

**FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA DE
DONOSTIA - SAN SEBASTIÁN**

Grado en administración y dirección de empresas



**Estudio de viabilidad de una empresa
“p2p” de alquiler de viviendas turísticas**

TRABAJO FIN DE GRADO

Autor: Borja Larrañaga Arzamendi

Director: Alberto Díaz de Junguitu

Junio, 2016

ÍNDICE

1. Introducción.....	7
1.1. Antecedentes.....	8
1.2. Objetivos.....	8
1.3. Metodología y limitaciones del estudio.....	9
2. Turismo en España y nuevas formas de negocio.....	14
2.1. ¿Qué situación vive el sector turístico en España?	14
2.1.1 Balance turístico del conjunto del año 2015.....	14
2.1.2 Expectativas turísticas para el año 2016.....	16
2.2. ¿Qué situación vive el segmento del alojamiento turístico?	17
2.3. ¿Qué son las plataformas “p2p”?	21
2.4. Fenómeno del sector del alquiler de apartamentos turísticos y su situación actual tras la irrupción de las plataformas “p2p”.....	24
2.5. Partidarios y voces discordantes de esta nueva forma de negocio.....	33
3. Viabilidad de la creación de una empresa de alquiler de apartamentos mediante una plataforma “p2p”	37
3.1. Elección de la ubicación de la empresa.....	37
3.2. Normativa reguladora.....	68
3.2.1. Antecedentes de la normativa.....	68
3.2.2. Normativa de las viviendas vacacionales en Canarias.....	69
3.2.3. Perjuicios y voces discordantes de la nueva normativa en Canarias.....	70

3.3. Definición del modelo de negocio.....	73
3.3.1. Presentación de Friendly Rentals.....	73
3.3.2. Herramientas a utilizar.....	75
3.3.3. Análisis DAFO.....	77
3.3.4. Elección del modelo de negocio.....	81
3.3.5. Características del modelo de empresa.....	82
3.4. Estudio de viabilidad de la empresa y resultados.....	85
4. Conclusiones.....	93
5. Bibliografía.....	98
6. Anexos.....	99
6.1. Entrevista realizada a Agustín Zubicaray.....	99

Índice de tablas y gráficos

Gráfico 1: Tasas de variación anual de pernoctaciones en alojamientos turísticos colectivos.....	18
Gráfico 2: Distribución de la planta alojativa de pago en España, según oferta reglada y no reglada. 2014.....	26
Gráfico 3: Distribución de la planta alojativa de pago en España, según tipologías. 2014.....	26
Gráfico 4: Distribución de viviendas de alquiler turístico de las principales “p2p” en España.....	30
Gráfico 5: Capacidad de la planta alojativa en plataformas “p2p” en los destinos urbanos.....	31
Tabla 1: Servicios de alojamiento turístico en viviendas de alquiler (propiedades y plazas).....	27

Tabla 2.1: Viajeros, pernoctaciones y estancia media en apartamentos turísticos a nivel nacional 2001/2015.....	41
Tabla 2.2: Viajeros, pernoctaciones y estancia media en la comunidad de Canarias 2001/2015.....	45
Tabla 3.1: Viajeros entrados por zonas turísticas y meses en 2009 en apartamentos turísticos.....	42
Tabla 3.2: Viajeros entrados por zonas turísticas y meses en 2014 en apartamentos turísticos.....	43
Tabla 3.3: Viajeros entrados por las principales zonas turísticas de Canarias en apartamentos turísticos del 2007 al 2011.....	46
Tabla 4.1: Nº de viajeros entrados en las zonas turísticas de Canarias en apartamentos turísticos 2003.....	47
Tabla 4.2: Nº de viajeros entrados en apartamentos turísticos en Gran Canaria, Lanzarote y Tenerife en 2003, 2005, 2006 y 2009.....	47
Tabla 4.3: Nº de viajeros, pernoctaciones g.ocupación, nº residentes españoles, no residentes y nº de residentes extranjeros de UE entrados en apartamentos turísticos en 2003.....	47
Tabla 4.4. Nº de viajeros, pernoctaciones g. ocupación, nº de residentes españoles, no residentes y nº de residentes extranjeros de UE entrados en apartamentos turísticos en 2005.....	47
Tabla 4.5: Nº de viajeros, pernoctaciones, g.ocupación, nº de residentes españoles, no residentes y nº de residentes extranjeros de UE entrados en apartamentos turísticos en 2005.....	48
Tabla 4.6: Nº de viajeros, pernoctaciones, g.ocupación, nº de residentes españoles, no residentes y nº de residentes extranjeros de UE entrados en apartamentos turísticos en 2009.....	48
Tabla 5.1: Pernoctaciones de los viajeros entrados por zonas turísticas y meses en apartamentos turísticos en 2009.....	49
Tabla 5.2: Pernoctaciones de los viajeros entrados por zonas turísticas y meses en apartamentos turísticos en 2014.....	50
Tabla 5.3: Pernoctaciones en apartamentos turísticos de los viajeros en las principales zonas turísticas de Canarias entre 2009 y 2014.....	51
Tabla 6.1: Viajeros y pernoctaciones en toda España según país de residencia en apartamentos turísticos en 2009.....	52

Tabla 6.2: Viajeros y pernoctaciones en toda España según país de residencia en apartamentos turísticos en 2014.....	53
Tabla 6.3: Pernoctaciones de los viajeros por las principales zonas turísticas de Canarias y de principales países de residencia en apartamentos turísticos en 2009.....	54
Tabla 6.4: Pernoctaciones de los viajeros por zonas turísticas y país de residencia en apartamentos turísticos 2014.....	55
Tabla 6.5: Pernoctaciones de los viajeros británicos que acoge las Islas Canarias en apartamentos turísticos del 2009 al 2014.....	56
Tabla 6.6: Pernoctaciones de los viajeros alemanes que acoge las Islas Canarias en apartamentos turísticos del 2009 al 2014.....	56
Tabla 7.1: Número de establecimientos/empresas de apartamentos turísticos estimadas por zonas turísticas y meses en 2009.....	58
Tabla 7.2: Número de establecimientos/empresas de apartamentos turísticos estimadas por zonas turísticas y meses en 2014.....	59
Tabla 8.1: Número de apartamentos estimados por zonas turísticas y meses en 2009.....	60
Tabla 8.2: Número de apartamentos estimados por zonas turísticas y meses en 2014.....	61
Tabla 9.1: Grado de ocupación de apartamentos por meses y zonas turísticas en 2009.....	62
Tabla 9.2: Grado de ocupación de apartamentos por meses y zonas turísticas en 2014.....	63
Tabla 9.3: Grado de ocupación de apartamentos de las principales zonas turísticas de Canarias del 2009 al 2014.....	66
Tabla 10.1: Grado de ocupación por plazas de apartamentos por meses y zonas turísticas en 2009.....	64
Tabla 10.2: Grado de ocupación por plazas de apartamentos por meses y zonas turísticas en 2014.....	65
Tabla 10.3: Grado de ocupación por plazas de apartamentos de las principales zonas turísticas de Canarias del 2009 al 2014.....	66
Tabla 11: Modelo de empresa.....	83
Tabla 12: Estudio de viabilidad, de oferta única de servicio de gestión completa sin contratar empleados, año 1.....	87

Tabla 13: Estudio de viabilidad de oferta única de servicio de gestión parcial sin contratar empleados, año 1.....	88
Tabla 14: Estudio de viabilidad de oferta única de servicio de gestión parcial sin contratar empleados, año 2.....	88
Tabla 15: Estudio de viabilidad, de oferta de servicios de GP y GC sin contratar empleados, año 1.....	89
Tabla 16: Estudio de viabilidad, de oferta de servicios de GP y GC sin contratar empleados, año 2.....	89
Tabla 17: Estudio de viabilidad, de oferta de servicios de GP y GC contratando empleados, año 1.....	90
Tabla 18: Estudio de viabilidad, de oferta de servicios de GP y GC contratando empleados, año 2.....	90
Tabla 19: Estudio de viabilidad, de oferta de servicios de GP y GC contratando empleados, año 3.....	91
Tabla 20: Estudio de viabilidad, de oferta de servicios de GP y GC contratando empleados, año 4.....	91

1.-INTRODUCCIÓN

Durante los últimos años la oferta de apartamentos turísticos¹ ha experimentado un gran crecimiento, posicionándose como una de las principales modalidades de alojamiento vacacional, principalmente por la penetración en el mercado de las plataformas online de alquiler de viviendas turísticas, llegando a superar la oferta total de hoteles, hostales, albergues y campings, según afirma Exceltur²(exceltur.com 17/02/2016).

Estas plataformas online se conocen como plataformas “p2p” que viene de la expresión inglesa “peer to peer”, de igual a igual.

A lo largo del estudio explicaré en qué consisten y qué ofrecen estas plataformas. Según expone Hosteltur³ en uno de sus artículos, es un hecho que su llegada al mercado turístico español ha cambiado por completo las reglas de juego del alojamiento turístico (hosteltur.com 06/02/2016).

Es ya conocido que aún apoyadas estas plataformas en el contexto de “economía colaborativa” que también explicaré en qué consiste, el alojamiento turístico en viviendas de alquiler es a día de hoy posiblemente uno de los negocios más rentables del sector turístico según afirma Hosteltur (hosteltur.com 06/02/2016).

La llegada de esta nueva modalidad, casualmente o no, ha venido de la mano de la crisis actual, entrando de lleno en el sector turístico español justo un año después de esta, en el 2009. Lo que según la información proporcionada por Exceltur, ha supuesto que muchos particulares con ánimo de aumentar sus ingresos mensuales hayan optado por alquilar sus viviendas y así han ayudado al gran crecimiento de la oferta de esta forma de negocio (exceltur.org 17/02/2016).

Como mencionaba, juegan un papel principal en esta nueva modalidad las plataformas “p2p”. La mayoría de estas son simples canales de comunicación entre propietarios y arrendadores, donde las plataformas cobran una comisión o una cuota anual a los propietarios que publican sus viviendas en sus portales.

De esta manera, siendo este un sector en auge que podría suponer una gran posibilidad de negocio, mediante este trabajo he pretendido realizar un análisis del sector para así contrastar la viabilidad para la creación de una empresa dedicada a la intermediación del alquiler de viviendas vacacionales mediante una plataforma “p2p”.

¹ apartamento turístico: (unidad) el inmueble, cuyo uso se cede en alquiler, de modo habitual para hospedaje ocasional, incluyéndose apartamentos propiamente dichos, chalets, villas y bungalows.

² Exceltur: Es una asociación sin ánimo de lucro, formada por 25 de las más relevantes empresas de toda la cadena de valor turística.

³ Hosteltur: Portal online líder en español de noticias de turismo.

1.1.-ANTECEDENTES

La razón principal por la que decidí estudiar Administración y Dirección de Empresas fue que siempre me atrajo la idea de crear mi propia empresa y esta era la carrera idónea que me proporcionaría los recursos necesarios, aunque mis inquietudes estaban principalmente enfocadas al estudio de la mente y el comportamiento humano.

Por ese motivo el año pasado decidí realizar un máster en Coaching, cuya aplicación además de en cualquier ámbito de la vida cotidiana, se puede trasladar al ámbito empresarial, ya que esta herramienta en definitiva, se basa en la consecución de objetivos.

Antes de acabar las asignaturas de la titulación y habiendo finalizado el máster, en el curso 2014/2015 me puse en contacto con Alberto Díaz de Junguitu para presentarle el tema del trabajo fin de grado que pretendía realizar. Este estaría relacionado con la creación de una empresa dedicada a ofrecer servicios de Coaching. La idea era además de realizar el TFG, crear la empresa una vez acabados mis estudios en función de la viabilidad del proyecto.

A Alberto le pareció buena idea y comencé con ello. Sin embargo, a medida que lo fui llevando a cabo fui consciente de que mis conocimientos distaban mucho de ser suficientes para crear una empresa de este tipo y me fui desmotivando, hasta apartarlo de mis prioridades y posponer su desarrollo para este curso 2015/2016.

Así mismo, durante el verano pasado trabajé para una empresa dedicada al alquiler de apartamentos turísticos mediante una plataforma “p2p”. Lo cierto es que no conocí gran cosa acerca del sector, más allá del funcionamiento de la empresa para la que trabajaba y las cantidades de dinero que facturaban.

Sin embargo tuve la sensación de que era un sector con un gran potencial y puesto que había perdido el interés por llevar a cabo el trabajo fin de grado que ya había empezado a realizar, le planteé a Alberto la posibilidad de hacer otro trabajo, en este caso relacionado con la creación de una empresa dedicada al alquiler de apartamentos turísticos mediante una plataforma “p2p” y aceptó la propuesta. Del mismo modo que para el trabajo anterior, barajaba la posibilidad de crear la empresa, en función de su viabilidad, una vez habiendo realizado el estudio y habiendo terminado titulación.

1.2.- OBJETIVOS

El objetivo principal de este estudio consiste en contrastar la viabilidad de la creación de una empresa “p2p” de alquiler de viviendas turísticas, para comprobar si sería rentable y si las circunstancias del sector y del entorno lo favorecen.

Así mismo puedo dividir en dos grandes objetivos el estudio que he realizado.

El primero consiste en analizar el sector en el que se desenvolvería la empresa para ver si las condiciones que lo rodean son favorables para su consecución. De esta manera he planteado un bloque de cuestiones para las que he buscado respuestas:

- Qué son exactamente las plataformas “p2p”, de dónde vienen, qué ofrecen y cuál ha sido su evolución estos últimos años.
- Cuál es la situación actual del sector turístico español y las expectativas futuras así como en concreto la situación del alojamiento turístico.
- Qué impacto han supuesto las plataformas “p2p” en el sector del alojamiento turístico, así como su impacto social y económico.
- Cuál es la situación actual de su oferta en comparación con la de la oferta de alojamiento turístico tradicional (hoteles, hostales, albergues y campings).
- Cuáles son las principales “p2p” que actúan en España.
- Quiénes son los partidarios y las voces discordantes de esta nueva modalidad, así como cuáles son sus argumentos.

El segundo objetivo hace referencia a dar con el modelo de negocio idóneo para llevar a cabo el proyecto, así como estudiar su viabilidad teniendo en cuenta una serie de variables que presento a continuación:

- Cuál sería el destino idóneo donde establecer la empresa.
- Valorar si la opción que contemplaba a priori de asociar mi futura empresa a Friendly-Rentals es la más idónea.
- Cuáles son las normativas que regulan el sector
- Cuáles han sido las consecuencias de estas normativas y sus detractores.
- Cuál sería el modelo de empresa adecuado.
- Sería viable la proyecto.

1.3.-METODOLOGÍA Y LIMITACIONES DEL ESTUDIO

En primer lugar decir que la estructura del trabajo la planteamos Alberto y yo conjuntamente y hemos ido corrigiendo y modificando el contenido a lo largo de las tutorías.

Respecto al estudio que he realizado, ha sido mucho más complicado de lo que cabía esperar. Para el desarrollo de ambos objetivos de los que hablaba previamente, la mayor de las dificultades ha sido dar con información verídica y fiable que aportase datos contrastados por la administración pública u organismos independientes que no pretendan salvaguardar intereses propios.

En lo referente al primer objetivo, en el caso de la oferta de hoteles, hostales, albergues y campings existe todo tipo de información y estadísticas que maneja el Instituto Nacional de Estadística⁴, además de otras instituciones, donde es posible saber exactamente la evolución

INE⁴ : El Instituto Nacional de Estadística es un organismo autónomo de carácter administrativo, con personalidad jurídica y patrimonio propio, adscrito al Ministerio de Economía y Competitividad a través de la Secretaría de Estado de Economía y Apoyo a la Empresa. Se rige, básicamente, por la Ley 12/1989, de 9 de mayo, de la Función Estadística Pública (LFEP), que regula la actividad estadística para fines

de cada una de las modalidades de alojamiento, sus respectivos números de pernoctaciones, procedencia de los viajeros, número de empresas en el sector, número de establecimientos...

En el caso de los apartamentos turísticos esto se complica y mucho, según Exceltur principalmente por la escasa y ambigua regulación a la que están sometidos, lo que provoca que se desconozca el volumen de actividad real que abarca el sector (exceltur.org 17/02/2016).

Existen diferentes estudios que han realizado asociaciones e instituciones en los que no me ha quedado otra opción que apoyarme en gran medida. Principalmente en un estudio realizado por Exceltur, que de toda la información disponible es por mucho la asociación que proporciona estudios de mayor alcance.

Se ha de tener en cuenta que la asociación Exceltur, está formada por las principales empresas de toda la cadena de valor turística, entre ellas muchas de las principales cadenas hoteleras, por lo que la información que proporciona en su estudio se podría decir que está planteada desde una perspectiva poco favorable de cara a la difusión de los apartamentos turísticos mediante las plataformas “p2p”, ya que al fin y al cabo están quitando a sus empresas cuota de mercado.

No cabe duda que habría sido una mejor opción utilizar como soporte estudios de organizaciones independientes, pero un claro ejemplo de las limitaciones de información con las que cuenta la Administración Pública, es que el Instituto Nacional de Estadística, contempla y estudia algo más de 450.000 apartamentos turísticos en toda España, mientras que el estudio realizado por Exceltur habla de más de 3.000.000 de apartamentos (ine.com 03/03/2016) (exceltur.org 16/02/2016).

Aún así para realizar algunos apartados, me he basado en las estadísticas del INE, para los que he tenido que partir de la hipótesis de que el total de los apartamentos sigue una tendencia y evolución similar a la de los apartamentos, para los que el INE disponía de información, lo cual no es ni mucho menos evidente.

Hay un aspecto que maneja Exceltur a lo largo de su estudio, que me costó mucho comprender. Se habla de oferta de apartamentos reglada y no reglada. Dentro de la reglada están todas las modalidades de alojamiento tradicionales y los apartamentos turísticos que están inscritos en el registro de turismo. Por otro lado, la no reglada son los apartamentos turísticos que no están inscritos en el registro de turismo.

Sin embargo a lo largo de todo un estudio de más de cien páginas esta distinción no queda nada clara. El estudio está tergiversado de tal forma que sin llegar a mentir, para quien no conozca el sector y lo lea sin demasiado detenimiento, se da a entender que la oferta no reglada está formada por los apartamentos que se publica en las “p2p” y la oferta reglada es la que se publica por otros medios, como si el hecho de publicarse en estas plataformas eximiese

estatales la cual es competencia exclusiva del Estado. La Ley asigna al Instituto Nacional de Estadística un papel destacado en la actividad estadística pública encomendándole expresamente la realización de las operaciones estadísticas de gran envergadura (censos demográficos y económicos, cuentas nacionales...)

a los propietarios de los apartamentos de ciertas responsabilidades legales, lo cual no tiene ningún sentido.

Para contrastar la información que proporcionan desde Exceltur, en una de las cuestiones planteadas del primer objetivo, he expuesto las conclusiones que derivan de un estudio realizado por Esade⁵ y Fevitur⁶, desde el cual se traslada una perspectiva muy diferente. Así mismo da la sensación de que hablen de sectores diferentes, aunque en realidad no se contradicen, simplemente cada uno expone lo que le interesa y desde el punto de vista que le interesa.

Esta situación es un reflejo de cómo estos estudios, en los que me he basado principalmente, para desarrollar las cuestiones de este primer objetivo, proporcionan información poco objetiva.

En lo referente al segundo objetivo, para la elección de la ubicación de la empresa, me he apoyado en las estadísticas del INE, basándome de nuevo en la hipótesis previamente mencionada, aún teniendo en cuenta las limitaciones que ello supone. Este apartado tiene un peso específico importante en el trabajo ya que es el factor clave para la viabilidad del proyecto.

Teniendo en cuenta que según Exceltur, el punto de inflexión referido a la irrupción de las “p2p” se dio en 2009, con ánimo de comprobar cómo ha afectado este hecho a la oferta de los apartamentos turísticos, he tomado como referencia para el estudio dicho año y el año 2014, ya que el Instituto Nacional de Estadística aún no contemplaba para el año 2015 la información de las variables que he analizado.

Además, añadir que para esta elección, no ha sido una de las variables a tener en cuenta, la situación más favorable respecto a la normativa de la que goza el sector en algunas comunidades autónomas, ya que parece inminente, que las comunidades autónomas que todavía no han regulado el sector, lo hagan a corto plazo, e incluso que las que ya lo han regulado, lo sigan modificando en función de las necesidades del sector.

Una vez habiendo elegido la ubicación donde establecer la empresa he analizado la normativa vigente en su respectiva comunidad autónoma. Para ello me he basado en el Trabajo Fin de

⁵ Esade: La Escuela Superior de Administración y Dirección de Empresas (ESADE) es una institución académica privada de educación superior ubicada en Barcelona, España y que actualmente gestiona una facultad y una escuela de la Universidad Ramón Llull.

⁶ Fevitur: La Federación Española de Asociaciones de Viviendas y Apartamentos Turísticos (FEVITUR) nace del compromiso de 13 asociaciones de apartamentos y viviendas de uso turístico que trabajan día a día para ofrecer los mejores servicios a sus asociados. Se constituye en septiembre del año 2013 con la voluntad articular el sector alrededor de unos objetivos comunes dando voz y voto a todas las asociaciones que la forman y sirviendo de interlocutor ante las administraciones y otras instituciones públicas y privadas. Fevitur representa a más de 125.000 apartamentos englobados en las 13 asociaciones que la componen.

Grado que realizó el pasado julio de 2015 Yaiza María Martín Pérez en la facultad de Economía, Empresa y Turismo en la Universidad de La Laguna⁷, con título “Análisis de las Viviendas Vacacionales en Tenerife”.

Por último concerté una entrevista con Agustín Zubicaray, jefe de Gestión de Apartamentos del Norte, empresa dedicada a la intermediación del alquiler de apartamentos turísticos mediante una plataforma “p2p”, con sede en San Sebastián, para la que trabajé el pasado verano. La entrevista la realizamos en su casa, el 18 de mayo de 2016. Para entonces, el trabajo ya estaba bastante avanzado y mi idea era aprovechar la entrevista para resolver las dudas que no había sido capaz de solventar con los recursos que disponía, pero lo cierto es que no obtuve todas las respuestas que esperaba.

La mayoría de las cuestiones tratadas en la entrevista, hacían referencia al contenido del segundo objetivo, aunque aproveché para tratar de resolver todas las dudas que tenía, por lo que a lo largo del contenido del primer objetivo, también hago referencia a información que me proporcionó.

