usuarios albergue

Los nuevos usuarios del albergue son los que han realizado algún gasto por persona en excursiones organizadas por el albergue. Estos datos nos indican que quién repite en el albergue no realiza excursiones organizadas por el albergue ya que probablemente ya las han realizado, por este motivo creemos que es importante que los albergues vayan actualizando las excursiones que pueden realizar para motivar que los “repetidores” realicen dichas excursiones.

Los usuarios del albergue que ya habían visitado anteriormente la comarca dónde se ubica el albergue han realizado algún gasto por persona en excursiones organizadas por el albergue. Los usuarios que ya habían visitado alguna vez la comarca son los más propensos a realizar las excursiones organizadas por el albergue ya que buscan en ellas conocer los lugares que no habían visitado en sus visitas anteriores a la comarca.

Los usuarios que valoran como positiva su estancia en el albergue son los que más gasto por persona realizan en las excursiones organizadas por el albergue. Como ya hemos comentado en todos los cruces de esta variable la satisfacción de la estancia de los usuarios es un aspecto fundamental para que se inclinen a realizar actividades de ocio organizados por el albergue, que implica un aumento de sus ingresos.

Tabla 79. Gasto medio por persona en excursiones organizadas por el albergue según valoración de su estancia en el albergue

Valoración del albergue	Media	Recuento	Porcentaje ponderado	Gasto medio
Muy positivamente	8,0 €	22	40,7%	176,00 €
Positivamente	9,6 €	32	59,3%	307,20 €
Total	8,9 €	54	100,0%	480,60 €

Fuente: Encuesta auto administrada usuarios albergue

Los usuarios que volverían al albergue han realizado algún gasto por persona en excursiones organizadas por el albergue, realizando un gasto medio de 8,9€.

A la vista de los resultados y como posteriormente se podrá comprobar con el modelo econométrico, podemos afirmar que las excursiones organizadas por el albergue son básicas para la fidelización de los albergues, éstos tienen que ofrecerlas a los usuarios y la principal recomendación que podemos afirmar vistos los resultados, es la importancia de la diversidad de las mismas y que vayan cambiando a lo largo del tiempo para poder mantener el volumen de ingresos.

- Gasto medio por persona en visitas organizadas por el albergue

El gasto medio por persona en visitas organizadas por el albergue representa el 3,30% del total de gasto medio por persona que realizan los usuarios en las instalaciones del albergue. (Ver tabla 62. Resumen del gasto medio por persona realizado por los usuarios en visitas organizadas del albergue).

Los albergues ofrecen a los usuarios que se hospedan en el albergue durante su estancia la posibilidad de realizar visitas organizadas a través del albergue, que se acostumbran a vender como packs de visitas a varios puntos de interés turístico del municipio y la comarca. Por ejemplo, en l'Espluga de Francolí ofrecen un pack de visita del Museo del municipio combinado con la entrada a las cuevas por un módico precio de 5 euros por persona.

Los usuarios de los albergues hacen un gasto medio por persona en concepto de visitas organizadas por el albergue de 3,3€. La dispersión de este dato es de 1,5€. El caso más frecuente o moda es hacer un gasto por persona de 2,0€ en visitas organizadas por el albergue.

Como se puede apreciar en la siguiente tabla, el número de usuarios que realizan visitas organizadas por el albergue es muy bajo, apenas el 5,0% por tanto, a pesar de que se va a analizar y cruzar dicho gasto medio por todas las variables del cuestionario, este apartado va a ser meramente descriptivo ya que no se pueden establecer afirmaciones categóricas con estos resultados.

Tabla 80. Gasto medio por persona en visitas organizadas por el albergue según intención de volver al albergue

Estadísticos		Percentil	Gasto
Media	3,3 €	10%	2,0 €
Desviación	1,5 €	20%	2,0 €
Mediana	2,0 €	30%	2,0 €
Moda	2,0 €	40%	2,0 €
Mínimo	2,0 €	50%	2,0 €
Máximo	5,0 €	60%	5,0 €
Rango	3,0 €	70%	5,0 €
% respuestas válidas	5,0%	80%	5,0 €
% no respuesta	95,0%	90%	5,0 €

Fuente: Encuesta auto administrada usuarios albergue

Los grupos de 5 a 9 personas que se han alojado en el albergue son los que mayor gasto por persona realizan en las visitas organizadas por los albergues.

La mayoría de las visitas organizadas por el albergue acostumbran a tener relación con la cultura y el ocio propiciando que los grupos sean los más propensos a realizar este tipo de actividades.

Tabla 81. Gasto medio por persona en visitas organizadas por el albergue según número de personas que se han alojado

	Media	Recuento	Porcentaje ponderado	Gasto medio
De 5 a 9 personas	5,0 €	10	41,7%	50,00 €
10 o más personas	2,0 €	14	58,3%	28,00 €
Total	3,3 €	24	100,0%	79,20 €

Fuente: Encuesta auto administrada usuarios albergue

Los usuarios que han pernoctado 6 noches son los que mayor gasto por persona realizan en las visitas organizadas por los albergues.

Tabla 82. Gasto medio por persona en visitas organizadas por el albergue según número de noches que se han alojado

Número de noches	Media	Recuento	Porcentaje ponderado	Gasto medio
2 noches	2,0 €	14	58,3%	28,00 €
6 noches	5,0 €	10	41,7%	50,0 €
Total	3,3 €	24	100,0%	79,20 €

Fuente: Encuesta auto administrada usuarios albergue

Los usuarios que no habían visitado nunca el albergue dónde han pernoctado son los que mayor gasto por persona realizan en las visitas organizadas por los albergues, ya que las visitas organizadas por el albergue debido al entorno dónde se ubican tienen limitadas las visitas que pueden organizar ya que no existen múltiples lugares a visitar.

Tabla 83. Gasto medio por persona en visitas organizadas por el albergue según si ya había visitado anteriormente el albergue

Ha pernoctado alguna vez en este albergue	Media	Recuento	Porcentaje ponderado	Gasto medio
Sí	2,0 €	14	58,3%	28,00 €
No	5,0 €	10	41,7%	50,00 €
Total	3,3 €	24	100,0%	79,20 €

Fuente: Encuesta auto administrada usuarios albergue

Los usuarios que no habían visitado nunca la comarca dónde se ubica el albergue son los que mayor gasto por persona realizan en las visitas organizadas por los albergues, otra vez más estos datos nos refuerzan la idea de que los albergues son unos importantes dinamizadores turísticos del municipio y de la zona donde se ubican.

Tabla 84. Gasto medio por persona en visitas organizadas por el albergue según si ya había visitado anteriormente la comarca dónde se ubica el albergue

Ha visitado alguna vez la comarca del albergue	Media	Recuento	Porcentaje ponderado	Gasto medio
Sí	2,€ 0	14	58,3%	28,00 €
No	5,0 €	10	41,7%	50,00 €
Total	3,3 €	24	100,0%	79,20 €

Fuente: Encuesta auto administrada usuarios albergue

Los usuarios que valoran muy positivamente su estancia en el albergue han realizado algún gasto en visitas organizadas por el albergue.

Tabla 85. Gasto medio por persona en visitas organizadas por el albergue según valoración de su estancia en el albergue

Valoración del albergue	Media	Recuento	Porcentaje ponderado	Gasto medio
Muy positivamente	3,3 €	24	100,0%	79,20 €
Total	3,3 €	24	100,0%	79,20 €

Fuente: Encuesta auto administrada usuarios albergue

Los usuarios que valoran volverían al albergue dónde se han hospedado han realizado algún gasto en visitas organizadas por el albergue (3,3€ de gasto medio realizando un gasto total de 79,20€).

Tabla 86. Gasto medio por persona en visitas organizadas por el albergue según intención de volver al albergue

Volvería a este albergue	Media	Recuento	Porcentaje ponderado	Gasto medio
Sí	3,3 €	24	100,0%	79,20 €
Total	3,3 €	24	100,0%	79,20 €

Fuente: Encuesta auto administrada usuarios albergue

Al igual que ocurre con las excursiones organizadas por el albergue consideramos que los albergues realizan una función dinamizada del turismo del municipio y de la zona dónde se ubican, ya que permiten que los usuarios conozcan su entorno gracias a las visitas organizadas.

- Gasto medio por persona en actividades de ocio organizadas por el albergue

El gasto medio por persona en excursiones organizadas por el albergue representa el 6,40% del total de gasto medio por persona que realizan los usuarios en las instalaciones del albergue. (Ver tabla 62. Resumen del gasto medio por persona realizado por los usuarios en actividades del albergue).

Los albergues con el fin de fidelizar los clientes que se hospedan en sus albergues ofrecen distintas actividades de ocio que son organizadas por el albergue directamente, ofreciendo distintas opciones de ocio a precios asequibles a los huéspedes. Podemos destacar, por ejemplo, como en Vandellòs i l'Hospitalet de l'Infant durante el verano ofrecen la opción de alquilar motos de agua y distintas actividades relacionadas con el ocio marítimo, y en Sant Joan de les Abadesses ofrecen la posibilidad de alquiler de bicicletas.

Los usuarios de los albergues hacen un gasto medio por persona en concepto de actividades de ocio organizadas por el albergue de 6,5€. La dispersión de este dato es de 5,7€. El caso más frecuente o moda es hacer un gasto por persona de 3,0€ en actividades de ocio organizadas por el albergue. Debido a la amplia dispersión de los datos para esta actividad también utilizaremos la mediana, que para este tipo de eventos es de 3,0€.

Tabla 87. Gasto medio por persona en actividades de ocio organizadas por el albergue según intención de volver al albergue

Estadísticos		Percentil	Gasto
Media	6,5 €	10%	3,0 €
Desviación	5,7 €	20%	3,0 €
Mediana	3,0 €	30%	3,0 €
Moda	3,0 €	40%	3,0 €
Mínimo	3,0 €	50%	3,0 €
Máximo	25,0 €	60%	6,0 €
Rango	22,0 €	70%	6,0 €
% respuestas válidas	15,0%	80%	11,0 €
% no respuesta	85,0%	90%	12,7 €

Fuente: Encuesta auto administrada usuarios albergue

Los grupos de 5 a 9 personas que se han alojado en el albergue hacen un gasto por persona en concepto de actividades de ocio organizadas por el albergue de 5,2€ proporcionando al albergue unos ingresos totales de 260,00€.

Tabla 88. Gasto medio por persona en actividades de ocio organizadas por el albergue según número de personas que se han alojado

	Media	Recuento	Porcentaje ponderado	Gasto medio
Una pareja	14,0 €	8	11,1%	112,00 €
De 3 a 4 personas	7,1 €	14	19,4%	99,40 €
De 5 a 9 personas	5,2 €	50	69,4%	260,00 €
Total	6,5 €	72	100,0%	468,00 €

Fuente: Encuesta auto administrada usuarios albergue

Cuanto más larga ha sido la estancia de los usuarios mayor ha sido el gasto por persona de las actividades de ocio organizadas por el albergue, ya que tienen más tiempo para dedicarse a realizar las actividades de ocio que organizan los albergues, el resto prefieren realizar visitas o actividades de ocio por su cuenta sin contar con las actividades de ocio que puedan organizar los albergues.

Tabla 89. Gasto medio por persona en actividades de ocio organizadas por el albergue según número de noches que se han alojado

Número de noches	Media	Recuento	Porcentaje ponderado	Gasto medio
6 noches	3,0 €	20	27,8%	60,00 €
7 noches	7,3 €	46	63,9%	335,80 €
8 noches	12,5 €	6	8,3%	75,00 €
Total	6,5 €	72	100,0%	468,00 €

Fuente: Encuesta auto administrada usuarios albergue

Los nuevos usuarios del albergue son los que han realizado algún gasto por persona en actividades de ocio organizadas por el albergue realizando un gasto medio de 6,5€ y aportando unos ingresos de 468,00€ al albergue.

Los usuarios que ya habían visitado anteriormente la comarca dónde se ubica el albergue han realizado un mayor gasto por persona en las actividades de ocio organizadas por el albergue, gastando de media 7,1€ y con un total de ingresos de 440,20€ para el albergue.

Tabla 90. Gasto medio por persona en actividades de ocio organizadas por el albergue según si ya había visitado anteriormente la comarca dónde se ubica el albergue

Ha visitado alguna vez la comarca del albergue	Media	Recuento	Porcentaje ponderado	Gasto medio
Sí	7,1 €	62	86,1%	440,20 €
No	3,0 €	10	13,9%	30,00 €
Total	6,5 €	72	100,0%	468,00 €

Fuente: Encuesta auto administrada usuarios albergue

Los usuarios que valoran como positiva su estancia en el albergue han realizado un mayor gasto por persona en las actividades de ocio organizadas por el albergue.

Tabla 91. Gasto medio por persona en actividades de ocio organizadas por el albergue según valoración de su estancia en el albergue

Valoración del albergue	Media	Recuento	Porcentaje ponderado	Gasto medio
Muy positivamente	6,6 €	40	55,6%	264,00 €
Positivamente	7,6 €	24	33,3%	182,40 €
Ni positivo ni negativo	3,0 €	8	11,1%	24,00 €
Total	6,5 €	72	100,0%	468,00 €

Fuente: Encuesta auto administrada usuarios albergue

Los usuarios que volverían a alojarse en el albergue son los que han realizado un mayor gasto por persona en las actividades de ocio organizadas por el albergue.

Tabla 92. Gasto medio por persona en actividades de ocio organizadas por el albergue según intención de volver al albergue

Volvería a este albergue	Media	Recuento	Porcentaje ponderado	Gasto medio
Sí	7,0	64	88,9%	448,00 €
No	3,0	8	11,1%	24,00 €
Total	6,5	72	100,0%	468,00 €

Fuente: Encuesta auto administrada usuarios albergue

4.5.2. Gasto medio por persona.

4.5.2.2. Gasto medio por persona de las actividades hechas por los usuarios fuera del albergue.

A continuación mostramos los resultados del gasto medio por persona en las distintas actividades que los usuarios de los albergues pueden realizar en el municipio y la zona de influencia del mismo. A priori, para poder entender mejor los resultados, el gasto medio por persona realizado en cada actividad se ha segmentado en función de si dicha actividad se ha realizado en el mismo municipio dónde se ubica el albergue en que se han hospedado o en la comarca del mismo, pero debido al número de respuestas y atendiendo a su representatividad en todos los cruces, prestaremos sólo atención a los resultados del gasto medio producido en los municipios dónde se ubica el albergue.

Los distintos gastos que se van a analizar en este apartado y atendiendo a todos los posibles gastos que un usuario puede realizar en el albergue son los siguientes:

- Gasto en establecimientos de restauración.
- Gasto en compras de alimentación.
- Gasto en souvenirs.
- Gasto en entradas a museos y visitas culturales.
- Gasto en ocio nocturno.
- Gasto en actividades lúdicas durante el día.

La siguiente tabla resume el gasto medio por persona total y por cada actividad realizada juntamente con el porcentaje de realización que se ha obtenido de cada una de ellas.

Tabla 93. Resumen del gasto medio por persona realizado por los usuarios en actividades de fuera del albergue

ACTIVIDAD	En el municipio		Porcentaje ponderado
	% respuesta	Gasto medio por persona	
Establecimientos de restauración	57,7%	18,9 €	28,1%
Compras de alimentación	52,9%	8,8 €	13,1%
<i>Souvenirs</i>	14,4%	8,5 €	12,6%
Entradas a museos, visitas culturales	23,3%	6,2 €	9,2%
Ocio nocturno	9,4%	12,2 €	18,2%
Actividades lúdicas durante el día	7,7%	12,6 €	18,8%
TOTAL		67,20 €	100,0%

Fuente: Encuesta auto administrada usuarios albergue

Así pues, tenemos que el gasto medio por persona en establecimientos de restauración del municipio es de 18,9€ (57,7% de usuarios que han realizado esta actividad), en actividades lúdicas durante el día es de 12,6€ (el 7,7% de los usuarios lo han hecho), en ocio nocturno es de 12,2€ (9,4% de los usuarios las han realizado), en compras de alimentación en el municipio es de 8,8€ (el 52,9% de los usuarios las han realizado), en compras de *souvenirs* es de 8,5€ (el 14,4% de los usuarios las han realizado) y en entradas a museos y visitas culturales es de 6,2€ (el 23,3% de los usuarios las han utilizado). El gasto total medio por persona de las actividades realizadas fuera del albergue es de 67,20€.

- *Gasto medio por persona en establecimientos de restauración*

El gasto medio por persona en establecimientos de restauración representa el 28,1% del total de gasto medio por persona que realizan los usuarios fuera del albergue.

En este apartado se computa todo el gasto generado por los usuarios del albergue, ya sea en el municipio o la comarca dónde se ubica el albergue, en restauración, es decir, salir a comer o a cenar, o de consumo en bebidas y comidas.

Los usuarios de los albergues hacen un gasto medio por persona en establecimientos de restauración del municipio de 18,9€. La dispersión de este dato es de 15,0€. El caso más frecuente o moda es hacer un gasto por persona de 20,0€ en establecimientos de restauración del municipio. Dicho dato, como se puede observar, tiene una gran dispersión. Por este motivo, utilizaremos la mediana en lugar de la media para el gasto medio en establecimientos de restauración siendo este valor de 15,0€.

Tabla 94. Gasto medio por persona en establecimientos de restauración y lugar dónde se ha realizado

Estadísticos	En el municipio			En la comarca		
		Percentil	Gasto		Percentil	Gasto
Media	18,9 €	10%	5,0 €	13,0 €	10%	5,0 €
Desviación	22,9 €	20%	7,5 €	5,5 €	20%	10,0 €
Mediana	15,0 €	30%	10,0 €	10,0 €	30%	10,0 €
Moda	20,0 €	40%	10,0 €	10,0 €	40%	10,0 €
Mínimo	5,0 €	50%	15,0 €	5,0 €	50%	10,0 €
Máximo	150,0 €	60%	20,0 €	20,0 €	60%	10,0 €
Rango	145,0 €	70%	20,0 €	15,0 €	70%	18,4 €
% respuestas válidas	57,7%	80%	20,0 €	17,7%	80%	20,0 €
% no respuesta	42,3%	90%	30,0 €	82,3%	90%	20,0 €

Fuente: Encuesta auto administrada usuarios albergue

Los grupos de 3 a 4 personas que se han alojado en el albergue hacen un gasto por persona en establecimientos de restauración del municipio de 28,1€. Debido a la tipología de usuarios que se hospedan en los albergues era previsible dicho resultado, además cabe destacar que estos aportan un total de 2.838,10€ a los establecimientos de restauración del municipio.

Tabla 95. Gasto medio por persona en establecimientos de restauración según número de personas que se han alojado y lugar dónde se ha realizado

	En el municipio		Porcentaje ponderado	Gasto medio
	Media	Recuento		
Sólo	11,3 €	3	1,1%	33,90 €
Una pareja	21,4 €	22	7,9%	470,80 €
De 3 a 4 personas	28,1 €	101	36,5%	2.838,10 €
De 5 a 9 personas	10,8 €	99	35,7%	1.069,20 €
10 o más personas	16,0 €	52	18,8%	832,00 €
Total	18,9 €	277	100,0%	5.235,30 €

Fuente: Encuesta auto administrada usuarios albergue

Los usuarios que se albergan durante un fin de semana largo o toda una semana en el albergue constituyen la mayor fuente de ingresos en restauración, ya que cerca del 50% del total del gasto es realizado por ellos.

Tabla 96. Gasto medio por persona en establecimientos de restauración según número de noches que se han alojado y lugar dónde se ha realizado

Número de noches	En el municipio		Porcentaje ponderado	Gasto medio
	Media	Recuento		
1 noche	16,8 €	50	18,1%	840,00 €
2 noches	10,6 €	56	20,2%	593,60 €
3 noches	20,5 €	61	22,0%	1.250,50 €
4 noches	14,3 €	7	2,5%	100,10 €
6 noches	11,3 €	14	5,1%	158,20 €
7 noches	16,9 €	81	29,2%	1.368,90 €
8 noches	150,0 €	6	2,2%	900,00 €
14 noches	12,0 €	2	0,7%	24,00 €
Total	18,9 €	277	100,0%	5.235,30 €

Fuente: Encuesta auto administrada usuarios albergue

Los que no habían visitado nunca este albergue son los que más gasto por persona han realizado en establecimientos de restauración del municipio. Podemos afirmar que los usuarios que no habían visitado nunca el albergue prefieren comer fuera del mismo con la finalidad de conocer los distintos establecimientos de restauración del municipio, en cambio los que ya habían visitado el albergue prefieren quedarse a comer en el lugar donde se hospedan.

Tabla 97. Gasto medio por persona en establecimientos de restauración según si ya había visitado anteriormente el albergue y lugar dónde se ha realizado

Ha pernoctado alguna vez en este albergue	En el municipio		Porcentaje ponderado	Gasto medio
	Media	Recuento		
Sí	9,2 €	43	15,5%	395,60 €
No	20,7 €	234	84,5%	4.843,80 €
Total	18,9 €	277	100,0%	5.235,30 €

Fuente: Encuesta auto administrada usuarios albergue

Los que ya habían visitado la comarca dónde se ubica el albergue son los que más gasto por persona han realizado en los establecimientos de restauración del municipio. Los usuarios que ya habían visitado la comarca debido al conocimiento de los posibles establecimientos de restauración de la zona prefieren comer fuera del albergue, en cambio, el desconocimiento de la zona donde se ubica el albergue condiciona que estos últimos prefieran comer en el albergue.

Tabla 98. Gasto medio por persona en establecimientos de restauración según si ya había visitado anteriormente la comarca dónde se ubica el albergue y lugar dónde se ha realizado

Ha visitado alguna vez la comarca del albergue	En el municipio		Porcentaje ponderado	Gasto medio
	Media	Recuento		
Sí	19,0 €	273	98,6%	5.187,00 €
No	15,0 €	4	1,4%	60,00 €
Total	18,9 €	277	100,0%	5.235,30 €

Fuente: Encuesta auto administrada usuarios albergue

Los usuarios que valoran muy positivamente su estancia en el albergue se han gastado por persona 20,4€ en establecimientos de restauración del municipio dónde está el albergue. No hay relación entre la valoración de su estancia en el albergue con la posibilidad de realizar comidas fuera del mismo.

Tabla 99. Gasto medio por persona en establecimientos de restauración según valoración de su estancia en el albergue y lugar dónde se ha realizado

Valoración del albergue	En el municipio		Porcentaje ponderado	Gasto medio
	Media	Recuento		
Muy positivamente	20,4 €	135	48,7%	2.754,00 €
Positivamente	14,0 €	128	46,2%	1.792,00 €
Ni positivo ni negativo	30,0 €	8	2,9%	240,00 €
Negativamente	75,0 €	6	2,2%	450,00 €
Total	18,9 €	277	100,0%	5.235,30 €

Fuente: Encuesta auto administrada usuarios albergue

Los usuarios que no volverían al albergue han gastado por persona 38,6€ en establecimientos de restauración del municipio dónde está el albergue. No hay relación entre la fidelización en el albergue con la posibilidad de realizar comidas fuera del mismo.

Tabla 100. Gasto medio por persona en establecimientos de restauración según intención de volver al albergue y lugar dónde se ha realizado

Volvería a este albergue	En el municipio		Porcentaje ponderado	Gasto medio
	Media	Recuento		
Sí	17,2	255	92,1%	4.386,00 €
No	38,6	22	7,9%	849,20 €
Total	18,9	277	100,0%	5.235,30 €

Fuente: Encuesta auto administrada usuarios albergue

- Gasto medio por persona en compras de alimentación

El gasto medio por persona en compras de alimentación representa el 13,1% del total de gasto medio por persona que realizan los usuarios fuera del albergue.

Por compras de alimentación entendemos, el gasto que realizan los usuarios fuera del albergue, realizadas en establecimientos de alimentación ya sea del municipio o de la comarca dónde se ubica el albergue. Los ejemplos típicos son productos de panadería o pastelería, compra de embutidos típicos de la zona,...

Los usuarios de los albergues hacen un gasto medio por persona en compras de alimentación en el municipio de 8,8€. La dispersión de este dato es de 4,3€. El caso más frecuente o moda es hacer un gasto por persona de 10,0€ en compras de alimentación en el municipio.

Tabla 101. Gasto medio por persona en compras de alimentación y lugar dónde se han realizado

Estadísticos	En el municipio			En la comarca		
	Percentil		Gasto	Percentil		Gasto
Media	8,8 €	10%	4,0 €	5,9 €	10%	4,0 €
Desviación	4,3 €	20%	5,0 €	2,3 €	20%	4,0 €
Mediana	8,0 €	30%	6,0 €	5,0 €	30%	4,0 €
Moda	10,0 €	40%	7,0 €	4,0 €	40%	4,0 €
Mínimo	4,0 €	50%	8,0 €	4,0 €	50%	5,0 €
Máximo	25,0 €	60%	10,0 €	10,6 €	60%	6,0 €
Rango	21,0 €	70%	10,0 €	6,0 €	70%	6,0 €
% respuestas válidas	52,9%	80%	10,0 €	13,8%	80%	9,0 €
% no respuesta	47,1%	90%	15,0 €	86,2%	90%	9,3 €

Fuente: Encuesta auto administrada usuarios albergue

Los grupos de 5 a 9 personas que se han alojado en el albergue hacen un gasto por persona en compras de alimentación en el municipio de 6,6€. Estos grupos acostumbran a ser de amigos y prefieren realizar compras de alimentación ya sea para consumir en el albergue como para llevarse a su casa como recuerdo de su estancia en el albergue.

Tabla 102. Gasto medio por persona en compras de alimentación según número de personas que se han alojado y lugar dónde se ha realizado

	En el municipio		Porcentaje ponderado	Gasto medio
	Media	Recuento		
Sólo	10,0 €	2	0,8%	20,00 €
Una pareja	10,3 €	22	8,7%	226,60 €
De 3 a 4 personas	12,6 €	55	21,7%	693,00 €
De 5 a 9 personas	6,6 €	123	48,4%	811,80 €
10 o más personas	9,2 €	52	20,5%	478,40 €
Total	8,8 €	254	100,0%	2.235,20 €

Fuente: Encuesta auto administrada usuarios albergue

Los usuarios que se han alojado durante 7 noches en el albergue hacen un gasto por persona en compras de alimentación en el municipio de 9,9€. Al estar tantos días hospedados en el albergue la posibilidad de realizar compras de alimentación aumenta ya que disponen de más tiempo para poder realizar dicha actividad.

Tabla 103. Gasto medio por persona en compras de alimentación según número de noches que se han alojado y lugar dónde se ha realizado

Número de noches	En el municipio		Porcentaje ponderado	Gasto medio
	Media	Recuento		
1 noche	10,0 €	38	15,0%	380,00 €
2 noches	8,7 €	32	12,6%	278,40 €
3 noches	6,1 €	78	30,7%	475,80 €
4 noches	17,9 €	7	2,8%	125,30 €
6 noches	8,6 €	31	12,2%	266,60 €
7 noches	9,9 €	60	23,6%	594,00 €
8 noches	15,0 €	6	2,4%	90,00 €
14 noches	10,0 €	2	0,8%	20,00 €
Total	8,8 €	254	100,0%	2.235,20 €

Fuente: Encuesta auto administrada usuarios albergue

No hay diferencias significativas en cuanto a los gastos por persona en compras de alimentación en el municipio según si ya habían visitado el albergue o son nuevos clientes.

Tabla 104. Gasto medio por persona en compras de alimentación según si ya había visitado anteriormente el albergue y lugar dónde se ha realizado

Ha pernoctado alguna vez en este albergue	En el municipio		Porcentaje ponderado	Gasto medio
	Media	Recuento		
Sí	8,2 €	33	13,0%	270,60 €
No	8,9 €	221	87,0%	1.966,90 €
Total	8,8 €	254	100,0%	2.235,20 €

Fuente: Encuesta auto administrada usuarios albergue

Los usuarios que habían visitado la comarca anteriormente han hecho un gasto por persona en compras de alimentación en el municipio mayor que los que nunca la habían visitado. El conocimiento de la comarca donde se ubica el albergue condiciona las posteriores compras de alimentación en el municipio, es decir, la fidelización de los usuarios de los albergues no solo influye en el propio establecimiento sino en la economía global del municipio.