Llevé preparadas a la entrevista un gran número de preguntas muy concretas relacionadas con la regulación, con el sector, con los modelos de negocio de la competencia, con la propia actividad de Gestión de apartamentos del norte y de Friendly Rentals⁸, empresa a la que está asociada, así como de la relación empresarial entre las partes, sin embargo al ser esta para él una actividad empresarial secundaria y al ser el hermano del jefe de Friendly Rentals, el cual le mantiene al día en la medida de lo necesario, no tenía el conocimiento suficiente para resolver mis preguntas más concretas.

Me ha sorprendido el gran número de empresas con modelos de negocio diferentes que operan en el sector. Muchas de mis preguntas iban dirigidas a este tema, ya que la información que proporcionan las propias páginas web de las plataformas es bastante escasa y subjetiva. Digo que es subjetiva porque he podido leer en Homeaway⁹ por ejemplo, que son un mero canal de publicación de anuncios y que no tienen ninguna responsabilidad legal respecto a lo que se anuncia en sus portales ni respecto a la relación contractual entre el viajero y el anfitrión. (homeaway.es 15/05/2016) Sin embargo el gobierno de Cataluña ya les ha sancionado con varias multas por publicar apartamentos que no cumplían con la normativa (hosteltur.com 15/05/2016).

No es más que un ejemplo, pero lo que queda claro es que la información que proporcionan, además de ser escasa, no se ajusta a la realidad.

Además de esto, habiendo diferencias difíciles de detectar entre un gran número de empresas, habría supuesto un trabajo de 1000 horas llevarlo a cabo, por lo que he tratado de diferenciar las dos formas de negocio más habituales.

⁷ Universidad de La Laguna: Universidad pública situada en Tenerife.

⁸ Friendly rentals: empresa fundada en 2003 con sede en Barcelona especializada en el alquiler de apartamentos vacacionales de corta y media estancia.

⁹Homeaway: Plataforma “p2p” que ofrece la mayor selección de apartamentos del mundo.

En lo referente a los apartados del modelo de negocio, para definirlo, he utilizado el análisis Dafo y el modelo Canvas. El primero lo he empleado para diseñar un modelo general de negocio y el segundo para precisar el modelo de empresa por el que he optado, paso necesario para el estudio de viabilidad. Para el análisis externo me he basado en gran medida en la información proporcionada en el marco teórico, que es el primer objetivo y para realizar el análisis interno me he apoyado principalmente en la entrevista realizada a Agustín Zubicaray, ya que requería de información interna de Friendly Rentals, que no publican en su página web. Además, puntualmente para ambos análisis, me he apoyado en datos disponibles en el trabajo fin de grado previamente mencionado, y en otras páginas web.

He de decir que me falta información referente a la relación contractual entre Friendly Rentals y las empresas asociadas, debido a que como he dicho, esta información no se publica y Agustín Zubicaray, al ser familiar del jefe de Friendly Rentals, no tiene con este más que un acuerdo verbal, a diferencia de las demás empresas independientes, que firman un contrato año a año.

Por otro lado, he utilizado el modelo Canvas con el objetivo de presentar de forma clara y visual, los aspectos que interrelacionados entre sí forman la propuesta de valor de la empresa, aunque no he sido yo quien ha propuesto el plan estratégico que he planteado, sino que es el que impone Friendly Rentals para sus empresas asociadas.

Para realizar el plan de viabilidad, me he basado en mi experiencia en el sector el pasado verano, en los conocimientos que he ido adquiriendo en la carrera, en la información que me proporciono Agustín Zubicaray en la entrevista, en el estudio que he realizado para la elección del destino y puntualmente en el trabajo fin de grado de Yaiza María Martín.

Aún así muchos aspectos son muy inciertos, principalmente los relacionados con el número de apartamentos que gestionaré, así como cuánto tiempo tardaré en alcanzar un volumen de actividad determinado. Por eso, para realizar el plan de viabilidad, he partido de la hipótesis de que cada mes, gestionaré dos apartamentos más en los que ofrezca la gestión completa y otros dos más, en los que ofrezca la gestión parcial.

Además para saber la oferta de qué servicio sería más rentable, las he estudiado por separado, contemplando para los dos casos, cómo de rentable sería el dedicarme sólo a ofrecer una de ellas. Por último he analizado qué opción sería más conveniente, si contratar personal o realizar la actividad por mi cuenta.

En definitiva, la poca información con la que cuentan instituciones como el INE, la poca información que proporcionan las propias plataformas en sus páginas web, la ambigüedad de la regulación, la poca información objetiva que proporcionan estudios de peso como el de Exceltur y el hecho de que Agustín no haya podido resolver muchas de mis dudas, han dificultado mucho mi trabajo y como consecuencia, gran parte de la información que proporciono tiene una connotación muy subjetiva o la proporciono partiendo de una hipótesis poco realista.

2.- TURISMO EN ESPAÑA Y NUEVAS FORMAS DE NEGOCIO

2.1.- ¿QUÉ SITUACIÓN VIVE EL SECTOR TURÍSTICO EN ESPAÑA?

El primer paso que he llevado a cabo ha sido estudiar en qué situación se encuentra el sector en el que se desenvolvería la empresa, en este caso el sector turístico, y cuáles son las expectativas para este año 2016, para confirmar que es un buen momento para la consecución de mi proyecto.

Para ello me he basado en un estudio que realizó Exceltur, que teniendo en cuenta que es una asociación formada por empresas de toda la cadena de valor turística, considero que tienen información cuantitativa y cualitativa suficiente para hacer un buen diagnóstico.

2.1.1.- Balance turístico del conjunto del año 2015

Tras varias décadas en las que el turismo fue el gran impulsor del desarrollo de la economía española, durante la reciente crisis económica, el sector turístico ha demostrado su capacidad para ejercer de motor de la recuperación económica en España.

Desde el año 2010, el PIB turístico ha crecido en España por encima del de la economía española y ha cerrado finalmente el año 2015 con un crecimiento del 3,7%, tras un atípico y muy positivo cuarto trimestre del año en el que el turismo ha acelerado su crecimiento hasta el 4,0%, por el inesperado aumento de la demanda extranjera tras la intensificación de la inestabilidad en los países competidores (Egipto y Turquía, principalmente).

Se trata de crecimientos del PIB turístico al nivel de los máximos registrados en los últimos 15 años, con niveles de turistas, ingresos y PIB en valores máximos.

El 84,7% de las empresas turísticas españolas han mejorado sus ventas en 2015, con un porcentaje del 56% donde esa mejoría supera el 5%. El incremento en ventas y la reducción de los costes energéticos y financieros ha permitido al 83,4% de empresas mejorar sus resultados en el conjunto del año, el mayor porcentaje desde que en 2002 se elabora la encuesta de Exceltur.

Las siguientes son las diez claves que según Exceltur han favorecido el buen año turístico de España:

1. Uno de cada siete nuevos puestos de trabajo en España han sido creados por el sector turístico en 2015, lo que supone 73.343 nuevos empleos (un 5,5% más que en 2014), hasta registrar una cifra total de 1,4 millones de afiliados a la seguridad social.

El turismo ha aportado 0,5 puntos al crecimiento del PIB español hasta registrar los 124 mil millones de actividad en 2015.

2. Se ha consolidado el repunte y tirón de la demanda nacional, que ha crecido por encima del 5% favoreciendo de esta manera la mejoría de los resultados a la mayor parte de empresas y destinos españoles.

3. Egipto, Túnez y Turquía han perdido en 2015 2,1 millones de turistas que se suman a los más de 5,7 que ya habían perdido los dos primeros desde la Primavera Árabe de enero de 2011. Cada vez que se ha producido este año un episodio de inestabilidad (en marzo museo El Bardo y en junio Susa en Túnez, en octubre un avión ruso derribado en Egipto, desde abril el efecto de la guerra sobre Turquía y recientemente el boicot ruso a los destinos turcos), se ha acelerado la llegada de turistas extranjeros a España.

4. El contexto macroeconómico ha sido inusualmente propicio para viajar con la depreciación del euro (12,1% frente a la Libra y 16,5% respecto al dólar), los tipos de interés y la prima de riesgo en mínimos y el desplome del precio del petróleo (del 37%).

5. La fuerte recuperación de los viajes de negocio en todas sus modalidades (reuniones, congresos, incentivos y eventos), tanto de españoles como de extranjeros. El mercado interno de los viajes de negocio creció hasta septiembre un 11,3%, muy por encima del 6,9% en que se han incrementado los viajes de los españoles por razones de ocio y otros motivos y los viajes de negocios de los extranjeros crecieron un 17,5% en el acumulado anual hasta noviembre, respecto al 6,5% de llegada de turistas extranjeros cuya principal motivación es el ocio.

6. Crecimiento desbordado de la competencia irregular de servicios turísticos “p2p”, con el alojamiento en viviendas de alquiler como principal actividad.

Un fenómeno que se ha demostrado tiene una dimensión desbordante (2,7 millones de plazas frente a las 2,4 millones de plazas que ofertan el total de hoteles, hostales, albergues, campings y apartamentos turísticos inscritos en el registro de turismo en toda España), genera una menor derrama en destino (el 84,2% en renta y el 500% en empleo) y su atractivo principal es el menor precio derivado de su casi nula regulación. Rodeado de la aureola de colaborativo, se explota con un propósito cada vez más lucrativo (el 93% exige un pago por el alquiler, el 44% del mismo va a personas o empresas con más de una propiedad y se ingresa una renta un 123% superior al alquiler alternativo a residentes).

7. Sigue cayendo el ingreso por turista extranjero (un -1,0% nominal y un -2,1% real, según el Banco de España) al llegar más turistas de los perfiles de menor gasto diario asociado. En términos reales encadena 16 años de caídas.

8. Los hoteles urbanos y las compañías de transporte son los subsectores que han experimentado un mayor crecimiento en las ventas, con más del 50% de compañías con incrementos superiores al 5%, recuperando parte de lo perdido durante la crisis. Las empresas vinculadas al sol y playa han vuelto a mejorar hasta alcanzar los mayores niveles de rentabilidad.

9. Los destinos de interior, con Madrid a la cabeza, del norte de España (Cantabria, Asturias y Galicia), Baleares y la costa mediterránea, se han erigido como los grandes beneficiados de 2015.

10. Un cuarto trimestre muy atípico por la confluencia de unas condiciones meteorológicas inusualmente buenas.

2.1.2.- Expectativas turísticas para el año 2016

Respecto a las expectativas para 2016 se plantean diferentes escenarios:

- Escenario A: En un escenario bajo el actual contexto macroeconómico internacional, Exceltur estima que el PIB Turístico podría crecer hasta un 3,4% en 2016 (algo menos que en 2015) y que volverá a crear empleo de forma intensa (el 81,1% de los empresarios prevé aumentar plantillas en 2016), de nuevo por encima del 2,8% que los analistas estiman crecerá el conjunto de la economía española.
- Escenario B: De no superarse con cierta rapidez las incertidumbres de formación de un gobierno estable que otorgue confianza y seguridad jurídica interna y externa para seguir avanzando en la senda de la recuperación y la creación de empleo, Exceltur estima que el PIB turístico podría ralentizar notablemente su crecimiento hasta el 2,7%, por su doble efecto sobre la confianza de los españoles y sus niveles de consumo y sobre la inversión interna y la entrada de capitales extranjeros.

Según una encuesta realizada por Exceltur que se cerró el 8 de enero de 2015 antes de la formación del nuevo gobierno en Cataluña, los empresarios turísticos descontaban un nuevo crecimiento de sus ventas y resultados en 2016, pero de menor intensidad a los registrados en 2015, y en línea con los dos escenarios anteriores.

- El 89,3% esperan un nuevo incremento en sus ventas en 2016.
- Un 92,2% de las empresas descuentan una mejora de sus resultados.
- Todos los subsectores de la cadena de valor turística descuentan un año 2016 de nuevos incrementos en ventas y resultados, con las líneas aéreas a la cabeza.
- En el mismo sentido el optimismo es generalizado en todos los destinos españoles: Más del 90% de las empresas esperan mejorar los resultados en Madrid, Castilla-La Mancha, Asturias, Galicia, Castilla y León, Andalucía y Baleares (en este caso antes de conocer los efectos de la implantación del nuevo impuesto sobre estancias turísticas, aprobado definitivamente por el Govern a principios de 2015).

Cabe destacar que a pesar del buen momento por el que pasa el turismo español son varios los factores que lo favorecen y que son incontrolables. La devaluación del euro respecto a la libra y al dólar, la inestabilidad con ataques terroristas en los principales destinos turísticos competidores y el cuarto trimestre del año con condiciones meteorológicas inusualmente buenas.

Respecto a las expectativas futuras a pesar de la incertidumbre de si se formará un gobierno estable y de si seguirán favoreciendo las condiciones que están fuera de control, desde Exceltur, siguen hablando de crecimiento aún siendo ralentizado, por lo que más allá de estas circunstancias, se contempla un buen escenario para la creación de una empresa en el sector (exceltur.org 01/02/2016).

2.2.- ¿QUÉ SITUACIÓN VIVE EL SEGMENTO DEL ALOJAMIENTO TURÍSTICO?

Una vez habiendo corroborado la buena situación en la que se encuentra el sector turístico a nivel general y las expectativas positivas de cara a este año 2016, he continuado con el estudio del sector centrándome en el segmento del alojamiento, que es el que me interesa, para así comprobar la evolución y situación actual de cada una de las tipologías de alojamiento turístico.

Como ya he explicado, he tenido grandes dificultades para dar con estudios o estadísticas oficiales, que contemplen la actividad del total de apartamentos turísticos en España.

Así mismo, para llevar a cabo esta valoración, me he basado en las estadísticas del INE, habiendo utilizado para este estudio, las estadísticas del mes de enero de 2016, en comparación con las del mismo mes de 2015, donde he contemplado la ocupación de los alojamientos extrahoteleros (albergues, campings, alojamientos de turismo rural, apartamentos turísticos reglados) y alojamientos hoteleros. Respecto a los apartamentos, el INE únicamente contempla algo más de 450.000 plazas alojativas en apartamentos turísticos, que son las plazas de las viviendas que están inscritas en los registros de turismo, de sus respectivas comunidades autónomas (ine.com 03/02/2016).

Por lo tanto, teniendo en cuenta esta limitación y siendo consciente de que estoy estudiando un número reducido de apartamentos, que además han de cumplir unos requisitos que no han de cumplir los no reglados, he partido de la hipótesis de que los apartamentos reglados, mantienen una tendencia y evolución similar a los no reglados, aún sin ser esto evidente.

Habría podido utilizar los datos que Exceltur proporciona en relación al total de apartamentos turísticos y compararlos con el resto de tipologías alojativas, para los que el INE sí que cuenta con toda la información necesaria. Sin embargo, teniendo en cuenta la perspectiva subjetiva e interesada que me da la sensación que traslada Exceltur en su estudio, he considerado que la mejor opción es hacerlo de esta forma y así por lo menos, este estudio será un fiel reflejo de la situación del alojamiento turístico, sin ningún tipo de connotación subjetiva, aunque sea únicamente referido al alojamiento reglado.

Más adelante, trataré la situación de la oferta no reglada y la repercusión que ha tenido la llegada de las plataformas “p2p” de alquiler de apartamentos vacacionales en el sector turístico, basándome en el estudio realizado por Exceltur.

COMPARACIÓN ENTRE ALOJAMIENTO HOTELERO Y EXTRA HOTELERO

Los datos muestran que las pernoctaciones en ambas modalidades de alojamiento (hotelero y extra hotelero) han aumentado.

Un 8.4% las de los extra hoteleros y un 8.2% las de los hoteles, donde un 27% del total de pernoctaciones correspondió a los primeros y un 73% a los segundos.

Respecto al país de residencia de los turistas, el número de turistas residentes en España ha aumentado para ambas modalidades, sin embargo el crecimiento ha sido más notable para los alojamientos extra hoteleros, donde las pernoctaciones han aumentado un 14.8% respecto al 8.9% de los hoteles.

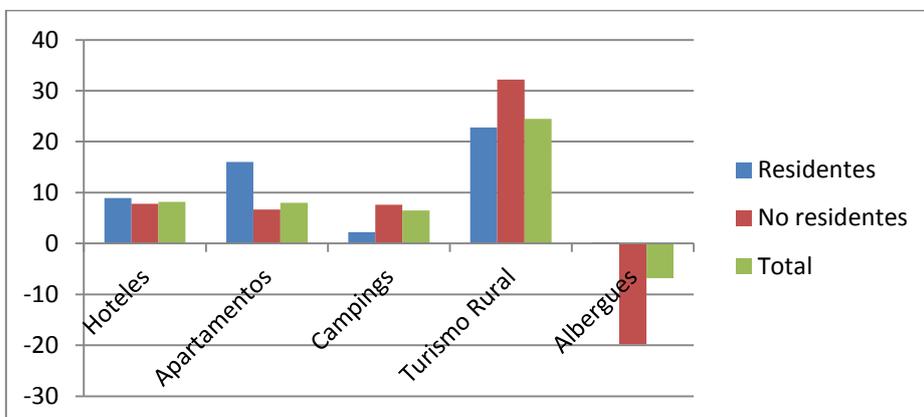
Por otro lado las pernoctaciones de los turistas no residentes en España también han aumentado para ambas modalidades de alojamiento, siendo el crecimiento en los hoteles algo superior con un 7.8% respecto al 7% de los alojamientos extra hoteleros.

Los principales mercados emisores en el conjunto de alojamientos turísticos reglados, los expuestos en el siguiente gráfico, son el británico con el 25,6% del total de pernoctaciones de no residentes, el alemán 19,9% y el francés con un 5,4%.

Canarias es el destino preferido, con 8,3 millones de pernoctaciones un 3,8% más que en enero de 2015. Le siguen Andalucía, con más de 2,6 millones y un aumento anual del 12,9% y Cataluña, con 2,2 millones y un incremento del 10,3%.

Las siguientes son las tasas de variación anual de pernoctaciones especificando las diferentes modalidades de alojamiento, donde cabe destacar el aumento en todas estas a excepción de los albergues, que se han visto claramente perjudicados por la reducción de turistas no residentes en España, siendo por otro lado el turismo rural el que más ha crecido. Respecto a los apartamentos y hoteles el aumento de pernoctaciones de no residentes en España es similar, mientras que las de los residentes han favorecido en mayor medida a los apartamentos.

Gráfico 1: Tasas de variación anual de pernoctaciones en alojamientos turísticos Colectivos



Fuente: INE. Elaboración propia

APARTAMENTOS TURÍSTICOS REGLADOS

En los apartamentos turísticos a pesar de haber aumentado las pernoctaciones (4.015.803), la estancia media ha bajado un 6.1% respecto al mismo mes del año pasado, lo que significa que son más los viajeros (más de 536.000) pero que sus estancias son más cortas, siendo de 6.6 pernoctaciones por viajero.

Respecto al grado de ocupación de éstos ha aumentado un 4% llegando a alcanzar el 35.4% de ocupación de plazas ofertadas y el 59.1% de apartamentos ofertados.

Los no residentes en España representan un 85,4% de las pernoctaciones en apartamentos turísticos siendo Gran Bretaña el principal mercado emisor como venía siendo tiempo atrás, habiendo aumentado un 6.4% sus pernoctaciones respecto al mismo mes del año pasado.

De la misma manera Alemania sigue ocupando la segunda plaza aunque sus pernoctaciones se han visto reducidas en un 3.2%.

Canarias es el destino preferido en apartamentos, con más de 2,8 millones de pernoctaciones, un 4,4% más que en enero de 2015. Esta comunidad también alcanza la mayor ocupación, con el 84,2% de los apartamentos ofertados, una diferencia notoria respecto a la media de España.

CAMPINGS

En los campings el número total de pernoctaciones ha sido de 996.530. El grado de ocupación de parcelas ofertadas es similar al de los apartamentos turísticos con un 35.8% habiendo aumentado este también en un 1.3%.

En este caso el principal mercado emisor también es el de no residentes con un 80.6%, donde vuelven a encabezar la lista de mayor número de pernoctaciones los viajeros británicos, habiendo aumentado un 8.2% respecto a enero de 2015.

ALOJAMIENTOS RURALES

El alojamiento rural que es el que más ha crecido ha contado con 342.555 pernoctaciones, con el grado de ocupación por plazas más bajo, un 8.6% con un crecimiento del 21.9%. En esta modalidad es en la que más se evidencia la diferencia de ocupación entre semana y durante el fin de semana, siendo en este último el grado de ocupación por plazas del 17.3% con un aumento del 33%.

ALBERGUES

Los albergues donde el número de viajeros ha sido de 31.315, aun habiendo sido la única modalidad alojativa que ha visto reducido su número de pernoctaciones (72.633) su grado de ocupación es superior al de los alojamientos rurales con un 13% y un incremento del 2.5%, por lo que entiendo que el número de plazas ofertadas se ha visto reducido.

HOTELES

Por último en el caso de los hoteles el número de pernoctaciones es de 14.437.332 sucede algo parecido a los apartamentos turísticos donde aún aumentando las pernoctaciones la estancia media disminuye. Esta disminución del 1.8% es casi cinco puntos inferior a la de los apartamentos turísticos aún así la estancia media por viajero es de 3.1. Lo que evidencia que las estancias en hoteles son inferiores a las de los apartamentos turísticos, cuya estancia media es de 6.6 pernoctaciones por viajero.

El grado de ocupación por plazas así como el incremento de este es superior al de los apartamentos turísticos con un 43.5% y un aumento del 7.3%.

Respecto al total de viajeros alojados en hoteles, los turistas no residentes en España suponen menos de la mitad del total con un 44%, mientras que en los apartamentos turísticos supone un 85.4%, de entre los cuales los principales mercados emisores también son en primer lugar los británicos seguido de los alemanes.

Para los residentes en España alojados en hoteles los principales destinos turísticos por número de pernoctaciones son en primer lugar Andalucía (18.5%), seguido de C. Madrid (15%), Cataluña (13.8%), C. Valenciana (13.3%) y Canarias (8.5%).

Para los no residentes en España el principal destino turístico son las islas Canarias (55.9%) a mucha diferencia del segundo que es Cataluña (13%), seguido de cerca por Andalucía (10.9%).

En lo que a los precios se refiere en las distintas modalidades de alojamiento, todas ellas han incrementado sus respectivos índices de precio. El que más ha aumentado respecto al mismo mes del año pasado ha sido el de los apartamentos turísticos con un 5,6%, seguido de los campings con un 2%, los albergues con un 1.8% y los hoteles con un 0.8%.