Tabla 105. Gasto medio por persona en compras de alimentación según si ya había visitado anteriormente la comarca dónde se ubica el albergue y lugar dónde se ha realizado

Ha visitado alguna vez la comarca del albergue	En el municipio		Porcentaje ponderado	Gasto medio
	Media	Recuento		
Sí	9,3 €	220	86,6%	2.046,00 €
No	5,3 €	34	13,4%	180,20 €
Total	8,8 €	254	100,0%	2.235,20 €

Fuente: Encuesta auto administrada usuarios albergue

Los usuarios que valoran muy positivamente su estancia en el albergue se han gastado por persona 9,6€ en compras de alimentación del municipio dónde está el albergue.

Tabla 106. Gasto medio por persona en compras de alimentación según valoración de su estancia en el albergue y lugar dónde se ha realizado

Valoración del albergue	En el municipio		Porcentaje ponderado	Gasto medio
	Media	Recuento		
Muy positivamente	9,6 €	109	42,9%	1.046,40 €
Positivamente	8,1 €	118	46,5%	955,80 €
Ni positivo ni negativo	6,2 €	21	8,3%	130,20 €
Negativamente	15,0 €	6	2,4%	90,00 €
Total	8,8 €	254	100,0%	2.235,20 €

Fuente: Encuesta auto administrada usuarios albergue

No hay diferencias significativas en cuanto a los gastos por persona en compras de alimentación en el municipio según si volverán o no al albergue.

Tabla 107. Gasto medio por persona en compras de alimentación según intención de volver al albergue y lugar dónde se ha realizado

Volvería a este albergue	En el municipio		Porcentaje ponderado	Gasto medio
	Media	Recuento		
Sí	8,8 €	227	89,4%	1.997,60 €
No	8,1 €	27	10,6%	218,70 €
Total	8,8 €	254	100,0%	2.235,20 €

Fuente: Encuesta auto administrada usuarios albergue

- Gasto medio por persona en souvenirs

El gasto medio por persona en compras de souvenirs representa el 12,6% del total de gasto medio por persona que realizan los usuarios fuera del albergue.

Aquellos usuarios que realizan alguna compra de souvenirs tanto en el municipio dónde se ubica el albergue como en la comarca; como souvenir entendemos la compra de camisetas, artículos típicos de la zona, etc.

Los usuarios de los albergues hacen un gasto medio por persona en compras de *souvenirs* en el municipio de 8,5€. La dispersión de este dato es de 6,6€. El caso más frecuente o moda es hacer un gasto por persona de 4,0€ en compras de *souvenirs* en el municipio.

Tabla 108. Gasto medio por persona en *souvenirs* y lugar dónde se han realizado

Estadísticos	En el municipio			En la comarca		
		Percentil	Gasto		Percentil	Gasto
Media	8,5 €	10%	3,0 €	8,4 €	10%	2,0 €
Desviación	6,6 €	20%	3,0 €	7,4 €	20%	6,0 €
Mediana	4,0 €	30%	4,0 €	6,0 €	30%	6,0 €
Moda	4,0 €	40%	4,0 €	6,0 €	40%	6,0 €
Mínimo	2,0 €	50%	4,0 €	2,0 €	50%	6,0 €
Máximo	25,0 €	60%	12,0 €	35,0 €	60%	6,0 €
Rango	23,0 €	70%	12,0 €	33,0 €	70%	9,0 €
% respuestas válidas	14,4%	80%	12,5 €	11,0%	80%	9,0 €
% no respuesta	85,6%	90%	20,0 €	89,0%	90%	10,0 €

Fuente: Encuesta auto administrada usuarios albergue

Los grupos de 5 a 9 personas que se han alojado en el albergue hacen un gasto por persona en compras de *souvenirs* en el municipio de 6,0€. Ya que como estos grupos no acostumbran a ser familias sino grupos de amigos tienen más capacidad económica para realizar este tipo de gastos.

Tabla 109. Gasto medio por persona en *souvenirs* según número de personas que se han alojado y lugar dónde se ha realizado

	En el municipio		Porcentaje ponderado	Gasto medio
	Media	Recuento		
Sólo			0,0%	0,00 €
Una pareja	9,0 €	12	17,4%	108,00 €
De 3 a 4 personas	12,7 €	20	29,0%	254,00 €
De 5 a 9 personas	6,0 €	37	53,6%	222,00 €
10 o más personas			0,0%	0,00 €
Total	8,5 €	69	100,0%	586,50 €

Fuente: Encuesta auto administrada usuarios albergue

Los usuarios que se han alojado durante 3 noches en el albergue hacen un gasto por persona en compras de *souvenirs* en el municipio de 11,2€. Los usuarios que se hospedan durante un fin de semana largo en el albergue y como se ha comentado anteriormente que acostumbran a ser un grupo de amigos propicia que realicen un mayor gasto en *souvenirs* que el resto de usuarios.

Tabla 110. Gasto medio por persona en *souvenirs* según número de noches que se han alojado y lugar dónde se ha realizado

Número de noches	En el municipio		Porcentaje ponderado	Gasto medio
	Media	Recuento		
1 noche			0,0%	0,00 €
2 noches	4,0 €	10	14,5%	40,00 €
3 noches	11,2 €	34	49,3%	380,80 €
4 noches	3,0 €	5	7,2%	15,00 €
6 noches	12,5 €	8	11,6%	100,00 €
7 noches	4,0 €	12	17,4%	48,00 €
8 noches			0,0%	0,00 €
14 noches			0,0%	0,00 €
Total	8,5 €	69	100,0%	586,50 €

Fuente: Encuesta auto administrada usuarios albergue

Los usuarios que no habían pernoctado en el albergue han hecho un gasto por persona en compras de *souvenirs* en el municipio mayor que los que ya habían sido clientes del albergue. Los nuevos usuarios del albergue al visitar un lugar nuevo propicia que realicen un mayor gasto en *souvenirs* que los que ya lo habían visitado, ya que cabe suponer que anteriormente ya habían realizado este tipo de compras.

Tabla 111. Gasto medio por persona en *souvenirs* según si ya había visitado anteriormente el albergue y lugar dónde se ha realizado

Ha pernoctado alguna vez en este albergue	En el municipio		Porcentaje ponderado	Gasto medio
	Media	Recuento		
Sí	4,3 €	14	20,3%	60,20 €
No	9,5 €	55	79,7%	522,50 €
Total	8,5 €	69	100,0%	586,50 €

Fuente: Encuesta auto administrada usuarios albergue

Los usuarios que no habían visitado la comarca anteriormente han hecho un gasto por persona en compras de *souvenirs* en el municipio mayor que los que ya la habían visitado. Confirma lo anteriormente citado sobre los usuarios que no habían pernoctado nunca en el albergue.

Tabla 112. Gasto medio por persona en *souvenirs* según si ya había visitado anteriormente la comarca dónde se ubica el albergue y lugar dónde se ha realizado

Ha visitado alguna vez la comarca del albergue	En el municipio		Porcentaje ponderado	Gasto medio
	Media	Recuento		
Sí	7,8 €	65	94,2%	507,00 €
No	20,0 €	4	5,8%	80,00 €
Total	8,5 €	69	100,0%	586,50 €

Fuente: Encuesta auto administrada usuarios albergue

Los usuarios que valoran muy positivamente su estancia en el albergue se han gastado por persona 9,9€ en compras de *souvenirs* del municipio dónde está el albergue.

Tabla 113. Gasto medio por persona en *souvenirs* según valoración de su estancia en el albergue y lugar dónde se ha realizado

Valoración del albergue	En el municipio		Porcentaje ponderado	Gasto medio
	Media	Recuento		
Muy positivamente	9,9 €	22	31,9%	217,80 €
Positivamente	5,6 €	41	59,4%	229,60 €
Ni positivo ni negativo			0,0%	0,00 €
Negativamente	22,5 €	6	8,7%	135,00 €
Total	8,5 €	69	100,0%	586,50 €

Fuente: Encuesta auto administrada usuarios albergue

Los usuarios que no volverán a pernoctar en el albergue han hecho un gasto por persona en compras de *souvenirs* en el municipio mayor que los que ya tienen pensado volver al albergue.

Tabla 114. Gasto medio por persona en *souvenirs* según intención de volver al albergue y lugar dónde se ha realizado

Volvería a este albergue	En el municipio		Porcentaje ponderado	Gasto medio
	Media	Recuento		
Sí	7,1 €	63	91,3%	447,30 €
No	22,5 €	6	8,7%	135,00 €
Total	8,5 €	69	100,0%	586,50 €

Fuente: Encuesta auto administrada usuarios albergue

- *Gasto medio por persona en entradas a museos y visitas culturales*

El gasto medio por persona en entradas a museos y visitas culturales representa el 9,2% del total de gasto medio por persona que realizan los usuarios fuera del albergue.

Esta actividad es la que realizan los usuarios fuera del albergue ya sea en el mismo municipio dónde se ubica el establecimiento o en la comarca, realizando cualquier actividad cultural como puede ser un museo, y dónde se tenga que pagar una entrada para acceder al recinto.

Tabla 115. Gasto medio por persona en entradas a museos, visitas culturales y lugar dónde se han realizado

Estadísticos	En el municipio			En la comarca		
		Percentil	Gasto		Percentil	Gasto
Media	6,2 €	10%	3,0€	9,3€	10%	3,0€
Desviación	5,1 €	20%	4,0€	7,8€	20%	3,0€
Mediana	5,0 €	30%	4,5€	8,0€	30%	6,0€
Moda	5,0 €	40%	4,5€	10,0€	40%	6,0€
Mínimo	1,0 €	50%	5,0€	1,5€	50%	8,0€
Máximo	30,0 €	60%	5,0€	32,0€	60%	10,0€
Rango	29,0 €	70%	5,1€	30,5€	70%	10,0€
% respuestas válidas	23,3%	80%	7,5€	22,5%	80%	10,0€
% no respuesta	76,7%	90%	10,0€	77,5%	90%	12,2€

Fuente: Encuesta auto administrada usuarios albergue

Los usuarios de los albergues hacen un gasto medio por persona en entradas a museos y visitas culturales del municipio de 6,2€. La dispersión de este dato es de 5,1€. El caso más frecuente o moda es hacer un gasto por persona de 5,0€ en compras en entradas a museos y visitas culturales del municipio.

Los grupos de 5 a 9 personas que se han alojado en el albergue hacen un gasto por persona en entradas a museos y visitas culturales del municipio de 5,3€. Debido a la tipología de usuarios como ya se ha comentado que acostumbran a ser amigos prefieren ocupar su tiempo de ocio en visitas a museos y visitas culturales, debido en parte también a que acostumbran a ser grupos sin niños.

Tabla 116. Gasto medio por persona en entradas a museos, visitas culturales según número de personas que se han alojado y lugar dónde se ha realizado

	En el municipio		Porcentaje ponderado	Gasto medio
	Media	Recuento		
Sólo	1,5 €	2	1,8%	3,00 €
Una pareja	12,8 €	18	16,1%	230,40 €
De 3 a 4 personas	5,1 €	26	23,2%	132,60 €
De 5 a 9 personas	5,3 €	30	26,8%	159,00 €
10 o más personas	4,8 €	36	32,1%	172,80 €
Total	6,2 €	112	100,0%	694,40 €

Fuente: Encuesta auto administrada usuarios albergue

Los usuarios que se han alojado durante 3 noches en el albergue hacen un gasto por persona en entradas a museos y visitas culturales del municipio de 9,0€. Los usuarios que pasan un fin de semana largo con el afán de aprovechar al máximo el tiempo de su estancia, por consecuente realizan un mayor gasto en entradas a museos y visitas culturales.

Tabla 117. Gasto medio por persona en entradas a museos, visitas culturales según número de noches que se han alojado y lugar dónde se ha realizado

Número de noches	En el municipio		Porcentaje ponderado	Gasto medio
	Media	Recuento		
1 noche	2,0 €	8	7,1%	16,00 €
2 noches			0,0%	0,00 €
3 noches	9,0 €	41	36,6%	369,00 €
4 noches	6,2 €	7	6,3%	43,40 €
6 noches	4,0 €	10	8,9%	40,00 €
7 noches	5,1 €	44	39,3%	224,40 €
14 noches	1,5 €	2	1,8%	3,00 €
Total	6,2 €	112	100,0%	694,40 €

Fuente: Encuesta auto administrada usuarios albergue

Los usuarios que no se habían hospedado nunca en el albergue hacen un gasto por persona en entradas a museos y visitas culturales del municipio de 7,1€. Los nuevos usuarios de los albergues como es lógico durante su estancia acostumbran a ir a museos y visitas culturales, mientras que los que ya habían pernoctado en el albergue cabe suponer que anteriormente ya lo habían hecho.

Tabla 118. Gasto medio por persona en entradas a museos, visitas culturales según si ya había visitado anteriormente el albergue y lugar dónde se ha realizado

Ha pernoctado alguna vez en este albergue	En el municipio		Porcentaje ponderado	Gasto medio
	Media	Recuento		
Sí	4,6 €	40	35,7%	184,00 €
No	7,1 €	72	64,3%	511,20 €
Total	6,2 €	112	100,0%	694,40 €

Fuente: Encuesta auto administrada usuarios albergue

Los usuarios que habían visitado en alguna ocasión la comarca hacen un gasto por persona en entradas a museos y visitas culturales del municipio de 6,4€. El conocimiento por parte de los usuarios que se hospedan en el albergue de la comarca propicia que realicen más actividades culturales que los que no la conocen.

Tabla 119. Gasto medio por persona en entradas a museos, visitas culturales según si ya había visitado anteriormente la comarca dónde se ubica el albergue y lugar dónde se ha realizado

Ha visitado alguna vez la comarca del albergue	En el municipio		Porcentaje ponderado	Gasto medio
	Media	Recuento		
Sí	6,4 €	80	71,4%	512,00 €
No	5,6 €	32	28,6%	179,20 €
Total	6,2 €	112	100,0%	694,40 €

Fuente: Encuesta auto administrada usuarios albergue

Los usuarios que valoran muy positivamente su estancia en el albergue hacen un gasto por persona en entradas a museos y visitas culturales del municipio de 4,9€.

Tabla 120. Gasto medio por persona en entradas a museos, visitas culturales según valoración de su estancia en el albergue y lugar dónde se ha realizado

Valoración del albergue	En el municipio		Porcentaje ponderado	Gasto medio
	Media	Recuento		
Muy positivamente	4,9 €	82	73,2%	401,80 €
Positivamente	9,6 €	25	22,3%	240,00 €
Ni positivo ni negativo	10,0 €	5	4,5%	50,00 €
Negativamente			0,0%	0,00 €
Total	6,2 €	112	100,0%	694,40 €

Fuente: Encuesta auto administrada usuarios albergue

Los usuarios que volverían a hospedarse en el albergue hacen un gasto por persona en entradas a museos y visitas culturales del municipio de 6,0€.

Tabla 121. Gasto medio por persona en entradas a museos, visitas culturales según intención de volver al albergue y lugar dónde se ha realizado

Volvería a este albergue	En el municipio		Porcentaje ponderado	Gasto medio
	Media	Recuento		
Sí	6,0 €	107	95,5%	642,00 €
No	10,0 €	5	4,5%	50,00 €
Total	6,2 €	112	100,0%	694,40 €

Fuente: Encuesta auto administrada usuarios albergue

- Gasto medio por persona en ocio nocturno

El gasto medio por persona en ocio nocturno representa el 18,2% del total de gasto medio por persona que realizan los usuarios fuera del albergue.

Entendemos por ocio nocturno, todas aquellas actividades que los usuarios realizan fuera del albergue durante la noche, como por ejemplo salir a tomar una copa o a discotecas.

Los usuarios de los albergues hacen un gasto medio por persona en ocio nocturno en el municipio de 12,2€. La dispersión de este dato es de 4,2€. El caso más frecuente o moda es hacer un gasto por persona de 10,0€ en ocio nocturno en el municipio.

Como se puede observar muy pocos usuarios realizan actividades de ocio nocturno durante su estancia en el albergue, por tanto, este apartado será meramente descriptivo.

Tabla 122. Gasto medio por persona en ocio nocturno y lugar dónde se ha realizado

Estadísticos	En el municipio			En la comarca	
	Percentil		Gasto	Percentil	Gasto
Media	12,2 €	10%	10,0 €	10%	
Desviación	4,2 €	20%	10,0 €	20%	
Mediana	10,0 €	30%	10,0 €	30%	
Moda	10,0 €	40%	10,0 €	40%	
Mínimo	10,0 €	50%	10,0 €	50%	
Máximo	20,0 €	60%	10,0 €	60%	
Rango	10,0 €	70%	10,0 €	70%	
% respuestas válidas	9,4%	80%	20,0 €	0,0%	80%
% no respuesta	90,6%	90%	20,0 €	100,0%	90%

Fuente: Encuesta auto administrada usuarios albergue

Los grupos de 5 a 9 personas que se han alojado en el albergue hacen un gasto por persona en ocio nocturno en el municipio de 14,0€.

Tabla 123. Gasto medio por persona en ocio nocturno según número de personas que se han alojado y lugar dónde se ha realizado

	En el municipio		Porcentaje ponderado	Gasto medio
	Media	Recuento		
Sólo			0,0%	0,00 €
Una pareja			0,0%	0,00 €
De 3 a 4 personas	10,0 €	20	44,4%	200,00 €
De 5 a 9 personas	14,0 €	25	55,6%	350,00 €
10 o más personas			0,0%	0,00 €
Total	12,2 €	45	100,0%	549,00 €

Fuente: Encuesta auto administrada usuarios albergue

Los usuarios que han pernoctado durante 3 días son los que mayor gasto por persona han realizado en ocio nocturno en el municipio dónde se ubica el albergue.

Tabla 124. Gasto medio por persona en ocio nocturno según número de noches que se han alojado y lugar dónde se ha realizado

Número de noches	En el municipio		Porcentaje ponderado	Gasto medio
	Media	Recuento		
1 noche	10,0 €	12	26,7%	120,00 €
2 noches			0,0%	0,00 €
3 noches	13,0 €	33	73,3%	429,00 €
4 noches			0,0%	0,00 €
6 noches			0,0%	0,00 €
7 noches			0,0%	0,00 €
8 noches			0,0%	0,00 €
14 noches			0,0%	0,00 €
Total	12,2 €	45	100,0%	549,00 €

Fuente: Encuesta auto administrada usuarios albergue

Sólo los usuarios que no habían visitado nunca este albergue son los que han realizado gasto por persona en ocio nocturno en el municipio.

Tabla 125. Gasto medio por persona en ocio nocturno según si ya había visitado anteriormente el albergue y lugar dónde se ha realizado

Ha pernoctado alguna vez en este albergue	En el municipio		Porcentaje ponderado	Gasto medio
	Media	Recuento		
Sí			0,0%	0 €
No	12,2 €	45	100,0%	549,00 €
Total	12,2 €	45	100,0%	549,00 €

Fuente: Encuesta auto administrada usuarios albergue

Sólo los usuarios que ya habían visitado la comarca dónde se ubica el albergue has hecho gasto por persona en ocio nocturno en el municipio.

Tabla 126. Gasto medio por persona en ocio nocturno según si ya había visitado anteriormente la comarca dónde se ubica el albergue y lugar dónde se ha realizado

Ha visitado alguna vez la comarca del albergue	En el municipio		Porcentaje ponderado	Gasto medio
	Media	Recuento		
Sí	12,2 €	45	100,0%	549,00 €
No			0,0%	0 €
Total	12,2 €	45	100,0%	549,00 €

Fuente: Encuesta auto administrada usuarios albergue

Los usuarios que valoran positivamente su estancia en el albergue se han gastado por persona 13,0€ en ocio nocturno en el municipio dónde está el albergue.

Tabla 127. Gasto medio por persona en ocio nocturno según valoración de su estancia en el albergue y lugar dónde se ha realizado

Valoración del albergue	En el municipio		Porcentaje ponderado	Gasto medio
	Media	Recuento		
Muy positivamente	10,0 €	12	26,7%	120,00 €
Positivamente	13,0 €	33	73,3%	429,00 €
Ni positivo ni negativo			0,0%	0,00 €
Negativamente			0,0%	0,00 €
Total	12,2 €	45	100,0%	549,00 €

Fuente: Encuesta auto administrada usuarios albergue

Los usuarios que volverían al albergue han gastado por persona 12,2€ en ocio nocturno en el municipio dónde está el albergue.

Tabla 128. Gasto medio por persona en ocio nocturno según intención de volver al albergue y lugar dónde se ha realizado

Volvería a este albergue	En el municipio		Porcentaje ponderado	Gasto medio
	Media	Recuento		
Sí	12,2 €	45	100,0%	549,00 €
No			0,0%	0 €
Total	12,2 €	45	100,0%	549,00 €

Fuente: Encuesta auto administrada usuarios albergue

- Gasto medio por persona en actividades lúdicas durante el día

El gasto medio por persona en actividades lúdicas durante el día representa el 18,8% del total de gasto medio por persona que realizan los usuarios fuera del albergue.

Como actividades lúdicas entendemos todas aquellas actividades que los usuarios de los albergues pueden realizar durante el día fuera del albergue, como excursiones por el municipio o por la comarca.

Los usuarios de los albergues hacen un gasto medio por persona en actividades lúdicas durante el día en el municipio de 12,6€. La dispersión de este dato es de 11,7€. El caso más frecuente o moda es hacer un gasto por persona de 3,0€ en actividades lúdicas durante el día en el municipio.

Como se puede observar muy pocos usuarios realizan gasto en actividades lúdicas durante el día durante su estancia en el albergue, por tanto, este apartado será meramente descriptivo.

Tabla 129. Gasto medio por persona en actividades lúdicas durante el día y lugar dónde se ha realizado

Estadísticos	En el municipio			En la comarca		
	Media	Desviación	Moda	Media	Desviación	Moda
Media	12,6 €	11,7 €	3,0 €	14,6 €	10,0 €	2,0 €
Desviación	11,7 €	10,0 €	3,0 €	10,0 €	6,0 €	6,0 €
Mediana	4,0 €	4,0 €	4,0 €	12,5 €	7,5 €	7,5 €
Moda	3,0 €	4,0 €	4,0 €	15,0 €	9,6 €	9,6 €
Mínimo	3,0 €	4,0 €	4,0 €	2,0 €	12,5 €	12,5 €
Máximo	35,0 €	16,0 €	16,0 €	40,0 €	15,0 €	15,0 €
Rango	32,0 €	16,0 €	16,0 €	38,0 €	20,0 €	20,0 €
% respuestas válidas	7,7%	80%	20,0 €	17,9%	80%	25,0 €
% no respuesta	92,3%	90%	35,0 €	82,1%	90%	27,0 €

Fuente: Encuesta auto administrada usuarios albergue

Los grupos de 3 a 4 personas que se han alojado en el albergue hacen un gasto por persona en actividades lúdicas durante el día en el municipio de 23,4€.

Tabla 130. Gasto medio por persona en actividades lúdicas durante el día según número de personas que se han alojado y lugar dónde se ha realizado

	En el municipio		Porcentaje ponderado	Gasto medio
	Media	Recuento		
Sólo			0,0%	0,00 €
Una pareja			0,0%	0,00 €
De 3 a 4 personas	23,4 €	17	45,9%	397,80 €
De 5 a 9 personas	3,5 €	20	54,1%	70,00 €
10 o más personas			0,0%	0,00 €
Total	12,6 €	37	100,0%	466,20 €

Fuente: Encuesta auto administrada usuarios albergue

Se puede apreciar gran dispersión en las medias de gasto por persona en actividades lúdicas realizadas durante el día por los usuarios en el municipio.

Tabla 131. Gasto medio por persona en actividades lúdicas durante el día según número de noches que se han alojado y lugar dónde se ha realizado

Número de noches	En el municipio		Porcentaje ponderado	Gasto medio
	Media	Recuento		
1 noche			0,0%	0,00 €
2 noches	4,0 €	10	27,0%	40,00 €
3 noches			0,0%	0,00 €
4 noches			0,0%	0,00 €
6 noches	20,0 €	3	8,1%	60,00 €
7 noches	8,8 €	18	48,6%	158,40 €
8 noches	35,0 €	6	16,2%	210,00 €
14 noches			0,0%	0,00 €
Total	12,6 €	37	100,0%	466,20 €

Fuente: Encuesta auto administrada usuarios albergue

Los usuarios que no habían visitado nunca este albergue son los que han realizado mayor gasto por persona actividades lúdicas de día en el municipio.

Tabla 132. Gasto medio por persona en actividades lúdicas durante el día según si ya había visitado anteriormente el albergue y lugar dónde se ha realizado

Ha pernoctado alguna vez en este albergue	En el municipio		Porcentaje ponderado	Gasto medio
	Media	Recuento		
Sí	7,7 €	13	35,1%	100,10 €
No	15,3 €	24	64,9%	367,20 €
Total	12,6 €	37	100,0%	466,20 €

Fuente: Encuesta auto administrada usuarios albergue

Sólo los usuarios que ya habían visitado la comarca dónde se ubica el albergue has hecho gasto por persona en actividades lúdicas de ocio en el municipio.

Tabla 133. Gasto medio por persona en actividades lúdicas durante el día según si ya había visitado anteriormente la comarca dónde se ubica el albergue y lugar dónde se ha realizado

Ha visitado alguna vez la comarca del albergue	En el municipio		Porcentaje ponderado	Gasto medio
	Media	Recuento		
Sí	12,6 €	37	100,0%	466,20 €
No			0,0%	0,00 €
Total	12,6 €	37	100,0%	466,20 €

Fuente: Encuesta auto administrada usuarios albergue

Los usuarios que valoran positivamente su estancia en el albergue se han gastado por persona 15,8€ en actividades lúdicas de día en el municipio dónde está el albergue.

Tabla 134. Gasto medio por persona en actividades lúdicas durante el día según valoración de su estancia en el albergue y lugar dónde se ha realizado

Valoración del albergue	En el municipio		Porcentaje ponderado	Gasto medio
	Media	Recuento		
Muy positivamente	15,8 €	19	51,4%	300,20 €
Positivamente	9,3 €	18	48,6%	167,40 €
Ni positivo ni negativo			0,0%	0,00 €
Negativamente			0,0%	0,00 €
Total	12,6 €	37	100,0%	466,20 €

Fuente: Encuesta auto administrada usuarios albergue

Los usuarios que volverían al albergue han gastado por persona 12,6€ en actividades lúdicas de día en el municipio dónde está el albergue.

Tabla 135. Gasto medio por persona en actividades lúdicas durante el día según intención de volver al albergue y lugar dónde se ha realizado

Volvería a este albergue	En el municipio		Porcentaje ponderado	Gasto medio
	Media	Recuento		
Sí	12,6 €	37	100,0%	466,20 €
No			0,0%	0,00 €
Total	12,6 €	37	100,0%	466,20 €

Fuente: Encuesta auto administrada usuarios albergue

5. MODELO ECOMÉTRICO DE ESTIMACIÓN

5.1. Introducción

En este capítulo construimos un modelo económico a partir del cual estimamos un modelo econométrico con una doble finalidad.

En primer lugar, validar la consistencia y la significación estadística de los datos obtenidos mediante la entrevista autoadministrada. En segunda instancia, el modelo permite desarrollar una estimación de los coeficientes no estandarizados (β) asociados a cada una de las variables definidas. El valor de estos coeficientes nos ha de permitir determinar la ponderación o imputación relativa de esas variables definidas para explicar el gasto medio de los usuarios en relación a los albergues seleccionados.

Desde esta perspectiva, el modelo econométrico y los resultados que se derivan constituyen la referencia a partir de la cual realizar inferencias y proyecciones sobre el potencial impacto económico del albergue como dinamizador de la actividad turística del municipio donde se ubica.