Conclusiones sobre el segmento del alojamiento turístico reglado:

- La principal modalidad de alojamiento siguen siendo los hoteles, suponiendo casi las tres cuartas partes de la oferta de alojamiento reglada. No se ha de olvidar que en este estudio estoy excluyendo a los apartamentos no inscritos en turismo. Contando todos los apartamentos, reglados y no reglados, estos superan en plazas a toda la oferta de alojamiento tradicional de España según los datos que proporciona Exceltur.
- Dentro del alojamiento extra hotelero en los apartamentos turísticos se dan más de las tres cuartas partes de las pernoctaciones, donde los principales mercados emisores son el británico y el alemán como ocurre también en el alojamiento hotelero.
- A excepción de los albergues la tendencia de las demás modalidades alojativas es creciente tanto por los turistas residentes en España como por los no residentes.
- Cabe destacar que más de las tres cuartas partes de los turistas que pernoctan en apartamentos turísticos son extranjeros, el destino de los cuales por excelencia tanto si se alojan en hoteles como en apartamentos turísticos son las islas Canarias.
- Sin embargo los no residentes en los hoteles suponen un 44% del total de pernoctaciones por lo que la diferencia entre residentes y no residentes está mucho más equilibrada que en los apartamentos turísticos, por otro lado en el mes de enero

el crecimiento de pernoctaciones de residentes españoles ha sido mayor para los apartamentos turísticos que para los hoteles (ine.com 03/03/2016).

2.3.- ¿QUÉ SON LAS PLATAFORMAS “P2P”?

El siguiente paso ha consistido en averiguar qué son exactamente, de dónde vienen y qué es eso que aportan las llamadas plataformas “p2p”, que según Exceltur, son las principales responsables del gran aumento de la oferta de apartamentos vacacionales y en consecuencia del cambio de los hábitos de consumo del alojamiento turístico.

Este cambio está siendo mucho más radical de lo expuesto en el apartado anterior, ya que como he dicho, sólo se contemplaban los apartamentos reglados, siendo estos la sexta parte de toda la oferta de plazas alojativas en apartamentos turísticos, lo que implica que a día de hoy según dice Exceltur, esta modalidad de alojamiento, supera en plazas al total de las plazas alojativas de todas las demás tipologías de alojamiento turístico, siendo el canal principal de difusión para estas, las plataformas “p2p” (exceltur.org 06/02/2016).

Comenzaré este estudio explicando en qué consisten las llamadas plataformas online “p2p” que proviene de la expresión inglesa “peer to peer”, lo que significa de igual a igualo. Según el diccionario online Definiciónabc, en el ámbito técnico informático, es una red en la que los nodos¹⁰ cumplen la función de servidores y de clientes, sin que exista al respecto ningún tipo de jerarquía. De esta manera, en una red de estas características, cada computadora estaría en un plano de igualdad con las demás.

No obstante, el interés que han despertado las redes “p2p” no se debe meramente a aspectos técnicos, sino más bien a la utilización que se ha hecho de las mismas y como esta utilización ha podido cambiar un aspecto significativo de la sociedad y de la circulación de contenidos.

Estas se han ido popularizando enormemente desde principios del nuevo milenio, dando cuenta de las posibilidades que internet ofrecía a sus usuarios (definiciónabc.com 16/02/2016).

En el caso del turismo que es el ámbito que nos interesa, “peer to peer” (p2p), según un artículo redactado por la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo¹¹, es una de las grandes tendencias globales que está transformando el modo de viajar y de consumir, es el caso del transporte por carretera, el alojamiento, experiencias en los destinos, la restauración, prácticamente todos los sectores de la industria turística, excepto la industria de la aviación comercial.

¹⁰ Nodo: punto de intersección, conexión o unión de varios elementos que confluyen en el mismo lugar.

¹¹ Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo: Es una institución pública mejicana de educación entre nivel medio superior, nivel superior y posgrado.

La tendencia “p2p”, se ha visto impulsada en los últimos años, gracias a la aparición de webs especializadas que ponen en contacto a particulares que ofrecen sus servicios turísticos (alojamiento, visitas guiadas, coches, etc.), con potenciales viajeros.

Esta tendencia turística, se basa en el concepto del “consumo colaborativo”, término que fue acuñado en 2010 por Rachel Botsman, y Roo Rogers, en su libro *“What’s Mine is Yours: The Rise of Collaborative Consumption”*, lo que traducido sería “Lo que es mío es tuyo, el auge del consumo colaborativo”.

De acuerdo a estos autores, “las sociedades del futuro darán menos importancia a la propiedad de las cosas y en lugar de acumular posesiones, la gente optará por compartirlas con otros.

En España el fenómeno del consumo colaborativo, empezó a darse a conocer entre los años 2012 y 2013, especialmente en el segmento turístico, aunque ya en 2009 el peso de las “p2p” comenzó a ser notable, simplemente que todavía no se había expandido el término del consumo colaborativo.

En la economía de colaboración, se tiene un acceso a los productos y servicios de calidad a un precio muy inferior del que tienen en la economía tradicional, que benefician a los usuarios y a las economías locales, según afirman sus partidarios, determinando así un uso compartido de productos y servicios ya establecidos en el mercado.

La economía colaborativa tiene sus raíces en la cultura de compartir archivos “peer to peer” a principios de los años 90.

Según estos autores, ahora mediante internet, se abarata y se hace más fácil que nunca agregar la oferta y la demanda, donde “Las redes sociales y los sistemas de evaluación ayudan a crear confianza y los sistemas de pago online, gestionan la facturación”.

Las empresas colaborativas, principalmente en el sector turístico, están ganando escala y dinero y se empieza a apreciar el valor añadido y preferir los servicios colaborativos a los tradicionales. En gran parte como comentaba, porque resulta más económico. En el caso de la oferta de alojamiento, como comenta Marián Muro, directora general de Turismo de la Generalitat de Cataluña, “es una de las grandes áreas de crecimiento del turismo p2p, dado que centenares de webs facilitan el alquiler de viviendas para turistas o incluso habitaciones en casas particulares”.

La iniciativa empresarial pionera en este ámbito es Airbnb¹², que nació en San Francisco, California (EE.UU), en 2008. Donde un grupo de amigos, que no les alcanzaba el efectivo para pagar su piso, decidieron ofrecer su casa a través de internet para completar el dinero que les faltaba, ofreciendo dormir en colchones de aire y proporcionando desayuno.

¹² Airbnb: Es una de las mayores plataformas online de alquileres vacacionales del mundo y a su vez la pionera.

Lo llamaron “air bed and breakfast”, en castellano, aire, cama y desayuno. Tras seis años de actividad, en 2014, su web contaba con 600.000 alojamientos registrados, en 34.000 ciudades, de 192 países.

El modelo de negocio de Airbnb, se basa en el cobro de comisiones al propietario de la vivienda (del 3%) y al huésped (entre un 6 y un 12% sobre el precio de la reserva).

El éxito de la tendencia de la economía colaborativa en España, se ha dado en parte gracias a las nuevas tecnologías que facilitan la comercialización “online” entre particulares, a menudo mediante plataformas “p2p” y a la crisis económica. (uaeh.edu 16/02/2016)

Las llamadas plataformas “peer to peer” están ahora instauradas en estos segmentos clave del turismo:

ALOJAMIENTO:

Son plataformas que a fin de cuentas, ejercen de intermediarios entre propietarios y usuarios, donde se intercambian casas, en algunos casos, sin contraprestación económica, se alquilan habitaciones, casas enteras o según en qué plataformas, todo tipo de alojamientos, donde las plataformas generalmente reciben un porcentaje por reserva, o reciben una cantidad acordada anualmente, por parte de los propietarios que publicitan sus apartamentos en sus portales. Es el caso que nos interesa y sobre el que pivotará el estudio. Entre las más destacadas a nivel mundial y nacional se encuentran Airbnb y Homeaway.

TRANSPORTE:

En este segmento, la plataforma más conocida en España y una de las comunidades de viaje compartido más amplias de Europa, es Bla bla car. Se trata de una red social que pone en contacto a propietarios de coches, que van a hacer un determinado trayecto, con otros viajeros que tienen el mismo destino, para que compartan los gastos del vehículo. Bla Bla Car está en 12 países (desde 2010 en España) y tiene más de 6 millones de usuarios.

ALIMENTACIÓN:

Son plataformas que ponen en contacto a viajeros con particulares que organizan en su propia casa, comidas y cenas, de pago. Se trata de experiencias gastronómicas, con un precio fijo (entre 20 y 60 €) que se anuncian en la web, para que la gente se apunte. El portal intermediario añade una comisión (10-15%). Es una forma de conocer gente y de probar gastronomía local.

EXPERIENCIAS Y VISITAS EN EL DESTINO:

Son personas que se ofrecen como guía local fuera de los circuitos tradicionales: rutas gastronómicas, fotográficas, culturales, deportivas, de compras... Todas funcionan de la misma forma: Los particulares suben sus propuestas a la web de forma gratuita y por cada reserva, abonan un 15 % aproximadamente a la plataforma. El portal solo interviene para garantizar la calidad y unos requisitos mínimos de las ofertas. Muchas de estas plataformas, han conseguido incorporar a sus supuestos competidores, como los guías turísticos, que en

algunos casos han añadido su oferta a las redes, como una nueva forma de dar a conocer sus servicios (lonelyplanet.es 29/02/2016).

2.4.- FENÓMENO DEL SECTOR DEL ALQUILER DE APARTAMENTOS TURÍSTICOS Y SU SITUACIÓN ACTUAL TRAS LA IRRUPCIÓN DE LAS PLATAFORMAS “P2P”

Habiendo expuesto lo que son las “p2p” y teniendo en cuenta que la empresa que yo crearía realizaría su actividad principal mediante una de estas, en este apartado explico, cómo ha evolucionado la oferta de apartamentos turísticos desde la irrupción las “p2p”, el conflicto existente con la oferta no reglada, que supone gran parte de la oferta de estas plataformas y la magnitud que ha alcanzado dicha oferta. Por otro lado presento cuáles son las empresas que gestionan un volumen de oferta más elevado en España y cuáles son sus principales modelos de negocio.

Por último, cuáles son las consecuencias derivadas a nivel social y económico de la llegada de estas plataformas y cómo afecta esto a las demás tipologías de alojamiento, sobre todo a los hoteles que suponen su principal competencia.

Anteriormente mencionaba que los alojamientos no inscritos en el registro de turismo se consideran oferta no reglada, por lo que no están presentes en las estadísticas del INE. Entre otros aspectos, esta oferta está exenta del pago del IVA y la mayoría de las viviendas no están registradas, por lo que la mayor parte de los propietarios no declara sus ingresos en el IRPF, aún estando obligados a ello. De esta manera, es muy complicado controlar el segmento y conocer a ciencia cierta cuál es su volumen de actividad real. Así mismo para realizar este análisis me he basado en un estudio que encargó Exceltur, ante la inexistencia de ningún otro informe independiente nacional o internacional que hubiese abordado este tema con el alcance global necesario, al ser consciente de la dimensión que estaba alcanzando esta nueva modalidad y de las múltiples implicaciones que pudieran ocasionarse en consecuencia.

El estudio ha sido dirigido y elaborado por EY¹³, el cual ha sido llevado a cabo entre noviembre de 2014 y Junio de 2015 con la colaboración puntual de tres empresas líderes en sus distintas especialidades:¹⁴

¹³ EY: Ernst & Young, ahora mundialmente conocida como EY es una de las mayores firmas de servicios profesionales del mundo, que incluyen auditoría, impuestos, finanzas, contabilidad, servicios de cálculos y estudios actuariales y asesoramiento en la gestión de la empresa.

¹⁴

Este estudio se apoya en estadísticas oficiales de Egatur y Familitur, un estudio estadístico realizado por Nielsen, casi 50.000 ofertas individuales de viviendas en alquiler incluidas en las 10 principales plataformas “p2p”, las normativas que regulan el alojamiento en hoteles, hostales, albergues y campings para evidenciar el efecto de estas sobre la oferta tradicional (hoteles, hostales, campings y albergues) y la desigualdad competitiva que esto genera respecto a la oferta de apartamentos no reglados e incluso respecto a los apartamentos reglados, por ser en su opinión normativas insuficientes. 50 cuestionarios realizados a las asociaciones de vecinos más representativas de los barrios turísticos

En primer lugar, se ha de tener en cuenta que la oferta de apartamentos turísticos, no viene de la mano de las “p2p”, no ha surgido ni si quiera en este milenio. Desde hace varias décadas, los servicios de alojamiento turístico en viviendas de alquiler, han tenido una elevada presencia como fórmula de alojamiento turístico en España, tanto de turistas extranjeros como, sobre todo, de los españoles.

Los datos proporcionados por Exceltur, muestran cómo en España el auge del alquiler de viviendas como alojamiento turístico, ha estado protagonizado en estos últimos años y hasta la fecha, con la entrada de las principales plataformas “p2p”. Concretamente, desde el año 2010, un año antes del que entraran a operar con fuerza en España los principales portales online especializados en el alquiler turístico, el uso de la vivienda alquilada por parte de los turistas extranjeros, se había incrementado un 59,7% según Frontur¹⁵, y solo en 2015, con los datos hasta mayo, mantuvo la tendencia creciendo un 20,5%.

La penetración de las plataformas “p2p”, ha inducido y facilitado la promoción de los servicios de alojamiento turístico de alquiler en viviendas en el mercado turístico de cortas estancias, lo que ha venido a llamarse en EEUU la “hotelización” del parque residencial. El gran cambio introducido por la tecnología de las mencionadas plataformas en este ámbito, se concentra en la posibilidad de rotar el stock y gestionar el alquiler de viviendas por días para su uso turístico, que ha provocado a su vez, su rápida penetración en el mercado urbano, caracterizado tradicionalmente por un predominio de los viajes de corta duración, y en el vacacional con estancias inferiores a la semana/quincena. Se trata de una realidad que ya desempeña un papel muy determinante en los principales destinos españoles, sobre cuya dimensión existía muy poca evidencia hasta la fecha.

Es importante mencionar, que muchos de los agentes que gestionan las demás tipologías de alojamiento, cargan constantemente contra las plataformas “p2p”. El motivo principal, además de que desde su llegada tienen un competidor más, es que muchas de estas plataformas, entre ellas Airbnb o Homeaway, alegan que no son intermediarios, que son simples canales de publicación de anuncios y de esta manera facilitan que los apartamentos que no están inscritos en el registro de turismo, puedan ser alquilados tan fácilmente como los que sí lo están, al no exigir ningún tipo de requisito a los propietarios para publicar sus anuncios.

Exceltur tras realizar este estudio, estima que la oferta no reglada de plazas en España alcanzaba los 2,7 millones al cierre de 2014. Se trata de un volumen de oferta que supera los

más importantes en los diversos destinos turísticos españoles, 30 entrevistas a responsables turísticos de la administración central, comunidades autónomas y destinos turísticos de referencia, así como a asociaciones de consumidores, empresarios turísticos y expertos del sector. Por último contempla la legislación actual por la que se rigen los alquileres de viviendas turísticas en las comunidades autónomas que hasta la fecha disponían de ella, comparándola con la regulación a la que está sometida la oferta de alojamiento tradicional.

¹⁵ Frontur: Órgano responsable de la investigación de los factores que inciden sobre el turismo, así como de la elaboración, recopilación y valoración de estadísticas, información y datos relativos al turismo, y la creación y difusión del conocimiento y la inteligencia turística.

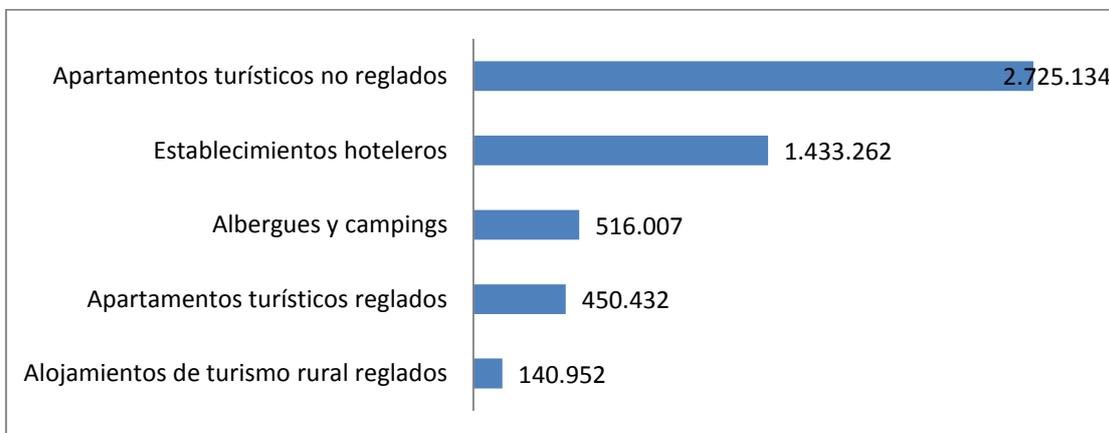
2,5 millones de plazas de la oferta reglada, a pesar de la dificultad para su cuantificación exacta.

Gráfico 2: *Distribución de la planta alojativa de pago en España, según oferta reglada y no reglada. 2014*



Fuente: Exceltur. Elaboración propia

Gráfico 3: *Distribución de la planta alojativa de pago en España, según tipología de alojamiento. 2014*



Fuente: Exceltur. Elaboración propia

En los gráficos anteriores se observa claramente, la dimensión que ha alcanzado este fenómeno, que evidencia a qué se debe, la preocupación de las demás tipologías alojativas del sector turístico.

Dentro de la dificultad para su cuantificación exacta y con la información disponible de las plataformas que concentran el mayor número de anuncios en España, Exceltur ha llegado a la conclusión de que, en diciembre de 2014, las ocho plataformas principales que actuaban en España, las cuales presento a continuación, gestionaban en España una oferta de 278.769

propiedades, que representa un volumen de 1.062.109 plazas dedicadas a prestar servicios de alojamiento turístico. Alrededor del 40% de total de plazas alojativas en viviendas. Se ha de tener en cuenta que además de estas empresas, son muchas más las que realizan esta actividad en España, aún siendo con un volumen de oferta muy inferior (exceltur.org 17/02/2016).

Las siguientes son las principales plataformas “p2p” que operan en España, con sus respectivas propiedades y número de plazas disponibles.

Tabla 1: *Servicios de alojamiento turístico en viviendas de alquiler (propiedades y plazas)*

Plataformas	Número de propiedades	Número de plazas
Airbnb	75.390	287.236
Homeaway	65.541	249.711
Niumba	37.945	144.570
Wimdu	34.741	132.363
Housetrip	22.784	86.807
Rentalia	17.059	64.995
BeMate (Alterkeys)	14.000	53.340
Vacaciones-Espana	7.400	28.194
Only-Apartments	3.909	14.893
Total	278.769	1.062.109

Fuente: Exceltur. Elaboración propia

Debido a las limitaciones que he tenido, que ya he explicado en la metodología, me he limitado a diferenciar las empresas que actúan en este sector en dos modelos de negocio básicos, según lo que me hizo saber Agustín Zubicaray en la entrevista, contando con que cada una de ellas además de lo mencionado tendrá sus diferencias y lo expuesto no se cumplirá a rajatabla para todas.

Por un lado, estarían las plataformas que se dedican exclusivamente a publicar anuncios y servir de medio de comunicación entre viajeros y anfitriones y por otro lado, estarían las plataformas, que además de lo anterior, se encargan de gestionar los apartamentos.

Las dos principales plataformas que actúan en España, son del primer tipo, donde los propietarios de apartamentos emplean sus plataformas para publicar sus viviendas.

En la mayoría de estas, los propietarios tienen la opción de pagar una cuota anual por publicar sus apartamentos o de pagar una comisión por reserva a la plataforma, la cual generalmente ronda el 15% de la reserva.

Muchas de estas plataformas, como ya he comentado antes, por ejemplo Airbnb o Homeaway, alegan que son simples canales de publicación de anuncios y se eximen de cualquier responsabilidad legal, respecto a las condiciones en las que se encuentren los apartamentos que se publican en sus plataformas y respecto a la relación contractual entre viajero y propietario (airbnb.es 16/05/2016)(homeaway.es 16/05/2016).

De todas formas no todas las plataformas que no gestionan apartamentos se eximen de toda responsabilidad. Por ejemplo Only-Apartments, examina cada uno de los apartamentos que publica en su portal y garantiza que los apartamentos publicados cumplen con las características anunciadas. De no ser así, se comprometen a buscar al viajero un apartamento que cumpla con sus expectativas y de no ser posible se comprometen a devolverle el dinero (onlyapartments.com 17/05/2016).

Por otro lado, según lo que me hizo saber Agustín y he podido comprobar en las propias plataformas, estas además se diferencian en aspectos como, la posibilidad de anular una reserva, la posibilidad de realizar una reserva inmediata, es decir sin necesidad de la aprobación del anfitrión, la posibilidad de pagar una cuota mayor, para que los anuncios tengan mayor visibilidad, ofrecer garantías o seguros a sus anfitriones, ofrecer la posibilidad de pagar a través de la plataforma, ofrecer la gestión de los pagos, ofrecer servicios a sus usuarios para gestionar sus perfiles...

Por ejemplo Homeaway tiene un espacio específico en el que proporcionan herramientas a profesionales del sector, que pudieran ser empresas inmobiliarias o empresas gestoras como puede ser Friendly-Rentals, además de ofrecer a estos condiciones especiales (homeaway.es 16/05/2016).

En el caso de Only-Apartments, estos ofrecen la posibilidad de activar una sincronización automática de calendarios. Lo que significa que si un anfitrión trabaja también con otras páginas (Airbnb, Wimdu,...) se pueden sincronizar los calendarios. Así, cada vez que se recibe una reserva a través de otra página, las fechas también se bloquean en el calendario de Only-Apartments (onlyapartments.com 17/05/2016).

Basándome de nuevo en lo que Agustín me transmitió en la entrevista, por otro lado, estarían las empresas que además de publicar apartamentos los gestionan y estas sí que se hacen responsables de la relación contractual entre viajero y propietario, así como de que las condiciones acordadas se cumplan. Este es el caso de Friendly Rentals.

Estas empresas no trabajan con agencias inmobiliarias, ni con ningún tipo de profesionales. Trabajan únicamente con propietarios, porque al fin y al cabo además de publicar anuncios hacen el mismo trabajo que estas.

Generalmente ofrecen dos alternativas que son la gestión parcial o la gestión completa. Dentro de estas están, las que actúan en un único destino y las que lo hacen en varios.

La gestión parcial generalmente implica que son las empresas las que se ocupan de todo el proceso de la reserva, en muchas ocasiones se ocupan de sacar las fotos de los apartamentos, de escribir los textos descriptivos, de la atención al cliente, de la gestión de los pagos y de la resolución de cualquier problema que pudiera surgir. En definitiva se ocupan de todo el proceso, pero no se ocupan de tratar en persona con el cliente en el momento de la entrega de llaves, ni del mantenimiento y limpieza de la vivienda.

Así mismo la gestión completa implica que las empresas dan la posibilidad al anfitrión de desvincularse por completo de la actividad a cambio de un porcentaje mayor. Se ocupan de todo el proceso, así como de la entrega de llaves, limpieza... En definitiva los propietarios se limitan a cobrar.

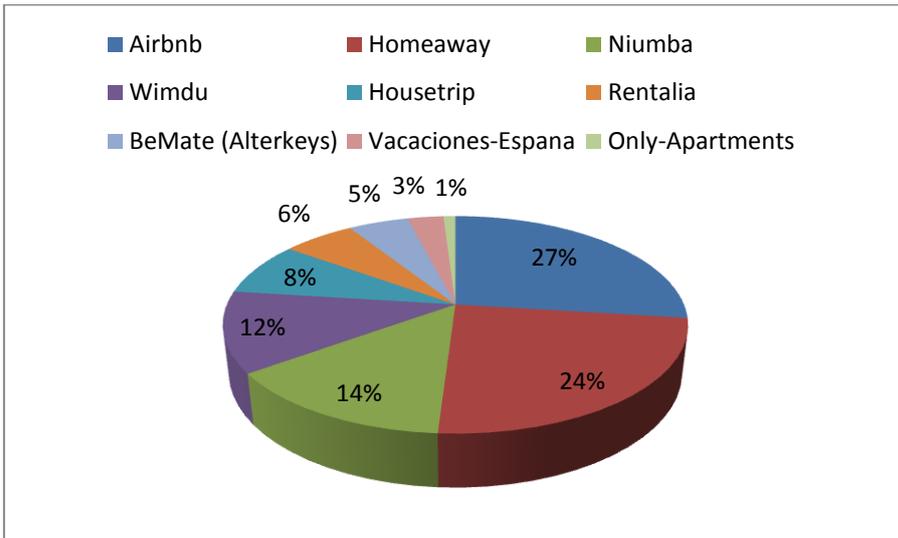
Muchas de las plataformas que trabajan en un único destino son de empresas inmobiliarias.

Aquí es donde Friendly Rentals, empresa a la que está asociada Gestión de Apartamentos del Norte, para la que yo trabajé, marca la diferencia. Ofrece la alternativa de la gestión completa, en todos los destinos donde cuenta con apartamentos, contando en cada destino con una empresa independiente asociada, que trabaja en su nombre. Siendo sólo el 1% de las plataformas las que ofrecen esta alternativa.

Lo que sucede a día de hoy es que, las principales plataformas han alcanzado semejantes dimensiones que es imposible competir con ellas y por lo tanto lo que tienen que hacer estas empresas gestoras, que generalmente son mucho más pequeñas, es publicar sus anuncios, además de en sus propias plataformas, en las plataformas principales como Airbnb o Homeaway, a cambio de un porcentaje por reserva que se acuerda entre las partes.

A Friendly Rentals anteriormente le bastaba con publicar sus apartamentos en su plataforma, hoy en día y cada vez más, tiene que publicarlos en las principales plataformas para llegar a más gente. De esta manera con la simple publicación de anuncios cada vez ganan menos dinero, ya que muchas veces es a través de otras páginas mediante las que alquilan sus apartamentos.

Gráfico 4: Distribución de viviendas de alquiler turístico de las principales “p2p” en España



Fuente: Exceltur. Elaboración propia

Volviendo a los datos disponibles en el estudio de Exceltur, de acuerdo con los datos de Airbnb, en abril de 2015, esta plataforma disponía de un listado de 85.000 viviendas en toda España. Se trata de un crecimiento del 13% respecto al mes de diciembre de 2014, un incremento de aproximadamente 10.000 plazas, en un período de cuatro meses. Este dato proporciona una idea de la rápida evolución de esta oferta, así como el potencial recorrido que tiene en el futuro próximo, lo que justifica la inmediatez que requiere Exceltur en respuesta a este fenómeno.

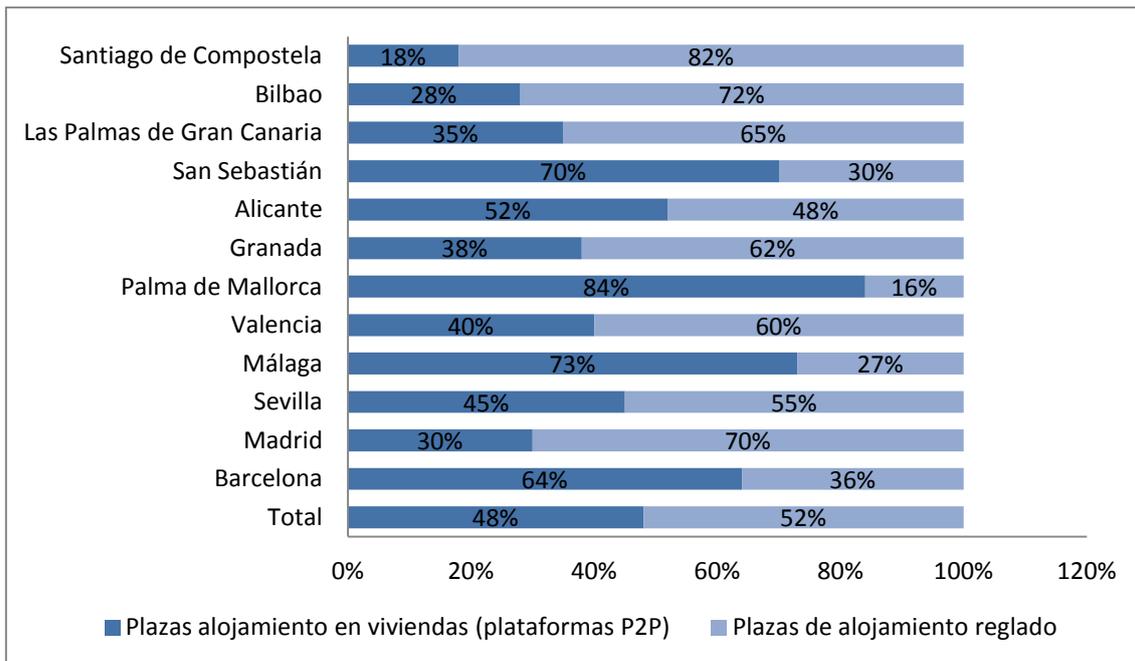
En los destinos urbanos, este tipo de oferta ha supuesto un impacto mucho mayor en su dinámica turística, por ser un fenómeno más novedoso y con una progresión más acelerada. Esta situación contrasta con la de los destinos vacacionales de la costa, en los que los servicios de alojamiento turístico en viviendas de alquiler suponen una realidad desde hace décadas y sus efectos han contado con un mayor nivel de análisis. Dicho lo anterior, no hay que olvidar que a pesar del notable crecimiento de la oferta de estos servicios de alojamiento turístico en los destinos urbanos, las zonas de la costa siguen acumulando un volumen de oferta disponible mucho mayor, con un uso más estacional, aunque con un crecimiento potencial incluso superior al de los centros urbanos.

Del estudio en profundidad realizado por Exceltur de la oferta existente en 12 destinos urbanos españoles, que representan el 71% del total de la oferta de alojamientos reglados en las 53 capitales de provincia en España, se puede derivar la muy notable magnitud que la oferta no reglada tiene ya en el conjunto de la oferta de las principales ciudades españolas. En la mayor parte de ellas, supone ya una parte muy relevante de su oferta de servicios de alojamiento turístico, compitiendo directamente con el resto de tipologías. En la actualidad este tipo de servicios turístico de alojamiento, representan el 48% del total de la oferta turística urbana de las ciudades analizadas, lo que supone igualar la oferta reglada. De todas ellas, Barcelona es con diferencia la ciudad paradigmática de la progresión apenas controlada

de este fenómeno, donde la cuantía de plazas de servicios de alojamiento turístico en viviendas de alquiler se sitúa en 137.196 (casi duplicando la de la oferta reglada), seguida por Madrid con 40.319 y Málaga con 28.763.

A continuación expongo un gráfico que compara las plazas de alojamiento no reglado publicadas en plataformas “p2p” y las plazas de alojamiento reglado publicadas o no en las plataformas “p2p”, en las doce ciudades que han sido objeto de estudio para Exceltur.

Gráfico 5: Capacidad de la planta alojativa en plataformas “p2p” en los destinos urbanos



Fuente: Exceltur. Elaboración propia

Las ciudades con una elevada presencia de turismo extranjero y situadas en la costa, son las que cuentan con una oferta no reglada mayor. En varias de ellas (Barcelona, San Sebastián, Alicante y Málaga) el volumen total de plazas no regladas, ya supera el número de plazas regladas.

El 71% del total de plazas de la oferta no reglada de las 12 ciudades analizadas, se concentra en sus zonas de mayor especialización turística, como son los centros históricos y los frentes marítimos en el caso de las ciudades costeras.

Se trata de una proporción notablemente superior a la presentada por las tipologías alojativas regladas, cuyo espectro más variado de clientes, especialmente en el caso de los hoteles dirigidos a los clientes de negocios, les hace localizarse también en diversas zonas de las periferias urbanas, próximas a las zonas de presencia de actividades económicas (distritos financieros, polígonos industriales o centros de oficinas).

Barcelona concentra el 91% de las 137 mil plazas no regladas en los distritos más turísticos de la ciudad (Ciutat Vella, Eixample, Gràcia, Sant Montjuic y Sant Martí), en contraposición a las plazas regladas cuya presencia proporcional es del 83%.

En el caso de Madrid, la diferencia es aún mayor. En el Distrito Centro de la almendra central de la capital, se localiza el 27% de la oferta total de alojamientos reglados en la ciudad, mientras en el mismo, se sitúa el 81% de las más de 40 mil plazas de la oferta no reglada.

Si comparamos toda la oferta reglada y la oferta de las “p2p” sea reglada o no, observamos que en ambos casos, las zonas turísticas son las que cuentan con una mayor oferta, como es lógico. Los apartamentos turísticos tradicionalmente han sido ofertados mayoritariamente en destinos vacacionales, principalmente por la masiva concentración de segundas residencias.

En el caso de los destinos vacacionales, la aparición de los modelos de comercialización de cortas estancias a través de plataformas “p2p”, no ha incidido tanto en la capacidad de gestión por días de la oferta, ya que en estos casos las estancias principales concentradas durante el verano son mayores, sino en el incremento del potencial de difusión de esta oferta.

La oferta de alojamiento en apartamentos turísticos en los destinos vacacionales, aún sirve a sus fines más tradicionales, concentrándose en albergar a grupos y/o familias, por estancias más largas. Ello se refleja en el hecho de que el 62% de la oferta de viviendas para alquiler, en los destinos turísticos analizados y comercializadas a través de plataformas “p2p”, tiene capacidad de acoger a más de 4 ocupantes.

En definitiva, la oferta de apartamentos turísticos se concentra principalmente en las zonas turísticas. En general la oferta reglada se sitúa en los destinos vacacionales, y la oferta no reglada, tanto en los destinos urbanos como en los vacacionales, por lo que a la hora de escoger donde ubicar la empresa, basaré mi estudio en las diferentes zonas turísticas del país (exceltur.org 17/02/2016).

El estudio que he expuesto anteriormente, en el que se contemplaba únicamente la oferta reglada de todas las tipologías de alojamiento turístico, mostraba que las tres cuartas partes de la oferta, eran plazas alojativas en hoteles. Sin embargo, en este caso al contemplar toda la oferta, observamos que sólo teniendo en cuenta la oferta no reglada de apartamentos turísticos, esta ya supera al total de la oferta reglada, incluyendo los apartamentos turísticos reglados.

Este hecho evidencia que la progresión acelerada de esta modalidad alojativa, ha sido favorecida por la escasa regulación a la que está sometida, por lo que su potencial futuro es dudoso, teniendo en cuenta que como me hizo saber Agustín, todas las comunidades autónomas a corto plazo regularán el sector e incluso las que ya lo han hecho, posiblemente lo seguirán modificando en función de las necesidades del sector. Así mismo, es difícil saber de qué manera afectará esta situación al sector y si seguirá siendo una opción tan atractiva como lo es a día de hoy.

2.5.- PARTIDARIOS Y VOCES DISCORDANTES DE ESTA NUEVA FORMA DE NEGOCIO

El apartado anterior refleja la magnitud que ha alcanzado el fenómeno de las “p2p” de alquiler de apartamentos turísticos, siendo muchas las voces críticas que se alzan en su contra, ya que como he dicho, gran parte de la oferta de estas, es oferta no reglada.

En adelante expongo quiénes son sus partidarios y quiénes son sus detractores, en los que he hecho mayor hincapié, ya que son los que ponen en peligro la actividad del sector.

Para ello me he basado en dos estudios. El primero, el que hace referencia a los partidarios, es un estudio realizado por Esade y Fevitur (asociación de propietarios de apartamentos turísticos) que expongo a continuación.

El estudio aborda tres grandes objetivos: la comprensión del alquiler vacacional, el dimensionamiento del mercado y la obtención del análisis del impacto económico y social del sector.

Se ha medido el impacto en seis zonas determinadas: 2 grandes ciudades (Barcelona y Madrid), 2 regiones costeras (Mallorca y Calpe) y 2 destinos turísticos culturales (San Sebastián y Granada).

Estas son las conclusiones principales que derivan del estudio:

- EL 86 % de los turistas que se alojan en viviendas turísticas son familias.
- El 14% de turistas en España se hospedan en viviendas vacacionales y dejan más de 2.685 M € en alojamiento y gastos en estas 6 ciudades, según Esade y Fevitur.
- El 32% de turistas “no iría a un destino si no pudiera alojarse en una vivienda de alquiler vacacional”, una proporción que aumenta entre los turistas extranjeros y mayores de 54 años.
- 9 de cada 10 turistas valoran positivamente su estancia y recomendarían alojarse mediante esta fórmula.
- Una tercera parte del gasto generado en comida, transporte, actividades etc. se lo llevan los comercios locales de proximidad (esade.edu 22/03/2016).

Los partidarios, son principalmente los usuarios, como se puede ver en las conclusiones del estudio. Según dicen, parece que también los comercios locales, por las cantidades de dinero que gastan los usuarios de los apartamentos turísticos en estos, aunque no sé lo que gastan los que se alojan en hoteles.

Respecto a los que no ven con buenos ojos la actividad que realizan las “p2p”, según me corroboró Agustín, principalmente son propietarios de empresas del sector turístico, sobre todo hoteleros.

Muchos de estos forman parte de la asociación Exceltur en cuyo estudio me he basado para realizar este apartado, donde dicen que las “p2p” se amparan en el término de “economía

colaborativa”, cuando lo que es, es un negocio cada vez más lucrativo y lo cierto es que en mi opinión esto es verdad.

Como comentaba anteriormente, el término de la economía colaborativa referido a las viviendas vacacionales, puede consistir en un intercambio de casas entre particulares sin contraprestación económica, pero esto no implica necesariamente que no se pueda establecer un precio, simplemente que de existir este, será inferior al que establezcan las empresas que ofrezcan los mismos servicios, para de esta manera, afirman sus defensores compartir gastos.

Sin embargo desde Exceltur pretenden desmontar el término de la economía colaborativa referida al ámbito del alojamiento. Son muchos los motivos que exponen y que avalan esta postura, pero la diferencia principal respecto a los defensores de las “p2p”, es que desde Exceltur consideran que si hay una contraprestación económica de por medio, no se está actuando en esencia, consecuentemente con los principios colaborativos.

En 2014 fue tan sólo el 7% de las viviendas vacacionales, las que se ofrecían en las plataformas “p2p” sin contraprestación económica, las cuales no tienen necesidad, ni obligación de ser declaradas. Exceltur afirma que estas plataformas se amparan en un seudónimo que oculta uno de los negocios más rentables de los últimos años, bastante más que los arrendamientos tradicionales, siendo cada vez más un negocio menos particular y más profesionalizado, donde ya hay fondos de inversión y empresas que se han especializado en este tipo de viviendas de uso turístico.

Desde Exceltur afirman que cada vez son menos los que mediante estas plataformas pretenden compartir capacidades ociosas o compartir gastos con otros usuarios, ya que el 44% de esas viviendas estaban gestionadas por empresas o propietarios con más de un piso ofertado, y la mayor parte no es la residencia habitual del anfitrión, por lo que exigen una regulación acorde a la de la competencia.

El vicepresidente de Exceltur, José Luis Zoreda, sostiene que *“la mal llamada economía colaborativa no es más que economía sumergida porque está al margen del sistema legal y fiscal”*. Esto se debe a que como ocurre siempre con los cambios que se van dando, la regulación siempre va dos pasos por detrás y a día de hoy afirma *“no se ajusta a la situación actual del sector”* y debido al rápido crecimiento de este fenómeno, en pocos años las consecuencias han sido más que considerables. Tacha de preocupante *“la amenaza creciente de esta economía sumergida”*, y aboga porque *“la competencia se produzca en igualdad de condiciones, ya que estos alojamientos están fuera de la legalidad”*.

El análisis que se ha llevado a cabo en el estudio de Exceltur, de los precios de la oferta no reglada e incluso de la oferta reglada de apartamentos turísticos, refleja la clara ventaja de los apartamentos turísticos en el mercado, frente al resto de tipologías alojativas tradicionales equiparables en dotaciones y espacios, cuya razón se sitúa los menores costes operativos producto de la diferencia de regulación. Desde Exceltur consideran que incluso las comunidades autónomas que ya han regulado el sector, han impuesto unas normativas insuficientes, a excepción de las normativas de Canarias y Baleares. En consecuencia afirman que este tipo de oferta no garantiza los derechos básicos del consumidor.

Además de esto afirman que incluso en las comunidades autónomas reguladas, dichas regulaciones no se cumplen de manera generalizada, ni por las plataformas “p2p”, ni por gran parte de los propietarios y/o gestores de esas viviendas (exceltur.org 17/02/2016).

A continuación presento los principales motivos por los que Exceltur considera la necesidad de implantar un nuevo marco regulatorio para la oferta de viviendas en alquiler turístico.

- La falta de regulación de la que hablaba previamente que le otorga a este tipo de alojamiento una importante ventaja competitiva.
- Una parte relevante de esta oferta forma parte de la economía sumergida con unos tratamientos fiscales no contributivos por parte de las viviendas no registradas, que son la mayoría según Exceltur.
- El precio del alquiler por días supera “con mucha diferencia” el equivalente en larga estancia, un 43% en Madrid y un 126% en Barcelona, atendiendo a los precios publicados en el portal Homeaway, lo que, según afirman desde Exceltur, desmiente que se haga para compartir gastos.
- Las viviendas ofertadas por las “p2p” se limitan a las zonas turísticas. Esto provoca un efecto expulsión de los residentes de estas zonas al encarecer el precio de la vivienda, tanto para los residentes como para el alquiler de larga duración; así como el deterioro de la calidad de vida para el 59% de la población local, según han apuntado las 50 asociaciones de vecinos consultadas para elaborar el estudio de Exceltur, del que se obtienen estas conclusiones.
- La vivienda de uso turístico ofertadas por las “p2p” no generan nueva demanda, ya que el cliente posee un perfil sociodemográfico y de actitudes muy similar al usuario de la oferta tradicional. No es un turista nuevo y no dejaría de visitar un destino si no tuviera esa opción alojativa, de lo cual yo discrepo ya que posiblemente escogerían un destino más barato, en el caso de que lo hubiera, si este cumpliera con sus expectativas de sol y playa por ejemplo.
- El impacto económico en el destino de los viajeros que se alojan en las viviendas de la oferta no reglada es un 84,8% menor al de los alojados en la oferta reglada.
- Casi la mitad de los apartamentos publicados, están gestionados por particulares o profesionales con más de un apartamento ofertado y la mayoría no es la residencia habitual del anfitrión, lo que según Exceltur demuestra que no se hace para compartir gastos (hosteltur.com 18/02/2016).

Lo cierto es que los dos estudios no se contradicen radicalmente. Simplemente cada uno ofrece los datos que le interesan, desde la perspectiva que le interesa y obvia lo que no le interesa. Este es un claro reflejo de la importancia de saber quién está proporcionando la información. Para dos personas que desconozcan completamente el sector, si una leyera un

estudio y la otra leyera el otro probablemente tendrían una idea completamente opuesta respecto al sector, seguramente sin que ninguno de los dos estudios esté faltando a la verdad.

La conclusión que saco yo de estos dos estudios es que los usuarios en general están satisfechos con el servicio que les aporta las plataformas “p2p” como es lógico, ya que proporcionan una gama de oferta que permite acceder a cualquier parte del mundo, incluso a zonas a las que sería difícil de acceder a través del alojamiento turístico tradicional, contar con la intimidad que aporta una vivienda y además en muchas ocasiones pagando un precio inferior al que se pagaría en un hotel.

Lo que sucede es que los motivos que exponen las empresas de las demás modalidades de alojamiento, que son sus principales detractores, suponen a fin de cuentas una competencia desleal, pero también un perjuicio para la administración pública, en lo que se refiere a la recaudación fiscal, lo cual podría suponer un problema para las “p2p”, respecto a las normativas que se están aplicando y modificando en las diferentes comunidades autónomas que regulan el sector.

De esta manera la viabilidad de mi proyecto estará muy ligada al porvenir de estas normativas, siendo muy difícil saber cómo afectarán estas al volumen de oferta y a los precios, el cual es uno de los principales atractivos de esta modalidad alojativa.

3.- VIABILIDAD DE LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ALQUILER DE APARTAMENTOS TURÍSTICOS MEDIANTE UNA PLATAFORMA “P2P”

3.1.- ELECCIÓN DE LA UBICACIÓN DE LA EMPRESA

He analizado cuál es la situación actual del sector y como he dicho no está nada claro cuál será el futuro de este. Dependerá notablemente de las normativas que se establezcan en cada comunidad autónoma, las cuales se desconoce hasta que punto podrían perjudicar o incluso beneficiar, la actividad de las “p2p”.