5.2. Especificación del modelo económico

El objetivo de este apartado es construir un modelo económico para llegar a explicar el gasto medio por persona en un albergue en función de una serie de variables que se derivan de la explotación de datos de la encuesta autoadministrada.

La especificación del modelo es la que se detalla a continuación:

$$(1) Y = \alpha + \beta_1 ALO + \beta_2 MAV + \beta_3 SOU + \beta_4 EXC + \beta_5 VIS + \beta_6 ACO + \beta_7 ALI + \beta_8 CAL + \beta_9 COS + \beta_{10} ENM + \beta_{11} OCN + \beta_{12} ACL$$

Según la ecuación (1) el gasto medio por persona en el albergue (Y) se definen en función de tres grandes grupos: a) una constante, b) variables que explican el gasto de cualquier usuario dentro del albergue y c) variables que explican el gasto de cualquier usuario fuera del albergue.

La constante (α) puede entenderse como el gasto mínimo de un usuario de un albergue. Implícitamente contempla aquellos gastos cuya naturaleza no está expresamente recogida en el segundo o tercer grupo de variables.

El segundo grupo está integrado por 6 variables explicativas que nos ayudan a interpretar el gasto medio realizado por los usuarios en actividades organizadas y realizadas dentro del albergue. Esto es el gasto en alojamiento (ALO), el gasto en máquinas de vending (MAV), el gasto en souvenirs del albergue (SOU), el gasto en excursiones organizadas por el albergue (EXC), el gasto en visitas organizadas por el albergue (VIS) y el gasto en actividades de ocio organizadas por el albergue (ACO).

La lógica económica subyacente que relación cada una de estas variables explicativas con el gasto medio de un usuario en un albergue es la que se detalla a continuación.

Así, en relación al alojamiento (ALO) entendemos que cuanto mayor sea la estancia en el albergue mayor será el gasto.

En relación al gasto en máquinas de vending (MAV), suponemos que los usuarios realizarán un determinado gasto en las máquinas de vending cuando los establecimientos de restauración estén cerrados o el bar del albergue también lo esté o complementar la oferta gastronómica del albergue.

La consideración del gasto en souvenirs (SOU) se justifica porque cuanto más atractivo tenga la zona donde se ubica el albergue y más variedad de souvenirs haya más importante puede ser su gasto. Para las excursiones organizadas por el albergue (EXC) entendemos que a mayor oferta de excursiones ofrecidas por el albergue a precios que se ajusten al target del albergue mayor demanda tendrán. De la misma manera, respecte a las visitas organizadas a través del albergue (VIS) suponemos que cuantas más actividades promueva el albergue y su precio se ajuste al usuario del mismo, mayor será su gasto. Respecto a las actividades de ocio organizadas por el albergue (ACO) consideramos que cuantas más actividades de ocio realice el albergue mayor será la posibilidad de gasto por parte de sus huéspedes.

El tercer grupo está integrado por otras 6 variables explicativas que nos ayudan a interpretar el gasto medio realizado por los usuarios en actividades realizadas fuera del albergue. Esto es el gasto en restauración (ALI), gasto en compras de alimentación (CAL), gasto en souvenirs (COS), gasto en entradas a museos y visitas culturales (ENM), gasto en ocio nocturno (OCN) y gasto en actividades lúdicas durante el día (ACL).

La lógica económica subyacente que relación cada una de estas variables explicativas con el gasto medio de un usuario en un albergue es la que se detalla a continuación. Así, la variable restauración (ALI) considera el gasto de los usuarios del albergue en la degustación de los productos típicos en establecimientos de restauración de la zona, y no en el albergue. Las compras realizadas en alimentación (CAL) se refieren al gasto en el que incurren los huéspedes en compras de alimentación en comercios del municipio o sus alrededores para complementar su dieta alimenticia., dependiendo de la ubicación del albergue. En relación a las compras realizadas en souvenirs (COS) entendemos que cuantas más actividades se promuevan en el albergue en visitas turísticas aumenta la posibilidad de que se realicen más compras de souvenirs de los lugares visitados. Respecto a las entradas a museos y visitas culturales (ENM) el supuesto es que gracias a las recomendaciones de los responsables de los albergues puede aumentar el gasto en atractivos culturales de la zona como entradas a museos o visitas culturales. La variable OCN recoge el gasto de los usuarios en actividades de ocio nocturno. Sin embargo, reconocemos que la tipología de cliente de un albergue (familias, grupos de excursionistas, etc no constituye un perfil demasiado proclive al ocio nocturno. Finalmente, en cuanto a las actividades lúdicas realizadas durante el día (ACL) considera el gasto en actividades lúdicas durante el día aumenta a medida que los albergues ofrecen información de dichas actividades.

Cada una de estas variables se pondera por un coeficiente beta (β_i , $i = 1, 2, 3, \dots, 12$) que recoge la importancia relativa de cada una estas variables en el conjunto del modelo.

5.2. Estimación del modelo econométrico

A priori esta es la especificación de nuestro modelo de gasto que incluye todas la variables que consideramos relevantes para explicar el gasto medio por usuario del albergue, procederemos a analizarlas para ver si esto es cierto o no.

Sin embargo, debemos contrastar estadísticamente el modelo para determinar su significación estadística y, por extensión, su capacidad de predicción.

Para ello, en primera instancia, resulta imprescindible ir eliminando variables explicativas en un proceso iterativo con la intención de simplificar el modelo y aumentar su capacidad de predicción. De lo contrario, se corre el riesgo de construir un modelo demasiado complejo con problemas de multicolinealidad que invalidan la verosimilitud del mismo.

El criterio de discriminación pasa por eliminar las variables que más se repiten para evitar que el modelo se explique en base a ellas.

En base a distintas pruebas hemos considerado eliminar 7 de las 12 variables que componen el modelo económico. Estas variables son alojamiento (ALO), compra de souvenirs en el albergue (SOU), visitas organizadas a través del albergue (VIS), actividades de ocio organizadas por el albergue (ACO), gasto en compras de alimentación (CAL), salidas de ocio nocturno por parte de sus huéspedes (OCN) y actividades lúdicas durante el día (ACL).

A partir de la depuración de estas variables el modelo econométrico que resulta es el recogido en la ecuación 2:

$$(2) Y = \alpha + \beta_2 \text{MAV} + \beta_4 \text{EXC} + \beta_7 \text{ALI} + \beta_9 \text{COS} + \beta_{10} \text{ENM} + \varepsilon$$

De esta manera, el modelo econométrico destinado a explicar el gasto medio realizado por los usuarios en el albergue se define en base por una constante (α) y 5 variables independientes: el gasto en máquinas de vending (MAV), el gasto en excursiones organizadas por el albergue (EXC), gasto en alimentación (ALI), gasto en souvenirs (COS), y gasto en entradas a museos y visitas culturales (ENM).

Como el modelo econométrico es un modelo estocástico se incluye un término de perturbación (ε) que recoge los posibles errores de predicción.

Un primer objetivo en el estudio de este modelo es el de estimar los parámetros del mismo α , β_2 , β_4 , β_7 , β_9 , β_{10} y la función de distribución del error F_ε a partir de las 102 observaciones de la muestra obtenida mediante la encuesta autoadministrada. Los resultados de esta estimación se recogen en la tabla 136.

Tabla 136. Estimación parámetro del Modelo Econométrico

	<i>Coficiente</i>	<i>Desv. Típica</i>	<i>Estadístico t</i>	<i>Valor p</i>	
const	17.6447	1.31597	13.4081	<0.0001	***
MAV	2.44856	0.996133	2.4581	0.0158	**
EXC	6.76156	1.88488	3.5873	0.0005	***
COS	1.27258	0.502528	2.5324	0.0130	**
ALI	1.01084	0.167552	6.0330	<0.0001	***
ENM	1.17722	0.377264	3.1204	0.0024	***

Media de la vble. dep.	27.10984	D.T. de la vble. dep.	10.73732
Suma de cuad. residuos	6072.738	D.T. de la regresión	7.953470
R-cuadrado	0.478480	R-cuadrado corregido	0.451317
F(5, 96)	17.61546	Valor p (de F)	2.39e-12
Log-verosimilitud	-353.1479	Criterio de Akaike	718.2958
Criterio de Schwarz	734.0457	Crit. de Hannan-Quinn	724.6735

Nota: Estimación realizada usando las observaciones 1-102. Variable dependiente: Y

Fuente: Elaboración propia.

El modelo estimado es:

$$(3) Y = 17.6447 + 2.44856 \text{ MAV} + 6.76156 \text{ EXC} + 1.01084 \text{ ALI} + 1.27258 \text{ COS} + 1.17722 \text{ ENM}$$

Los coeficientes de ponderación $\beta_2, \beta_4, \beta_7, \beta_9, \beta_{10}$ son estadísticamente significativos de acuerdo con su p-valor. El signo de estos coeficientes también es positivo por lo que el modelo econométrico es coherente desde el punto de vista económico.

Sin embargo, el valor del coeficiente de determinación corregido (R-cuadrado corregido) es de 0,45, inferior al valor de referencia de 0,7 convencionalmente aceptado. Esto significa que la capacidad de predicción del modelo no es absolutamente fiable.

Un extremo que confirma la cuantía de la constante (α) que toma un valor de 17.6447, lo cual determina que el consumo mínimo de un huésped en un albergue es de casi 18€. De hecho, desde el punto de vista estadístico, la elevada cuantía de la constante (α) por comparación al importe de los coeficientes que ponderan las variables explicativas nos indica que existe un gasto mínimo por parte de los usuarios del albergue que no queda explicitado netamente por el conjunto de 5 variables seleccionadas (MAV, EXC, ALI, COS y ENM). Este extremo pone de relieve no tanto un defecto en el modelo econométrico sino en la base de datos utilizada. Ya sea porque hay categorías de gasto que se han omitido en la encuesta, ya sea porque las respuestas de los usuarios no ha sido siempre sincera.

En cualquier caso, la interpretación de las variables y de los coeficientes que las determinan podría ser el que detalla a continuación:

El coeficiente β_2 asociado a la variable MAV tiene un signo positivo que resulta coherente con la hipótesis planteada en el modelo económico entre el gasto en máquinas de vending y el gasto medio de los usuarios del albergue. El valor de este coeficiente β_2 es de 2,44856, lo cual significa que, *ceteris paribus*, un aumento del gasto en máquinas de vending en 1€ multiplica el gasto total medio de los huéspedes en casi 2,5.

El coeficiente β_4 asociado a la variable EXC también presenta un signo positivo que resulta coherente con la hipótesis planteada en el modelo económico entre el gasto en excursiones organizadas por el albergue y el gasto medio de los usuarios del albergue. El valor de este coeficiente β_4 es de 6,76156, lo cual significa que, *ceteris paribus*, un aumento del gasto en excursiones organizadas por el albergue en 1€ aumenta el gasto total medio de los huéspedes en 6,8€.

El coeficiente β_7 asociado a la variable ALI tiene un signo positivo que resulta coherente con la hipótesis planteada en el modelo económico entre el gasto en comidas en los establecimientos de restauración fuera del albergue y el gasto medio de los usuarios del albergue. El valor de este coeficiente β_7 es de 1,01084, lo cual significa que, *ceteris paribus*, un aumento del gasto en restauración fuera del albergue en 1€ incrementa el gasto total medio de los huéspedes en casi 1%.

El coeficiente β_9 asociado a la variable COS tiene un signo positivo que resulta coherente con la hipótesis planteada en el modelo económico entre el gasto en compras de souvenirs fuera del albergue y el gasto medio de los usuarios del albergue. El valor de este coeficiente β_9 es de 1,27258, lo cual significa que, *ceteris paribus*, un aumento del gasto en souvenirs fuera del albergue en 10€ incrementa el gasto total medio de los huéspedes en casi 13€.

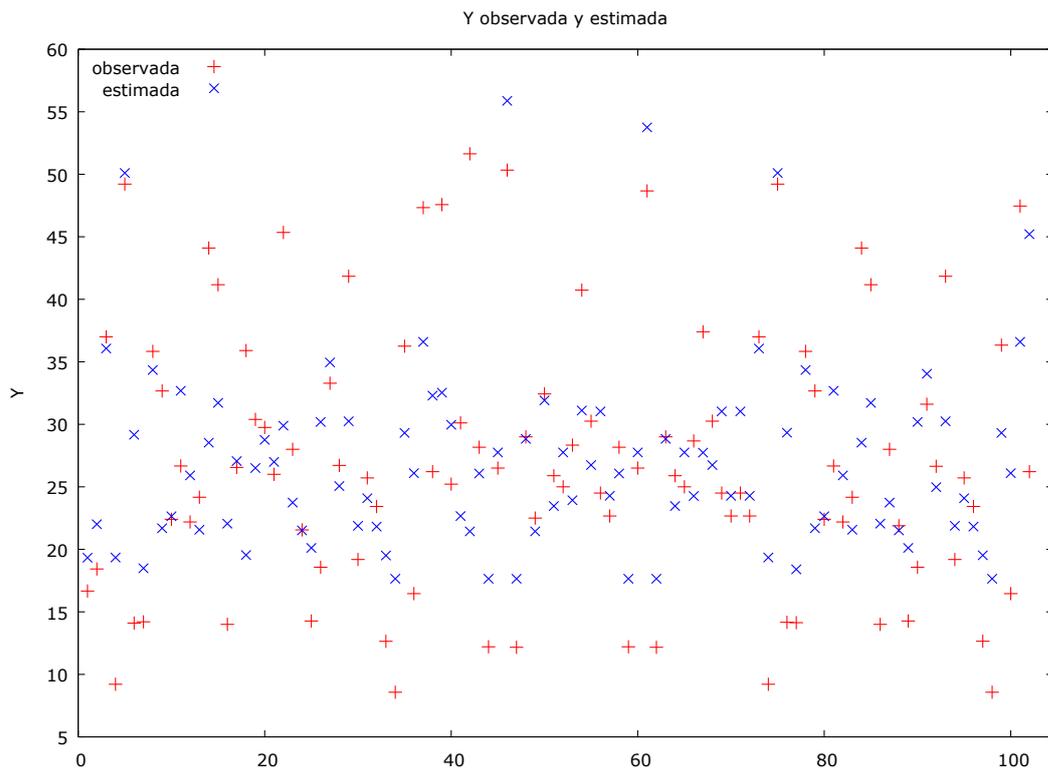
El coeficiente β_{10} asociado a la variable ENM tiene un signo positivo que resulta coherente con la hipótesis planteada en el modelo económico entre el gasto en gasto en entradas de museos y visitas culturales y el gasto medio de los usuarios del albergue. El valor de este coeficiente β_{10} es de 1,17722, lo cual significa que, *ceteris paribus*, un aumento del gasto en souvenirs fuera del albergue en 10€ incrementa el gasto total medio de los huéspedes en casi 12€.

A partir de la estimación del modelo econométrico, procedemos a realizar diversas pruebas para comprobar que el modelo estimado no incumple ninguna de las hipótesis básicas en términos de multicolinealidad, heterocedasticidad y autocorrelación.

a) *Multicolinealidad*

La multicolinealidad aparece en un modelo econométrico cuando una o varias variables explicativas son una combinación lineal perfecta o aproximada de otras. En caso de multicolinealidad la estimación es imprecisa y los intervalos de confianza son muy amplios, por lo que la R-cuadrado corregida es muy elevada.

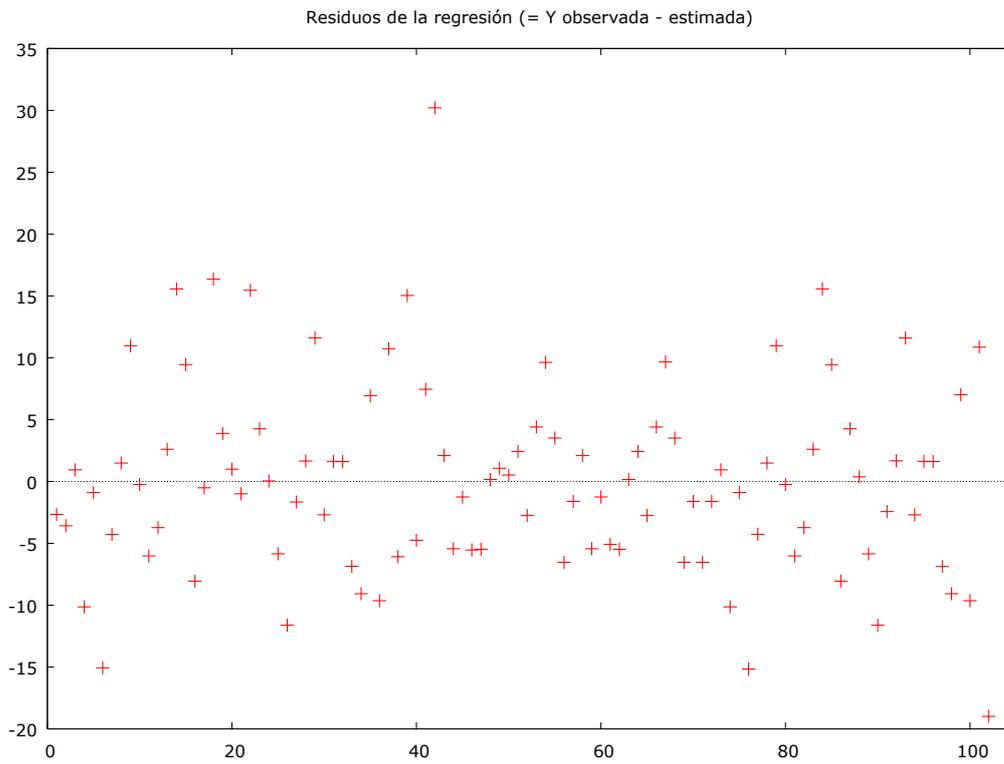
Gráfico 20. Variable estimada



Fuente: Elaboración propia.

Tomando en consideración los gráficos de las variables explicativas y del análisis de los errores de los residuos comprobamos que no existe una correlación positiva o negativa, por lo que descartamos la colinealidad múltiple.

Gráfico 21. Análisis de los errores o residuos



Fuente: Elaboración propia.

Para abundar en esta primera conclusión recurrimos a la matriz de correlaciones y teniendo presente los factores de inflación o agrandamiento de las varianzas (FAV) podemos descartar problemas de colinealidad múltiple.

Tabla 137. Matriz de correlaciones:

Coeficientes de correlación, usando las observaciones 1 - 102
 valor crítico al 5% (a dos colas) = 0.1946 para n = 102

Y	MAV	EXC	COS	ALI	
1.0000	0.3200	0.1185	0.3835	0.5230	Y
	1.0000	-0.1576	0.0397	0.2662	MAV
		1.0000	0.0325	-0.1960	EXC
			1.0000	0.2741	COS
				1.0000	ALI
				ENM	
				0.1876	Y
				0.1256	MAV
				-0.1501	EXC
				0.1254	COS
				-0.1249	ALI
				1.0000	ENM

Factores de inflación de varianza (VIF)	
Mínimo valor posible = 1.0	
Valores mayores que 10.0 pueden indicar un problema de colinealidad	
MAV	1.118
EXC	1.098
COS	1.134
ALI	1.275
ENM	1.115
VIF(j) = 1/(1 - R(j)^2), donde R(j) es el coeficiente de correlación múltiple entre la variable j y las demás variables independientes	

Fuente: Elaboración propia.

El FAV se interpreta como la razón entre la varianza observada y la que se habría dado si una variable explicativa no estuviera correlacionada con el resto de variables independientes del modelo, es decir, muestra hasta que punto se agranda la varianza del estimador como consecuencia de la relación de los regresores. Valores del FAV superiores a 10 hacen pensar en la posible existencia de multicolinealidad en el modelo.

En nuestro modelo, después de realizar el contraste nos encontramos con que ninguno de los valores asociados a las variables explicativas supera el valor crítico 10, por lo que concluimos que no existe Multicolinealidad en nuestro modelo.

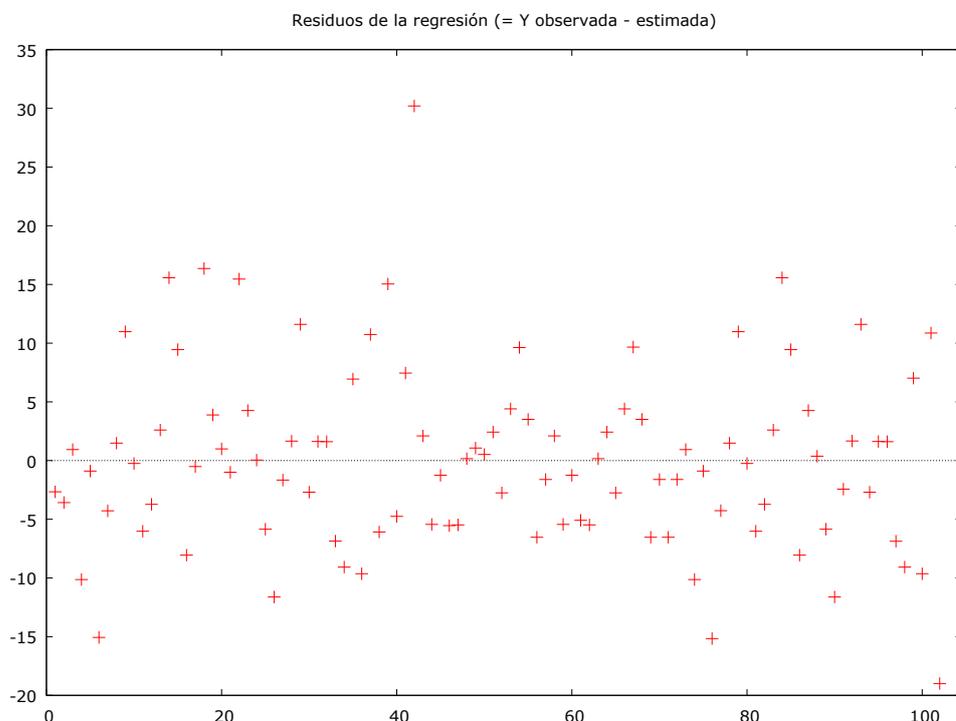
b) Heterocedasticidad

Una de las hipótesis en las que sustenta un modelo de regresión es el principio de homocedasticidad. En caso de homocedasticidad la varianza del término de perturbación no muestra una gran dispersión. Ello garantiza que la base de datos con la que trabajamos es homogénea, es decir, los datos están asociados a distribuciones de probabilidad con una varianza constante.

La homocedasticidad garantiza la eficiencia del estimador MCO porque su varianza es mínima. De ahí la necesidad de descartar la posibilidad de que el modelo econométrico presenta heterocedasticidad, es decir, que la varianza del término de perturbación no sea constante a lo largo de las observaciones.

Solo en en ese caso la estimación del modelo será eficiente. Para comprobar esta circunstancia, es decir la ausencia de heterocedasticidad, recurrimos en primera instancia al gráfico de dispersión de los residuos entre la variable dependiente observada y estimada para cada observación.

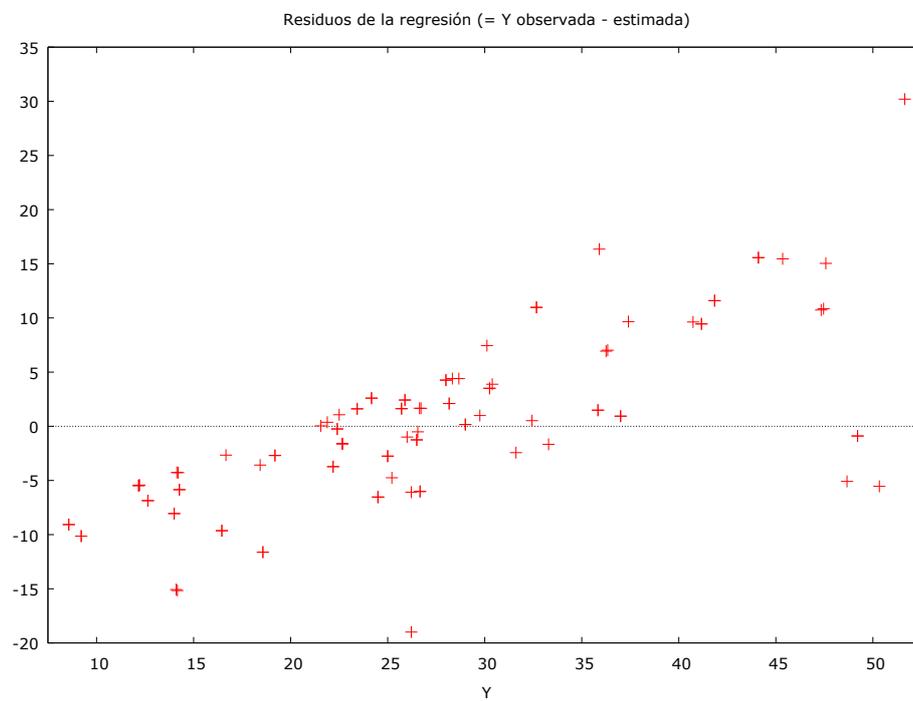
Gráfico 22. Residuos de la regresión



Fuente: Elaboración propia.

En segundo lugar, obtenemos el gráfico de dispersión de los residuos frente a Y.

Gráfico 23. Residuos de la regresión



Fuente: Elaboración propia.

A partir de ahí, realizamos una serie de contrastes para comprobar si existe en nuestro modelo heterocedasticidad: contraste de White y contraste de Breusch-Pagan.

Tabla 138. Contraste de White

Contraste de heterocedasticidad de White				
MCO, usando las observaciones 1-102				
Variable dependiente: \hat{u}^2				
	Coefficiente	Desv. Típica	Estadístico t	Valor p
const	75.4519	31.3712	2.405	0.0184 **
MAV	0.105380	46.3361	0.002274	0.9982
EXC	-13.1263	225.079	-0.05832	0.9536
COS	-23.6003	32.7195	-0.7213	0.4728
ALI	-1.96003	9.05240	-0.2165	0.8291
ENM	-25.1908	25.0145	-1.007	0.3169
sq_MAV	-44.2419	19.9182	-2.221	0.0291 **
X2_X3	-180.308	174.055	-1.036	0.3033
X2_X4	34.4793	20.9322	1.647	0.1034
X2_X5	10.4808	4.04370	2.592	0.0113 **
X2_X6	15.3632	13.1329	1.170	0.2455
sq_EXC	18.2991	164.927	0.1110	0.9119
X3_X4	4.21155	29.7912	0.1414	0.8879
X3_X5	10.9409	20.6590	0.5296	0.5978
X3_X6	68.6541	99.5371	0.6897	0.4923
sq_COS	-0.312621	5.03857	-0.06205	0.9507
X4_X5	0.774688	1.79340	0.4320	0.6669
X4_X6	1.69551	9.79914	0.1730	0.8631
sq_ALI	0.0745275	0.537955	0.1385	0.8902
X5_X6	0.624335	3.58470	0.1742	0.8622
sq_ENM	0.310861	3.04544	0.1021	0.9189
R-cuadrado = 0.186000				
Estadístico de contraste: $TR^2 = 18.972043$,				
con valor p = $P(\text{Chi-cuadrado}(20) > 18.972043) = \mathbf{0.523644}$				

Fuente: Elaboración propia.

Como el valor obtenido es mayor de 0,05 podemos decir que, según la prueba de White, tenemos homoscedasticidad en el modelo. Por lo tanto, se acepta la Hipótesis nula de que hay homoscedasticidad.

Hemos practicado también el contraste de heterocedasticidad mediante el test de Breusch-Pagan. Puesto que el p-valor es superior a 0,05. En este caso tampoco se rechaza la Hipótesis nula, por lo tanto, existe homoscedasticidad y no se incumple ninguna de las hipótesis básicas del modelo lineal simple.

Tabla 139. Contraste de Breusch-Pagan

Contraste de heterocedasticidad de Breusch-Pagan				
MCO, usando las observaciones 1-102				
Variable dependiente: \hat{u}^2 escalado				
	Coefficiente	Desv. Típica	Estadístico t	Valor p
const	0.973632	0.312747	3.113	0.0024 ***
MAV	-0.141028	0.236737	-0.5957	0.5528
EXC	0.421505	0.447953	0.9410	0.3491
COS	0.00997678	0.119429	0.08354	0.9336
ALI	0.0288061	0.0398198	0.7234	0.4712
ENM	-0.0866616	0.0896590	-0.9666	0.3362
Suma de cuadrados explicada = 12.0863				
Estadístico de contraste: LM = 6.043162,				
con valor p = P(Chi-cuadrado(5) > 6.043162) = 0.302042				

Fuente: Elaboración propia.

c) Autocorrelación

La autocorrelación describe una correlación entre variables observadas temporalmente sucesivas ordenadas en el tiempo. En un modelo de regresión es necesaria la ausencia de autocorrelación en los errores, es decir el término de perturbación relacionado con una variable cualquiera no debiere estar influenciado por el término de perturbación de cualquier otra observación.

En nuestro caso, al no tratarse de datos referentes a series temporales, no existe autocorrelación.

5.4. Validación del modelo econométrico

Teniendo en cuenta todas las consideraciones previas, el modelo econométrico no incumple ninguna de las premisas básicas del modelo de regresión lineal simple, en términos de no-multicolinealidad, homocedasticidad y no-autocorrelación.

En consecuencia, estamos en condiciones de proceder a la validación del modelo.

Tabla 140. Análisis de Varianza:

	Suma de cuadrados	gl	Media de cuadrados
Regresión	5571.57	5	1114.31
Residuo	6072.74	96	63.2577
Total	11644.3	101	115.29

$R^2 = 5571.57 / 11644.3 = 0.478480$
 $F(5, 96) = 1114.31 / 63.2577 = 17.6155$ [Valor p 2.39e-012]

Fuente: Elaboración propia.

Como el valor de la F-Snedecor es 17.6155 y su p-valor asociado es 2.39e-012 al ser menor que 0,05, rechazaremos la Hipótesis nula de que los coeficientes son, de forma simultánea, nulos.

Respecto al contraste de significación de los parámetros, sabiendo que el p-valor es el valor mínimo a partir del cual rechazaremos la hipótesis nula en aquellos casos en los que el p-valor sea mayor que 0,05, no rechazaremos la hipótesis nula.

Por lo tanto las variables no significativas son alojamiento (ALO), compra de souvenirs en el albergue (SOU), visitas organizadas a través del albergue (VIS), actividades de ocio organizadas por el albergue (ACO), gasto en compras de alimentación (CAL), salidas de ocio nocturno por parte de sus huéspedes (OCN) y actividades lúdicas durante el día (ACL), ya que su p-valor es mayor a 0,05.

Por otro lado, las variables significativas del modelo son el gasto en máquinas de vending (MAV), el gasto en excursiones organizadas por el albergue (EXC), gasto en alimentación (ALI), gasto en souvenirs (COS) y gasto en entradas a museos y visitas culturales (ENM).

5.5. Interpretación de los resultados

Con los datos obtenidos en los apartados anteriores, podemos incluir de manera evidente que nuestro modelo es válido y que las variables influyen de manera significativa en las excursiones organizadas por el albergue, así como el gasto en máquinas de vending son los que presentan un mayor coeficiente no estandarizado, es decir, que son los que mayor peso tienen para los clientes que se hospedan en un albergue ($\beta_2=2,44856$ y $\beta_4=6,76156$ respectivamente).

Estos datos nos dicen, por una parte, que el albergue tiene una gran influencia en el municipio y en la zona donde se ubica, además de la importancia que tiene para los clientes de un albergue que se realicen excursiones ya sea realizadas por el mismo albergue como que en sus alrededores los clientes puedan realizar compras o hayan equipamientos o empresas que organicen eventos de todo tipo para los clientes. Esto implica que alrededor del albergue, hayan establecimientos para que los usuarios que se hospedan en estos, puedan realizar compras diversas, o la aparición de empresas que organicen eventos lúdicos para los usuarios del albergue (hípica, alquiler de bicicletas,...). Los resultados del modelo econométrico demuestran que un albergue es un dinamizador turístico del municipio o la comarca dónde está ubicado.

6. EL ALBERGUE COMO DINAMIZADOR ECONÓMICO DE UN MUNICIPIO

6.1. Introducción

En el presente capítulo se explica la importancia y el impacto económico que tiene un albergue no solo del municipio dónde se ubica y en su área de influencia.

Para ello, primero vamos a analizar los resultados obtenidos del trabajo de campo y evaluar el impacto económico que tienen los albergues, y posteriormente vamos a analizar para cada municipio objeto de estudio calculando el impacto económico que tienen los albergues en cada uno de ellos.

6.2. El albergue como dinamizador económico

A continuación vamos a analizar los resultados y evaluar el impacto económico que tienen los albergues.

Utilizaremos los resultados de los gastos medios por persona de la encuesta autoadministrada (ver capítulo 4) para cada variable analizada y, mediante la aplicación de la fórmula del modelo econométrico anteriormente elaborado y explicado (ver capítulo 5) obtendremos el impacto económico que tiene cada albergue objeto de estudio.

Aplicando la fórmula del modelo econométrico citada tenemos el siguiente impacto económico:

$$(3) Y = 17.6447 + 2.44856 \text{ MAV} + 6.76156 \text{ EXC} + 1.27258 \text{ COS} + 1.01084 \text{ ALI} + 1.17722 \text{ ENM}$$

Con la especificación del sentido de cada variable, que es como el que se detalla a continuación:

Tabla 141. Especificación de la fórmula utilizada

Variable	Descriptivo
Y	Gasto medio por persona
α	Constante de los coeficientes
B ₂ MAV	Coefficiente no estandarizado de máquinas de vending
B ₄ EXC	Coefficiente no estandarizado de excursiones
B ₉ COS	Coefficiente no estandarizado de compras de souvenirs
B ₇ ALI	Coefficiente no estandarizado de alimentación
B ₁₀ ENM	Coefficiente no estandarizado de entradas a museos y visitas

Fuente: elaboración propia

Y posteriormente, sustituyendo dichos valores arriba citados obtenemos dicha fórmula:

$$Y = 17.6447 + 2.44856 * 3,1 + 6.76156 * 8,9 + 1.27258 * 8,5 + 1.01084 * 18,9 + 1.17722 * 6,2$$

El resultado del gasto medio por persona que se ha alojado en los albergues es de 122,63€.

A continuación vamos a extrapolar dicho resultado por cada albergue objeto de estudio, el albergue de l'Espluga de Francolí, el de Sant Joan de les Abadesses y el de l'Hospitalet de l'Infant.

6.2.1. Impacto económico del albergue de l'Espluga de Francolí

En función de los resultados obtenidos con la fórmula del modelo econométrico del impacto económico de los albergues y aplicándolo al albergue de dicho municipio, en función del número de usuarios que han pernoctado durante el pasado año 2016, que son 4.546, se obtiene un impacto económico de **557.475,98 Euros**. Si extrapolamos los datos des del año 2008 con los usuarios que han pernoctado obtenemos el siguiente impacto:

Tabla 142. Número de usuarios y cálculo impacto económico del albergue de l'Espluga de Francolí

	Año 2010	Año 2011	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Año 2016
Usuarios	5.011	4.783	4.023	3.279	4.164	4.431	4.546
Impacto	614.498,93	586.539,29	493.340,49	402.103,77	510.631,32	543.373,53	557.475,98

Fuente: Elaboración propia

Teniendo en cuenta que el presupuesto municipal de l'Espluga de Francolí es de 4.988.144,79 euros (año 2016), podemos afirmar que el impacto económico que genera dicho albergue en el municipio dónde se ubica asciende al 11,2% del total del presupuesto municipal del ayuntamiento del municipio.

A continuación desglosamos el presupuesto municipal clasificado por ingresos y gastos previstos para el año 2016:

Tabla 143. Ingresos consolidados por capítulos. Previsión inicial. Año 2016

Indicador	Euros	Euros/hab
Impuestos directos	1.215.130,00	316,77
Impuestos indirectos	20.000,00	5,21
Tasas, precios públicos y otros ingresos	1.423.679,73	371,14
Transferencias corrientes	1.147.515,18	299,14
Ingresos patrimoniales	6.552,00	1,71
Alienación de inversiones reales	1.000,00	0,26
Transferencias de capital	491.267,88	128,07
Activos financieros	3.000,00	0,78
Pasivos financieros	1.020.000,00	265,90
Total	5.328.144,79	1.388,98

Fuente: Subdirecció General Cooperació Local. Direcció General d'Administració Local

Tabla 144. Gastos consolidados por capítulos. Créditos iniciales. Año 2016

Indicador	Euros	Euros/hab
Gastos de personal	1.260.051,06	328,48
Gastos corrientes en bienes y servicios	1.717.764,27	447,80
Gastos financieros	63.774,87	16,63
Transferencias corrientes	111.246,00	29,00
Fondo de contingencia y otros imprevistos	23.375,74	6,09
Inversiones reales	1.444.508,25	376,57
Transferencias de capital	40.802,95	10,64
Activos financieros	3.000,00	0,78
Pasivos financieros	323.621,65	84,36
Total	4.988.144,79	1.300,35

Fuente: Subdirecció General Cooperació Local. Direcció General d'Administració Local

Observando y analizando los datos de ingresos y gastos previstos para el año 2016, podemos observar como el municipio de la Espluga de Francolí tiene previsto un superávit de 340.000,00 euros.

Los impuestos directos e indirectos representan el 23,2% de los ingresos previstos en el año 2016.

Según datos facilitados por el Departamento de Turismo de la Generalitat de Catalunya, la recaudación del impuesto sobre la tasa turística aplicada a cada individuo que se hospeda en los alojamientos turísticos catalanes en el municipio de la Espluga de Francolí en el año 2016 fue de 9.726,22 €. Hay que tener en cuenta que actualmente en este municipio hay 8 alojamientos turísticos (6 hoteles y 2 establecimientos de turismo rural) para un total de 231 plazas.

Tabla 145. Alojamientos turísticos en la Espluga de Francolí

Alojamiento turístico	Espluga de Francolí			Conca de Barberà		
	Número alojamientos	Número de plazas	Ocupación	Número alojamientos	Número de plazas	Ocupación
Hotel	6	214	50,0%	22	851	40,0%
Cámpings	0	0		2	1.284	27,0%
Turismo rural	2	17	10,0%	38	298	11,3%
TOTAL	8	231		62	2.433	

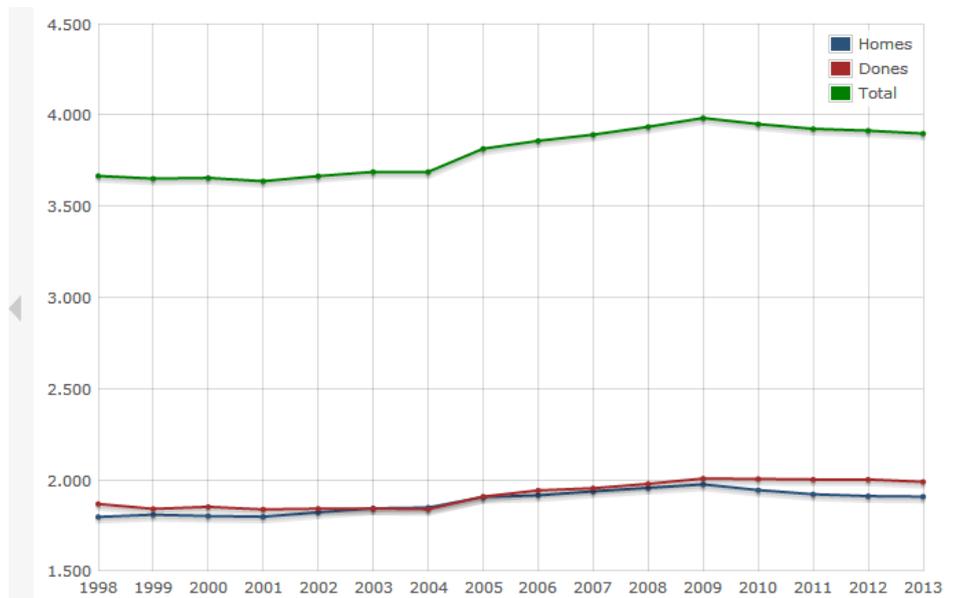
Fuente: Elaboración propia a partir Institut d'Estadística de Catalunya

Análisis socioeconómico del municipio de Espluga de Francolí.

DATOS DE POBLACIÓN

L'Espluga de Francolí, situado en la comarca de la Conca de Barberà, a fecha de 1 de enero de 2016 tiene una población de 3.913 habitantes, con una densidad de 68,7 habitantes por Km² y disponía en el 2012 de una Renta Familiar Disponible Bruta (RFDB) a precios de mercado de 125.742€, equivalente a una RFBD a precios de mercado por habitante de 17,4€. (IDESCAT).

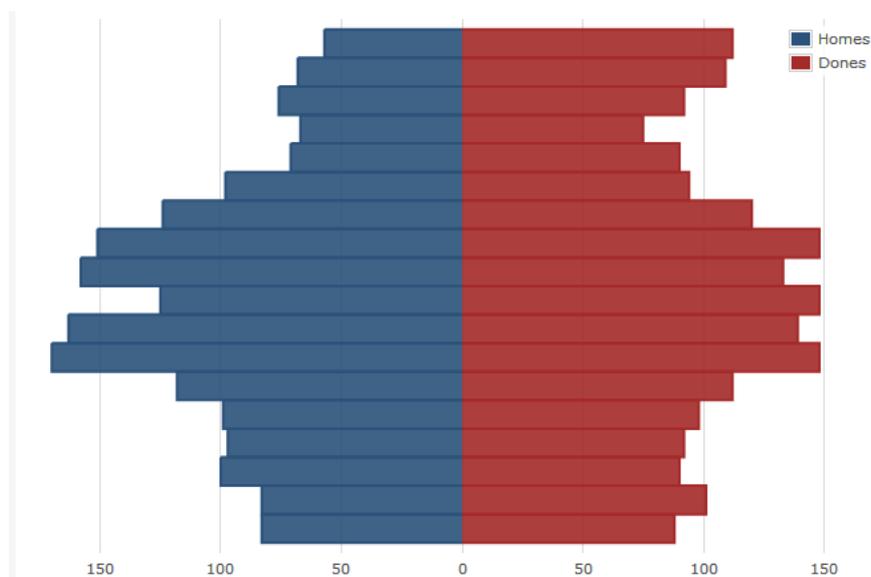
Gráfico 24. Número de habitantes por género



Fuente: IDESCAT, año 2016

Por tramos de edad, la población de menos de 15 años representa en l'Espluga de Francolí el 14,1%, la población de más de 64 años representa el 21,3% y la población potencialmente activa representa el restante 64,5% del total de la población. Estos porcentajes son similares a los del conjunto de la Conca de Barberà, 14,9%; 20,6% y 64,5% respectivamente

Gráfico 25. Número de habitantes por género y edad



Fuente: IDESCAT, año 2016

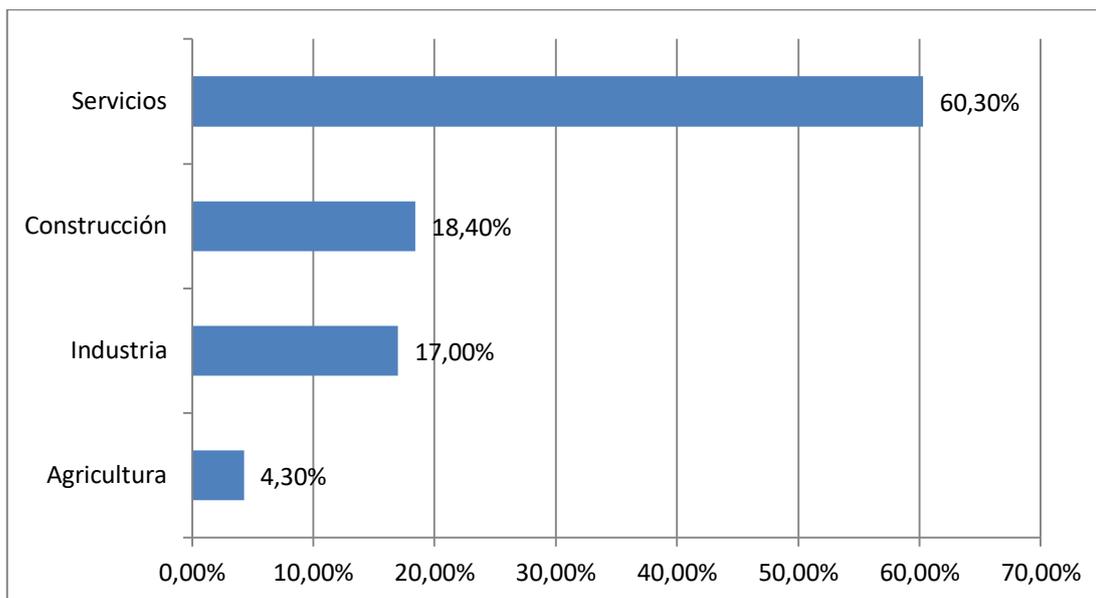
El 86,2% de la población de l'Espluga de Francolí tiene nacionalidad española (el 11,7% han nacido en España y el 74,5% son nacidos en Cataluña). El 13,8% de la población de l'Espluga de Francolí es de nacionalidad extranjera.

OFERTA COMERCIAL

La tasa de paro registrada en l'Espluga de Francolí es del 10,3% (datos de Febrero de 2016), más baja que la de la Conca de Barberà (12,9%, datos de Febrero de 2014) y a la del conjunto de Cataluña (22,2%, datos de febrero de 2016).

El sector de los servicios tiene un peso relevante en el PIB de l'Espluga de Francolí (60,3% del mismo). Adicionalmente, dentro del sector servicios, el subsector de Comercio tiene un VAB de 38,3 millones de euros, representando un 6,57% del PIB municipal.

Gráfico 26. Distribución de las actividades económicas en el municipio



Fuente: IDESCAT, año 2016

6.2.2. Impacto económico del albergue de Sant Joan de les Abadesses

En función de los resultados obtenidos con la fórmula del modelo econométrico del impacto económico de los albergues y aplicándolo al albergue de dicho municipio, en función del número de usuarios que han pernoctado durante el pasado año 2016, que son 3.326, se obtiene un impacto económico de **407.867,38 Euros**. Si extrapolamos los datos del año 2008 con los usuarios que han pernoctado obtenemos el siguiente impacto:

Tabla 146. Número de usuarios y cálculo impacto económico del albergue de Sant Joan de les Abadesses

	Año 2010	Año 2011	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Año 2016
Usuarios	5.032	4.973	4.269	3.136	2.920	3.124	3.326
Impacto	617.074,16	609.838,99	523.507,47	384.567,68	358.079,60	383.096,12	407.867,38

Fuente: Elaboración propia

Teniendo en cuenta que el presupuesto municipal de Sant Joan de les Abadesses es de 4.126.524,11 euros (año 2016), podemos afirmar que el impacto económico que genera dicho albergue en el municipio dónde se ubica asciende al 9,9% del total del presupuesto municipal del ayuntamiento del municipio.

A continuación desglosamos el presupuesto municipal clasificado por ingresos y gastos previstos para el año 2016:

Tabla 147. Ingresos consolidados por capítulos. Previsión inicial. Año 2016

Indicador	Euros	Euros/hab
Impuestos directos	1.852.477,02	542,77
Impuestos indirectos	40.000,00	11,72
Tasas, precios públicos y otros ingresos	988.953,29	289,76
Transferencias corrientes	790.627,64	231,65
Ingresos patrimoniales	22.466,16	6,58
Alienación de inversiones reales	0,00	0,00
Transferencias de capital	129.183,00	37,85
Activos financieros	0,00	0,00
Pasivos financieros	302.817,00	88,72
Total	4.126.524,11	1.209,05

Fuente: Subdirecció General Cooperació Local. Direcció General d'Administració Local

Tabla 148. Gastos consolidados por capítulos. Créditos iniciales. Año 2016

Indicador	Euros	Euros/hab
Gastos de personal	1.149.388,15	336,77
Gastos corrientes en bienes y servicios	1.735.497,06	508,50
Gastos financieros	72.396,83	21,21
Transferencias corrientes	375.202,37	109,93
Fondo de contingencia y otros imprevistos	0,00	0,00
Inversiones reales	432.000,00	126,57
Transferencias de capital	0,00	0,00
Activos financieros	0,00	0,00
Pasivos financieros	362.039,70	106,08
Total	4.126.524,11	1.209,06

Fuente: Subdirecció General Cooperació Local. Direcció General d'Administració Local

Observando y analizando los datos de ingresos y gastos previstos para el año 2016, podemos observar como el municipio de Sant Joan de les Abadesses tiene previsto liquidar sin pérdidas ni beneficios el presente ejercicio.

Los impuestos directos e indirectos representan el 45,9% de los ingresos previstos en el año 2016.

Según datos facilitados por el Departamento de Turismo de la Generalitat de Catalunya, la recaudación del impuesto sobre la tasa turística aplicada a cada individuo que se hospeda en los alojamientos turísticos catalanes en el municipio de Sant Joan de les Abadesses en el año 2016 fue de 3.520,35 €. Hay que tener en cuenta que actualmente en este municipio hay 21 alojamientos turísticos (2 hoteles, 1 camping y 18 establecimientos de turismo rural) para un total de 342 plazas.

Tabla 149. Alojamientos turísticos en el municipio y la comarca

Alojamiento turístico	Sant Joan de les Abadesses			Ripollès		
	Número alojamientos	Número de plazas	Ocupación	Número alojamientos	Número de plazas	Ocupación
Hotel	2	46	25,0%	63	2.250	26,2%
Cámpings	1	186	40,0%	13	4.299	43,5%
Turismo rural	18	110	20,0%	130	966	16,1%
TOTAL	21	342		206	7.515	

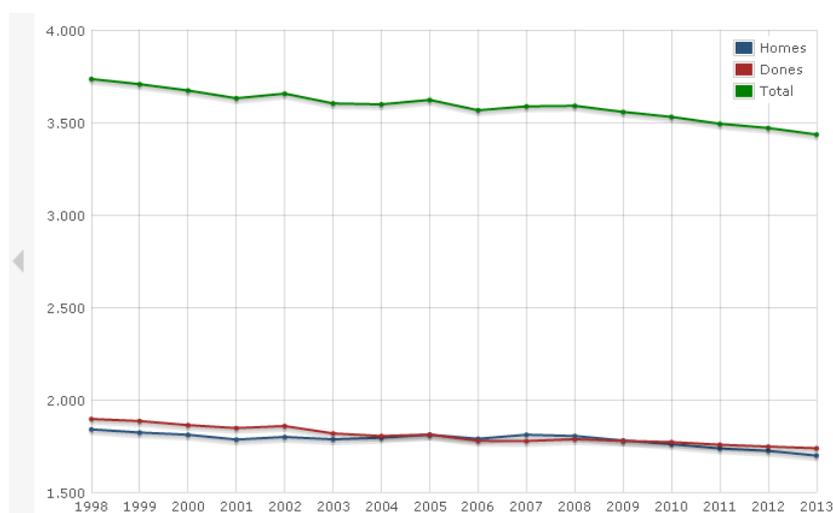
Fuente: Elaboración propia a partir Institut d'Estadística de Catalunya

Análisis socioeconómico del municipio de Sant Joan de les Abadesses.

DATOS DE POBLACIÓN

Sant Joan de les Abadesses, situado en la comarca del Ripollès, a fecha de 1 de enero de 2016 tiene una población de 3.469 habitantes, con una densidad de 64,6 habitantes por Km² y disponía en el 2012 de una Renta Familiar Disponible Bruta (RFDB) a precios de mercado de 192.517€, equivalente a una RFDB a precios de mercado por habitante de 17,7€. (datos: IDESCAT).

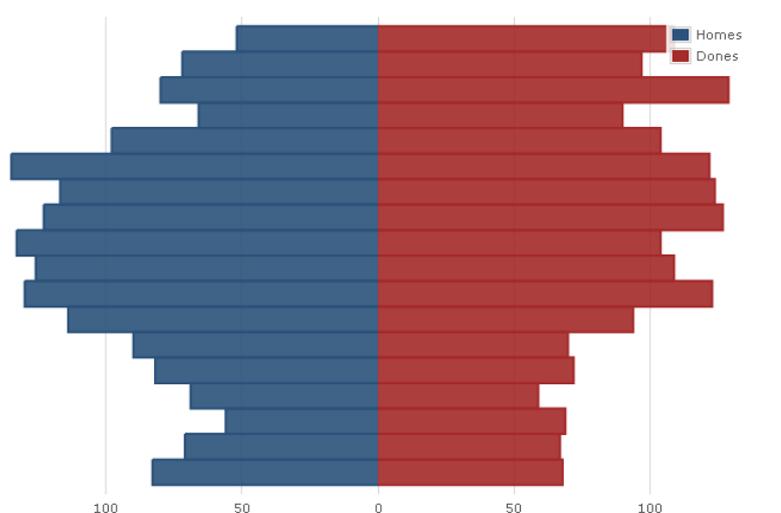
Gráfico 27. Número de habitantes por género



Fuente: IDESCAT, año 2016

Por tramos de edad, la población de menos de 15 años representa en Sant Joan de les Abadesses el 11,8%, la población de más de 64 años representa el 25,7% y la población potencialmente activa representa el restante 62,5% del total de la población. Estos porcentajes son similares a los del conjunto del Ripollès, 12,7%; 23,8% y 63,6% respectivamente.

Gráfico 28. Número de habitantes por género y edad



Fuente: IDESCAT, año 2016

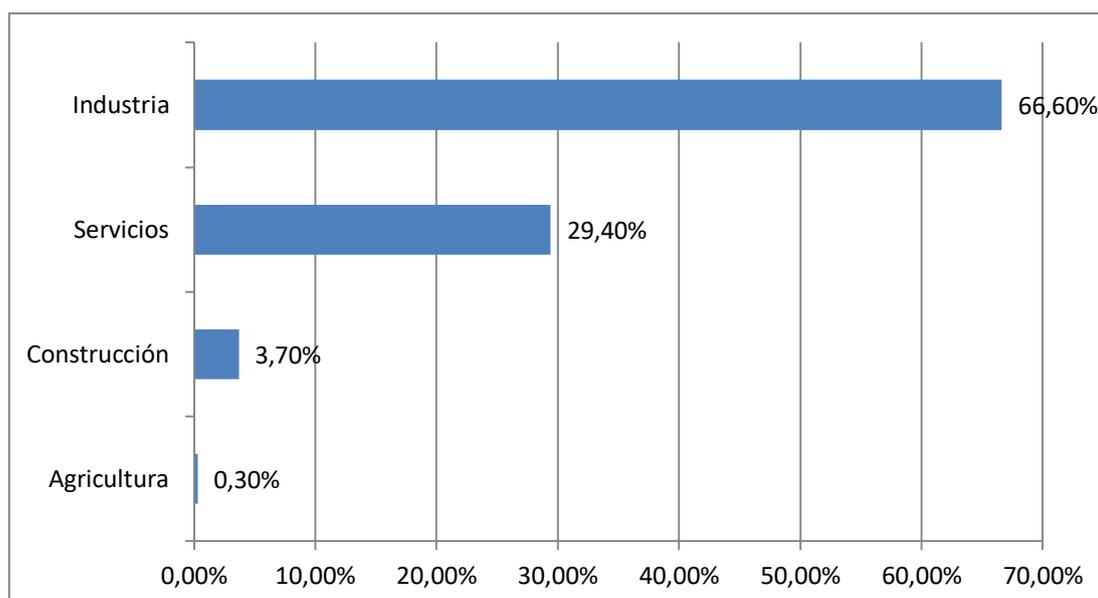
El 92,4% de la población de Sant Joan de les Abadesses tiene nacionalidad española (el 12,0% han nacido en España y el 80,4% son nacidos en Cataluña). Sólo el 7,6% de la población de Sant Joan de les Abadesses es de nacionalidad extranjera.