Así mismo, este es posiblemente el principal factor por el que se vería afectada la viabilidad de mi proyecto, lo cual me acerca a pensar que quizás no sea el momento idóneo para crear una empresa en el sector, ya que supone una posibilidad de fracaso considerable, no dependiendo este factor en absoluto de cómo desarrolle yo la actividad empresarial, sino de condicionantes completamente ajenos y fuera de mi control.

De todas maneras, teniendo en cuenta que estoy realizando un trabajo fin de grado, continuaré con el estudio.

El primer paso para llevar a cabo el plan de negocio, ha sido concretar dónde se establecerá la empresa, así como analizar la normativa por la que está regulado el sector en la comunidad autónoma en cuestión.

Como ya he comentado, no existen registros oficiales que contemplen la oferta y demanda total de las viviendas ofertadas en las plataformas online, pero lo que sí he podido concluir después de analizar el estudio de Exceltur y como he expuesto en el apartado 2.4, es que tanto en la oferta reglada de apartamentos turísticos, como en la no reglada, es en las zonas turísticas en las que la oferta es más abundante.

De esta manera para la elección del destino donde establecer la empresa, he centrado mi estudio en las principales zonas de interés turístico del país, valiéndome de las estadísticas proporcionadas por el Instituto Nacional de Estadística, que únicamente contempla la oferta reglada.

Esto implica que para la elección del destino, estoy contemplando únicamente la sexta parte de la oferta de apartamentos total y que además los apartamentos que estoy estudiando han de cumplir unos requisitos, que los restantes no. Por lo tanto, la hipótesis sobre la que he partido para realizar el estudio, no es más que eso, una hipótesis y además poco realista.

Esta se basa una vez más, en que tanto la oferta reglada, como la no reglada, siguen una evolución y tendencia similar.

A fin de cuentas, esto supone que probablemente el destino escogido no sea necesariamente el más propicio, ya que la información de la que dispongo no refleja la realidad del sector, pero por lo menos lo realizaré utilizando criterios de selección lógicos y razonables.

Añadir que, no he considerado como ventaja competitiva para la elección del destino el hecho de que algunas comunidades autónomas gocen de una situación más favorable respecto a la regulación, ya que como he dicho, parece más que probable que todas las comunidades autónomas antes o después regulen el sector e incluso que las que ya lo han regulado, sigan modificándolo.

He realizado un estudio extenso y minucioso para dar con el destino idóneo, ya que dejando a un lado la problemática de la regulación, es el factor más importante para la viabilidad de la empresa.

Esto se debe a que, además de otros muchos factores que he contemplado a lo largo del estudio, por muy bueno que fuese el servicio que yo ofreciera, la empresa no sería viable, si no fuesen favorables otra serie de condicionantes, que varían en función del destino.

Por otro lado, teniendo en cuenta el papel principal de las “p2p” en el sector, estos últimos años y el gran impacto que han supuesto en algunos destinos, he valorado la evolución de cada uno de estos, desde la irrupción de las plataformas en el sector turístico español. El motivo de realizar este estudio, ha sido que contemplando que las futuras normativas podrían ser perjudiciales para el sector, he considerado de máxima importancia y como punto a favor, que el destino escogido fuese uno que tradicionalmente acogiese a viajeros en sus apartamentos turísticos, siendo de esta manera más probable que tanto los propietarios como las empresas gestoras se adecuaran a las nuevas normativas y que la oferta no desapareciera.

En definitiva es de vital importancia y por ello es uno de los análisis más completos de todo el trabajo.

Así mismo los aspectos principales que he tenido en cuenta para la elección del destino han sido los siguientes:¹⁶

¹⁶ Las características de la encuesta del INE son las siguientes:

Objetivo de la encuesta:

El objetivo principal de la Encuesta de Ocupación en Apartamentos Turísticos es conocer el comportamiento de una serie de variables que permitan describir el segmento que ocupa este tipo de alojamiento dentro del sector turístico, tanto desde el punto de vista de la oferta como de la demanda.

Unidad estadística:

Esta encuesta tiene carácter mensual y anual y los datos van referidos a la actividad desarrollada por los establecimientos / empresas explotadoras de apartamentos turísticos situados en el territorio nacional.

La población objeto de estudio son todos los establecimientos de apartamentos turísticos y empresas explotadoras de apartamentos turísticos, de acuerdo con las definiciones que de dichos alojamientos figuran en las distintas normativas autonómicas.

Se entiende por establecimiento de apartamentos turísticos toda unidad productora cuya actividad exclusiva o principal es la de alojamiento de turistas, distribuidos en unidades amuebladas (apartamentos, chalets, villas, bungalows,...).

Se considera apartamento turístico (unidad) al inmueble cuyo uso se cede en alquiler de modo habitual para hospedaje.

Un conjunto de unidades, a su vez, forma un establecimiento de apartamentos turísticos. El establecimiento puede estar constituido por varios bloques.

En algunas comunidades autónomas las unidades de análisis son las empresas explotadoras de apartamentos turísticos. Éstas se definen como las personas físicas o jurídicas, sean o no titulares de los alojamientos, que realicen de forma habitual la actividad de cesión del uso o disfrute de los mismos.

Ámbito de la encuesta:

Se investigan todos los establecimientos y/o empresas explotadoras del territorio nacional.

Definición de variables:

1.- Establecimientos/ empresas de apartamentos abiertos estimados:

Se entiende por establecimiento / empresa de apartamento abierto de temporada, aquel en el que el mes de referencia está comprendido dentro de su periodo de apertura.

2.-Apartamentos estimados de un establecimiento o empresa explotadora de apartamentos turísticos:

El número de apartamentos estimados pertenecientes a los establecimientos o empresas explotadoras abiertos de temporada.

3.- Plazas estimadas de un establecimiento o empresa explotadora de apartamentos turísticos:

El número de plazas estimadas por la encuesta de los establecimientos o empresas explotadoras de apartamentos abiertos de temporada.

El número de plazas equivale al número de camas fijas; no se incluyen, por tanto, las supletorias, y las de matrimonio darán lugar a dos plazas.

4.- Viajeros entrados: Todas aquellas personas que realizan una o más pernoctaciones seguidas en el mismo alojamiento.

Los viajeros se clasifican por su lugar de residencia.

5.- Pernoctaciones o plazas ocupadas:

Se entiende por pernoctación cada noche que un viajero se aloja en el establecimiento. Al igual que en la entrada de viajeros, las plazas ocupadas se desglosan según el lugar de residencia.

6.- Estancia media:

Esta variable es una aproximación al número de días que, por término medio, los viajeros permanecen en los apartamentos y se calcula como cociente entre las pernoctaciones y el número de viajeros.

- La evolución de las distintas regiones como destino turístico
- La estacionalidad, debido a que lo ideal sería poder realizar la actividad empresarial a lo largo de todo el año, por lo que ha sido un factor determinante
- El número de viajeros entrados en sus apartamentos vacacionales, anualmente, por meses y los respectivos países de residencia de éstos por zonas turísticas
- Las pernoctaciones anuales y mensuales y los respectivos países de residencia de los viajeros por zonas turísticas
- El número de apartamentos por zonas turísticas
- Su grado de ocupación por apartamentos y plazas por zonas turísticas
- El número de empresas establecidas por zonas turísticas
- El número de empresas establecidas por zonas turísticas

EVOLUCIÓN DE LA ENTRADA DE VIAJEROS A NIVEL NACIONAL

Antes de empezar, decir que cuando hablo de viajeros entrados, pernoctaciones etc. En todo momento, me estoy refiriendo a los que se alojan en apartamentos turísticos, no al total de viajeros que acoge un destino u otro.

7.- Grado de ocupación por plazas:

Relación en porcentaje, entre el total de las pernoctaciones y el producto de las plazas por los días a los que se refieren las pernoctaciones más las camas supletorias utilizadas. Se entiende por camas supletorias todas aquellas que no tengan carácter fijo y que no estén en las plazas declaradas oficialmente por el establecimiento y que constan en el directorio.

El mobiliario que se encuentre de forma fija en el apartamento (sofá-cama, mueble-cama etc.) sólo se contabiliza como cama supletoria cuando verdaderamente se use como tal.

Se entiende por camas supletorias todas aquellas que no tengan carácter fijo y que no estén en las plazas declaradas oficialmente por el establecimiento y que constan en el directorio.

El mobiliario que se encuentre de forma fija en el apartamento (sofá-cama, mueble-cama etc.) sólo se contabiliza como cama supletoria cuando verdaderamente se use como tal.

Las cunas serán consideradas, igualmente, como camas supletorias

De esta definición se desprende que un establecimiento y/o empresa puede tener un grado de ocupación inferior al cien por cien y sin embargo no disponer de plazas libres, ya que un apartamento puede estar ocupado solamente por una persona dando lugar a una sola pernoctación, y sin embargo el apartamento tener una mayor capacidad.

8.- Grado de ocupación por apartamentos:

Es la relación, en porcentaje, entre el total de los apartamentos ocupados y el producto de los apartamentos disponibles por los días a los que hace referencia la encuesta.

9.-Zona turística:

Conjunto de municipios en los que se localiza de forma específica la afluencia turística. Se ofrece información de las principales zonas de interés turístico.

TFG- E. Viabilidad empresa “p2p” de alquiler de apartamentos turísticos

En primer lugar expondré datos de los últimos quince años referentes a la evolución de la entrada de viajeros en apartamentos turísticos a nivel nacional para ver cuál ha sido su tendencia.

Tabla 2.1: *Viajeros, pernoctaciones y estancia media en apartamentos turísticos a nivel nacional 2001/2015*

AÑOS	Número de Viajeros			Número de pernoctaciones			Estancia media
	Total	Residentes en España	Residentes en el extranjero	Total	Residentes en España	Residentes en el extranjero	
2001	8.979.007	1.691.555	7.287.452	85.646.254	11.344.197	74.302.057	9,54
tasa interanual	-5,44	2,48	-7,11	-4,19	-0,89	-4,68	1,32
2002	8.872.506	1.747.551	7.124.954	80.953.867	11.759.435	69.194.431	9,12
tasa interanual	-1,19	3,31	-2,23	-5,48	3,66	-6,87	-4,34
2003	8.866.116	1.978.575	6.887.541	78.788.630	12.816.026	65.972.604	8,89
tasa interanual	-0,07	13,22	-3,33	-2,67	8,99	-4,66	-2,60
2004	8.475.220	2.124.490	6.350.730	73.660.708	13.916.455	59.744.253	8,69
tasa interanual	-4,64	6,76	-7,91	-6,66	8,12	-9,53	-2,12
2005	8.390.986	2.289.829	6.101.157	70.266.523	14.854.939	55.411.585	8,37
tasa interanual	-1,10	7,56	-4,00	-4,65	6,65	-7,28	-3,58
2006	8.940.261	2.603.264	6.336.997	72.514.309	16.134.371	56.379.938	8,11
tasa interanual	6,55	13,69	3,87	3,20	8,61	1,75	-3,14
2007	8.611.541	2.734.188	5.877.353	70.667.472	16.556.709	54.110.764	8,21
tasa interanual	-3,68	5,03	-7,25	-2,55	2,62	-4,02	1,17
2008	8.272.160	2.627.253	5.644.906	68.349.031	15.848.529	52.500.502	8,26
tasa interanual	-3,94	-3,91	-3,95	-3,28	-4,28	-2,98	0,69
2009	7.640.328	2.649.002	4.991.326	59.129.927	14.882.553	44.247.374	7,74
tasa interanual	-7,64	0,83	-11,58	-13,49	-6,10	-15,72	-6,33
2010	8.149.319	2.872.327	5.276.992	59.291.298	15.246.342	44.044.956	7,28
tasa interanual	6,66	8,43	5,72	0,27	2,44	-0,46	-5,99
2011	8.851.104	3.017.287	5.833.817	63.749.115	15.664.301	48.084.813	7,20
tasa interanual	8,54	4,90	10,52	7,49	2,66	9,17	-0,96
2012	8.862.527	2.974.750	5.887.777	63.145.440	14.815.090	48.330.350	7,12
tasa interanual	0,13	-1,41	0,92	-0,95	-5,42	0,51	-1,07
2013	9.285.142	3.121.048	6.164.093	64.867.453	14.953.019	49.914.435	6,99
tasa interanual	4,77	4,92	4,69	2,73	0,93	3,28	-1,95
2014	9.677.060	3.284.245	6.392.815	66.412.732	15.317.495	51.095.237	6,86
tasa interanual	4,22	5,23	3,71	2,38	2,44	2,37	-1,76
2015	10.291.833	3.686.897	6.604.935	68.340.100	16.572.703	51.767.397	6,64
tasa interanual	6,35	12,26	3,32	2,90	8,19	1,32	-3,24

Fuente: INE. Elaboración propia

Desde el 2001 hasta el 2009, los viajeros acogidos en este tipo de alojamiento turístico han ido descendiendo a excepción del año 2006, en el que hubo un incremento considerable. Por otro lado, a partir del 2010 la tendencia ha sido positiva.

La tendencia negativa se ha debido a la disminución anual de los viajeros residentes en el extranjero, que pasaron de ser el 80% en 2001 a ser el 65% en 2009. Este hecho ha sido ligeramente contrastado con el incremento anual de los residentes en España, que ha mantenido una tendencia positiva desde 2001 hasta la fecha, con excepciones puntuales en 2008 y 2012 concretamente. Lo cual difiere de la información proporcionada previamente

obtenida del estudio de Exceltur, la cual contemplaba la oferta al completo y hablaba de que en la última década, el número de residentes españoles que optaban por esta fórmula alojativa, había disminuido notablemente.

Por otro lado, a partir del 2009, el número de viajeros residentes en el extranjero ha ido aumentando anualmente, así como el número de pernoctaciones de éstos, a excepción del 2010, en el que disminuyeron ligeramente.

La nota negativa es que a partir de 2009, la estancia media ha ido disminuyendo anualmente.

Teniendo en cuenta que el punto de inflexión, referido a la irrupción de las “p2p” se dio en 2009, para analizar la evolución de esta modalidad desde entonces, he tomado como referencia para el estudio dicho año y el año 2014, ya que el Instituto Nacional de Estadística aún no contempla para el año 2015 la información de las variables que he analizado.

He mencionado anteriormente que uno de los factores determinantes para elegir el destino donde establecer la empresa es la estacionalidad, para analizar este factor, expongo las siguientes tablas, de los viajeros entrados en apartamentos vacacionales, por zonas turísticas y meses.

ANÁLISIS DE LA ESTACIONALIDAD EN LAS PRINCIPALES ZONAS TURÍSTICAS DE ESPAÑA

Tabla 3.1: Viajeros entrados por zonas turísticas y meses en 2009 en apartamentos turísticos

	Total	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Costa de Almería	99.526	609	1.580	2.177	8.660	14.246	15.986	18.774	15.185	13.003	5.031	2.244	2.032
Costa de la Luz de Cádiz	52.036	1.378	2.037	2.277	4.468	5.174	6.443	9.265	8.726	6.392	2.662	1.465	1.749
Costa Tropical	16.923	792	913	2.369	2.102	1.568	1.780	1.348	2.257	1.188	1.693	390	523
Costa de la Luz de Costa del Sol	35.909	277	1.578	2.180	2.477	1.771	5.330	5.683	7.729	5.008	1.880	1.092	905
Costa Verde	470.252	18.598	26.391	29.717	41.525	43.708	51.574	57.873	68.091	46.446	42.269	21.552	22.507
Costa de Mallorca	33.003	603	881	1.149	4.082	2.749	3.058	5.898	7.492	3.169	2.151	850	919
Isla de Menorca	725.974	3.216	4.804	7.915	37.546	106.760	119.948	125.973	138.177	121.543	49.100	5.390	5.603
Islas de Ibiza-Formentera	196.153	23.138	32.987	45.115	56.491	27.157	9.298
Isla de Gran Canaria	230.872	18.297	40.604	55.201	62.949	44.169	9.272	..	25
Isla de Lanzarote	1.203.748	109.524	109.528	111.965	105.076	68.852	64.880	102.501	119.777	84.315	101.334	107.871	118.127
Isla de Fuerteventura	765.770	65.606	64.628	70.002	60.986	43.875	52.173	71.690	82.728	61.202	64.052	65.319	63.508
Isla de Tenerife	259.438	22.750	19.750	20.119	22.789	16.940	17.165	26.607	31.555	19.511	19.023	22.089	21.141
Isla de La Gomera	1.034.375	92.253	92.304	90.886	82.403	64.136	67.045	95.959	105.115	77.115	91.209	84.801	91.150
Isla de La Palma	43.318	3.144	3.368	3.078	4.033	2.663	2.355	4.152	5.017	3.934	3.978	3.898	3.698
Isla de Hierro	66.869	5.057	6.410	5.553	5.066	3.381	3.509	6.959	7.066	5.366	5.637	5.555	7.308
Costa Esmeralda	7.223	264	458	316	519	522	408	747	1.067	930	915	545	532
Costa del Maresme	2.107	256	123	464	406	508	338
Costa de Barcelona	1.813	116	322	341	358	476	89	..	62
Costa del Garraf	88.779	4.532	6.311	6.935	8.485	9.031	8.379	9.933	9.255	8.293	7.459	4.764	5.403
Costa Brava	24.136	580	980	863	2.640	3.220	3.128	3.414	3.911	2.474	1.316	816	794
Costa Daurada	261.564	1.372	2.043	2.656	13.544	19.138	31.950	62.568	88.362	26.993	7.490	2.109	3.339
Costa Blanca	264.631	852	1.274	1.421	16.943	23.257	38.794	61.296	67.401	38.014	12.198	1.166	2.015
Costa Azahar	519.180	14.389	23.529	26.247	42.614	44.349	56.832	74.798	100.553	48.901	40.037	21.497	25.433
Costa Valenciana	125.555	808	1.312	2.036	5.978	6.921	17.870	28.529	38.796	15.260	4.964	1.060	2.020
Rías Altas	63.338	508	1.176	1.052	3.062	2.775	7.734	16.858	18.140	7.698	1.599	1.108	1.628
Rías Baixas	7.630	346	402	384	822	595	884	962	1.185	588	624	292	545
Costa A Mariña Lucense	12.718	43	66	270	858	277	958	3.159	4.351	2.018	492	66	160
Costa Cálida	7.016	114	148	175	418	709	630	1.179	2.094	438	570	56	485
PIRINEO Aragonés	50.467	728	1.451	1.477	3.412	2.591	7.451	10.363	12.977	5.090	2.538	1.158	1.231
PIRINEO Catalán	40.867	4.060	3.763	3.624	3.123	1.580	2.678	3.929	5.575	2.483	3.249	1.343	5.460
PIRINEO Navarro	64.316	5.762	7.534	5.508	5.019	3.712	3.284	5.435	8.325	3.907	4.008	2.180	9.643
	9.171	283	523	581	838	680	590	967	1.489	726	1.021	455	1.017

Fuente: INE. Elaboración propia

Tabla 3.2: Viajeros entrados por zonas turísticas y meses en 2014 en apartamentos turísticos

	Total	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Costa de Almería	124.016	1.538	1.670	2.595	9.952	11.276	16.917	24.102	31.612	18.727	2.626	1.515	1.485
Costa de la Luz de Cádiz	100.460	1.642	2.464	4.164	7.732	11.352	14.287	16.574	19.056	12.436	6.278	1.642	2.833
Costa Tropical	35.618	544	904	669	1.578	3.694	6.104	5.280	6.447	4.768	3.175	1.164	1.292
Costa de la Luz de Costa del Sol	70.885	293	1.232	1.054	3.739	7.441	11.640	17.279	18.556	7.188	1.291	694	477
ARAGON: Pirineo Aragonés	818.457	28.601	40.630	52.363	77.306	80.070	88.252	96.384	120.699	82.084	71.152	42.770	38.147
Costa Verde	64.779	4.977	7.301	6.256	5.133	3.114	3.839	6.819	9.947	4.256	4.269	1.569	7.300
Isla de Menorca	37.428	300	594	1.081	3.622	2.634	4.311	6.364	8.493	4.908	2.382	956	1.784
Isla de Mallorca	208.967	17.515	34.448	53.098	55.441	38.505	7.850
Islas de Ibiza-Formentera	775.759	1.526	2.070	5.780	30.136	102.707	129.454	159.196	147.507	123.420	64.799	5.336	3.827
Isla de Gran Canaria	401.585	45.491	79.389	92.438	88.500	76.609	16.558
Isla de Lanzarote	979.887	91.415	80.423	96.706	81.409	58.727	55.446	83.789	105.831	69.313	82.078	90.503	84.249
Isla de Fuerteventura	908.176	68.695	65.007	78.968	74.227	74.408	70.740	88.035	90.672	74.594	77.646	75.511	69.675
Isla de Tenerife	339.412	23.478	22.917	29.257	28.112	21.739	22.771	38.206	35.567	32.349	32.258	27.338	25.420
Isla de La Gomera	1.179.564	88.914	88.027	102.291	98.148	85.927	91.287	106.152	120.543	98.591	109.310	95.808	94.565
Isla de La Palma	50.172	4.758	4.234	4.240	3.763	2.705	3.181	4.329	6.954	3.717	3.577	4.171	4.543
Isla de Hierro	49.796	3.184	4.253	4.393	4.574	3.911	2.944	5.270	5.601	3.540	3.706	4.070	4.349
PIRINEO catalán	5.036	174	261	315	280	405	428	531	908	580	492	272	390
Costa Brava	68.552	7.657	8.807	9.844	5.708	2.456	2.930	6.019	9.983	3.133	2.201	2.328	7.485
Costa de Barcelona	280.353	1.488	1.960	2.846	11.892	15.882	29.390	68.361	105.751	29.581	7.327	2.357	3.519
Barcelona	45.031	763	1.775	1.461	3.947	5.186	6.203	7.039	7.256	5.463	3.112	1.304	1.521
Costa Daurada	216.399	9.522	11.712	13.491	17.821	20.851	21.212	24.136	24.868	19.640	21.023	14.928	17.196
Terres de Lleida	304.519	430	846	1.017	21.157	29.303	51.931	54.407	77.877	45.674	19.319	1.033	1.525
Cataluña Central	5.752	175	333	186	503	456	680	868	1.026	415	308	242	560
Terres de l'Ebre	24.530	813	871	1.661	1.544	2.748	1.891	1.551	3.314	4.960	1.763	1.834	1.581
Valle de Aran	7.112	..	135	276	315	582
Costa Blanca	2.173	509	598	..	122	27	191	243
Costa de Castellón	727.277	22.097	27.947	35.503	63.133	57.675	85.644	109.279	132.863	81.993	55.981	27.144	28.018
Costa de Valencia	138.422	1.184	1.646	3.022	9.486	6.614	18.155	32.774	43.095	15.216	2.869	2.163	2.198
Rías Altas	88.219	963	780	1.561	4.453	3.811	10.864	22.107	28.032	11.116	2.465	899	1.167
Costa Da Morte	16.047	781	1.120	1.040	1.494	1.296	1.024	1.870	2.516	1.924	955	1.051	978
Costa A Mariña Lucense	2.085	40	128	109	124	602	536	406	64
Rías Baixas	7.770	136	64	164	658	423	518	1.397	2.730	776	461	100	344
Costa Cádiz	15.358	27	43	180	748	495	1.428	4.586	5.686	1.712	214	68	171
PIRINEO Navarro	84.078	1.076	1.422	3.024	5.493	6.035	12.140	15.483	21.239	8.856	3.581	3.053	2.677
Costa de Bizkaia	26.164	706	913	602	1.730	1.236	1.139	2.824	5.355	4.868	4.289	847	1.654
PIRINEO Vasco	11.625	138	374	384	589	462	689	1.194	2.346	1.619	1.539	1.174	1.119
	4.624	103	104	138	420	406	508	586	839	568	474	188	291
	2.675	35	18	77	180	199	230	401	450	318	335	198	234

Fuente: INE. Elaboración propia

En estas tablas podemos observar, como son las Islas Canarias las que menos sufren la estacionalidad, sobre todo debido a que como coinciden las aerolíneas, el turismo español es principalmente un turismo de sol y playa y con la llegada del invierno, esa oferta desaparece. Consideran que tanto los hoteleros como las operadoras, simplemente se adaptan a la demanda y su estacionalidad (02/02/2016 www.hosteltur.com).