OFERTA COMERCIAL

La tasa de paro registrada en Sant Joan de les Abadesses es del 9,8% (datos de Febrero de 2016), más baja que la del Ripollès (10,2%, datos de Febrero de 2016) y a la del conjunto de Cataluña (22,2%, datos de febrero de 2016).

El sector de la industria tiene un peso relevante en el PIB de Sant Joan de les Abadesses (66,6% del mismo), y el sector servicios es del 29,4%. Adicionalmente, dentro del sector servicios, el subsector de Comercio tiene un VAB de 64,4 millones de euros, representando un 8,78% del PIB municipal.

Gráfico 29. Distribución de las actividades económicas en el municipio



Fuente: IDESCAT, año 2016

6.2.3. Impacto económico del albergue de l'Hospitalet de l'Infant

En función de los resultados obtenidos con la fórmula del modelo econométrico del impacto económico de los albergues y aplicándolo al albergue de dicho municipio, en función del número de usuarios que han pernoctado durante el pasado año 2016, que son 3.459, se obtiene un impacto económico de **424,177,17 Euros**. Si extrapolamos los datos des del año 2008 con los usuarios que han pernoctado obtenemos el siguiente impacto:

Tabla 150. Número de usuarios y cálculo impacto económico del albergue de l'Hospitalet de l'Infant

	Año 2010	Año 2011	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Año 2016
Usuarios	4.012	3.826	3.526	3.052	3.018	3.245	3.459
Impacto	491.991,56	469.182,38	432.393,38	374.266,76	370.097,34	397.934,35	424.177,17

Teniendo en cuenta que el presupuesto municipal de l'Hospitalet de l'Infant es de 19.477.637,00 euros (año 2016), podemos afirmar que el impacto económico que genera dicho albergue en el municipio dónde se ubica asciende al 2,2% del total del presupuesto municipal del ayuntamiento del municipio.

A continuación desglosamos el presupuesto municipal clasificado por ingresos y gastos previstos para el año 2016:

Tabla 151. Ingresos consolidados por capítulos. Previsión inicial. Año 2016

Indicador	Euros	Euros/hab
Impuestos directos	13.181.200,00	2.179,79
Impuestos indirectos	150.000,00	24,81
Tasas, precios públicos y otros ingresos	1.671.280,00	276,38
Transferencias corrientes	3.028.600,00	500,84
Ingresos patrimoniales	841.057,00	139,09
Alienación de inversiones reales	110.500,00	18,27
Transferencias de capital	495.000,00	81,86
Activos financieros	0,00	0,00
Pasivos financieros	0,00	0,00
Total	19.477.637,00	3.221,04

Fuente: Subdirecció General Cooperació Local. Direcció General d'Administració Local

Tabla 152. Gastos consolidados por capítulos. Créditos iniciales. Año 2016

Indicador	Euros	Euros/hab
Gastos de personal	6.220.825,12	1.028,75
Gastos corrientes en bienes y servicios	5.248.593,31	867,97
Gastos financieros	23.350,00	3,86
Transferencias corrientes	2.607.133,36	431,14
Fondo de contingencia y otros imprevistos	0,00	0,00
Inversiones reales	5.151.735,21	851,95
Transferencias de capital	148.000,00	24,47
Activos financieros	0,00	0,00
Pasivos financieros	78.000,00	12,90
Total	19.477.637,00	3.221,04

Fuente: Subdirecció General Cooperació Local. Direcció General d'Administració Local

Observando y analizando los datos de ingresos y gastos previstos para el año 2016, podemos observar como el municipio de Hospitalet de l'Infant tiene previsto liquidar sin pérdidas ni beneficios el presente ejercicio.

Los impuestos directos e indirectos representan el 68,4% de los ingresos previstos en el año 2016.

Según datos facilitados por el Departamento de Turismo de la Generalitat de Catalunya, la recaudación del impuesto sobre la tasa turística aplicada a cada individuo que se hospeda en los alojamientos turísticos catalanes en el municipio de Hospitalet de l'Infant en el año 2016 fue de 49.116,70 €. Hay que tener en cuenta que actualmente en este municipio hay 13 alojamientos turísticos (6 hoteles, 3 campings y 4 establecimientos de turismo rural) para un total de 2.698 plazas.

Tabla 153. Alojamientos turísticos en el municipio y la comarca

Alojamiento turístico	Vandellòs i l'Hospitalet de l'Infant			Baix Camp		
	Número alojamientos	Número de plazas	Ocupación	Número alojamientos	Número de plazas	Ocupación
Hotel	6	514	50,0%	71	10.843	55,5%
Cámpings	3	2.151	40,0%	18	24.183	38,0%
Turismo rural	4	33	15,0%	39	326	14,2%
TOTAL	13	2.698		128	35.352	

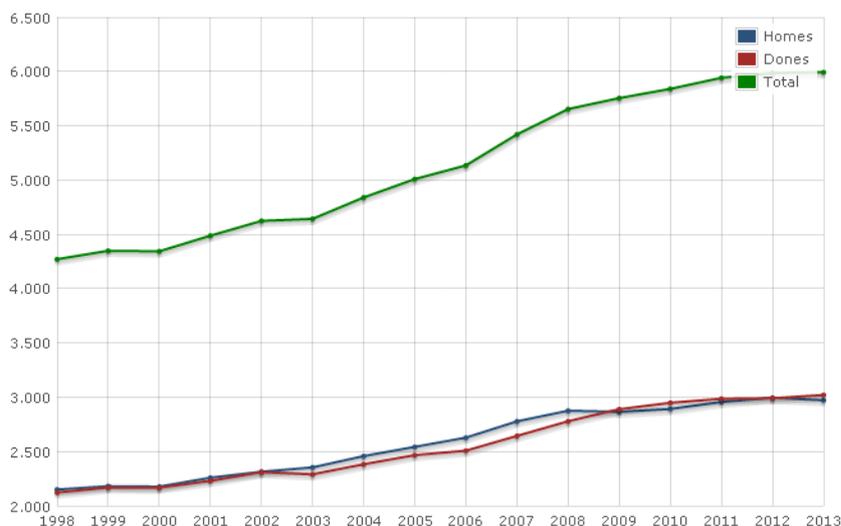
Fuente: Elaboración propia a partir Institut d'Estadística de Catalunya

Análisis socioeconómico del municipio de Vandellòs i l'Hospitalet de l'Infant.

DATOS DE POBLACIÓN

Vandellòs i l'Hospitalet de l'Infant, situado en la comarca del Baix Camp, a fecha de 1 de enero de 2016 tiene una población de 5.985 habitantes, con una densidad de 58,3 habitantes por Km² y disponía en el 2012 de una Renta Familiar Disponible Bruta (RFDB) a precios de mercado de 89.929€, equivalente a una RFBD a precios de mercado por habitante de 15,5€. (datos: IDESCAT).

Gráfico 30. Número de habitantes por género

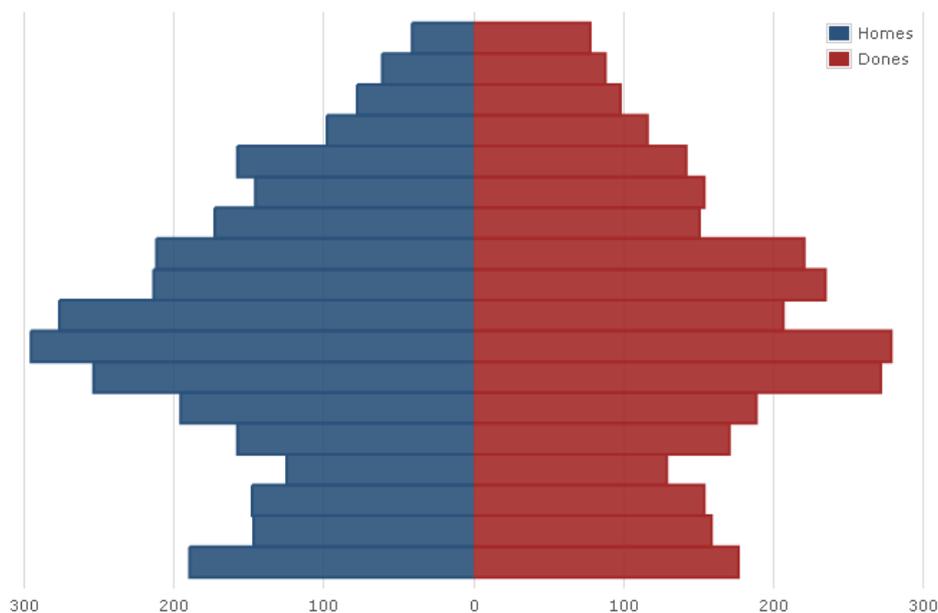


Fuente: IDESCAT, año 2016

Por tramos de edad, la población de menos de 15 años representa en Vandellòs i l'Hospitalet de l'Infant el 15,8%, la población de más de 64 años representa el 15,5% y la población potencialmente activa representa el restante 68,7% del total de la población.

Estos porcentajes son similares a los del conjunto del Baix Camp, 17,3%; 15,3% y 67,4% respectivamente

Gráfico 31. Número de habitantes por género y edad



Fuente: IDESCAT, año 2016

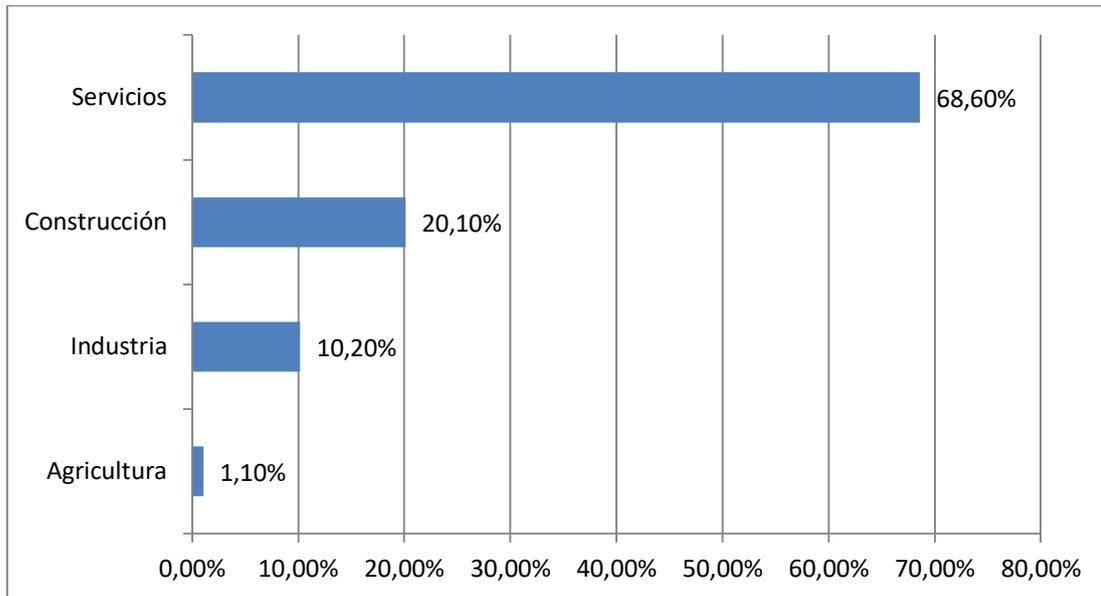
El 83,9% de la población de Vandellòs i l'Hospitalet de l'Infant tiene nacionalidad española (el 23,5% han nacido en España y el 60,4% son nacidos en Cataluña). El 17,6% de la población de Vandellòs i l'Hospitalet de l'Infant es de nacionalidad extranjera.

OFERTA COMERCIAL

La tasa de paro registrada en Vandellòs i l'Hospitalet de l'Infant es del 10,5% (datos de Febrero de 2016), más baja que la del Baix Camp (13,1%, datos de Febrero de 2016) y a la del conjunto de Cataluña (22,2%, datos de febrero de 2016).

El sector de los servicios tiene un peso relevante en el PIB de Vandellòs i l'Hospitalet de l'Infant (68,6% del mismo). Adicionalmente, dentro del sector servicios, el subsector de Comercio tiene un VAB de 80,76 millones de euros, representando un 11,0% del PIB municipal.

Gráfico 32. Distribución de las actividades económicas en el municipio



Fuente: IDESCAT, año 2016

6.2.4. Impacto económico agregado

A continuación vamos a agregar el impacto económico generado por los albergues de los tres municipios objeto de estudio elaborando la tabla de impacto económico total generado por los tres albergues objeto de estudio:

Tabla 154. Cálculo impacto económico agregada de los albergues analizados

	Impacto económico
Espluga de Francolí	557.475,98
Sant Joan de les Abadesses	407.867,38
Hospitalet de l'Infant	424.177,17
TOTAL	965.343,36

Por último nos gustaría destacar los siguientes argumentos a nivel económico que se desprenden de las entrevistas en profundidad realizadas con los directores de los albergues y los distintos responsables de los Ayuntamientos de los albergues objeto de estudio dónde cabe destacar los siguientes aspectos:

- i. No sólo la población donde está ubicado el albergue sale beneficiado, también los municipios próximos salen beneficiados (bares, restaurantes, comercio de proximidad,...).

- ii. El gasto más importante se realiza en bares y restaurantes. También, si el albergue se sitúa próximo a actividades, museos, cuevas,..., estas obtienen un beneficio recíproco.
- iii. Algunos hoteleros pueden sentirse amenazados en términos de competencia, existe un cierto nivel de desconocimiento entre que es un albergue y que es un hotel, tanto por los propios profesionales del sector como por parte de los usuarios de uno y otro tipo de establecimiento. De jóvenes se pueden alojar en el albergue y de mayores en un hotel recordando su juventud.
- iv. Los albergues, conjuntamente con el resto de establecimientos de alojamiento del municipio, han generado un sector económico con la proliferación de empresas de turismo que diseñan rutas por las montañas, realizan actividades complementarias (recorridos en ponis,...), empresas de alquiler de bicicletas, actividades de aventuras,...
- v. Por otra parte, también existe un conjunto reducido de actividades (restaurantes, supermercados,...) que si no fuera por el gasto generado por el propio albergue, seguramente estarían cerrados.
- vi. El aprovisionamiento de las materias primas para el albergue se adquieren en los establecimientos del municipio y de la comarca.

6.3. Proyección de un nuevo albergue en Arenys de Mar

Vamos a proyectar la simulación de los datos en el municipio de Arenys de Mar ya que creemos que podría ser el idóneo para un nuevo albergue en un futuro por los siguientes motivos: es un municipio de dimensiones similares a los estudiados, no hay oferta hotelera y que anteriormente ya había un albergue.

A continuación vamos a aplicar el modelo econométrico que hemos encontrado para la realización de una simulación en la implantación de un futuro albergue en el municipio d'Arenys de Mar, bajo tres supuestos estimativos, de 2.000 usuarios por año, 3.000 usuarios/año y 5.000 usuarios/año. Así pues tememos que hechos los primeros cálculos obtenemos un gasto total de impacto económico medio por persona de 122,63 Euros/persona. Si expandimos este resultado a los tres supuestos antes mencionados, el impacto económico en el municipio y la comarca sería el siguiente:

Supuesto de 2.000 usuarios por año: $Y = 245.267,38$ Euros

Supuesto de 3.000 usuarios por año: $Y = 367.901,07$ Euros

Supuesto de 5.000 usuarios por año: $Y = 613.168,45$ Euros

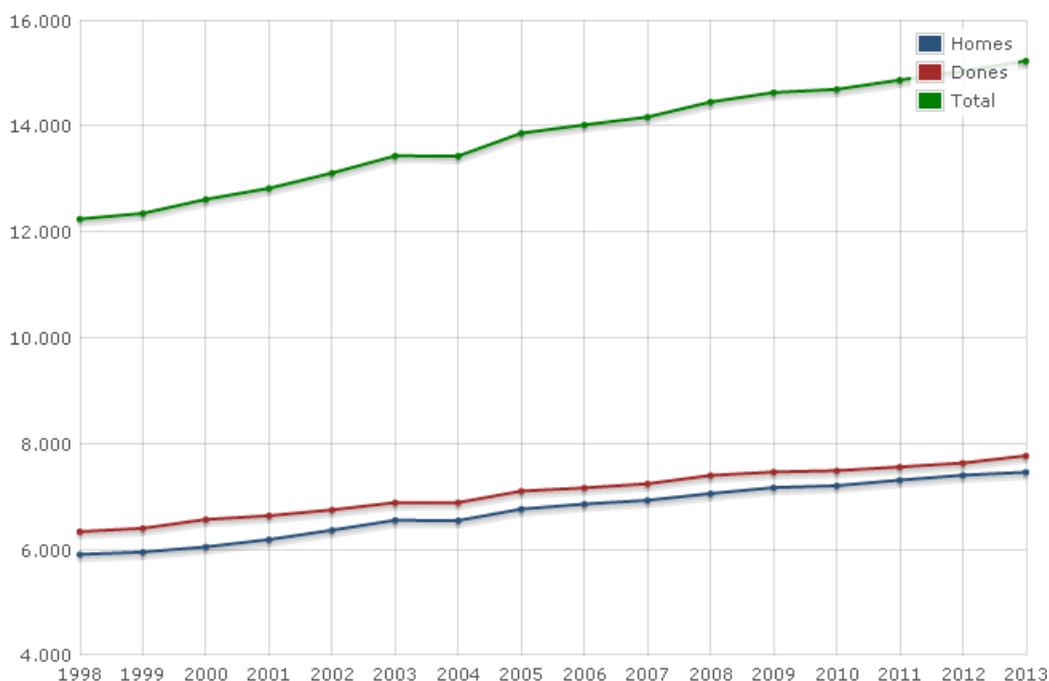
Teniendo en cuenta que el presupuesto municipal de Arenys de Mar es de 17.072.083,34 euros, podemos afirmar que el impacto económico que genera dicho albergue en el municipio dónde se ubica asciende al 3,6% del total del presupuesto municipal del ayuntamiento del municipio si suponemos el supuesto de 5.000 usuarios al año.

Análisis socioeconómico del municipio d'Arenys de Mar

DATOS DE POBLACIÓN

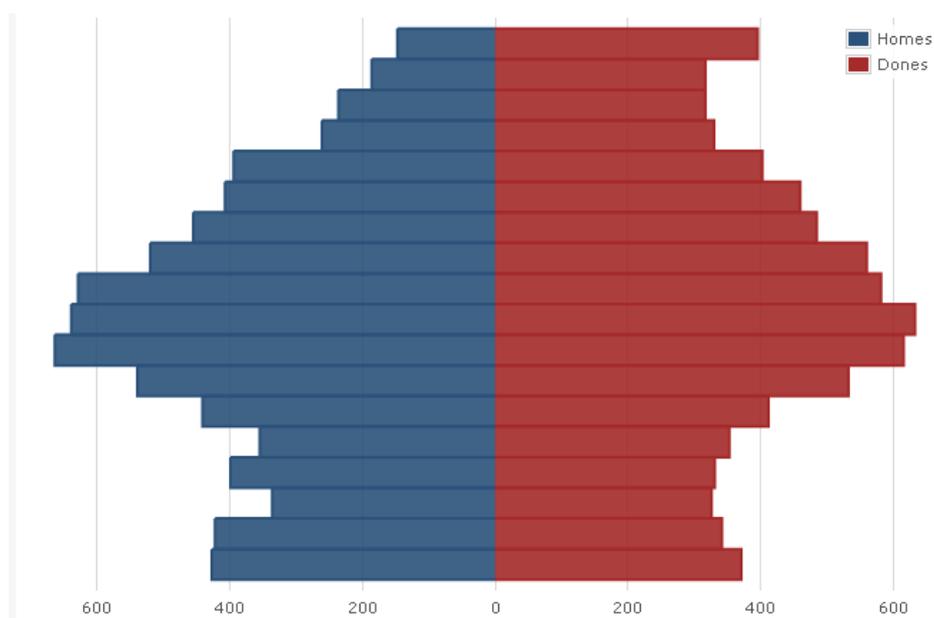
Arenys de Mar, situado en la comarca del Maresme, a fecha de 1 de enero de 2016 tiene una población de 15.224 habitantes, con una densidad de 2.255,4 habitantes por Km² y disponía en el 2012 de una Renta Familiar Disponible Bruta (RFDB) a precios de mercado de 244.255€, equivalente a una RFDB a precios de mercado por habitante de 16,7€. (datos: IDESCAT).

Gráfico 33. Número de habitantes por género



Por tramos de edad, la población de menos de 15 años representa en Arenys de Mar el 14,6%, la población de más de 64 años representa el 19,6% y la población potencialmente activa representa el restante 65,8% del total de la población. Estos porcentajes son similares a los del conjunto del Maresme, 16,6%; 16,2% y 67,2% respectivamente

Gráfico 34. Número de habitantes por género y edad



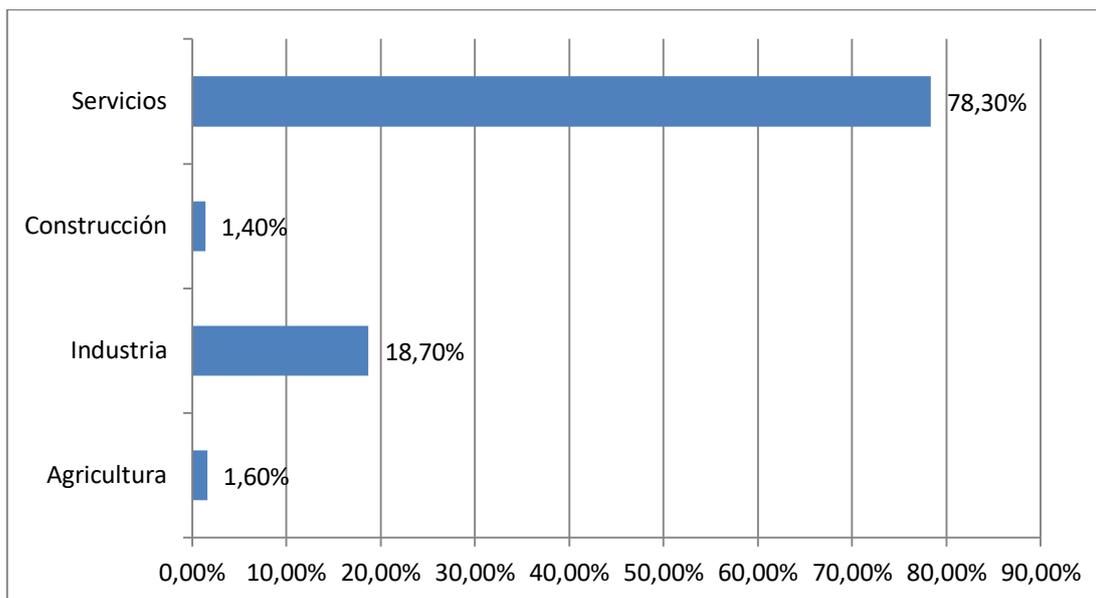
El 88,2% de la población d'Arenys de Mar tiene nacionalidad española (el 19,1% han nacido en España y el 69,1% son nacidos en Cataluña). El 11,8% de la población d'Arenys de Mar es de nacionalidad extranjera.

OFERTA COMERCIAL

La tasa de paro registrada en Arenys de Mar es del 12,2% (datos de Febrero de 2016), inferior que la del Maresme (13,6%, datos de Febrero de 2016) y a la del conjunto de Cataluña (22,2%, datos de febrero de 2016).

El sector de los servicios tiene un peso relevante en el PIB d'Arenys de Mar (78,3% del mismo). Adicionalmente, dentro del sector servicios, el subsector de Comercio tiene un VAB de 188,8 millones de euros, representando un 66% del PIB municipal.

Gráfico 35. Distribución de las actividades económicas en el municipio



Actualmente en Arenys de Mar existen 8 alojamientos turísticos con un total de 1.362 plazas. En la siguiente tabla mostramos la distribución de los alojamientos turísticos, sin contar el albergue en el municipio y comparándolo con la comarca del Maresme.

Tabla 155. Alojamientos turísticos en el municipio y la comarca

Alojamiento turístico	Arenys de Mar			Maresme		
	Número alojamientos	Número de plazas	Ocupación	Número alojamientos	Número de plazas	Ocupación
Hotel	5	60	50,0%	158	32.901	65,3%
Cámpings	3	1.302	50,0%	30	18.921	40,8%
Turismo rural	0	0		2.238	17.674	23,2%
TOTAL	8	1.362		2.426	69.496	

Fuente: Elaboración propia a partir Institut d'Estadística de Catalunya

7. CONCLUSIONES

En la presente tesis doctoral hemos querido poner en valor la importancia de los albergues como instalación turística y su papel como dinamizador de las actividades económicas del área geográfica dónde se ubican.

Hemos demostrado que el tamaño de la población dónde se ubica un albergue influye en el impacto económico que provoca dicho establecimiento.

Por último, hemos demostrado que el albergue constituye un dinamizador turístico de los municipios en los que se ubican teniendo a tenor del impacto económico que genera.

Primeramente hemos demostrado que los albergues deben de ser considerados como un alojamiento turístico, ya que como se ha descrito los albergues, son instalaciones que permanentemente o temporalmente se destinan a dar alojamiento, como lugar de paso, de estancia o de realización de alguna actividad a jóvenes, en forma individual o colectiva y también en determinadas condiciones a familias, adultos y grupos de niños.

Hemos realizado una comparativa de los requisitos mínimos que deben ofrecer los hoteles clasificados con una estrella o básico según el decreto 159/2012, de 20 de noviembre, de establecimientos de alojamiento turístico y de viviendas de uso turístico a efectos de este decreto con los requisitos mínimos que deben ofrecer los albergues según la Ley 38/1991, de 30 de diciembre, de instalaciones destinadas a actividades con niños y jóvenes. Gracias a esta comparativa que hemos realizado en este estudio, podemos afirmar que un albergue es un alojamiento turístico, ya que cumple al 100% los mismos requisitos que un hotel de una estrella o básico, demostrando la validez de la primera hipótesis de trabajo que no es otra, que un albergue debe ser clasificado y considerado como un alojamiento turístico y no como una mera instalación juvenil como es clasificado en este momento, tanto en la administración central del estado español como la autonómica de la Generalitat de Catalunya.

Con el fin de demostrar la segunda hipótesis de trabajo, es decir, que un albergue tiene un impacto económico en el municipio donde se ubica, hemos seleccionado tres albergues situados, uno en la zona interior, otro en la montaña y el tercero en la costa, estos municipios tienen características sociodemográficas muy parecidas, en torno a los 5.000 habitantes. Los albergues seleccionados siguiendo estas pautas han sido el albergue de l'Espuga de Francolí, el de Sant Joan de les Abadesses y el de l'Hospitalet de l'Infant.

A nivel económico, podemos afirmar gracias a la encuesta autoadministrada que cada huésped alojado en un albergue realiza un gasto medio por persona 122,63€. Dato que nos viene validado por el modelo econométrico.

Extrapolando dicho resultado en los tres albergues objeto de estudio anteriormente citados, podemos extraer las siguientes conclusiones para cada uno de ellos.

En el albergue de la Espluga de Francolí, en función del número de usuarios que han pernoctado durante el pasado año 2016, que son 4.546, se obtiene un impacto económico de 557.475,98 Euros, esta cifra representa el 11,2% del total del presupuesto municipal de dicha población.

En el albergue de Sant Joan de les Abadesses que en el año 2016 pernoctaron 3.326 usuarios en dicho establecimiento, el impacto económico asciende a 407.867,38 Euros, representando el 9,9% del total del presupuesto municipal.

Y por último, el albergue de l'Hospitalet de l'Infant, en el cuál pernoctaron en el año 2016 3.459 usuarios, el impacto económico generado es de 424.177,17 Euros, cifra que representa el 2,2% del presupuesto municipal de l'Hospitalet de l'Infant. En este municipio la representatividad del impacto económico sobre el presupuesto municipal es inferior a los otros dos municipios objeto de estudio, debido a que su presupuesto municipal es mucho mayor debido a la existencia de las centrales nucleares.

Además, hemos proyectado estos resultados en el municipio de Arenys de Mar que ya había tenido un albergue en las décadas de los años 60-70-80, generando un impacto económico positivo en la población. Actualmente existe una gran sensibilidad en la población para recuperar el albergue, creyendo que el albergue podría ser un dinamizador económico, turístico y cultural de la población y considerando que la población tiene poca oferta hotelera. Hemos realizado tres supuestos de 2.000, 3.000 y 5.000 posibles usuarios anuales en este establecimiento, Suponiendo que la estancia anual sea de 5.000 usuarios el impacto económico que podría generar sería de 613.168,45 Euros, representando el 3,6% del presupuesto municipal de su ayuntamiento.

Los principales argumentos a nivel económico que se desprenden de las entrevistas en profundidad realizadas con los directores de los albergues y los distintos responsables de los Ayuntamientos son los siguientes:

- i. No sólo la población donde está ubicado el albergue sale beneficiado, también los municipios próximos salen beneficiados (bares, restaurantes, comercio de proximidad,...).
- ii. El gasto más importante se realiza en bares y restaurantes. También, si el albergue se sitúa próximo a actividades, museos, cuevas,..., estas obtienen un beneficio recíproco.
- iii. Algunos hoteleros por desconocimiento pueden sentirse amenazados por la existencia de un albergue. La experiencia demuestra que jóvenes mochileros que se han alojado en los albergues de mayores regresan a estos municipios alojándose, en el caso de que los hubiera, en hoteles u otros establecimientos turísticos superiores a los albergues recordando su juventud.
- iv. Los albergues han provocado que proliferen en la zona empresas enfocadas a los usuarios de los albergues para que puedan realizar todo tipo de actividades de ocio complementarias, como podrían ser excursiones, rutas, empresas de alquiler de bicicletas, actividades de aventuras, entre otras.
- v. Por otra parte, también existe un conjunto reducido de negocios (restaurantes, supermercados,...) que si no fuera por el gasto que generan los usuarios del albergue, seguramente estarían cerrados.
- vi. Y por último, todo el aprovisionamiento de las materias primas que el albergue adquiere en los establecimientos del municipio y de la comarca, así como su mantenimiento.
- vii. El albergue ha ayudado a crear ocupación en la población y en su comarca.

Todos estos datos descritos nos han permitido demostrar la segunda hipótesis de trabajo, es decir, el albergue tiene un impacto económico más que satisfactorio en aquellos municipios de alrededor 5.000 habitantes.

Como se ha descrito anteriormente, en Catalunya, en la última década los albergues han realizado una actividad claramente turística adaptando sus instalaciones a nuevas tipologías de usuarios, especialmente familias y ofreciendo paquetes turísticos tanto a potenciales clientes nacionales o internacionales. Incluso cambiando el sistema de venta tradicional en estas instalaciones, que era la cama, por una venta más turística principalmente por habitaciones, se utilizan además para fomentar su ocupación criterios comerciales y empresariales, análogos, a los utilizados por cualquiera de los establecimientos turísticos oficiales.

Nos gustaría añadir que según los datos recogidos en la encuesta autoadministrada realizada por los usuarios del albergue una vez finalizada su estancia, nos reafirman el papel de motor turístico que ejerce el albergue no solo en el municipio sino en sus alrededores.

Estos datos nos confirman que sin la existencia del albergue, muchas de estas actividades turísticas no se hubieran realizado.

Por último nos gustaría destacar los siguientes argumentos a nivel turístico que se desprenden de las entrevistas en profundidad realizadas con los directores de los albergues y los distintos responsables de los ayuntamientos de los albergues objeto de estudio dónde cabe destacar los siguientes aspectos:

- i. El albergue posiciona el municipio en el mapa nacional e incluso internacional.
- ii. En algunas comarcas dónde no había impacto turístico y que han sufrido una cierta crisis importante del sector primario o secundario, la creación de un albergue ha ayudado a enriquecer económicamente el territorio y a mejorar sustancialmente el impacto turístico en el municipio y su comarca.
- iii. Los albergues han ayudado a desestacionalizar la temporada turística.
- iv. Anteriormente, lo que podríamos considerar un municipio industrial, hoy podemos ver una realidad distinta convirtiéndose en un municipio con vocación turística.
- v. Los albergues tienen una tipología de usuarios que se sienten atraídos por un turismo de interior y de carácter cultural.
- vi. El albergue es un punto importante de atracción para potenciar el turismo familiar.

La tercera hipótesis de que el albergue es un dinamizador turístico ya sea del municipio dónde se ubica o de su comarca queda demostrada con todos los datos y afirmaciones recogidos en el presente documento.

En definitiva podemos concluir que un albergue tiene un impacto económico, turístico y social en aquellos municipios dónde se ubica.

Además, esta tesis tiene que permitir que un futuro se establezcan futuras líneas de investigación que en el presente documento no hemos estudiado:

- i. Si un albergue es un establecimiento turístico, tal y como hemos demostrado, las futuras políticas de promoción turística que se fomentan deben de incluir los albergues como un alojamiento turístico más..

- ii. Calcular el impacto económico en municipios de poblaciones tamaño mediano o grande.
- iii. Estudiar la dimensión social de los albergues que en este tesis no hemos entrado en profundidad porque no es objeto de la misma pero que podría ser muy interesante.

Bibliografia

- AGÈNCIA CATALANA DE LA JOVENTUT, (2006) Gestionar, explotar y mantener la Red Nacional de Albergues Sociales de Catalunya,
- Aprentatges en l'àmbit associatiu de l'educació en el lleure. Barcelona: Observatori Català de la Joventut, 2007. 47 p. (E-Quaderns, 6)
- BUXARRAIS, M. R.; Vallory, E. (2003). Apunts per a un debat sobre educació en valors, Barcelona, document de treball de la Comissió per al debat sobre valors.
- DIRECCIÓ GENERAL DE JOVENTUT DE LA GENERALITAT DE CATALUNYA (2012), La radiografia actual de los albergues en Catalunya,
- El Lleure educatiu a l'inici del segle XXI. Barcelona: Fundació Pere Tarrés: Claret , DL (2009).
- FREIRE, H. (2011) Educar en verd: idees per apropar els nens i les nenes a la natura. Barcelona: Graó, 148 p. (Família i educació; 20) ISBN: 978-84-9980-094-3
- GILLET, Jean-Claude. (2006) La animación en la comunidad: un modelo de animación socioeducativa. Barcelona: Graó, 235 p. (Acción comunitaria; 2) ISBN: 978-84-7827-448-2
- GLEZ.-AGÀPITO, J., MARQUÈS, S., MAYORDOMO, A., SUREDA, B. (2002) Tradició i renovació pedagògica. 1898-1939. Barcelona, Publicacions de l'Abadia de Montserrat.
- INTERNATIONAL YOUTH HOSTEL FEDERATION (IYHF), Estatutos de la Federación Internacional de Albergues Juveniles
- JUNQUERAS, O; MOLINÉ, H; CALLÉN, E.(2008) Albergs amb història, .
- L'animació sociocultural: una estratègia pel desenvolupament i l'empoderament de comunitats. Barcelona: UOC, 2011. 336 p. (Manuals; 183) ISBN: 978-84-9788-420-4
- PÉREZ SERRANO, Gloria. (2009) Técnicas de dinamización social. Madrid: Universidad Nacional de Educación a Distancia. 317 p. (Educación permanente; 038). ISBN: 978-84-362-5004-6
- PÉREZ-PORTABELLA, M. i ARAGÓ, C.,(1997) Conèixer l'infant i l'adolescent. Aportacions a l'educació en el lleure. Generalitat de Catalunya. Departament de la Presidència. Direcció General de Joventut.
- RED ESPAÑOLA DE ALBERGUES JUVENILES (REAJ), Estatutos que rigen el Consorcio de la "Red Española de Albergues Juveniles"
- SCHIMMANN, R, "Volksschülerherbergen", (1910)
- TRILLA, J. (1996). La educación fuera de la escuela, ámbitos no formales y educación social, Barcelona, Ed. Ariel.
- XARXA NACIONAL D'ALBERGS SOCIALS DE CATALUNYA (XANASCAT) (2011), Guia de la xarxa catalana d'instal·lacions juvenils,

XARXA NACIONAL D'ALBERGS SOCIALS DE CATALUNYA (XANASCAT) (2011), Pla de marketing,

Pàgines web consultadas

Agència Catalana de Joventut, www.acjoventut.cat (Diciembre 2016)

Agencia Catalana de Turisme. www.acturisme.cat (Diciembre 2016)

Asociación alemana de albergues juveniles Jugendherberge – DJH, www.jugendherberge.de (Diciembre 2016)

Asociación austriaca de albergues juveniles: Österreichische Jugendherbergsverband – ÖJHV, www.oejhv.at (Diciembre 2016)

Asociación belga de albergues juveniles (Flandes): Jeugdherbergen – VJH, www.vjh.be (Diciembre 2016)

Asociación belga de albergues juveniles (Valonia): Les Auberges de Jeunesse – LAJ, www.laj.be (Diciembre 2016)

Asociación danesa de albergues juveniles: Danmarks Vandrerhjem – DANHOSTEL, www.danhostel.dk (Diciembre 2016)

Asociación de los países bajos de albergues juveniles: Stayokay, www.stayokay.com (Diciembre 2016)

Asociación escocesa de albergues juveniles: Scottish Youth Hostels Association – SYHA, www.syha.org.uk (Diciembre 2016)

Asociación eslovena de albergues juveniles: Planinska Zveza Slovenije – PZS, www.pzs.si (Diciembre 2016)

Asociación española de albergues juveniles: Red Española de Albergues Juveniles – REAJ, www.reaj.es (Diciembre 2016)

Asociación francesa de albergues juveniles: Federation Unie des Auberges de Jeunesse – FUAJ, www.fuaj.org (Diciembre 2016)

Asociación húngara de albergues juveniles: HYHA, www.hyha.org (Diciembre 2016)

Asociación inglesa y gaélica de albergues juveniles: Youth Hostel Association – YHA, www.yha.org.uk (Diciembre 2016)

Asociación irlandesa de albergues juveniles: Irish Youth Hostel Association, www.anoige.ie (Diciembre 2016)

Asociación italiana de albergues juveniles: Associazione Italiana Alberghi per la Gioventù – AIG, www.aighostels.com (Diciembre 2016)

Asociación luxemburguesa de albergues juveniles: Centre de l’Amitié Jeunes & Loisirs – CAJL, www.c.a.j.l.free.fr (Diciembre 2016)

Asociación portuguesa de albergues juveniles: MOVIOJovem, www.movijovem.pt

European Union Federation of Youth Hostel Association, www.eufed.org/ (Diciembre 2016)

Hostelling International, www.hihostels.com (Diciembre 2016)

Red Española de Albergues Juveniles (REAJ), www.reaj.com/ (Diciembre 2016)

Xarxa Nacional d’Albergs Socials de Catalunya (XANASCAT), www.xanascat.cat/ (Diciembre 2016)

ANEJO 1. MODELO DE ENCUESTA A USUARIOS DE LOS ALBERGUES

FITXA USUARIS ALBERG L'ESPLUGA DE FRANCOLÍ

Bon dia/bona tarda. Estem fent un estudi econòmic de l'alberg de l'Espluga de Francolí. Seria tant amable de respondre aquest breu qüestionari indicant la despesa realitzada durant la seva estada a les nostres instal·lacions. Moltes gràcies!!!

Les dades d'aquest qüestionari no seran tractades de forma individualitzada i formaran part del conjunt de dades obtingudes del total dels qüestionaris rebuts, d'acord amb l'article 79 de la Llei 62/2003, de 30 de novembre, de mesures fiscals, administratives i de l'ordre social (BOE núm. 313, de 31 de desembre, i suplement en català núm. 3, de 31 de gener de 2004), les referències a l'Agència de Protecció de Dades contingudes a la Llei orgànica 15/1999, de 13 de desembre de protecció de dades de caràcter personal, a la disposició transitòria tercera i qualsevol altra referència continguda a l'ordenament jurídic s'entén referida a l'Agència Espanyola de Protecció de Dades.

En quin municipi resideix vostè: _____ C.P: _____

Gènere: 1. Home 2. Dona Edat: _____

Ens podria dir amb quantes persones ha vingut a l'alberg: _____ persones

Ens podria dir amb quantes nits s'ha allotjat a l'alberg: _____ nits

Ha estat mai en aquest alberg? 1. No 2. Sí → Quants cops? _____ vegades

Ha estat mai a la comarca? 1. No 2. Sí → Quantes vegades? _____ vegades

Quins són els motius per triar aquest alberg? _____

Que els hi ha agradat de la seva estada a l'alberg? _____

I que els hi ha agradat de la seva estada en aquesta zona? _____

Com valora vostè l'alberg de l'Espluga de Francolí?

1. Molt positivament

2. Positivament

3. Ni positivament ni negativament

4. Negativament

5. Molt negativament

Per quin motiu ho valora així?

Tornaria a aquest alberg? 1. No 2. Sí

Tornaria a la comarca? 1. No 2. Sí

Ens podria dir quina ha estat la seva despesa a l'ALBERG durant la seva estada en els següents aspectes. Indiqueu-nos la despesa TOTAL per a cadascun dels següents apartats i a on sigui necessari el lloc on heu realitzat la despesa:

Concepte de despesa	Despesa total en € realitzada A l'Alberg
Allotjament (cost de l'allotjament a l'alberg)	
Alimentació	
Màquines de vending	
Souvenirs	
Excursions organitzades a través de l'alberg. Especifiqueu a sota quines heu realitzat i a on les heu realitzat.	
1.	
2.	
3.	
4.	
5.	
Visites organitzades a través de l'alberg. Especifiqueu a sota quines heu realitzat i a on les heu realitzat.	
1.	
2.	
3.	
4.	
5.	
Activitats de lleure organitzades a través de l'alberg. Especifiqueu a sota quines heu realitzat i a on les heu realitzat.	
1.	
2.	
3.	
4.	
5.	
Altres. Especifiqueu-les.	
1.	
2.	
3.	
4.	

Ara ens podria dir quina ha estat la seva despesa realitzada **FORA de l'ALBERG** durant la seva estada en els següents aspectes. Indiqueu-nos la despesa **TOTAL** per a cadascun dels següents apartats i el lloc on heu realitzat la despesa:

	Despesa total en € realitzada fora de l'Alberg	Municipi on ha realitzat la despesa
Alimentació (Restaurants, bars, ...)		1.Espluga 2. A la comarca
Compres realitzades en alimentació (xarcuteries, carnisseries, articles de denominació d'origen,...)		1.Espluga 2. A la comarca
Compres realitzades en souvenirs/articles artesans		1.Espluga 2. A la comarca
Entrades a museus, visites culturals		1.Espluga 2. A la comarca
Oci nocturn		1.Espluga 2. A la comarca
Activitats lúdiques durant el dia		1.Espluga 2. A la comarca
Desplaçaments en Transport públic per arribar a l'alberg		1.Espluga 2. A la comarca
Desplaçaments en Transport públic per moure's per la zona		1.Espluga 2. A la comarca
Desplaçaments en transport privat per arribar a l'alberg (Per ex. Benzina, peatges, , ...)		1.Espluga 2. A la comarca
Desplaçaments en transport privat per moure's per la zona (Per ex. Benzina, peatges, , ...)		1.Espluga 2. A la comarca
Altres. Especifiqueu-les.		1.Espluga 2. A la comarca
1.		1.Espluga 2. A la comarca
2.		1.Espluga 2. A la comarca
3.		1.Espluga 2. A la comarca
4.		1.Espluga 2. A la comarca
5.		1.Espluga 2. A la comarca

MOLTES GRÀCIES!!

FITXA USUARIS ALBERG SANT JOAN DE LES ABADESSES

Bon dia/bona tarda. Estem fent un estudi econòmic de l'alberg de Sant Joan de les Abadesses. Seria tant amable de respondre aquest breu qüestionari indicant la despesa realitzada durant la seva estada a les nostres instal·lacions. Moltes gràcies!!!

Les dades d'aquest qüestionari no seran tractades de forma individualitzada i formaran part del conjunt de dades obtingudes del total dels qüestionaris rebuts, d'acord amb l'article 79 de la Llei 62/2003, de 30 de novembre, de mesures fiscals, administratives i de l'ordre social (BOE núm. 313, de 31 de desembre, i suplement en català núm. 3, de 31 de gener de 2004), les referències a l'Agència de Protecció de Dades contingudes a la Llei orgànica 15/1999, de 13 de desembre de protecció de dades de caràcter personal, a la disposició transitòria tercera i qualsevol altra referència continguda a l'ordenament jurídic s'entén referida a l'Agència Espanyola de Protecció de Dades.

En quin municipi resideix vostè: _____ C.P: _____

Gènere: 1. Home 2. Dona Edat: _____

Ens podria dir amb quantes persones ha vingut a l'alberg: _____ persones

Ens podria dir amb quantes nits s'ha allotjat a l'alberg: _____ nits

Ha estat mai en aquest alberg? 1. No 2. Sí → Quants cops? _____ vegades

Ha estat mai a la comarca? 1. No 2. Sí → Quantes vegades? _____ vegades

Quins són els motius per triar aquest alberg? _____

Que els hi ha agradat de la seva estada a l'alberg? _____

I que els hi ha agradat de la seva estada en aquesta zona? _____

Com valora vostè l'alberg de Sant Joan de les Abadesses?

1. Molt positivament

2. Positivament

3. Ni positivament ni negativament

4. Negativament

5. Molt negativament

Per quin motiu ho valora així?

Tornaria a aquest alberg? 1. No 2. Sí

Tornaria a la comarca? 1. No 2.Sí

Ens podria dir quina ha estat la seva despesa a l'ALBERG durant la seva estada en els següents aspectes. Indiqueu-nos la despesa TOTAL per a cadascun dels següents apartats i a on sigui necessari el lloc on heu realitzat la despesa:

Concepte de despesa	Despesa total en € realitzada A l'Alberg
Allotjament (cost de l'allotjament a l'alberg)	
Alimentació	
Màquines de vending	
Souvenirs	
Excursions organitzades a través de l'alberg. Especifiqueu a sota quines heu realitzat i a on les heu realitzat.	
1.	
2.	
3.	
4.	
5.	
Visites organitzades a través de l'alberg. Especifiqueu a sota quines heu realitzat i a on les heu realitzat.	
1.	
2.	
3.	
4.	
5.	
Activitats de lleure organitzades a través de l'alberg. Especifiqueu a sota quines heu realitzat i a on les heu realitzat.	
1.	
2.	
3.	
4.	
5.	
Altres. Especifiqueu-les.	
1.	
2.	
3.	
4.	

Ara ens podria dir quina ha estat la seva despesa realitzada **FORA de l'ALBERG** durant la seva estada en els següents aspectes. Indiqueu-nos la despesa **TOTAL** per a cadascun dels següents apartats i el lloc on heu realitzat la despesa:

	Despesa total en € realitzada fora de l'Alberg	Municipi on ha realitzat la despesa
Alimentació (Restaurants, bars, ...)		1.Sant Joan Abadesses 2. A la comarca
Compres realitzades en alimentació (xarcuteries, carnisseries, articles de denominació d'origen,...)		1.Sant Joan Abadesses 2. A la comarca
Compres realitzades en souvenirs/articles artesans		1.Sant Joan Abadesses 2. A la comarca
Entrades a museus, visites culturals		1.Sant Joan Abadesses 2. A la comarca
Oci nocturn		1.Sant Joan Abadesses 2. A la comarca
Activitats lúdiques durant el dia		1.Sant Joan Abadesses 2. A la comarca
Desplaçaments en Transport públic per arribar a l'alberg		1.Sant Joan Abadesses 2. A la comarca
Desplaçaments en Transport públic per moure's per la zona		1.Sant Joan Abadesses 2. A la comarca
Desplaçaments en transport privat per arribar a l'alberg (Per ex. Benzina, peatges, , ...)		1.Sant Joan Abadesses 2. A la comarca
Desplaçaments en transport privat per moure's per la zona (Per ex. Benzina, peatges, , ...)		1.Sant Joan Abadesses 2. A la comarca
Altres. Especifiqueu-les.		1.Sant Joan Abadesses 2. A la comarca
1.		1.Sant Joan Abadesses 2. A la comarca
2.		1.Sant Joan Abadesses 2. A la comarca
3.		1.Sant Joan Abadesses 2. A la comarca
4.		1.Sant Joan Abadesses 2. A la comarca
5.		1.Sant Joan Abadesses 2. A la comarca

MOLTES GRÀCIES!!

FITXA USUARIS ALBERG VANDELLOS I HOSPITALET DE L'INFANT

Bon dia/bona tarda. Estem fent un estudi econòmic de l'alberg de Vandellòs i Hospitalet de l'Infant. Seria tant amable de respondre aquest breu qüestionari indicant la despesa realitzada durant la seva estada a les nostres instal·lacions. Moltes gràcies!!!

Les dades d'aquest qüestionari no seran tractades de forma individualitzada i formaran part del conjunt de dades obtingudes del total dels qüestionaris rebuts, d'acord amb l'article 79 de la Llei 62/2003, de 30 de novembre, de mesures fiscals, administratives i de l'ordre social (BOE núm. 313, de 31 de desembre, i suplement en català núm. 3, de 31 de gener de 2004), les referències a l'Agència de Protecció de Dades contingudes a la Llei orgànica 15/1999, de 13 de desembre de protecció de dades de caràcter personal, a la disposició transitòria tercera i qualsevol altra referència continguda a l'ordenament jurídic s'entén referida a l'Agència Espanyola de Protecció de Dades.

En quin municipi resideix vostè: _____ C.P: _____

Gènere: 1. Home 2. Dona Edat: _____

Ens podria dir amb quantes persones ha vingut a l'alberg: _____ persones

Ens podria dir amb quantes nits s'ha allotjat a l'alberg: _____ nits

Ha estat mai en aquest alberg? 1. No 2.Sí → Quants cops? _____ vegades

Ha estat mai a la comarca? 1. No 2.Sí → Quantes vegades? _____ vegades

Quins són els motius per triar aquest alberg? _____

Que els hi ha agradat de la seva estada a l'alberg? _____

I que els hi ha agradat de la seva estada en aquesta zona? _____

Com valora vostè l'alberg de Vandellòs i Hospitalet de l'Infant?

1. Molt positivament

2. Positivament

3. Ni positivament ni negativament

4. Negativament

5. Molt negativament

Per quin motiu ho valora així?

Tornaria a aquest alberg? 1. No 2. Sí

Tornaria a la comarca? 1. No 2. Sí

Ens podria dir quina ha estat la seva despesa a l'ALBERG durant la seva estada en els següents aspectes. Indiqueu-nos la despesa TOTAL per a cadascun dels següents apartats i a on sigui necessari el lloc on heu realitzat la despesa:

Concepte de despesa	Despesa total en € realitzada A l'Alberg
Allotjament (cost de l'allotjament a l'alberg)	
Alimentació	
Màquines de vending	
Souvenirs	
Excursions organitzades a través de l'alberg. Especifiqueu a sota quines heu realitzat i a on les heu realitzat.	
1.	
2.	
3.	
4.	
5.	
Visites organitzades a través de l'alberg. Especifiqueu a sota quines heu realitzat i a on les heu realitzat.	
1.	
2.	
3.	
4.	
5.	
Activitats de lleure organitzades a través de l'alberg. Especifiqueu a sota quines heu realitzat i a on les heu realitzat.	
1.	
2.	
3.	
4.	
5.	
Altres. Especifiqueu-les.	
1.	
2.	
3.	
4.	

Ara ens podria dir quina ha estat la seva despesa realitzada **FORA de l'ALBERG** durant la seva estada en els següents aspectes. Indiqueu-nos la despesa **TOTAL** per a cadascun dels següents apartats i el lloc on heu realitzat la despesa:

	Despesa total en € realitzada fora de l'Alberg	Municipi on ha realitzat la despesa
Alimentació (Restaurants, bars, ...)		1.Vandellòs i Hosp. Inf. 2. A la comarca
Compres realitzades en alimentació (xarcuteries, carnisseries, articles de denominació d'origen,...)		1.Vandellòs i Hosp. Inf. 2. A la comarca
Compres realitzades en souvenirs/articles artesans		1.Vandellòs i Hosp. Inf. 2. A la comarca
Entrades a museus, visites culturals		1.Vandellòs i Hosp. Inf. 2. A la comarca
Oci nocturn		1.Vandellòs i Hosp. Inf. 2. A la comarca
Activitats lúdiques durant el dia		1.Vandellòs i Hosp. Inf. 2. A la comarca
Desplaçaments en Transport públic per arribar a l'alberg		1.Vandellòs i Hosp. Inf. 2. A la comarca
Desplaçaments en Transport públic per moure's per la zona		1.Vandellòs i Hosp. Inf. 2. A la comarca
Desplaçaments en transport privat per arribar a l'alberg (Per ex. Benzina, peatges, , ...)		1.Vandellòs i Hosp. Inf. 2. A la comarca
Desplaçaments en transport privat per moure's per la zona (Per ex. Benzina, peatges, , ...)		1.Vandellòs i Hosp. Inf. 2. A la comarca
Altres. Especifiqueu-les.		1.Vandellòs i Hosp. Inf. 2. A la comarca
1.		1.Vandellòs i Hosp. Inf. 2. A la comarca
2.		1.Vandellòs i Hosp. Inf. 2. A la comarca
3.		1.Vandellòs i Hosp. Inf. 2. A la comarca
4.		1.Vandellòs i Hosp. Inf. 2. A la comarca
5.		1.Vandellòs i Hosp. Inf. 2. A la comarca

MOLTES GRÀCIES!!

ANEJO 2. MODELO DE ENCUESTA A DIRECTORES DE LOS ALBERGUES

FITXA ALBERG I REGIDORS

1. *Com valoraria vostè que l'alberg estigui a Espluga de Francolí?*
2. *Quina era la situació econòmica del municipi abans de l'obertura de l'alberg?*
3. *I la situació turística?*
4. *Creu que és beneficiós pel municipi l'existència de l'alberg? Motius*
5. *Com creu que l'alberg millora la imatge del municipi?*
 - a. *Nivell econòmic*
 - b. *Social*
 - c. *Turístic*
 - d. *Relació amb el medi ambient*
6. *En quina proporció creu vostè que ha ajudat l'existència de l'alberg al comerç del municipi? Quin tipus de comerç ha sortit beneficiat?*
7. *On realitzen principalment les seves despeses els clients del municipi?*

NOMES ALBERG

Em podria dir si es realitzen activitats complementàries a l'alberg pels seus clients?

1. Si 2. No



Em podria citar quines són aquestes activitats complementàries, el seu preu i percentatge aproximat de clients que l'utilitzen

Activitat	Preu activitat	Percentatge d'ús

FITXA COMERÇOS

Bon dia/Bona tarda, estem avaluant l'impacte que té l'alberg en el municipi. Ens podria respondre a unes breus preguntes. Moltes gràcies!

Nom de l'establiment: _____ Antiguitat del comerç: _____ anys

Sap quin percentatge dels seus clients s'allotgen a l'alberg? _____ %

Activitat del comerç: _____ (es codificarà a codi CNAE a 5 dígits)

8. Com valoraria vostè que l'alberg estigui al municipi?

- | | | |
|------------------------------------|---|-------------------------------------|
| 1. Molt positivament | } | 1.1. Per quin motiu ho valora així? |
| 2. Positivament | | |
| 3. Ni positivament ni negativament | | |
| 4. Negativament | | |
| _____ | | |
| 5. Molt negativament | | |
| _____ | | |

9. Creu que és beneficiós l'existència de l'alberg al seu negoci?

1. Sí 2. No

2.1. Per quins motius?

2.2. De la seva facturació total em podria dir aproximadament, quin percentatge correspon a clientes de l'alberg? _____ %

1. Menys 10% 2. Del 10% al 25% 3. Del 26% al 50% 4. Del 51% al 75%
5. Més de 75%

10. Com creu que l'activitat de l'alberg podria millorar o incrementar l'activitat del negoci?

MOLTES GRÀCIES PER LA SEVA COL·LABORACIÓ!!