Aunque por otro lado, también es cierto que los últimos años el turismo urbano es el que más está creciendo, según el estudio de Exceltur (exceltur.org 17/02/2016).

En 2009, la Isla de Gran Canaria fue la zona turística que más viajeros acogió en sus apartamentos vacacionales, con 1.203.748 turistas, seguido de la Isla de Tenerife, con 1.034.735. En tercer lugar, con una distancia considerable, se encuentra la isla de Lanzarote con 765.770 viajeros, seguido de de la Isla de Mallorca con 725.974, la Costa Blanca de Alicante con 519.180 y la Costa del Sol de Málaga con 470.252.

Sólo estas tres islas de las Islas Canarias, cubren la tercera parte de los viajeros alojados en apartamentos turísticos reglados en España en el año 2009, lo cual ya supone de inicio un hecho de suma importancia para contemplar la posibilidad de establecer la empresa en dicha comunidad autónoma.

Por otro lado, más allá de que sea la comunidad autónoma que más viajeros acoge en sus apartamentos vacacionales reglados, podemos observar como la estacionalidad en sus

principales zonas turísticas, es la menor con mucha diferencia en comparación con los demás destinos turísticos del país.

En la Isla de Gran Canaria, el mes que más viajeros se acoge es el mes de septiembre, con más de 119.000 y el que menos el mes de julio, con una cifra de 64.000. Algo parecido sucede en la Isla de Tenerife, donde el mes con mayor afluencia de turistas es el de septiembre con 105.115 y el que menos con 64.136 el mes de junio. En la Isla de Gran Canaria son nueve los meses en los que se superan los 100.000 viajeros, mientras que en la Isla de Tenerife, son siete los meses que se superan los 90.000 y tres los 70.000.

En la Isla de Lanzarote es el mes de agosto en el que hay mayor afluencia de viajeros, con 82.728 y 43.875 el mes que menos en junio, alojando casi todos los meses a más de 60.000 turistas.

Después de las Islas Canarias, es la Isla de Mallorca la que mayor número de viajeros acoge, pero con una estacionalidad considerable. El mes que más turistas acoge en sus apartamentos vacacionales regulados es el de agosto con 138.177 y el que menos, enero con 3.216, siendo cinco los meses con más de 100.000 turistas y otros cinco los que acoge a menos de 10.000.

La Costa Blanca (Alicante), el mes que más turistas acoge, es el mes de agosto con más de 100.000. A 25.000 viajeros de diferencia respecto al segundo mejor mes, siendo cinco los meses con menos de 30.000 turistas y cuatro con menos de 50.000.

En la Costa del Sol de Málaga, el mes que más viajeros se acogen, es el mes de agosto con más de 68.000 y el que menos, el mes de enero con 18.000, siendo cinco los meses que acoge menos de 30.000 viajeros y tres los que acoge a más de 50.000.

En la tabla del 2014 observamos que son las mismas zonas turísticas las que más viajeros acogen, pero es la Costa del Sol de Málaga la que más ha incrementado su número de viajeros, casi doblando sus cifras, seguido de un crecimiento notable de la Costa Blanca con casi 200.000 turistas más.

Aún así, la estacionalidad sigue siendo considerable en ambas zonas turísticas, siendo en la Costa del Sol sólo dos los meses que acoge más de 90.000 viajeros y cinco los que no supera los 55.000, mientras que en la Costa Blanca, son dos también los que superan los 90.000 y cuatro los que no alcanzan los 30.000.

En las Islas Canarias y en concreto las principales zonas turísticas que están siendo objeto de estudio, son la Isla de Tenerife y la de Lanzarote las que han incrementado sus viajeros aproximadamente en 150.000, ocupando la de Tenerife a día de hoy el primer puesto en lo que se refiere al número de viajeros, mientras que la Isla de Gran Canaria ha pasado a ser la segunda que más turistas acoge en sus apartamentos vacacionales, reduciendo su número en aproximadamente 220.000.

Además de esto, en lo que se refiere a Tenerife, el incremento de turistas se ha repartido en los diferentes meses, favoreciendo una menor estacionalidad, siendo cuatro los meses que supera los 100.000, cinco los que supera los 90.000 y los tres restantes superan los 85.000.

En Gran Canaria además de verse reducido su número de viajeros, en 2009 eran nueve los meses que superaban los 100.000, ahora es sólo uno el de agosto y son ocho los que no alcanzan los 90.000.

Por otro lado en la Isla de Lanzarote la estacionalidad también se ha visto reducida, así como el incremento de turistas se ha repartido en los diferentes meses, encontrándose en casi todos acogiendo entre 70.000 y 80.000 viajeros.

ANÁLISIS DE LA EVOLUCIÓN DE LA ENTRADA DE VIAJEROS EN ISLA DE GRAN CANARIA, ISLA DE TENERIFE E ISLA DE LANZAROTE

Partiendo de la base de que las Islas Canarias es la comunidad autónoma que más viajeros acoge en sus apartamentos turísticos y que además es la que menos sufre la estacionalidad, a continuación expongo una tabla de los últimos 15 años de los viajeros que ha acogido las Islas Canarias en sus apartamentos turísticos y otra del número de viajeros acogidos en las principales zonas turísticas de Canarias del 2008 al 2014. Partiré del 2008, considerándolo un año representativo teniendo en cuenta que coincide con el año que comenzó la crisis actual y que además 2008 y 2009 son los años en los que más disminuye el número de viajeros acogidos en Canarias, para a partir de entonces cambiar la tendencia, a la par de la irrupción de las “p2p”. De esta manera pretendo analizar de qué manera han evolucionado durante estos últimos años estas tres islas.

Tabla 2.2: Viajeros, pernoctaciones y estancia media en apartamentos turísticos según comunidades autónomas 2001/2015

AÑOS	Número de Viajeros				Número de pernoctaciones			Estancia media
	Total	tasa interan. en total viaj.	Residentes en España	Residentes en el extranjero	Total	Residentes en España	Residentes en el extranjero	
	2001	5.339.463		442.743	4.896.719	50.345.709	2.688.795	
2002	5.246.988	-1,73%	482.475	4.764.513	47.093.476	2.861.234	44.232.242	8,98
2003	5.081.234	-3,16%	576.180	4.505.054	45.303.401	3.359.342	41.944.059	8,92
2004	4.591.948	-9,63%	637.908	3.954.040	40.685.114	3.745.930	36.939.184	8,86
2005	4.368.202	-4,87%	708.701	3.659.501	37.340.386	3.973.290	33.367.097	8,55
2006	4.636.090	6,13%	835.580	3.800.511	38.815.019	4.682.711	34.132.309	8,37
2007	4.319.858	-6,82%	854.355	3.465.503	37.003.218	4.717.763	32.285.455	8,57
2008	4.003.293	-7,33%	811.768	3.191.525	35.107.920	4.461.017	30.646.904	8,77
2009	3.380.741	-15,55%	715.678	2.665.063	29.121.878	3.745.987	25.375.891	8,61
2010	3.408.780	0,83%	729.649	2.679.130	28.563.125	3.743.682	24.819.443	8,38
2011	3.609.734	5,90%	681.181	2.928.552	30.783.828	3.498.025	27.285.802	8,53
2012	3.504.677	-2,91%	660.634	2.844.043	29.842.814	3.161.640	26.681.173	8,52
2013	3.556.889	1,49%	660.249	2.896.639	30.068.221	3.186.870	26.881.350	8,45
2014	3.512.043	-1,26%	572.301	2.939.742	30.333.242	2.864.639	27.468.603	8,64
2015	3.499.033	-0,37%	611.204	2.887.829	29.726.557	3.033.427	26.693.130	8,50

Fuente: INE. Elaboración propia

Tabla 3.3: *Viajeros entrados por las principales zonas turísticas de Canarias en apartamentos turísticos del 2007 al 2011*

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Isla de Gran Canaria	1.411.327	1.203.748	1.164.070	1.164.449	1.136.484	1.072.046	979.887
Isla de Lanzarote	920.054	765.770	819.650	862.290	839.219	878.064	908.176
Isla de Tenerife	1.190.945	1.034.375	1.031.961	1.167.414	1.138.568	1.170.630	1.179.564

Fuente: INE. Elaboración propia

En la tabla 3.3 se aprecia como las Islas de Tenerife y Lanzarote son a las que menos han afectado las situaciones adversas, manteniendo un número de viajeros bastante constante y sobre todo, teniendo en cuenta que a pesar de que en 2014 son 500.000 turistas menos los que acoge las Islas Canarias, Tenerife y Lanzarote prácticamente mantienen sus cifras, a diferencia de la Isla de Gran Canaria que se ha visto afectado con un decremento de más de 400.000 viajeros, por lo que se puede concluir que la responsable de no haber alcanzado los 4000.000 de viajeros de 2008 es principalmente la Isla de Gran Canaria.

Se puede observar en las tablas estadísticas 2.1 y 2.2 que el número de turistas, usuarios de apartamentos vacacionales fue descendiendo desde el año 2001 hasta el 2009 tanto en España como en las Islas Canarias en concreto. A excepción del año 2006 que la tasa interanual de viajeros aumentó tanto en el estado como en las islas.

En el caso de España las cifras de 2015 ya superan las de 2001, sin embargo, en Canarias no ha sido así, aunque desde el punto de inflexión de 2009 los últimos años las cifras se han mantenido bastante constantes, con una evolución positiva y siendo las cifras de 2009 las más bajas hasta la fecha. Además de esto, hay que tener en cuenta que si las cifras no han aumentado más, se ha debido al estancamiento de la Isla de Gran Canaria. A pesar de esto Canarias sigue acogiendo a la tercera parte de los turistas que escogen la opción de alojarse en apartamentos turísticos regulados en España.

ANÁLISIS DE LA EVOLUCIÓN DE VIAJEROS ENTRADOS EN LAS PRINCIPALES ZONAS TURÍSTICAS DE CANARIAS DE 2003 A 2009

A partir de 2009 la tendencia en las Islas Canarias parece ser positiva, como mínimo constante ya que las cifras del 2009 son las peores hasta la fecha. De todas formas, teniendo en cuenta la gran disminución de viajeros acogidos en Canarias del 2001 al 2009, expongo las siguientes tablas de los años más representativos, con ánimo de esclarecer de qué manera ha afectado éste hecho a las tres islas que están siendo objeto de estudio.

En primer lugar expongo una tabla que contiene el número de viajeros que se acogía en 2003 en los apartamentos turísticos de Canarias, para que quede constancia de que las principales zonas turísticas de las islas eran las mismas entonces, que a día de hoy.

Tabla 4.1: Nº de viajeros entrados en las zonas turísticas de Canarias en apartamentos turísticos 2003

AÑO 2003	Isla de Gran Canaria	Isla de Lanzarote	Isla de Tenerife	Isla de Fuerteventura	Isla de La Palma	Isla de La Gomera	Isla de Hierro
Nº viajeros	1.709.709	1.160.306	1.373.740	675.599	66.978	47.010	7.347

Fuente: INE. Elaboración propia

Tabla 4.2: Nº de viajeros entrados en Gran Canaria, Lanzarote y Tenerife en apartamentos turísticos en 2003, 2005, 2006 y 2009

	2003	2005	2006	2009
Gran Canaria	1.709.709	1.551.731	1.661.480	1.203.748
Lanzarote	1.160.306	977.621	1.051.285	765.770
Tenerife	1.373.740	1.282.455	1.277.828	1.034.375

Fuente: INE. Elaboración propia

Tabla 4.3: Nº de viajeros, pernoctaciones g.ocupación, nº residentes españoles, no residentes y nº de residentes extranjeros de UE entrados en apartamentos turísticos en 2003

	Nºviajeros	Pernoctaciones	Grado de ocupación apartamentos	Nº residentes en España	No residentes en España	Nº residentes extranjeros
Gran Canaria	1.709.709	15.120.255	69,15	165.945	1.543.764	1.372.640
Lanzarote	1.160.306	10.683.118	79,57	76.169	1.084.137	1.034.280
Tenerife	1.373.740	12.094.632	72,7	204.605	1.169.135	1.078.598

Fuente: INE. Elaboración propia

Tabla 4.4: Nº de viajeros, pernoctaciones g.ocupación, nº residentes españoles, no residentes y nº de residentes extranjeros de UE entrados en apartamentos turísticos en 2005

	Nºviajeros	Pernoctaciones	Grado de ocupación apartamentos	Nº residentes en España	No residentes en España	Nº residentes extranjeros
Gran Canaria	1.551.731	13.441.940	66,08	248.877	1.302.855	1.159.833
Lanzarote	977.621	8.461.838	68,06	104.115	873.506	829.874
Tenerife	1.282.455	10.416.635	66,44	227.785	1.054.670	986.004

Fuente: INE. Elaboración propia

Tabla 4.5: *Nº de viajeros, pernoctaciones g.ocupación, nº residentes españoles, no residentes y nº de residentes extranjeros de UE entrados en apartamentos turísticos en 2006*

	Nºviajeros	Pernoctaciones	Grado de ocupación apartamentos	Nº residentes en España	No residentes en España	Nº residentes extranjeros de UE
Gran Canaria	1.661.480	14.325.211	69,49	274.018	1.387.463	1.234.520
Lanzarote	1.051.285	9.141.339	70,23	150.971	900.314	857.151
Tenerife	1.277.828	10.200.355	67,84	238.603	1.039.225	964.006

Fuente: INE. Elaboración propia

Tabla 4.6: *Nº de viajeros, pernoctaciones g.ocupación, nº residentes españoles, no residentes y nº de residentes extranjeros de UE entrados en apartamentos turísticos en 2009*

	Nºviajeros	Pernoctaciones	Grado de ocupación apartamentos	Nº residentes en España	No residentes en España	Nº residentes extranjeros
Gran Canaria	1.203.748	10.970.067	60,28	280.935	922.813	785.368
Lanzarote	765.770	6.620.382	60,43	127.898	637.872	609.189
Tenerife	1.034.375	8.342.468	61,34	184.028	850.347	767.223

Fuente: INE. Elaboración propia

El año 2003 en las Islas Canarias, el número de viajeros fue de 5.081.234, es el año más antiguo que contiene este tipo de información en el INE.

En 2005 en las Islas Canarias el número de viajeros fue de 4.368.202, del 2001 hasta aquí, las tasas interanuales del número de viajeros fueron negativas.

En 2006 en las Islas Canarias, el número de viajeros fue de 4.636.090, fue el único año en el que entre 2001 y 2009 la tasa interanual del número de viajeros fue positiva.

En 2009 en las Islas Canarias, el número de viajeros fue de 3.380.741, es el año en el que la tasa interanual del número de viajeros fue más negativa.

En este periodo de tiempo las tres islas han sufrido una disminución de viajeros, la isla que menos ha sufrido ha sido la de Tenerife, con una pérdida de 300.000 turistas aproximadamente, seguida de la Isla de Lanzarote con 400.000 y en el caso de la Isla de Gran Canaria han sido 500.000.

Actualmente, es evidente que la que mejor ha afrontado los periodos más críticos respecto a la entrada de viajeros, por lo menos en lo que se refiere al número de viajeros acogidos, ha sido la Isla de Tenerife, con 1.179.000 viajeros, sólo 194.000 menos que en 2003, cuando el número de turistas que se alojaba en los apartamentos turísticos de Canarias era de 1,5 millones más. La Isla de Lanzarote también ha sabido sobreponerse con 254.000 turistas menos, sin embargo, la Isla de Gran Canaria ha perdido más de 700.000 viajeros, situándose a día de hoy por detrás de la Isla de Tenerife, en lo que se refiere a la entrada de viajeros.

PERNOCTACIONES DE VIAJEROS EN LAS PRINCIPALES ZONAS TURÍSTICAS EN 2009 Y 2014

A continuación, presento unas tablas que contienen información de las pernoctaciones que se han dado anualmente y mensualmente en las principales zonas turísticas del país, remarcando las que tienen cifras más elevadas en los años 2009 y 2014, siguiendo con el formato anterior. Distinguiendo las que mantienen a lo largo del año un número de pernoctaciones más o menos constante, subrayadas en amarillo y por otro lado, las que cuentan con una gran diferencia de unos meses a otros, en verde.

Tabla 5.1: *Pernoctaciones de los viajeros entrados por zonas turísticas y meses en apartamentos turísticos en 2009*

	Total	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Costa de Almería	600.602	11.630	15.804	20.687	38.708	56.879	69.168	131.165	115.454	83.761	27.038	19.164	11.142
Costa de la Luz de Cádiz	230.826	3.830	5.835	6.952	13.660	15.782	23.228	51.587	57.831	34.849	8.154	4.242	4.876
Costa Tropical	90.503	6.325	6.411	11.277	9.460	7.086	7.235	9.836	12.773	7.912	7.289	1.869	3.032
Costa de la Luz de	245.581	724	2.980	5.700	12.189	5.423	30.457	62.713	69.553	40.500	6.550	5.038	3.753
Costa del Sol	3.373.546	152.117	180.620	222.348	273.913	296.078	333.148	449.137	502.573	368.193	292.750	162.059	140.611
Costa Verde	146.398	2.395	4.621	3.357	13.592	6.261	8.667	31.343	51.873	12.937	5.647	2.720	2.986
Isla de Mallorca	5.852.372	41.072	45.195	70.478	282.048	662.194	924.193	1.195.519	1.228.937	892.328	435.986	39.702	34.721
Isla de Menorca	1.401.125	140.913	214.382	336.570	405.881	223.255	73.940
Islas de Ibiza-Formentera	1.733.834	112.718	306.720	421.609	499.729	322.750	68.524	..	206
Isla de Gran Canaria	10.970.067	1.229.903	1.149.093	1.183.670	869.262	514.873	485.225	815.131	1.004.460	680.681	822.675	1.062.737	1.152.357
Isla de Lanzarote	6.620.382	601.690	561.101	632.368	494.869	387.594	437.492	627.580	742.863	540.298	505.597	559.191	529.739
Isla de Fuerteventura	2.420.403	236.022	186.951	198.144	207.762	154.376	147.732	230.681	286.327	188.331	187.843	195.398	200.837
Isla de Tenerife	8.342.468	839.348	785.952	796.013	644.798	469.816	501.162	696.718	828.462	595.170	673.181	746.297	765.550
Isla de La Gomera	271.137	25.280	22.799	26.270	22.066	12.156	10.947	21.889	33.506	19.392	21.036	25.913	29.883
Isla de La Palma	462.029	39.161	45.086	41.715	35.204	21.733	23.094	46.742	55.001	36.038	32.764	39.305	46.187
Isla de Hierro	35.391	1.416	1.358	1.687	2.162	1.987	2.053	5.232	6.470	4.732	4.172	2.239	1.886
Costa Esmeralda	16.630	1.114	491	2.636	3.943	4.882	3.168
Costa del Maresme	52.704	5.084	5.664	7.781	8.223	7.056	3.999	..	2.620
Costa de Barcelona	323.798	16.859	22.361	23.518	30.197	30.827	27.945	39.498	39.596	30.139	27.197	16.719	18.941
Costa del Garraf	164.918	3.365	7.240	6.522	14.957	18.572	16.504	23.313	30.002	20.110	8.828	7.636	7.870
Costa Brava	2.296.488	15.323	14.690	17.959	89.307	116.601	210.279	617.016	892.991	233.330	56.246	12.654	20.091
Costa Daurada	2.049.467	6.320	4.949	6.401	86.479	161.902	266.541	526.625	640.850	266.710	70.574	6.242	5.873
Costa Blanca	4.321.565	197.450	215.608	233.894	288.840	287.022	400.228	691.003	960.910	419.397	310.726	163.700	152.788
Costa Azahar	1.181.266	16.683	17.844	22.177	40.334	43.385	152.366	301.676	367.863	163.092	30.587	12.341	12.919
Costa Valencia	720.677	16.656	15.370	11.442	21.301	19.839	80.443	197.042	230.604	92.047	12.559	10.998	12.376
Rías Altas	44.409	2.443	2.892	2.914	3.698	3.766	4.388	5.489	8.535	3.050	3.169	1.732	2.332
Rías Baixas	83.846	304	420	901	3.148	992	4.586	24.916	35.279	10.862	1.520	430	488
Costa A Mariña													
Lucense	33.408	985	1.214	1.127	2.152	2.235	2.912	5.206	10.995	1.552	2.109	1.272	1.649
Costa Cálida	561.926	13.156	13.142	18.999	30.047	29.829	77.486	124.377	157.681	48.199	23.297	13.004	12.711
PIRINEO Aragonés	178.614	18.518	14.474	11.990	12.091	5.375	7.676	21.383	40.260	11.011	10.740	4.327	20.771
PIRINEO Catalán	290.280	33.235	31.408	23.816	35.050	9.841	10.005	24.956	54.129	13.962	10.904	10.546	32.430
PIRINEO Navarro	39.389	1.468	1.657	1.981	3.246	2.298	2.422	4.976	10.565	2.894	2.868	1.409	3.604