Principales citas e ideas extraídas de las entrevistas cualitativas

Argumentos a nivel económico que se desprenden de las entrevistas en profundidad realizadas con los directores de los albergues y los distintos responsables de los Ayuntamientos de los albergues objeto de estudio dónde cabe destacar los siguientes aspectos:

- i. No sólo la población donde está ubicado el albergue sale beneficiado, también los municipios próximos salen beneficiados (bares, restaurantes, comercio de proximidad,...).
- ii. El gasto más importante se realiza en bares y restaurantes. También, si el albergue se sitúa próximo a actividades, museos, cuevas,..., estas obtienen un beneficio recíproco.
- iii. Algunos hoteleros pueden sentirse amenazados en términos de competencia, existe un cierto nivel de desconocimiento entre que es un albergue y que es un hotel, tanto por los propios profesionales del sector como por parte de los usuarios de uno y otro tipo de establecimiento. De jóvenes se pueden alojar en el albergue y de mayores en un hotel recordando su juventud.
- iv. Los albergues, conjuntamente con el resto de establecimientos de alojamiento del municipio, han generado un sector económico con la proliferación de empresas de turismo que diseñan rutas por las montañas, realizan actividades complementarias (recorridos en ponis,...), empresas de alquiler de bicicletas, actividades de aventuras,...
- v. Por otra parte, también existe un conjunto reducido de actividades (restaurantes, supermercados,...) que si no fuera por el gasto generado por el propio albergue, seguramente estarían cerrados.
- vi. El aprovisionamiento de las materias primas para el albergue se adquieren en los establecimientos del municipio y de la comarca

Argumentos a nivel turístico que se desprenden de las entrevistas en profundidad realizadas con los directores de los albergues y los distintos responsables de los ayuntamientos de los albergues objeto de estudio dónde cabe destacar los siguientes aspectos:

- vii. El albergue ayuda a posicionar a los municipios en el mapa y ayuda a enriquecer el territorio.
- viii. A partir del cierre de la industria y que la Generalitat empezó a potenciar el turismo gracias a los albergues, la situación turística ha mejorado substancialmente en las comarcas con menor impacto turístico.
- ix. Los albergues han ampliado la temporada turística del tradicional Agosto – Septiembre al actual Abril – Octubre.
- x. Anteriormente, era un municipio industrial, ahora tiene una vocación turística.
- xi. El tipo de turismo que generan los albergues es de interior y de carácter cultural. El albergue es un punto importante de atracción para potenciar el turismo familiar.
- xii. Desde los albergues se realizan acciones de comunicación que generan, por una parte, gasto en acciones de comunicación (ejemplo: realización de una página web,...) y por otra parte, un aumento de visitantes.

Argumentos a nivel económico en referencia a como incide en los residentes de los municipios dónde de ubica el albergue que se desprenden de las entrevistas en profundidad realizadas con los directores de los albergues y los distintos responsables de los ayuntamientos de los albergues objeto de estudio dónde cabe destacar los siguientes aspectos:

- i. El turismo ha ayudado a crear ocupación, además de hacer ver que muchos payeses adapten sus masías a instalaciones de turismo rural.
- ii. De forma directa, sólo en nóminas, impuestos,... la aportación económica de los albergues a sus municipios o áreas de influencia inmediata es muy importante.
- iii. Los albergues generan mucha actividad (ocupación, compra de productos de limpieza, alimentación, contratación de servicios,...), la mayoría de proveedores son de la población.

ANEJO 3. REQUISITOS MÍNIMOS DE LOS ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS

Requisitos técnicos mínimos de los hoteles

Tabla 2. Requisitos técnicos mínimos de los hoteles en Catalunya

HOTEL	HOTEL APARTAMENTO																
	GL	5*	4*S	4*	3*	2*	1* básico	°	GL	5*	4*S	4*	3*	2*	1* básico	°	P
Entrada servicio	X	X	X	X	X				X	X	X	X	X				
Ascensor de servicio (no se computan las plantas subterráneas)																	
Desde 2 niveles	X	X							X	X							
Desde 3 niveles			X	X					X	X							
Desde 4 niveles					X						X						
Ascensores																	
a partir de 2 niveles (1 piso o más)	X	X							X	X							
a partir de 3 niveles (2 pisos o más)			X	X	X				X	X	X						
Desde 4 niveles (3 pisos o más)						X	X					X	X				X

Fuente: Generalitat de Catalunya, año 2016

Tabla 3. Requisitos técnicos mínimos de los hoteles en Catalunya

HOTEL	HOTEL APARTAMENTO																
	GL	5*	4*S	4*	3*	2*	1* básico	°	GL	5*	4*S	4*	3*	2*	1* básico	°	P
Salones y zonas comunes (superficie mínima en m ² por plaza de vestíbulos, salones, comedor, bares, salas privadas, gimnasio, etc.)	2,5	2,5	2	2	1,5	1,2	1		2,5	2,5	2	2	2	1	1		1
con superficie mínima de	2,5	2,5	2														
Servicio de comedor	X	X	X														

Climatización* zonas comunes	en	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Climatización*en habitaciones		X	X	X	X	X						X	X	X	X	X	
Agua fría y caliente		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Teléfono de general uso		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

Fuente: Generalitat de Catalunya, año 2016

*Climatización: Acondicionar el aire, a fin de que tenga una temperatura y una humedad adecuadas y constantes.

Tabla 4. Requisitos técnicos mínimos de los hoteles en Catalunya

HOTEL	HOTEL APARTAMENTO																
	GL	5*	4*S	4*	3*	2*	1*	°	GL	5*	4*S	4*	3*	2*	1*	°	P
							básico								básico		
Servicios sanitarios en espacios comunes	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Superficie mínima en metros cuadrados de recepción o vestíbulo	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	6

Fuente: Generalitat de Catalunya, año 2016

Servicios

Tabla 5. Servicios mínimos en las habitaciones de los hoteles en Catalunya

HOTEL	HOTEL APARTAMENTO											
	GL	5*	4*S	4*	3*	2*	1* básico	o				
Televisión en las habitaciones apartamentos o estudios	X	X	X	X	X			X	X	X	X	X
Servicio de comunicación con el propio establecimiento en las habitaciones, apartamentos o estudios	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Servicio de desayunos	X	X	X	X	X	X	X		X			
Servicio de desayuno con productos de proximidad	X	X	X						X			
Servicio de bar	X	X	X	X	X				X	X	X	
Servicio de comedor	X								X			
Información turística de la localidad y de la zona	X	X	X	X	X	X	X		X	X	X	X
Productos de higiene personal (I):jabón de manos y jabón de ducha	X	X	X	X	X				X	X		
Productos de higiene personal (II): cepillo de dientes, pasta dentífrica, pañuelos de papel y enseres de afeitarse	X	X							X			
Productos de higiene personal: colonia, limas, kit de coser y limpiador de zapatos	X	X							X			
Secador de cabello	X	X	X						X	X	X	
Albornoz y zapatillas	X								X			

Fuente: Generalitat de Catalunya, año 2016

Tabla 6. Servicios mínimos en las habitaciones de los hoteles en Catalunya

HOTEL	HOTEL APARTAMENTO								
	GL	5*	4*S	4*	3*	2*	1* básico	°	
Servicio de habitaciones horas	12	-	-	X	X				X
Servicio de habitaciones horas	24	X	X						X
Minibar		X	X	X					X X
Servicio de caja fuerte		X	X	X	X	X			X X X
Preparación de la habitación para dormir		X	X	X					X
Canales internacionales		X	X	X					X X X
Acceso abierto a Internet en todo el establecimiento*		X	X	X	X				X X X X
Servicio de estética y/o peluquería		X							X
Servicio de lavandería		X	X	X	X				X X
Servicio de portero		X							X
Servicio de botones		X							X
Servicio de aparcamiento		X							X

Fuente: Generalitat de Catalunya, año 2016

*El servicio de Internet no es exigible en aquellos establecimientos sin posibilidad de acceso a redes de comunicación electrónica de banda ancha.

Habitaciones

Tabla 7. Servicios mínimos en las habitaciones de los hoteles en Catalunya

HOTEL	HOTEL APARTAMENTO																
	GL	5*	4*S	4*	3*	2*	1* básico	o	GL	5*	4*S	4*	3*	2*	1* básico	o	P
Individuales (Superficies mínimas útiles en m ²)	10	10	9,5	9	8	7	6		10	10	9,5	9	8	7	6		6
Dobles (Superficies mínimas útiles en m ²)	16,5	16	15,5	15	14	13	11		13	13	12	11	11	10	10		10
Número mínimo dobles	de 75%	75%	75%	75%	75%	50%	25%		1 doble por apartamento								25%
Familiares con cuatro plazas (Superficies mínimas útiles en m ²)	25	25	24	23,5	22	20,5	17,5										
Anchura mín. de la habitación en la zona de la cama (en m)	2,90	2,80	2,70	2,70	2,60	2,60	2,60		2,90	2,80	2,70	2,70	2,60	2,60	2,60		2,60

En los hoteles apartamento para las unidades de alojamiento que sean únicamente habitaciones, las superficies son las que corresponden a la modalidad hotel.

En las habitaciones con pasillo de acceso que dé entrada al baño, se computará como superficie de habitación la superficie neta del acceso que exceda de 1,5 m².

Sin reducir los metros cuadrados reglamentarios se puede reordenar la distribución de la habitación, apartamento o estudio, incluyendo habitación, vestíbulo de entrada, salones, baños y otros elementos, siempre que se consideren 1,5 m² adicionales en la suma de los elementos.

En la modalidad hotel, las habitaciones con terraza de superficie mínima de 1,20 m², se podrá

computar el 25% de superficie de la terraza como superficie de habitación. Asimismo, en las terrazas con superficie superior a 3 m², se podrá computar como máximo un 15% del total de la superficie de la habitación, con un máximo de 1 m² por terraza

Fuente: Generalitat de Catalunya, año 2016

Las superficies de habitaciones familiares en hoteles que hayan obtenido el reconocimiento como especialidad *turismo familiar* deben tener la superficie mínima siguiente:

Tabla 8. Superficies en las habitaciones de los hoteles en Catalunya

	GL	5*	4*S	4*	3*	2*	1* básico	o
Familiares con cuatro plazas (Superficies mínimas útiles en m ²)	23	22,5	22	21	20	18	15	

Fuente: Generalitat de Catalunya, año 2016

Habitaciones

Tabla 9. Tipología de las habitaciones de los hoteles en Catalunya

	HOTEL								HOTEL APARTAMENTO								
	GL	5*	4*S	4*	3*	2*	1*	o básico	GL	5*	4*S	4*	3*	2*	1*	o básico	P
Número mínimo de suites	5%	5%															
Salón de las suites (superficie mínima en m ²)	12	12															
Salón de la gran suite (superficie mínima en m ²)	15																
Junior suites mínimo	10%																
Superficie mínima de salón:	10 m ² .																

A las suites se les puede dar el uso complementario o alternativo de dos habitaciones independientes. Las gran suites en categoría GL deben ser comercializadas en todo su conjunto.

Las superficies del salón de las junior suites en hoteles que hayan obtenido el reconocimiento como destino de Turismo Familiar deben tener una superficie mínima de 5 m².

Fuente: Generalitat de Catalunya, año 2016

Baños de las unidades de alojamiento

Tabla 10. Tipología de las habitaciones de los hoteles en Catalunya

HOTEL	HOTEL APARTAMENTO																			
	GL	5*	4*S	4*	3*	2*	1* básico	°	GL	5*	4*S	4*	3*	2*	1* básico	°	P			
Baño grande (mínimo)	75%	75%	75%	75%	75%	50%	25%		hasta y por cada 4 plazas											
Superficie útil mínima m ² .	5	5	4,5	4,5	4	3,5	3,5		5	5	4,5	4,5	4	3,5	3,5					
Baño pequeño	25%	25%	25%	25%	25%	50%	75%		1 adicional por inferiores a 4 plazas				fracciones			100%				
Superficie útil mínima m ²	4	4	3,5	3,5	3	3	2,5		4	4	3,5	3,5	3	3	2,5		2,5			
Baños de las habitaciones familiares	6	6	5,5	5,5	5	4,5	4,5													

Los baños grandes se componen de bañera de longitud mínima 1,60 m o de ducha con prestaciones con una superficie mínima del recinto de 1,20 m² y de lavamanos e inodoro.

Los baños pequeños se componen de bañera o ducha, lavamanos e inodoro.

Los baños de las habitaciones familiares deben disponer de bañera.

Fuente: Generalitat de Catalunya, año 2016

Tabla 11. Tipología de las habitaciones de los hoteles en Catalunya

	APARTAMENTO							ESTUDIO							
	GL	5*	4*	S	4*	3*	2*	1*	GL	5*	4*S	4*	3*	2*	1
Estar comedor	15	12	12		11	10	9	9	25	25	24	23	21	19	19

Superficies mínimas útiles en m² sin contar pasillo de acceso. Superficies mínimas útiles en m²
 Sólo se admite la instalación de 1 sofá-cama

Cocina X X X X X X X X Área común para estar-comedor-cocina-dormitorio.

4 m² superficie útil mínima

Puede incorporarse al estar-comedor de los apartamentos y estudios. Debe disponer de ventilación directa o forzada obligatoria

Los estudios tienen una capacidad de 2 plazas exclusivamente

La puerta de acceso al baño de los apartamentos o estudios, en ningún caso puede dar a la zona de la cocina y /o comedor.

Fuente: Generalitat de Catalunya, año 2016

Tabla 12. Número de plazas y habitaciones según categoría de los hoteles de Barcelona

Barcelona	BALNEARI		HOTEL		
	Categoría	Núm. Hab	Plazas	Núm. Hab	Plazas
1 ESTRELLA				2097	3755
2 ESTRELLES				5025	9030
3 ESTRELLES		171	282	20732	38598
4 ESTRELLES		155	274	21911	41942
4 ESTRELLES SUPERIOR				5083	9974
5 ESTRELLES				2156	4220
GRAN LUXE				2882	5789
HOSTAL					
Total general		326	556	59886	113308

Fuente: Generalitat de Catalunya, año 2016

Tabla 13. Número de plazas y habitaciones según categoría de los hoteles de Barcelona

Barcelona	HOTEL-APART		HOSTALS		
	Categoría	Núm. Hab	Plazas	Núm. Hab	Plazas
	1 ESTRELLA	148	371		
	2 ESTRELLES	248	596		
	3 ESTRELLES	1136	3113		
	4 ESTRELLES	941	2670		
	4 ESTRELLES SUPERIOR	0	252		
	5 ESTRELLES	0	104		
GRAN LUXE					
	HOSTAL			5671	9518
	Total general	2473	7106	5671	9518

Fuente: Generalitat de Catalunya, año 2016

Tabla 14. Número de plazas y habitaciones según categoría de los hoteles de Barcelona

Barcelona	Total Núm. Hab	Total Plazas
Categoría		
1 ESTRELLA	2245	4126
2 ESTRELLES	5273	9626
3 ESTRELLES	22039	41993
4 ESTRELLES	23007	44886
4 ESTRELLES SUPERIOR	5083	10226
5 ESTRELLES	2156	4324
GRAN LUXE	2882	5789
HOSTAL	5671	9518
Total general	68356	130488

Fuente: Generalitat de Catalunya, año 2016

Tabla 15. Número de plazas y habitaciones según categoría de los hoteles de Catalunya Central

Catalunya central	HOTEL		HOTEL-APART		
	Categoría	Núm. Hab	Plazas	Núm. Hab	Plazas
1 ESTRELLA	197	373			
2 ESTRELLES	360	652	6		18
3 ESTRELLES	904	1698	5		49
4 ESTRELLES	511	996	130		229
HOSTAL					
Total general	1972	3719	141		296

Fuente: Generalitat de Catalunya, año 2016

Tabla 16. Número de plazas y habitaciones según categoría de los hoteles de Catalunya Central

Catalunya central	HOSTALS		Total Núm. Hab	Total Plazas
	Categoría	Núm. Hab		
1 ESTRELLA			197	373
2 ESTRELLES			366	670
3 ESTRELLES			909	1747
4 ESTRELLES			641	1225
HOSTAL	1040	1885	1040	1885
Total general	1040	1885	3153	5900

Fuente: Generalitat de Catalunya, año 2016

Tabla 17. Número de plazas y habitaciones según categoría de los hoteles de Girona

Girona Categoría	BALNEARI		HOTEL	
	Núm. Hab	Plazas	Núm. Hab	Plazas
1 ESTRELLA			3319	6508
2 ESTRELLES			3578	6728
3 ESTRELLES	229	454	13973	26796
4 ESTRELLES	32	64	10966	21137
4 ESTRELLES SUPERIOR			1334	2624
5 ESTRELLES			400	793
GRAN LUXE			85	166
HOSTAL				
Total general	261	518	33655	64752

Fuente: Generalitat de Catalunya, año 2016

Tabla 18. Número de plazas y habitaciones según categoría de los hoteles de Girona

Girona Categoría	HOTEL-APART		HOSTALS	
	Núm. Hab	Plazas	Núm. Hab	Plazas
1 ESTRELLA	58	123		
2 ESTRELLES	325	886		
3 ESTRELLES	1396	3562		
4 ESTRELLES	506	1426		
4 ESTRELLES SUPERIOR				
5 ESTRELLES				
GRAN LUXE				
HOSTAL			5048	9518
Total general	2285	5997	5048	9518

Fuente: Generalitat de Catalunya, año 2016

Tabla 19. Número de plazas y habitaciones según categoría de los hoteles de Girona

Girona	Total Núm. Hab	Total Plazas
Categoría		
1 ESTRELLA	3377	6631
2 ESTRELLES	3903	7614
3 ESTRELLES	15598	30812
4 ESTRELLES	11504	22627
4 ESTRELLES SUPERIOR	1334	2624
5 ESTRELLES	400	793
GRAN LUXE	85	166
HOSTAL	5048	9518
Total general	41249	80785

Fuente: Generalitat de Catalunya, año 2016

Tabla 20. Número de plazas y habitaciones según categoría de los hoteles de Lleida

Lleida	BALNEARI		HOTEL	
Categoría	Núm. Hab	Plazas	Núm. Hab	Plazas
1 ESTRELLA			909	1723
2 ESTRELLES			1376	2757
3 ESTRELLES			1558	2968
4 ESTRELLES	201	354	515	943
5 ESTRELLES			40	80
HOSTAL				
Total general	201	354	4398	8471

Fuente: Generalitat de Catalunya, año 2016

Tabla 21. Número de plazas y habitaciones según categoría de los hoteles de Lleida

Lleida Categoría	HOTEL-APART		HOSTALS	
	Núm. Hab	Plazas	Núm. Hab	Plazas
1 ESTRELLA	65	159		
2 ESTRELLES	52	145		
3 ESTRELLES	54	254		
4 ESTRELLES	86	246		
5 ESTRELLES				
HOSTAL			1863	3454
Total general	257	804	1863	3454

Fuente: Generalitat de Catalunya, año 2016

Tabla 22. Número de plazas y habitaciones según categoría de los hoteles de Lleida

Lleida Categoría	Total Núm. Hab	Total Plazas
1 ESTRELLA	974	1882
2 ESTRELLES	1428	2902
3 ESTRELLES	1612	3222
4 ESTRELLES	802	1543
5 ESTRELLES	40	80
HOSTAL	1863	3454
Total general	6719	13083

Fuente: Generalitat de Catalunya, año 2016

Tabla 23. Número de plazas y habitaciones según categoría de los hoteles de Tarragona

Tarragona	BALNEARI		HOTEL	
Categoría	Núm. Hab	Plazas	Núm. Hab	Plazas
1 ESTRELLA			497	912
2 ESTRELLES			947	1765
3 ESTRELLES	96	162	10115	19703
4 ESTRELLES	335	666	9607	20346
4 ESTRELLES SUPERIOR			1624	3248
5 ESTRELLES			225	634
HOSTAL				
Total general	431	828	23015	46608

Fuente: Generalitat de Catalunya, año 2016

Tabla 24. Número de plazas y habitaciones según categoría de los hoteles de Tarragona

Tarragona	HOTEL-APART		HOSTALS	
Categoría	Núm. Hab	Plazas	Núm. Hab	Plazas
1 ESTRELLA	16	38		
2 ESTRELLES	82	153		
3 ESTRELLES	892	2256		
4 ESTRELLES	785	3398		
4 ESTRELLES SUPERIOR				
5 ESTRELLES				
HOSTAL			1048	1879
Total general	1775	5845	1048	1879

Fuente: Generalitat de Catalunya, año 2016

Tabla 25. Número de plazas y habitaciones según categoría de los hoteles de Tarragona

Tarragona	Total Núm. Hab	Total Plazas
Categoría		
1 ESTRELLA	513	950
2 ESTRELLES	1029	1918
3 ESTRELLES	11103	22121
4 ESTRELLES	10727	24410
4 ESTRELLES SUPERIOR	1624	3248
5 ESTRELLES	225	634
HOSTAL	1048	1879
Total general	26269	55160

Fuente: Generalitat de Catalunya, año 2016

Tabla 26. Número de plazas y habitaciones según categoría de los hoteles de Terres de l'Ebre

Terres de l'Ebre	HOTEL		HOTEL-APART	
	Núm. Hab	Plazas	Núm. Hab	Plazas
1 ESTRELLA	222	414		
2 ESTRELLES	382	696		
3 ESTRELLES	581	1185	97	195
4 ESTRELLES	906	1787		
5 ESTRELLES	9	18		
HOSTAL				
Total general	2100	4100	97	195

Fuente: Generalitat de Catalunya, año 2016

Tabla 27. Número de plazas y habitaciones según categoría de los hoteles de Terres de l'Ebre

Terres de l'Ebre	HOSTALS		Total Núm. Hab	Total Plazas
Categoría	Núm. Hab	Plazas		
1 ESTRELLA			222	414
2 ESTRELLES			382	696
3 ESTRELLES			678	1380
4 ESTRELLES			906	1787
5 ESTRELLES			9	18
HOSTAL	551	925	551	925
Total general	551	925	2748	5220

Fuente: Generalitat de Catalunya, año 2016

Tabla 28. Número de plazas y habitaciones según categoría de los hoteles de Val d'Aran

Val d'aran	HOTEL		HOTEL-APART	
Categoría	Núm. Hab	Plazas	Núm. Hab	Plazas
1 ESTRELLA	161	336	28	50
2 ESTRELLES	535	1024	22	117
3 ESTRELLES	567	1112	89	344
4 ESTRELLES	917	1781		
5 ESTRELLES	296	592		
HOSTAL				
Total general	2476	4845	139	511

Fuente: Generalitat de Catalunya, año 2016

Tabla 29. Número de plazas y habitaciones según categoría de los hoteles de Val d'Aran

Val d'aran	HOSTALS		Total Núm. Hab	Total Plazas
Categoría	Núm. Hab	Plazas		
1 ESTRELLA			189	386
2 ESTRELLES			557	1141
3 ESTRELLES			656	1456
4 ESTRELLES			917	1781
5 ESTRELLES			296	592
HOSTAL	571	1062	571	1062
Total general	571	1062	3186	6418

Fuente: Generalitat de Catalunya, año 2016

ANEJO 4. HISTORIA DE LOS ALBERGUES CATALANES

1. Historia de los albergues públicos gestionados por la Agència Catalana de Joventut

- Albergue Jaume I.

Albergue ubicado en l'Espluga de Francolí, construido el 1815 se encontraba la Masía de l'Aigua. En el año 1890 sus propietarios la familia Anguera la vendió a Pere Antoni Torres i Jordi, que la habilito como el Balneario Vil·la Engràcia. Torres i Jordi impulso dicho negocio que resulto clave para el turismo de la comarca. El año 1936 con el inicio de la Guerra Civil, el edificio cambio de uso. El balneario desapareció, y en su lugar se instaló un hospital militar del ejército republicano.

Como balneario, en el año 1906 el Ayuntamiento de Barcelona organizo las primeras colonias escolares y visto el éxito, un año más tarde se constituyó la "Comisión de Colonias Escolares de Vacaciones". El Dr. Salvador Roca, presidente de dicha comisión, fue quién escogió Vil·la Engràcia como uno de los emplazamientos de estas colonias y se hicieron varios turnos hasta la II República.

Una vez terminada la guerra civil, el estado, compró el edificio por 400.000 pesetas y se convirtió en Albergue Jaime I el Conquistador, de la Sección Femenina de la Falange Española Tradicionalista y de las JONS. Todo y ser un albergue, su función era la de una escuela de formación falangista y acogía reuniones del Consejo Provincial de la Sección Femenina.

Una vez restaurada la autonomía de Catalunya, el albergue pasa a manos de la Generalitat de Catalunya, que catalaniza el nombre.

- Albergue Santa Maria del Mar.

Ubicado en Coma-ruga. En el año 1961 la Caja de Ahorros y Monte de Piedad de Zaragoza, Aragón y Rioja construye una casa de colonias de verano para los hijos de los trabajadores de dicha entidad, y que actualmente corresponde al Albergue de Santa Maria del Mar. En el año 1982, las instalaciones pasan a manos de la Diputación de Tarragona, y pocos meses después, se convierte en un Albergue de juventud de la Generalitat de Catalunya.

A finales del siglo XX, cuando estalla la guerra de los Balcanes, este albergue acoge numerosos refugiados provenientes de las seis repúblicas yugoslavas.

Destaca la ubicación del albergue en medio de un pequeño bosque de 60.000 m², en el paseo marítimo. Como estaba prevista su utilización solo para el verano, la arquitectura

del edificio favorece el paso de corrientes de aire, la mayoría de sus estancias cuentan con ventanas tanto al mar como a la montaña.

Desde el 1999, es administrado por el Consorcio Universitario del Baix Penedès, se destina a la Escuela de Hostelería. Posteriormente, se cedió a la Fundación Santa Teresa, que desde el año 2005, gestiona una Escuela de Turismo.

- **Albergue Mare de Déu de les Neus.**

Ubicado en La Molina. En el año 1923 llega el primer tren a la Molina, el Transpirenaico. Un año más tarde nace la Molina, la primera estación de esquí de Catalunya y de España. Posteriormente, en el año 1932 y gracias a este nuevo medio de transporte la Unió Excursionista de Catalunya, restaura lo que había sido la serradora e hicieron un refugio para treinta personas que se convirtió en un lugar de encuentro para los amantes de la cultura de montaña, haciendo también las funciones de acogida para los excursionistas. Unos años más tarde se produjo un incendio dejando el refugio en ruinas. Una vez finalizada la Guerra Civil, en el año 1940, la Molina comienza a recuperarse lentamente, y a principios de ese mismo año, el antiguo refugio de la Unió Excursionista de Catalunya se convierte en un hotel, el Hotel Sitjar. Diecinueve años más tarde, cerró el hotel y en el mismo sitio nace la Escuela Virgen de las Nieves de la congregación del Pare Manyanet.

El año 1982, la congregación vende el edificio a la Generalitat de Catalunya, y pasa a convertirse en el Albergue de la Mare de Déu de les Neus.

- **Albergue Empúries.**

Ubicado en L'Escala. En el año 580 a.C., los comerciantes griegos de Focea establecieron una colonia griega en la zona que la llamaron "mercado" (*Emporeion*). Posteriormente, a principios del siglo I a.C., pasó a ser romana. Estos episodios históricos marcaron la arquitectura de la zona y en un edificio de estos encontramos el Albergue de Juventud de la Escala. El actual albergue vivió su momento más oscuro de su particular historia con el franquismo, donde la casa paso a ser propiedad de la Falange. Posteriormente, en el año 1984, la casa paso a manos de la Generalitat de Catalunya para convertirse en el Albergue de Juventud de L'Escala.