Fuente: INE. Elaboración propia

Tabla 5.2: *Pernoctaciones de los viajeros entrados por zonas turísticas y meses en apartamentos turísticos en 2014*

	Total	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Costa de Almería	650.144	11.836	15.448	16.168	34.663	40.039	69.217	139.075	196.693	86.352	19.997	11.627	9.028
Costa de la Luz de Cádiz	437.142	4.764	6.163	12.465	25.642	32.512	54.325	87.981	123.216	55.236	22.015	7.178	5.645
Costa Tropical	163.976	3.689	5.470	4.467	7.131	11.755	19.398	30.168	33.568	20.564	15.193	6.961	5.611
Costa de la Luz de Costa del Sol	279.825	755	3.132	4.539	11.581	17.058	37.968	81.324	88.420	28.028	3.553	2.218	1.250
ARAGON: Pirineo	4.960.284	193.834	255.834	313.709	434.413	436.702	504.355	637.361	735.278	501.272	465.813	264.048	217.667
Aragónés	224.413	15.851	16.467	17.112	16.303	8.154	12.928	31.792	51.947	17.172	10.642	3.893	22.152
Costa Verde	143.750	932	1.022	2.169	10.714	7.173	11.634	32.050	47.374	15.874	6.678	3.106	5.026
Isla de Menorca	1.483.527	101.111	241.037	366.080	421.604	284.924	62.529
Isla de Mallorca	5.612.403	15.601	19.009	45.568	165.799	668.990	939.095	1.121.194	1.185.443	924.136	471.346	32.788	23.434
Islas de Ibiza-Formentera	2.476.945	265.365	457.949	554.852	587.037	467.085	129.857
Isla de Gran Canaria	8.952.982	1.019.346	897.273	1.006.090	687.503	456.120	436.870	642.708	831.964	545.928	661.363	879.192	888.625
Isla de Lanzarote	7.622.788	654.034	597.169	650.224	601.212	516.649	556.917	735.374	857.798	651.159	646.452	583.435	572.365
Isla de Fuerteventura	3.039.577	259.658	235.561	262.444	225.793	187.000	208.598	302.551	336.486	271.836	270.164	248.812	230.673
Isla de Tenerife	9.961.889	909.108	841.205	890.290	765.009	615.053	705.579	888.860	1.001.556	791.227	881.854	823.649	848.498
Isla de La Gomera	350.256	41.534	36.358	36.476	26.332	13.669	15.688	24.871	39.182	20.405	25.119	34.076	36.546
Isla de La Palma	381.990	31.693	38.225	42.272	32.289	23.616	18.197	34.576	41.838	26.536	24.948	33.923	33.877
Isla de Hierro	23.758	670	1.219	1.713	1.326	1.278	1.684	2.947	5.297	2.620	2.071	1.064	1.870
PIRINEO catalán	206.217	20.147	21.456	26.391	16.008	6.571	8.461	18.129	48.814	9.775	5.652	4.776	20.038
Costa Brava	2.271.065	9.767	8.771	15.538	57.405	78.772	183.916	614.799	992.456	241.887	42.863	9.732	15.159
Costa de Barcelona	239.258	3.458	6.429	9.040	15.761	21.863	30.674	48.063	46.477	27.880	14.895	7.806	6.911
Barcelona	758.275	32.142	39.816	49.826	61.464	68.363	71.302	89.469	95.556	68.048	75.762	50.329	56.198
Costa Daurada	1.876.081	1.283	3.699	5.451	70.006	134.359	282.425	477.394	546.086	260.726	82.045	6.126	6.481
Terres de Lleida	16.434	484	387	260	1.654	1.108	1.510	2.435	6.137	578	488	376	1.017
Cataluña Central	655.744	70.631	63.586	72.604	71.085	72.842	70.516	9.052	17.347	51.943	52.811	51.167	52.160
Terres de l'Ebre	55.536	..	269	560	356	1.015
Valle de Aran	11.607	2.411	2.769	..	642	479	1.203	1.419
Costa Blanca	5.570.660	231.989	256.750	306.945	381.149	385.784	578.280	843.822	1.103.044	582.737	442.743	241.005	216.412
Costa de Castellón	1.198.712	11.420	10.840	16.887	48.204	44.395	151.647	287.388	402.381	165.631	30.923	15.250	13.745
Costa Valencia	908.261	5.479	4.777	13.351	22.689	20.116	116.746	259.770	331.722	101.876	15.065	8.658	8.012
Rías Altas	55.639	2.761	2.890	3.309	4.404	4.149	3.376	6.996	10.569	6.819	3.247	3.273	3.846
Costa Da Morte	8.840	65	276	239	611	2.532	3.801	1.078	152
Costa A Mariña
Lucense	27.723	389	186	606	1.918	1.133	1.390	5.612	11.317	2.114	1.242	864	951
Rías Baixas	110.540	422	385	623	2.838	1.439	6.529	34.906	50.354	10.500	1.000	547	996
Costa Cálida	695.779	16.691	18.696	33.514	37.316	36.303	83.020	143.095	189.221	64.623	31.821	23.381	18.097
PIRINEO Navarro	71.577	2.382	2.759	2.536	7.873	4.782	3.371	8.611	17.398	7.451	7.115	2.584	4.716
Costa Gipuzkoa	38.953	512	952	1.041	1.737	1.304	2.090	4.211	11.214	5.863	3.980	3.005	3.045
Costa de Bizkaia	14.622	411	244	390	1.250	927	1.226	1.995	3.451	1.644	1.340	756	987
PIRINEO Vasco	7.754	150	114	189	534	545	666	1.338	1.613	810	733	438	624

Fuente: INE. Elaboración propia

Como cabía esperar, las principales zonas turísticas de las Islas Canarias, que son la Isla de Gran Canaria, la Isla de Tenerife y la Isla de Lanzarote, son las que recogen el mayor número de pernoctaciones anual, tanto en 2009 como en 2014.

En 2009, la Isla de Gran Canaria alcanzaba casi las once millones de pernoctaciones, con más de 1,2 millones en enero, su mejor mes, superando las 700.000 en nueve meses y por encima de 450.000 los otros tres. Sin embargo en 2014, no alcanzó las nueve millones, como es lógico debido a la reducción del número de viajeros. Enero sigue siendo su mejor mes con poco más de un millón de pernoctaciones y se han reducido a seis los meses que supera las 700.000.

La Isla de Tenerife ocupaba la segunda plaza, con 8,34 millones de pernoctaciones. Su mejor mes fue enero con más de 830.000 pernoctaciones, siendo seis los meses que superaba las 700.000 y cinco los 500.000.

Igual que con el número de viajeros, la Isla de Tenerife superó a la Isla de Gran Canaria en 2014 respecto al número de pernoctaciones, pasando a tener 9.96 millones, 1,5 millones más que en 2009, cuando Canarias acogía sólo 130.000 viajeros menos.

Ocho de los meses con más de 800.000 pernoctaciones, tres con más de 700.000 y uno con más de 600.000.

Lanzarote que en este aspecto ocupa el tercer puesto, ambos años ha mejorado también notablemente, siendo su mejor mes de 2014, agosto con 857.000, con un millón de pernoctaciones más que en 2009, separadas en los distintos meses, superando las 600.000 durante siete meses y las 500.000 durante cinco.

Los datos de pernoctaciones y entrada de viajeros tanto en la Isla de Lanzarote como en la Isla de Tenerife, hablan de una evolución muy superior a la de las Islas Canarias en este periodo.

La isla de Mallorca ocupa la cuarta plaza, algo alejada con más de cinco millones de pernoctaciones en 2014, datos muy similares a los que obtuvo en 2009. Además ser un número inferior, se encuentran muy concentradas en comparación con las islas Canarias, siendo cinco los meses que no alcanza las 80.000 pernoctaciones.

La Costa Blanca que aumentó en 200.000 viajeros de 2009 a 2014, ha aumentado su número de pernoctaciones en 1,2 millones. De esta manera, compite con la Isla de Mallorca tanto en número de viajeros, como en número de pernoctaciones, y a pesar de que las dos sufren de estacionalidad, es más llamativo el caso de Mallorca. En el caso de la Costa Blanca, su mejor mes es el de agosto con un 1.1 millones, pero son cuatro los meses que no supera los 300.000 y otros cuatro los que no supera los 400.000.

En la Costa del Sol, en 2014 no se dan tantas pernoctaciones como cabía esperar teniendo en cuenta que son sólo 100.000 viajeros menos que los que llegan a Lanzarote y la diferencia de pernoctaciones es casi de 2,7 millones, aún así de 2009 a 2014 han aumentado en 1,5 millones.

La nota negativa es que son sólo los meses de verano, de junio a septiembre concretamente, en los que se superan las 500.000 pernoctaciones, estando por debajo de 300.000 otros cuatro meses.

PERNOCTACIONES DE VIAJEROS EN LAS PRINCIPALES ZONAS TURÍSTICAS DE CANARIAS DESDE 2009 HASTA 2014

Teniendo en cuenta que en lo que se refiere a las pernoctaciones las tres islas principales de Canarias vuelven a estar a la cabeza a nivel nacional, a continuación expongo una tabla de la evolución de las pernoctaciones de estas tres en los últimos años.

Tabla 5.3: *Pernoctaciones en apartamentos turísticos de los viajeros en las principales zonas turísticas de Canarias entre 2009 y 2014*

	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Isla de Gran Canaria	10.970.067	10.337.663	10.425.056	10.083.043	9.565.293	8.952.982
Isla de Lanzarote	6.620.382	6.860.161	7.412.711	7.192.391	7.287.896	7.622.788
Isla de Tenerife	8.342.468	8.108.245	9.453.548	9.148.828	9.535.588	9.961.889

Fuente: INE. Elaboración propia

Desde 2012, la Isla de Tenerife ha aumentado su número de pernoctaciones en casi 800.000, mientras que Lanzarote lo ha hecho en casi 400.000 y sin embargo, la Isla de Gran Canaria ha disminuido en más de un millón.

Situándose la Isla de Tenerife en 1.3 millones más que en 2009, la Isla de Lanzarote en un millón más y la Isla de Gran Canaria en 1.1 millones menos.

PRINCIPALES PAÍSES DE RESIDENCIA DE LOS VIAJEROS ENTRADOS EN ESPAÑA EN 2009 Y 2014

Las siguientes tablas que presento aportan información de los países de residencia de los que provienen, los viajeros que se alojan en los apartamentos turísticos reglados de España.

Tabla 6.1: *Nº de Viajeros y pernoctaciones en toda España según país de residencia en apartamentos turísticos en 2009*

Países	Viajeros		Pernoctaciones	
	Total	%	Total	%
TOTAL	7.640.328	100,00	59.129.927	100,00
Residentes en España	2.649.002	34,67	14.882.553	25,17
Residentes en el extranjero	4.991.326	65,33	44.247.374	74,83
TOTAL residentes en el extranjero	4.991.326	100,00	44.247.374	100,00
TOTAL residentes en U.E. (sin España)	4.486.414	89,88	39.852.658	90,07
- Alemania	800.451	16,04	8.552.514	19,33
- Austria	26.931	0,54	246.734	0,56
- Bélgica	57.873	1,16	523.745	1,18
- Dinamarca	152.902	3,06	1.350.916	3,05
- Finlandia	142.369	2,85	1.265.389	2,86
- Francia	268.511	5,38	2.357.999	5,33
- Grecia	6.681	0,13	48.305	0,11
- Irlanda	256.819	5,15	2.173.774	4,91
- Italia	131.657	2,64	933.197	2,11
- Luxemburgo	6.014	0,12	63.023	0,14
- Países Bajos	301.808	6,05	2.914.084	6,59
- Polonia	27.003	0,54	252.659	0,57
- Portugal	46.487	0,93	309.226	0,70
- Reino Unido	1.894.771	37,96	15.610.719	35,28
- República Checa	22.880	0,46	184.142	0,42
- Suecia	288.957	5,79	2.587.231	5,85
- Resto de la UE	54.301	1,09	479.001	1,08
Noruega	205.761	4,12	2.166.037	4,90
Otros países europeos	115.674	2,32	1.065.258	2,41
Estados Unidos	47.573	0,95	278.381	0,63
Resto de América	50.213	1,01	374.881	0,85
Países africanos	18.305	0,37	117.096	0,26
Resto del mundo	67.386	1,35	393.063	0,89

Fuente: INE. Elaboración propia

Tabla 6.2: N° de viajeros y pernoctaciones en toda España según país de residencia en apartamentos turísticos en 2014

Países	Viajeros		Pernoctaciones	
	Total	%	Total	%
TOTAL	9.677.060	100,00	66.412.732	100,00
Residentes en España	3.284.245	33,94	15.317.495	23,06
Residentes en el extranjero	6.392.815	66,06	51.095.237	76,94
TOTAL residentes en el extranjero	6.392.815	100,00	51.095.237	100,00
TOTAL residentes en U.E. (sin España)	5.486.865	85,83	44.300.678	86,70
- Alemania	850.793	13,31	8.280.005	16,21
- Austria	30.688	0,48	262.540	0,51
- Bélgica	97.193	1,52	787.450	1,54
- Dinamarca	171.806	2,69	1.460.895	2,86
- Finlandia	156.175	2,44	1.297.850	2,54
- Francia	466.303	7,29	3.276.163	6,41
- Grecia	5.015	0,08	26.878	0,05
- Irlanda	275.297	4,31	2.063.099	4,04
- Italia	238.998	3,74	1.426.279	2,79
- Luxemburgo	8.645	0,14	70.847	0,14
- Países Bajos	336.796	5,27	2.976.155	5,82
- Polonia	55.121	0,86	372.809	0,73
- Portugal	58.316	0,91	300.668	0,59
- Reino Unido	2.322.668	36,33	18.299.616	35,81
- República Checa	20.563	0,32	157.422	0,31
- Suecia	305.209	4,77	2.649.578	5,19
- Resto de la UE	87.278	1,37	592.426	1,16
Noruega	245.186	3,84	2.584.955	5,06
Rusia	145.169	2,27	1.215.713	2,38
Suiza	69.213	1,08	529.035	1,04
Otros países europeos	59.468	0,93	413.202	0,81
Estados Unidos	95.634	1,50	438.155	0,86
Resto de América	95.716	1,50	590.020	1,15
Países africanos	52.454	0,82	333.249	0,65
Resto del mundo	143.110	2,24	690.229	1,35

Fuente: INE. Elaboración propia

Aparecen destacados los principales países de residencia de los viajeros. En amarillo, los que suponen más del 4% de los viajeros y en verde los que están por debajo, para los años 2009 y 2014.

El país que se encuentra a la cabeza en ambos años con mucha diferencia es el Reino Unido, con cerca del 35% ambos años. A pesar de que el número de viajeros provenientes del Reino Unido ha aumentado de 1,8 millones a 2,2, su porcentaje ha disminuido, debido al aumento de viajeros total.

Le sigue Alemania a una diferencia considerable del tercero con cerca del 16% ambos años, siendo en 2014 500.000 viajeros más que en 2009.

En 2014 Francia ocupa el tercer puesto, siendo el que más ha aumentado su número de viajeros en términos porcentuales, desbancando a los Países Bajos, que a pesar de haber aumentado también, ha sido un incremento más moderado.

En términos generales, los viajeros de casi todos los países han aumentado, con alguna excepción, aunque los que han disminuido tampoco lo han hecho en gran medida.

Italia a pesar de no suponer un porcentaje muy elevado en estos cinco años, casi ha doblado su número de viajeros y Rusia que en 2009 ni si quiera aparecía en las estadísticas del INE como principales países de residencia de los viajeros, en 2014 cuenta con 145.000 viajeros.

También han aumentado los viajeros extranjeros no residentes en la UE en 80.000 viajeros, que a pesar de no ser un número muy elevado, dobla el número de viajeros que se acogieron en 2009.

PRINCIPALES PAÍSES DE RESIDENCIA DE LOS VIAJEROS ENTRADOS POR ZONAS TURÍSTICAS EN 2009 Y 2014

Mediante las siguientes tablas pretendo concretar de qué países proceden los viajeros de las principales zonas turísticas que estoy analizando.

Tabla 6.3: *Pernoctaciones de los viajeros por las principales zonas turísticas de Canarias y de principales países de residencia en apartamentos turísticos en 2009*

	Total	Residentes en España	No residentes En España	UE (Sin España)	Reino Unido	Alemania	Países Bajos	Suecia	Noruega	Finlandia
Costa de Almería	600.602	467.928	132.674	123.705	41.576	33.340	7.539	8.879	1.760	167
Costa de la Luz de Cádiz	230.826	176.436	54.390	46.266	4.077	16.168	5.190	5.635	944	3.576
Costa Tropical	90.503	69.125	21.378	19.356	687	3.201	2.557	3.259
Costa de la Luz de	245.581	223.452	22.129	16.199	628	1.267	542	5.656
Costa del Sol	3.373.546	631.797	2.741.749	2.447.538	1.180.061	276.023	323.259	38.887	19.484	75.171
Costa Verde	146.398	135.718	10.680	8.828	3.091	1.124	865	623
Isla de Mallorca	5.852.372	370.597	5.481.774	5.092.377	1.967.993	1.668.933	158.155	429.978	212.708	30.231
Isla de Menorca	1.401.125	324.333	1.076.792	1.071.968	805.262	70.667	70.438	12.930	..	276
Islas de Ibiza-Formentera	1.733.834	263.415	1.470.419	1.422.167	640.808	331.973	71.342	9.755	1.963	691
Isla de Gran Canaria	10.970.067	1.391.394	9.578.673	8.067.266	1.892.525	2.547.333	725.382	1.213.466	1.181.800	546.332
Isla de Lanzarote	6.620.382	807.024	5.813.358	5.535.856	2.697.750	1.045.015	211.603	175.758	204.278	98.728
Isla de Fuerteventura	2.420.403	357.493	2.062.910	2.030.539	736.355	842.353	85.741	59.928	5.817	26.077
Isla de Tenerife	8.342.468	895.546	7.446.923	6.689.569	3.554.159	696.123	348.464	546.951	391.027	435.098
Isla de La Gomera	271.137	85.424	185.713	177.263	3.046	135.235	14.404	5.539	3.839	876
Isla de La Palma	462.029	178.476	283.553	271.107	13.266	196.800	40.373	1.029	617	1.800
Isla de Hierro	35.391	30.629	4.762	4.703	..	4.294	230
Costa Esmeralda	16.630	15.345	1.285	1.237	184	152
Costa del Maresme	52.704	27.360	25.344	22.073	9.598	496	9.772	1.260
Costa de Barcelona	323.798	85.189	238.609	176.926	22.983	19.428	12.704	5.457	2.884	3.369
Costa del Garraf	164.918	60.630	104.288	84.213	7.059	14.703	8.889	1.167	639	851
Costa Brava	2.296.488	615.719	1.680.769	1.601.105	100.367	245.000	351.483	21.983	9.574	8.595
Costa Daurada	2.049.467	884.484	1.164.983	1.088.403	280.320	100.151	128.470	4.677	2.314	14.349
Costa Blanca	4.321.565	1.443.496	2.878.069	2.632.670	1.516.588	150.253	269.901	19.952	113.931	8.465
Costa Azahar	1.181.266	812.471	368.795	351.834	8.954	28.920	10.734	1.805	322	415
Costa Valencia	720.677	583.488	137.189	101.424	9.393	6.911	468	3.316	186	3.062
Rías Altas	44.409	34.739	9.670	7.357	692	1.757	158
Rías Baixas	83.846	73.863	9.983	9.258	576	1.869
Costa A Mariña Lucense	33.408	29.759	3.648	3.249	308	95
Costa Cálida	561.926	467.150	94.776	87.271	25.125	9.130	5.645	1.879	1.588	309
PIRINEO Aragonés	178.614	163.296	15.318	12.291	215	626	243
PIRINEO Catalán	290.280	272.352	17.929	15.215	1.773	681	1.336	..	123	115
PIRINEO Navarro	39.389	31.412	7.977	7.516	96	211	2.422

Fuente: INE. Elaboración propia

Tabla 6.4: *Pernoctaciones de los viajeros por zonas turísticas y país de residencia en apartamentos turísticos 2014*

	Total	Residentes en España	No residentes En España	UE (Sin España)	Reino Unido	Alemania	Países Bajos	Suecia	Noruega	Finlandia	Rusia
Costa de Almería	650.144	487.564	162.580	152.670	42.185	16.246	8.086	40.581	1.545	4.298	879
Costa de la Luz de Cádiz	437.142	311.257	125.895	107.795	8.594	59.530	4.618	10.244	1.683	722	3.501
Costa Tropical	163.976	118.608	45.368	41.125	4.444	8.347	2.774	14.694	360	124	2.258
Costa de la Luz	279.825	255.491	24.334	20.964	338	993	407	4.560	176	442	247
Costa del Sol	4.960.284	840.051	4.120.233	3.395.148	1.590.451	212.398	324.759	207.522	101.609	190.383	90.854
ARAGON: Pirineo											
Aragónés	224.413	205.645	18.768	15.617	2.076	1.163	261	149	562	..	73
Costa Verde	143.750	132.293	11.457	8.445	698	1.610	604	229
Isla de Menorca	1.483.527	398.703	1.094.824	1.067.493	645.475	107.070	24.565	23.010	14.355	4.698	3.506
Isla de Mallorca	5.612.403	234.282	5.378.120	4.982.483	1.867.615	1.664.202	198.118	331.449	179.260	31.496	74.831
Islas de Ibiza-Formentera	2.476.945	412.031	2.064.914	1.914.714	984.818	321.055	123.729	11.272	7.371	3.598	11.299
Isla de Gran	8.952.982	959.220	7.993.762	6.448.575	1.328.895	1.930.479	507.037	1.071.156	1.232.455	460.695	27.150
Isla de Lanzarote	7.622.788	602.604	7.020.185	6.729.259	3.860.415	907.387	355.967	183.653	195.890	71.966	6.254
Isla de	3.039.577	315.396	2.724.181	2.653.293	1.084.470	1.007.083	115.891	66.089	10.756	22.365	4.062
Isla de Tenerife	9.961.889	775.898	9.185.992	8.056.311	4.453.771	953.936	281.055	496.423	394.568	417.352	403.043
Isla de La Gomera	350.256	90.254	260.002	242.535	7.777	177.650	12.773	7.070	3.920	1.827	668
Isla de La Palma	381.990	103.069	278.921	271.377	10.674	197.256	45.463	1.563	213	638	645
Isla de Hierro	23.758	18.198	5.560	5.485	100	3.131	..	269	..	597	..
PIRINEO catalán	206.217	188.367	17.851	13.281	2.116	554	532	364	102	..	438
Costa Brava	2.271.065	631.961	1.639.104	1.503.109	147.515	174.950	288.201	13.939	15.655	3.757	60.482
Costa de	239.258	82.601	156.657	113.463	18.998	20.637	16.687	2.293	1.814	901	24.681
Barcelona	758.275	158.506	599.770	355.979	53.690	53.275	20.169	14.927	9.523	9.395	34.982
Costa Daurada	1.876.081	646.256	1.229.824	994.683	218.556	62.092	88.230	4.607	4.181	7.856	188.623
Terres de Lleida	16.434	12.242	4.192	4.176	95	954
Cataluña Central	655.744	493.877	161.867	87.661	9.133	9.964	2.767	1.499	2.089	3.722	1.641
Terres de l'Ebre	55.536	8.988	46.548	36.384	6.202	1.018	1.104	..	2.069	152	5.652
Valle de Aran	11.607	7.669	3.939	3.727	125	116	..
Costa Blanca	5.570.660	1.576.130	3.994.530	3.233.592	1.686.986	204.694	424.269	73.613	377.656	37.675	166.117
Costa de	1.198.712	796.929	401.783	365.024	11.042	26.372	10.263	650	228	2.347	20.237
Costa Valencia	908.261	706.545	201.716	159.351	5.869	17.702	3.869	6.605	1.181	822	13.912
Rías Altas	55.639	47.261	8.378	5.826	586	948	301	40	..	92	163
Costa Da Morte	8.840	6.924	1.916	1.671	27	1.001	84
Costa A Mariña Lucense	27.723	26.599	1.124	823	244	143	16	38
Rías Baixas	110.540	98.360	12.180	11.265	719	891	384	80	66	..	93
Costa Cálida	695.779	513.338	182.441	163.996	55.043	11.905	9.777	26.251	2.770	2.597	7.341
PIRINEO Navarro	71.577	58.847	12.730	6.773	622	800	64	97	18
Costa Gipuzkoa	38.953	25.117	13.836	9.249	1.583	1.411	915	113	215	..	685
Costa de Bizkaia	14.622	9.136	5.486	4.335	358	376	313	187	161
PIRINEO Vasco	7.754	6.981	773	692	103	102	131	49

Fuente: INE. Elaboración propia

En las seis zonas turísticas que están siendo objeto de estudio, son muchas más las pernoctaciones de extranjeros que de residentes en España, sobre todo de residentes en la Unión europea. En la Costa del Sol y en la Costa Blanca se da la misma situación, pero son porcentualmente las zonas turísticas que más pernoctaciones de viajeros nacionales acogen, sobre todo la Costa Blanca, de cuyas pernoctaciones la mitad son de españoles en 2009.