- **Albergue Mare de Déu de Montserrat.**

Ubicado en Barcelona. En el año 1906, la familia fundadora de la Banca Marsans y de la agencia de viajes hizo construir esta casa para establecer su residencia habitual. A consecuencia de la Guerra Civil la casa fue expropiada y ocupada para pasar a ser un hospital. Más tarde el edificio pasa a depender de los servicios sociales, y fue regentado por monjas. Funcionaba como un centro social de niñas, y así la casa fue el Hogar el Pinar, y después, el Hogar Escolar Nuestra Señora de Montserrat.

Finalmente, el 1983, el edificio pasa a manos de la Generalitat de Catalunya con el nombre de Mare de Déu de Montserrat, y se convierte en el primer Albergue de Juventud de Barcelona de la Generalitat de Catalunya. Este albergue está catalogado como Patrimonio Cultural Europeo.

- **Albergue Pere Figuera.**

Ubicado en Planoles. Diomís Palau i Surroca, alcalde de Planoles durante los últimos años del franquismo, fue el impulsor de un edificio para acoger la Sección Femenina de Falange para sus estancias de convivencia en el Pirineo, dónde fundamentalmente iban a esquiar. El año 1965 empezó la construcción de dicho edificio, aunque en realidad nunca se llegó a estrenar para este uso.

Después de la dictadura, el edificio pasa a ser propiedad de la Generalitat de Catalunya, y en el verano de 1983 se inaugura como Albergue de Juventud.

- **Albergue Casa Gran.**

Ubicado en Altafulla. Era la residencia de la poderosa familia Martí. En concreto fue Bernat Martí i Bellver fue quién decidió cambiar su residencia habitual a la Casa Gran, que el mismo amplió el año 1690. El 1763, un bisnieto de su hermano, Antoni Martí i Gatell, adquirió la casa por 560 libras. La Casa Gran fue propiedad de la familia Martí, hasta que a mediados del siglo XX, se convirtió en uno de los centros del SEU (Sindicato Español Universitario), controlado por la Falange.

El 1983 pasó a manos de la Generalitat de Catalunya y se convirtió en Albergue de Juventud.

- **Albergue Josep M. Batista i Roca.**

Ubicado en El Masnou. La familia Fontanils encargó al arquitecto Pere Jordi Bassegoda Musté la construcción de una residencia de estilo neoclásico en el año 1922. Después de la Guerra Civil dicho edificio se transformo en una residencia de estudiantes para niñas de la Falange.

El 1984 fue traspasado a la Generalitat de Catalunya y se convierte en Albergue de Juventud con el nombre de Josep Maria Batista i Roca.

Durante el año 2007, y durante un año y medio, la actividad habitual del albergue se vio modificada y presto otro tipo de servicio social. Acogió un CRAE (Centros Residenciales de Acción Educativa), ya que el edificio dónde estaba ubicado el albergue se encontraba en obras.

- **Albergue Torre Ametller.**

Ubicado en Cabrera de Mar. En el 1917 la señora M. Teresa Amatller i Cros encargó la construcción de una casa, que no se acabó hasta bien entrado el año 1920. Su uso era exclusivamente como residencia de verano, hasta que se cedió a las autoridades franquistas. El 1943 se convirtió en una escuela de monjas del orden del Estonnac, y la habilitaron para acoger niñas huérfanas de la guerra. Años más tarde las autoridades construyeron unas dependencias anexas al edificio, pero las monjas lo abandonaron como medida de protesta contra esta ampliación. Así, la Torre Ametller pasó a ser regentada por un encargado, hasta que la Generalitat de Catalunya la convierte en un Albergue de Juventud el año 1985. Este albergue sustituyó al albergue de Arenys de Mar, ya que el Ayuntamiento de dicha localidad y por petición popular quiso rescatar el albergue para convertirlo en uso público para la población. Sería interesante estudiar el impacto económico positivo y negativo de la pérdida de un Albergue de Juventud en un municipio.

- **Albergue L'Escanyissada.**

Ubicado en Poblenou del Delta. Poblenou del Delta fue creado entre los términos municipales de Amposta y Sant Carles de la Ràpita, con la finalidad de ganar terreno a los marjales para expandir los cultivos de arroz. El 1 de abril de 1956, Adolfo Suárez, entregó mediante sorteo tres hectáreas y una casa a cada una de las 97 familias beneficiarias. Uno de estos edificios se destinó a alojar a los profesores y hacer un pequeño hospital. Años más tarde, tras un largo periodo en desuso, el Ayuntamiento de Amposta decide reaprovecharlo como Albergue de Juventud para satisfacer la creciente demanda turística que se interesa por la zona del Delta del Ebro.

- **Albergue Sant Anastasi.**

Ubicado en Lleida. El 30 de junio de 1959 fue inaugurado como hospital, aunque este uso duró menos de dos meses. Poco después, la inauguraron como Colegio Menor, destinado al alojamiento de estudiantes varones. Posteriormente, el Colegio se transformó en Residencia Universitaria (exclusivamente masculina), hasta que el año 1986, se convierte en mixta.

A partir de este momento, la Diputación de Lleida cede el uso a la Generalitat de Catalunya y añade el papel de Albergue de Juventud.

- **Albergue Pic de l'Àliga.**

Ubicado en la Vall de Núria. En el 1934 una iniciativa privada inició la construcción del Hotel Puigmal y del cremallera que tenía que facilitar el acceso a la Vall de Núria. En el 1950 un incendio provocó el cierre definitivo del hotel. Durante el franquismo se convirtió en la Residencia Juan Barceló, propiedad de la Obra Sindical Educación y Descanso,

dónde seguidores del régimen iban a descansar. A finales de 1960, el fuego volvió a hacer acto de presencia, con este incendio se inhabilitó para siempre el funicular que conducía hasta el albergue.

Con la llegada de la democracia, el año 1987, el edificio pasa a manos de la Generalitat de Catalunya y se convierte en Albergue de Juventud Pic de l'Àliga al cuál se puede acceder con telecabina.

- **Albergue Torre Malagrida.**

Ubicado en Olot. El 1904, Manel Malagrida fijó su segunda residencia en Olot dónde construyó la Casa Malagrida. La familia Malagrida conservó su residencia hasta que fue confiscada durante la Guerra Civil y se exilio a Italia. Una vez acabada la guerra, recuperó su propiedad pero solo se utilizaba como residencia de verano. El progresivo abandono del edificio comporto que en el año 1982 y a cambio de un precio simbólico el Ayuntamiento lo compro, la catalogo, restaura y lo destino a uso público. En el 1988, una de las plantas es habilitada como un pequeño Albergue de Juventud, dónde solo se podía dormir, finalmente en el 1994 todo el edificio empezó a funcionar plenamente como un albergue residencia.,

- **Albergue Mossèn Antoni Batlle.**

Ubicado en Deltebre. El edificio de construcción moderna está fechado a finales de los años 70, se ideo para ser un local social de unas instalaciones deportivas. El 1977, los socios del club de tenis La Cava decidieron crear un edificio destinado a ser su sede social. De hecho, los mismos socios fueron los que construyeron el edificio, ya que todos los que querían formar parte del club lo podían hacer a cambio de la ayuda en dicha construcción. A finales de los años 80, después de quedarse en desuso, la Generalitat de Catalunya, lo concibe como un Albergue de Juventud. El proyecto final del edificio es obra de Josep Lluís Millan i Bel. El 1988 se inaugura el albergue con el nombre de Mossèn Antoni Batlle.

- **Albergue Mas Silvestre.**

Ubicado en Banyamars. A mediados del siglo XX, en Sabadell surgieron las llamadas "colonias parroquiales", con dedicación especial en el ámbito sanitario, educativo y benéfico. Los organizadores eran profesores de les Escuelas Nacionales de la época y contaban con el soporte de varias entidades, entre las que destacaba la Caixa d'Estalvis de Sabadell. En el año 1955 las colonias se pusieron al servicio de todo el mundo, y su misión era que fueran educativas y divertidas, con esta filosofía nacen las Colonias de Vacaciones de Sabadell.

En el 1960 con ayuda de la Caixa d'Estalvis de Sabadell quisieron construir una casa propia y compraron la finca de Mas Silvestre, en Banyamars. El proyecto no se finalizó

hasta el año 1964. Las Colonias de Vacaciones de Sabadell se acabaron porque la tendencia de esos últimos años era la aparición de campamentos de verano. Finalmente, el 1989, la Caixa d'Estalvis de Sabadell subastó la casa y la ganó la Generalitat de Catalunya, pasando a ser el Albergue de Juventud Mas Silvestre.

- **Albergue Cerverí.**

Ubicado en Girona. El primer cabalista puro catalán del siglo XIII fue Isaac el Ciego, que hizo contruirse la casa en el número 9 de la calle de Ciutadans.

Muchos siglos después, en el año 1953, en el marco de la actividad por recuperar el patrimonio artístico de la ciudad y promover la cultura catalana, Josep Tarrés, impulsó la rehabilitación de la antigua casa de Isaac el Ciego para acoger estudiantes y artistas de todo el mundo y creando la Residencia Internacional de Girona.

Años más tarde, la residencia cerró sus puertas y el edificio quedó abandonado, hasta que en el año 1986, el Ayuntamiento de Girona decide proyectar el futuro Albergue Cerverí de Girona.

- **Albergue del Carme.**

Ubicado en Manresa. El año 1306, el Consell de la ciudad de Manresa pidió a los párrocos carmelitas que se instalasen, y finalmente, en el año 1311, ya habitaron el convento. Todo el conjunto arquitectónico también incorporó la iglesia del Carme, construida en año 1322 por Berenguer Montagut.

Durante el siglo XVIII, durante la Guerra de Sucesión, la ciudad de Manresa fue ocupada e incendiada por el ejército borbónico, así en el convento se destruyó el claustro gótico, y en su lugar se alzo uno de neoclásico, aprovechando el material de la construcción anterior. Este estuvo ocupado hasta el segundo tercio del siglo XIX, cuándo a causa de la Guerra de los Siete Años, todas las comunidades religiosas de Catalunya abandonaron sus residencias, justo antes de la famosa quema de conventos del verano del año 1835. Poco después, el edificio pasó a manos del Ayuntamiento de Manresa que lo hizo servir de escuela pública para niños y niñas.

En el año 1936, con la Guerra Civil, la iglesia fue derrocada, y más tarde se reconstruyó. Después de la guerra, las tropas franquistas lo utilizaron como caserna militar, y en el año 1965 retornó a manos del Ayuntamiento. A partir de entonces el edificio del antiguo convento del Carme se utilizó como almacén municipal y de otros servicios.

Finalmente, en el año 1990, el antiguo monasterio necesitaba unas importantes obras de remodelación, y a raíz de dicha remodelación se convierte en el Albergue de Juventud del Carme, que también funciona como residencia de estudiantes.

- **Albergue de La Valira.**

Ubicado en La Seu d'Urgell. El 1992 con motivo de los Juegos Olímpicos de Barcelona se construye en La Seu d'Urgell como subsele olímpica de la especialidad de aguas bravas la residencia de los deportistas participantes en unos terrenos cedidos por el Ayuntamiento de a la Generalitat , una vez finalizados estos pasa a ser el Albergue de Juventud La Valira.

- **Albergue Canonge Collell.**

Ubicado en Vic. El 1994 el Institut Català de Joventut decidió construir un albergue que se utilizaría principalmente como residencia de estudiantes y lo bautizó como Albergue Canonge Collell. El albergue ofrece gratuitamente sus espacios comunes para realizar actividades y charlas.

- **Albergue del Pallars León Sorando.**

Ubicado en Tremp. En el siglo XV, la fundación del orden de los padres predicadores dominicos alzó el convento de Sant Jaume de Pallars. Pero en el año 1835, a causa de los disturbios y quema de conventos que ocurrió en Catalunya se desalojó. Al cabo de un tiempo en desuso el convento de Sant Jaume se derribó. Años más tarde el padre Manyanet compró las tierras pero como su proyecto no prospero lo vendió a Ramon Aytés. A su muerte en el año 1902, su viuda la traspaso a los albaceas de Francesc Llinàs, quienes crearon un centro de acogida para gente sin recursos que se llamó Casa de los Pobres. El año 1921 el edificio fue traspasado al Ayuntamiento.

No hubo más cambios, hasta el año 1970 cuando el edificio se rehabilitó como un albergue municipal. A finales de los años 80, después del cierre del albergue, se instaló la Escuela Taller del Pallars Jussà. El 1999, después de su clausura se aprueba un proyecto para convertirlo en una instalación vinculada al Museo de Ciencias Naturales, y al mismo tiempo, se utilizaba como refugio para los geólogos que venían a investigar, estudiar y trabajar al Pallars.

En el año 2005, una vez finalizadas las obras, el Ayuntamiento lo transforma en el Albergue de Juventud del Pallars León Sorando.

ANEJO 5. ESTATUTOS QUE RIGEN EL CONSORCIO DE LA “RED ESPAÑOLA DE ALBERGUES JUVENILES

Los estatutos que rigen el Consorcio de la “Red Española de Albergues Juveniles” (REAJ) son los siguientes:

Capítulo I. Disposiciones generales.

Artículo 1. De conformidad con lo establecido en el artículo 7 de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común, se crea un Consorcio de Entidades Públicas, que se determinará “Red Española de Albergues Juveniles”, con personalidad jurídica plena e independiente de la de sus miembros y capacidad de obrar para el cumplimiento de sus fines.

Artículo 2. El Consorcio se regirá por los presentes Estatutos, los acuerdos legalmente adoptados por sus órganos de gobierno y:

- a) Por el derecho público que resulte de aplicación en cuanto a la organización y funcionamiento de dichos órganos de gobierno, a los contratos que versen sobre servicios esenciales y al régimen presupuestario.
- b) Por el derecho privado supletoriamente.

Artículo 3. Son fines del Consorcio promover:

- a) La presencia del alberguismo de las Comunidades Autónomas en la Federación Internacional de Albergues Juveniles (IYHF) y en la Federación Europea de Albergues Juveniles (EUFED), así como, previo acuerdo de la Asamblea General, en cualquier otra organización internacional, que, desde una infraestructura idónea de alojamiento, sirva a los intereses juveniles de movilidad, cooperación y conocimiento mutuo, sin perjuicio del derecho de las Administraciones consorciadas, de formar parte, de acuerdo con la legislación vigente, de cualquier otra Organización Internacional.
- b) La movilidad de los jóvenes en el ámbito del territorio del Estado, a través de los albergues juveniles, propios o asociados, de la Red de cada Comunidad Autónoma, miembro del Consorcio.

Artículo 4. Para el cumplimiento de sus fines el Consorcio realizará entre otras, las siguientes funciones:

- 1. Ostentar la representación internacional del alberguismo español, integrado por la Red de Albergues de cada una de las Comunidades Autónomas miembros del

- Consortio, en la IYHF y en la EUFED; así mismo, podrá estar presente en cualquier otra Organización Internacional, previo acuerdo de la Asamblea General.
2. Promover acciones que favorezcan los intereses de los jóvenes en relación con el alberguismo mundial, ante la IYHF y la EUFED.
 3. Velar por el cumplimiento de los acuerdos de la IYHF en el ámbito de los albergues juveniles, propios o asociados, de la Red de cada Comunidad Autónoma.
 4. Velar para que sea efectivo el compromiso de los albergues, propios o asociados, de la Red de cada Comunidad Autónoma miembro del Consorcio, con los fines de la IYHF respecto de la educación de los jóvenes basada en valores como la igualdad, la tolerancia, la democracia, la solidaridad, la no violencia, el respeto al medio natural y a los valores culturales de cada Comunidad Autónoma.
 5. Contribuir a que sea real la movilidad de los jóvenes españoles, mediante el desarrollo de aquellos proyectos que se establezcan por la Asamblea General del Consorcio.
 6. La captación, aceptación y ordenación de cuantos recursos económicos sean precisos para la financiación de las acciones que son inherentes a sus fines.
 7. La conclusión de cuantos Convenios o contratos con otros Entes públicos o privados y personas naturales sean precisos para el desarrollo de sus fines.
 8. Cualesquiera otras que, con sujeción a la legislación vigente, puedan garantizar el completo cumplimiento de sus fines.

Artículo 5. Para hacer real el cumplimiento de los fines del Consorcio, sus miembros se comprometen, de conformidad con las competencias que les son propias, a dictar las normas necesarias, según su propio ordenamiento interno, para que los albergues, propios o asociados, de su Red observen las normas y deberes contenidos en los Reglamentos de la IYHF y, del mismo modo, gocen de los derechos que les confieren los reglamentos de aquella.

Artículo 6. El Consorcio tendrá su domicilio social en aquel lugar que acuerde su Asamblea General, sin perjuicio del establecido como domicilio provisional en el Convenio.

Artículo 7. La duración del Consorcio estará vinculada a la vigencia del Convenio

.

Capítulo II. De los miembros del Consorcio.

Artículo 8.

1. Son miembros del Consorcio:

- a) La Administración del Estado por medio del Instituto de Juventud o del Organismo o Centro directivo que, en su caso, le suceda.
 - b) Las siguientes Comunidades Autónomas:
 - Junta de Andalucía
 - Diputación General de Aragón
 - Gobierno de Cantabria
 - Junta de Castilla y León
 - Junta de Comunidades de Castilla – La Mancha
 - Junta de Extremadura
 - Xunta de Galicia
 - Comunidad de Madrid
 - Región de Murcia
 - Generalitat Valenciana
 - Gobierno Vasco
 - Generalitat de Catalunya
2. Las Comunidades Autónomas que no figuran en el apartado anterior, podrán incorporarse al Consorcio como miembros de pleno derecho mediante su comunicación al Secretario General de éste, previo acuerdo del Órgano competente de aquéllas, que deberá acreditarse en el acto de comunicación, el cual se publicará en el Boletín Oficial correspondiente y en el del Estado.

Capítulo III. Órganos rectores.

Artículo 9. Los órganos rectores del Consorcio serán los siguientes:

- 1. Colegiados.
 - a) La Asamblea General
 - b) El Comité Ejecutivo
- 2. Unipersonales
 - a) El Presidente
 - b) El Vicepresidente
 - c) El Secretario General
 - d) El Tesorero

ANEJO 6. NORMATIVA DE LOS ALBERGUES CATALANES

Disposición final primera del mencionado Decreto, y atendido el que dispone la Orden de 10 de diciembre de 1981, de delegación de funciones en el Secretario General de la Presidencia,

Ordeno:

Artículo primero

Las personas físicas o jurídicas que proyecten instalar una Casa de Colonias o un Albergue de Juventud solicitarán a la Dirección general de Juventud la correspondiente autorización de apertura, mediante instancia ajustada a modelo oficial, a la cual se adjuntará la documentación siguiente:

- a) Memoria descriptiva de la instalación, especificando el emplazamiento y la situación, los servicios, el sistema de suministro de agua potable con indicación de caudal diario y la capacidad de los depósitos, el sistema de suministro de energía, el sistema de eliminación de aguas residuales y desechos, la organización de los servicios sanitarios, las medidas de seguridad y prevención de incendios firmado por técnicos competentes y el plan de evacuación.
- b) Plano de situación, en el cual se señalen las vías de comunicación y distancia hasta los núcleos habitados más cercanos.
- c) Planos de los locales de la Casa de Colonias o Albergue de Juventud.
- d) Informe municipal.
- e) Informe del Departamento de Política Territorial y Obras Públicas.
- f) Informe de salubridad ambiental y certificado de potabilidad de aguas, entregados por el Departamento de Sanidad y Seguridad Social.
- g) Reglamento Interior de la instalación.
- h) Fotocopia de la póliza de Responsabilidad Civil de la instalación.

Artículo segundo

La Dirección general de Juventud, si lo considera necesario, podrá pedir, tanto a los responsables de la gestión como otras instancias, cualquier otra documentación complementaria para conceder la autorización de apertura de la instalación.

Artículo tercero

A la vista de la documentación presentada, la Dirección general de Juventud entregará, si se tercia, la correspondiente autorización de apertura e inscribirá la instalación al Libro de Registro de Casas de Colonias y Albergues de Juventud, de la Dirección general de Juventud.

Artículo cuarto

La autorización de apertura será vigente siempre que se mantengan las mismas condiciones especificadas en la solicitud. Toda modificación de la estructura o en los servicios que presta la instalación o bien cualquier cambio en su titularidad se notificará a la Dirección general de Juventud para su conocimiento y autorización.

Artículo quinto

Sin perjuicio del resto de obligaciones que puedan afectarlos por razón otras instancias administrativas, las Casas de Colonias y Albergues de Juventud tendrán que contar, como mínimo, con las condiciones siguientes:

1. *Emplazamiento*
2. *Distribución*
3. *Dormitorios*
4. *Comedor y cocina*
5. *Salas de talleres*
6. *Servicios higiénicos*
7. *Enfermería*
8. *Sistema de prevención de incendios*
9. *Agua potable*
10. *Evacuación de aguas residuales y recogida de desechos*
11. *Instalaciones eléctrica y de gas*
12. *Otras instalaciones*

Artículo sexto

1. Para facilitar el acceso a los disminuidos, en todas las Casas de Colonias y Albergues de Juventud se tendrán que tomar las medidas oportunas para suprimir al máximo posible las barreras arquitectónicas, prestando especial atención a los aspectos siguientes:

- a) Acceso a la planta baja desde el exterior mediante rampas y anchura suficiente de las puertas.
- b) Habilitación de un número suficiente de servicios higiénicos, tanto a la planta baja como cerca de los dormitorios, adaptados al uso de disminuidos.

2. En el caso de instalaciones de nueva construcción se cumplirán las prescripciones técnicas de supresión de barreras arquitectónicas.

Artículo séptimo

En caso de que la instalación ofrezca un servicio de pensión completa, se tendrán que tener presentes los siguientes aspectos:

- a) La alimentación será variada, equilibrada, de buena calidad, servida en cantidad suficiente y muy presentada.
- b) Se tendrá que cumplir la normativa vigente sobre bebidas alcohólicas.
- c) El personal encargado de la cocina tendrá que cumplir la normativa vigente sobre manipuladores de alimentos.

Artículo octavo

Todas las Casas de Colonias y Albergues de Juventud, al mes de mayo si sólo funcionan en verano, y a los meses de mayo y de octubre si funcionan durando todo el año, tendrán que presentar a la Dirección general de Juventud y al Ayuntamiento correspondiente la siguiente documentación:

- a) Autorización sanitaria competente que garantice las perfectas condiciones higiénicas y sanitarias de la instalación y alrededores, y donde se haga constar que no existe ningún peligro epidérmico o endémico para los usuarios.
- b) Certificado expedido por un técnico competente que acredite la correcta desinfección de los locales.
- c) Certificado entregado por el Departamento de Sanidad y Seguridad Social que acredite la potabilidad del agua.

d) Fotocopia de la póliza vigente y del último recibo del seguro de responsabilidad civil de la instalación.

e) Relación actualizada de precios por servicios ofrecidos. Una copia de esta documentación tendrá que estar a la instalación a disposición de los usuarios y de los inspectores acreditados. Sin estos requisitos, la instalación no podrá continuar prestando servicio.

Artículo noveno

Toda Casa de Colonias o Albergue de Juventud traerá un control de los grupos usuarios mediante un libro de registro o similar. Igualmente dispondrá de un Reglamento Interior, donde constarán los servicios que ofrece y los precios vigentes, que se tendrá que entregar al grupo usuario al momento de hacer la contratación. Junto al Reglamento Interior se facilitará el plan de evacuación de la instalación ante las posibles emergencias.

Artículo décimo

Las Casas de Colonias son consideradas centros docentes en el tiempo libre y tendrán que cumplir la normativa vigente sobre medidas preventivas en relación al tabaquismo.

Artículo onceavo

Los usuarios de las Casas de Colonias y Albergues de Juventud tendrán los siguientes derechos:

a) Hacer uso de las instalaciones de acuerdo con la presente ordenación y teniendo en cuenta el que establezca el Reglamento Interior de la Instalación.

b) Conocer los precios de los diferentes servicios, antes de la contratación y de acuerdo con el artículo noveno.

c) Recibir justificando de los pagos efectuados donde conste el nombre de la Casa de Colonias o Albergue de Juventud, impreso o sellado, y todos y cada uno de los conceptos desglosados a cobrar.

d) Efectuar las reclamaciones que consideren oportunas mediante la Hoja Oficial de Reclamaciones, que los tendrá que ser facilitado por la misma instalación cuando lo soliciten, y que será tramitado por el mismo usuario a la Dirección general de Juventud.

Artículo doceavo

Los usuarios de las Casas de Colonias y Albergues de Juventud tendrán las siguientes obligaciones:

- a) Cumplir el Reglamento Interior de la instalación.
- b) Observar las normas lógicas de buena convivencia social.
- c) Comunicar a los responsables de la instalación de cualquier desperfecto causado a las instalaciones.
- d) Comunicar a los responsables de la instalación de los casos de enfermedad febril o contagiosa.

Artículo decimotercero

La Dirección general de Juventud, a través de inspectores acreditados, velará por el cumplimiento del Decreto 269/1985, y del que establece la presente normativa. Igualmente impondrá las sanciones pertinentes en conformidad con el mencionado Decreto.

Artículo decimocuarto

La Dirección general de Juventud podrá imponer sanciones económicas a las personas físicas o jurídicas titulares de Casas de Colonias y Albergues de Juventud que, excepto en los casos previstos en el artículo decimosexto de esta Orden, infrinjan la presente normativa y hayan sido previamente advertidas. La sanción se impondrá en su grado máximo en casos de reincidencia.

Artículo decimoquinto

A los efectos de la presente Orden, se entenderá que hay reincidencia si durante el año inmediatamente anterior el infractor hubiera sido objeto de otra sanción por el mismo concepto.

Artículo decimosexto

La Dirección general de Juventud podrá resolver el cierre o la suspensión temporal de una Casa de Colonias o Albergue de Juventud en los casos siguientes:

- a) Cuando la instalación esté en funcionamiento sin la correspondiente Autorización de Apertura o cuando no cumpla los requisitos indicados en el artículo octavo de esta Orden.

b) Cuando la salud, la seguridad o la integridad física de los usuarios sea puesta en peligro por insalubridad de las instalaciones o por carencia de medidas de seguridad.

c) Cuando se realicen actas que atenten contra la Constitución y la legislación vigente sin perjuicio de las responsabilidades civiles y penales en qué puedan incurrir.

d) Cuando los responsables de la gestión de la instalación rehúsen de someterse al control de la autoridad administrativa o no tomen las medidas que se los comunique para solventar deficiencias en la instalación.

e) Cuando a la instalación se realicen actividades diferentes a las específicas de las Casas de Colonias y Albergues de Juventud.

Artículo decimoséptimo

1. Los acuerdos de imposición de sanciones serán susceptibles de recurso en el plazo de quince días ante el titular del Departamento de la Presidencia.

2. Los acuerdos del titular del Departamento de la Presidencia resolviendo recursos pondrán fin a la vía administrativa.

Disposiciones transitorias

Primera.- Los titulares de las Casas de Colonias y Albergues de Juventud existentes actualmente tendrán que presentar, en el plazo de un año a partir de la entrada en vigor de la presente Orden, al correspondiente Servicio Territorial de Juventud, la documentación señalada al artículo primero, para obtener la correspondiente autorización de funcionamiento.

Segunda.- En el plazo de cinco años, a partir de la entrada en vigor de la presente Orden, todas las Casas de Colonias y Albergues de Juventud existentes actualmente tendrán que adecuarse a la especificidad en los artículos quinto y sexto de la presente normativa.

Tercera.- Todas las Casas de Colonias y Albergues de Juventud que dentro de los plazos fijados a las anteriores disposiciones transitorias no cumplan los requisitos señalados serán considerados establecimientos clandestinos y consecuentemente se resolverá su suspensión de actividades.

Disposiciones finales

Primera.- La autorización de apertura, objeto de la presente Orden, se entiende sin perjuicio de la obtención de las autorizaciones que, según su legislación específica, tengan que otorgar otras autoridades competentes.

Segunda.- Esta Orden entrará en vigor el día siguiente de su publicación al Diario Oficial de la Generalitat de Cataluña.