Aquí se puede observar que el principal motivo del gran incremento de las pernoctaciones de 2009 a 2014 en la Costa del Sol y en la Costa Blanca, viene dado por viajeros no residentes en España, seguramente favorecidos por la mayor difusión que permiten las “p2p”, ya que coincide con la penetración de estas a gran escala en el mercado español.

De la misma forma se explica el aumento de viajeros y pernoctaciones de la Isla de Tenerife y de la Isla de Lanzarote y el descenso de la Isla de Gran Canaria.

Son 1.7 millones más de pernoctaciones de turistas no residentes en España en la Isla de Tenerife en 2014 que en 2009 y 1.2 millones más en la Isla de Lanzarote. Mientras que son 1,7 millones menos las pernoctaciones de residentes extranjeros las que se dan en la Isla de Gran Canaria.

Como sucede a nivel nacional, las zonas turísticas en las que se da mayor número de pernoctaciones, los viajeros son del Reino Unido y Alemania, a una distancia considerable de las demás, a excepción de la Isla de Gran Canaria, donde a pesar de que los británicos y los alemanes también encabezan la lista, los viajeros de Suecia y Noruega suponen un porcentaje importante de las pernoctaciones de la isla, siendo en 2014 150.000 suecos menos y 50.000 noruegos más que en 2009. En las tablas 6.1 y 6.2 se puede observar, que tanto Suecia como Noruega han reducido su número de viajeros en los últimos cinco años a nivel nacional.

NÚMERO DE PERNOCTACIONES EN LAS ZONAS TURÍSTICAS DE CANARIAS DE BRITÁNICOS Y ALEMANES EN 2009 Y 2014

Teniendo en cuenta que los alemanes y británicos tienen como destinos favoritos las principales zonas turísticas analizadas anteriormente, a continuación expongo estas dos tablas, para analizar qué destinos han preferido los últimos años.

Tabla 6.5: *Pernoctaciones de los viajeros británicos que acoge las Islas Canarias en apartamentos turísticos del 2009 al 2014*

REINO UNIDO	Isla de Gran Canaria	Isla de Lanzarote	Isla de Tenerife	Isla de Mallorca	Costa Blanca	Costa del sol
2009	1.892.525	2.697.750	3.554.159	1.967.993	1.516.588	1.180.061
2010	1.826.940	3.118.848	3.456.230	1.738.092	1.516.934	1.190.085
2011	1.737.111	3.432.808	4.078.985	2.155.437	1.618.755	1.183.183
2012	1.496.055	3.489.788	3.983.218	2.018.955	1.547.563	1.252.899
2013	1.495.958	3.470.970	4.353.376	1.853.960	1.839.908	1.351.209
2014	1.328.895	3.860.415	4.453.771	1.867.615	1.686.986	1.590.451

Fuente: INE. Elaboración propia

Tabla 6.6: *Pernoctaciones de los viajeros alemanes que acoge las Islas Canarias en apartamentos turísticos del 2009 al 2014*

ALEMANIA	Isla de Gran Canaria	Isla de Lanzarote	Isla de Tenerife	Isla de Mallorca	Costa Blanca	Costa del sol
2009	2.547.333	1.045.015	696.123	1.668.933	150.253	276.023
2010	2.279.700	961.075	591.377	1.775.842	163.627	285.799
2011	2.254.008	856.557	723.759	1.702.148	141.715	238.985
2012	1.847.635	840.001	772.503	1.675.506	155.562	223.171
2013	1.902.769	904.155	810.539	2.059.093	227.835	216.789
2014	1.930.479	907.387	953.936	1.664.202	204.694	212.398

Fuente: INE. Elaboración propia

La Isla de Tenerife es la que mejores resultados ha obtenido desde 2009, es la isla favorita para los británicos con más de 4.4 millones de pernoctaciones en 2014, casi un millón más que en 2009. Le sigue Lanzarote con 3.8 millones y con un crecimiento de casi 1,2 millones. Por otro lado, las pernoctaciones de los británicos en la Isla de Gran Canaria han bajado año a año, contando con 1,3 millones de pernoctaciones en 2014, 500.000 menos que en 2009.

La Isla de Mallorca es la tercera opción, con 1,8 millones de pernoctaciones en 2014 y a pesar de mantenerse más o menos constantes, son 100.000 menos que en 2009.

Los datos de la Costa Blanca y la Costa del Sol también son positivos, con un incremento de 170.000 y 400.000 pernoctaciones respectivamente, aunque aún están muy lejos de las opciones preferidas de los británicos.

Respecto a los alemanes, su destino favorito es la Isla de Gran Canaria, con 1.9 millones de pernoctaciones, lejos de la segunda opción que es Tenerife con 953.000. Sin embargo los últimos años, el crecimiento de la Isla de Tenerife ha sido continuo, con casi 300.000 pernoctaciones más de viajeros alemanes desde 2009, a diferencia de la Isla de Gran Canaria, que pierde adeptos año a año, contando en 2014 con 600.000 pernoctaciones de alemanes menos.

La Isla de Mallorca se ha mantenido constante, la Costa Blanca ha aumentado en más de 50.000 y tanto la Costa del Sol como la Isla de Lanzarote han disminuido su número de pernoctaciones de alemanes en 60.000 y más de 100.000 respectivamente.

NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS POR MESES Y ZONAS TURÍSTICAS EN 2009 Y 2014

Las siguientes tablas van dirigidas a analizar la competencia existente en las diferentes zonas turísticas de España. Estas contienen información del número de establecimientos dedicados al alquiler de pisos turísticos por meses.

Siguiendo con el formato anterior, expongo las tablas del 2009 y 2014 para analizar la evolución en estos años. Remarco en amarillo, las zonas turísticas con un alto número de empresas, el cual se mantiene más o menos constante a lo largo de los meses y en verde, las zonas turísticas con un alto número de empresas, el cual varía en función de los meses.

Tabla 7.1: *Número de establecimientos/empresas de apartamentos turísticos estimadas por zonas turísticas y meses en 2009*

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Costa de Almería	20	22	23	30	31	31	34	34	34	25	21	19
Costa de la Luz de Cádiz	37	39	52	61	63	64	70	69	67	48	37	37
Costa Tropical	9	9	9	9	9	10	10	10	10	9	9	9
Costa de la Luz	6	7	8	9	11	23	24	23	19	9	10	9
Costa del Sol	137	140	144	153	153	161	165	162	162	151	143	140
Costa Verde	88	83	81	104	99	105	108	110	107	95	86	85
Isla de Mallorca	25	28	38	105	290	327	338	343	335	262	16	19
Isla de Menorca	121	152	169	171	137	70
Islas de Ibiza-Formentera	184	266	270	274	260	133	..	4
Isla de Gran	463	461	450	422	367	366	369	370	398	422	442	456
Isla de Lanzarote	177	177	179	162	167	172	167	167	184	181	179	185
Isla de Fuerteventura	71	69	66	66	61	66	69	67	70	67	69	70
Isla de Tenerife	160	161	161	162	147	147	152	153	162	159	164	164
Isla de La Gomera	119	115	116	118	112	110	112	110	128	122	128	129
Isla de La Palma	76	74	72	73	73	70	74	72	85	83	81	85
Isla de Hierro	18	18	18	18	18	18	17	17	19	19	19	21
Costa Esmeralda	4	4	5	5	5	5
Costa del	..	4	4	4	4	4	4	4	..	4
Costa de	33	36	36	35	35	36	36	34	34	33	33	32
Costa del Garraf	12	16	17	20	20	21	19	18	18	18	17	16
Costa Brava	93	95	116	156	186	258	306	313	262	133	89	89
Costa Daurada	46	56	59	97	110	134	147	147	132	84	48	44
Costa Blanca	189	187	192	212	220	236	261	265	251	223	211	209
Costa Azahar	22	22	29	43	42	69	93	97	81	39	25	29
Costa Valencia	19	19	20	30	28	43	52	52	45	19	19	19
Rías Altas	7	8	8	8	8	8	8	9	9	9	8	8
Rías Baixas	13	13	15	17	17	29	37	38	36	24	20	20
Costa A Mariña Lucense	6	7	7	7	7	7	8	8	8	8	8	8
Costa Cálida	28	30	37	38	38	42	53	53	46	36	33	31
PIRINEO	91	93	94	96	101	103	119	125	120	112	108	131
PIRINEO Catalán	101	109	110	111	98	100	106	114	107	102	98	118
PIRINEO Navarro	57	62	62	64	63	62	69	72	69	72	73	77

Fuente: INE. Elaboración propia

Tabla 7.2: Número de establecimientos/empresas de apartamentos turísticos estimadas por zonas turísticas y meses en 2014

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Costa de Almería	28	29	28	34	32	41	47	47	45	40	30	30
Costa de la Luz de Cádiz	42	48	56	70	77	88	91	87	84	73	55	39
Costa Tropical	12	12	12	13	14	16	14	14	16	15	12	13
Costa de la Luz	8	8	9	12	13	26	27	27	20	13	12	10
Costa del Sol	180	196	200	213	222	230	217	223	226	220	216	212
ARAGON: Pirineo Aragonés	179	194	190	194	193	200	196	200	190	193	175	186
Costa Verde	67	72	90	108	111	117	118	117	122	99	95	89
Isla de Menorca	102	135	155	148	152	82
Isla de Mallorca	17	20	30	86	275	306	305	303	310	227	21	17
Islas de Ibiza-Formentera	225	277	283	274	280	193
Isla de Gran	375	375	379	343	259	247	288	316	309	333	365	366
Isla de Lanzarote	152	150	155	157	153	156	159	161	158	156	156	155
Isla de	61	58	59	58	56	58	58	58	57	57	59	59
Isla de Tenerife	139	139	141	134	130	136	138	138	138	138	142	142
Isla de La Gomera	126	126	126	119	111	110	122	122	124	122	124	124
Isla de La Palma	67	65	66	66	64	64	68	65	65	67	68	68
Isla de Hierro	15	15	15	15	14	16	17	17	17	17	17	17
PIRINEO catalán	85	86	85	95	89	88	96	99	96	89	93	91
Costa Brava	70	73	84	113	141	219	281	286	238	124	80	83
Costa de	15	22	27	30	32	34	34	34	34	29	27	26
Barcelona	48	49	48	49	51	52	52	53	52	53	53	53
Costa Daurada	24	24	26	55	71	84	103	97	90	50	23	19
Terres de Lleida	17	16	14	16	16	16	17	19	19	17	16	16
Cataluña Central	22	22	24	24	24	25	23	24	23	24	22	22
Terres de l'Ebre	..	14	12	11	11
Valle de Aran	9	9	..	7	8	9
Costa Blanca	246	255	271	279	282	308	324	322	313	324	290	281
Costa de	31	31	39	45	50	81	99	104	86	55	41	43
Costa Valencia	23	22	27	30	28	44	63	62	52	24	25	23
Rías Altas	14	13	14	14	14	14	14	14	14	14	13	13
Costa Da Morte	8	8	9	8	13	13	13	8
Costa A Mariña Lucense	17	17	17	17	17	17	17	17	16	17	17	16
Rías Baixas	25	24	33	38	32	50	66	66	56	35	32	30
Costa Cálida	29	30	35	39	42	51	54	54	46	32	32	29
PIRINEO Navarro	126	123	132	139	138	139	131	135	135	135	124	119
Costa Gipuzkoa	7	9	9	9	9	9	11	16	16	13	15	13
Costa de Bizkaia	4	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6
PIRINEO Vasco	6	4	6	6	6	6	6	6	6	7	7	7

Fuente: INE. Elaboración propia

Las zonas turísticas analizadas previamente, por ser las que mayor número de viajeros y pernoctaciones recibían, son a su vez las que mayor número de establecimientos tienen, sin embargo, además de éstas existen otras con un alto número de establecimientos. Yo me centraré en las primeras, siendo consecuente con mi objetivo, pretendiendo dar con el destino con mayor número de viajeros y pernoctaciones posibles.

Como es lógico son la Costa Blanca y la Costa del Sol las que han sufrido un mayor aumento de la competencia, debido al gran incremento de turistas.

La Costa del Sol ha pasado de contar en su mes más bajo con 132 y el más alto con 162 en 2009, a que sean en 2014 180 establecimientos el más bajo y 226 el más alto, es decir que la competencia se ha disparado.

Algo parecido, pero aún más exagerado sucede con la Costa Blanca, que ha pasado de 189-265 a 246-324 establecimientos.

En Mallorca se ha mantenido bastante constante a pesar de que la competencia se ha visto ligeramente reducida, sin embargo, a pesar de que cuenta con meses en los que la competencia es mínima, porque también lo son los viajeros y las pernoctaciones, los meses de junio a septiembre el número de establecimientos supera los 300.

La Isla de Gran Canaria es la que cuenta con la mayor disminución de establecimientos, como parece lógico después de las estadísticas presentadas. En 2009 superando los 400 establecimientos durante casi todo el año y sin bajar de los 300 ningún mes, en 2014 no alcanza los 400 ningún mes pero tampoco baja de los 200.

La Isla de Lanzarote y la Isla de Tenerife también cuentan con menos empresas en 2014 que en 2009.

La Isla de Tenerife ha pasado de 147-164 en 2009 a 130-142 en 2014 y la Isla de Lanzarote de 162-185 a 150-161, siendo de esta manera las zonas turísticas con una mayor estabilidad en lo que se refiere al nivel de establecimientos operativos a lo largo del año, lo que refleja la posibilidad de realizar la actividad empresarial a lo largo de todo el año.

NÚMERO DE APARTAMENTOS DISPONIBLES POR ZONAS TURÍSTICAS Y MESES EN 2009 Y 2014

Las siguientes tablas de los años 2009 y 2014 dan a conocer con cuantos apartamentos vacacionales cuentan las diferentes zonas turísticas de España.

Están remarcadas las que cuentan con mayor número de apartamentos. En amarillo, las zonas turísticas que mantienen un número de apartamentos más o menos similar a lo largo de los diferentes meses del año y en verde, las que cuentan con un número elevado de apartamentos, pero con diferencias importantes en los diferentes meses del año.

Tabla 8.1: Número de apartamentos estimados por zonas turísticas y meses en 2009

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Costa de Almería	1.086	1.165	1.171	1.885	1.913	1.931	1.979	1.978	1.974	1.168	1.090	856
Costa de la Luz de Cádiz	429	462	621	724	689	718	808	799	769	595	337	350
Costa Tropical	293	293	259	256	256	258	264	264	262	256	256	259
Costa de la Luz	417	515	554	503	510	751	1.048	950	1.323	763	1.260	950
Costa del Sol	5.764	5.819	6.283	6.461	6.364	6.835	6.789	6.816	6.799	6.202	5.617	5.578
Costa Verde	321	471	456	607	569	605	622	628	616	561	498	494
Isla de Mallorca	1.370	1.501	2.361	7.337	16.302	17.028	17.076	17.337	18.623	14.530	851	3.745
Isla de Menorca	4.559	5.379	5.601	5.791	5.184	3.023
Islas de Ibiza-Formentera	5.564	7.886	8.170	8.227	7.812	3.601	..	48
Isla de Gran	23.198	23.172	23.133	21.981	18.804	19.198	19.895	20.341	20.838	21.206	25.350	26.653
Isla de Lanzarote	13.283	13.346	13.478	12.887	12.648	13.003	12.777	12.636	13.339	13.051	12.962	13.081
Isla de Fuerteventura	7.274	6.998	6.983	6.978	6.730	6.722	7.247	6.888	6.997	6.682	6.757	6.591
Isla de Tenerife	16.631	16.211	16.098	15.784	14.659	14.756	15.206	15.280	16.082	16.027	16.465	16.173
Isla de La Gomera	1.037	1.015	1.018	1.020	972	960	988	988	1.117	1.075	1.117	1.099
Isla de La Palma	1.400	1.394	1.222	1.237	1.229	1.212	1.261	1.253	1.338	1.309	1.302	1.315
Isla de Hierro	123	120	123	120	120	120	116	116	149	143	141	147
Costa Esmeralda	49	74	93	93	93	93
Costa del	..	102	102	102	102	102	102	102	..	74
Costa de	630	604	663	650	655	656	674	656	658	656	653	655
Costa del Garraf	317	353	405	446	444	449	422	423	416	416	410	394
Costa Brava	1.897	1.915	2.341	4.107	5.910	7.496	9.540	9.816	7.855	4.258	1.729	1.803
Costa Daurada	504	766	591	3.524	4.687	5.558	6.071	6.331	5.438	3.551	608	339
Costa Blanca	8.915	9.231	9.356	10.183	10.562	10.770	12.153	12.430	12.549	10.805	9.932	9.904
Costa Azahar	1.329	1.330	1.724	2.306	2.245	3.485	3.816	4.041	3.404	1.611	1.353	1.398
Costa Valencia	709	709	789	1.032	1.023	1.861	2.101	2.129	1.841	688	686	685
Rías Altas	149	164	164	164	164	164	164	169	169	169	154	154
Rías Baixas	137	133	151	189	164	302	428	450	418	216	180	182
Costa A Mariña Lucense	103	106	106	106	106	106	108	108	108	107	107	108
Costa Cálida	1.200	1.315	1.474	1.534	1.482	1.563	1.833	1.879	1.623	1.487	1.393	1.378
PIRINEO	427	418	435	422	431	440	522	533	515	452	433	569
PIRINEO Catalán	839	873	849	794	624	644	724	873	734	684	597	914
PIRINEO Navarro	86	99	99	104	103	100	108	109	106	109	110	115

Fuente: INE. Elaboración propia

Tabla 8.2: Número de apartamentos estimados por zonas turísticas y meses en 2014

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Costa de Almería	1.121	1.162	1.109	1.833	1.866	2.492	2.573	2.578	2.517	1.473	1.168	980
Costa de la Luz de Cádiz	653	726	888	1.385	1.425	1.479	1.502	1.518	1.518	1.235	615	419
Costa Tropical	234	234	234	178	333	403	382	382	405	397	236	240
Costa de la Luz	315	268	376	448	478	850	968	916	552	434	316	321
Costa del Sol	7.484	7.764	8.148	8.842	8.955	8.990	8.946	9.156	8.990	8.584	8.418	8.104
ARAGÓN: Pirineo Aragonés	781	813	815	810	713	804	809	809	805	746	678	821
Costa Verde	355	401	546	633	680	739	760	763	775	642	604	573
Isla de Menorca	3.703	4.984	5.959	5.902	5.871	2.292
Isla de Mallorca	580	773	1.218	5.393	15.125	15.631	14.882	14.858	15.419	11.706	1.005	681
Islas de Ibiza-Formentera	6.434	7.917	7.983	7.818	8.062	4.522
Isla de Gran	17.795	17.036	17.857	16.870	13.939	13.109	14.146	15.160	14.801	15.138	16.171	16.470
Isla de Lanzarote	11.523	10.883	10.963	11.219	10.862	10.871	11.515	11.283	10.940	10.796	10.727	10.707
Isla de	5.275	5.115	5.233	5.249	5.163	5.156	5.234	5.236	5.146	5.137	5.247	5.225
Isla de Tenerife	15.172	15.166	15.254	14.830	14.517	14.853	14.854	14.837	14.847	14.777	14.893	14.897
Isla de La Gomera	1.067	1.074	1.061	1.039	1.016	995	1.055	1.062	1.056	1.059	1.061	1.064
Isla de La Palma	850	989	998	999	992	990	1.010	995	1.007	1.008	1.014	1.016
Isla de Hierro	107	106	104	106	101	119	125	121	121	121	121	121
PIRINEO catalán	833	836	821	902	681	609	758	717	653	591	616	701
Costa Brava	1.365	1.320	1.635	3.362	4.748	7.154	9.210	10.200	7.978	3.120	1.284	1.409
Costa de	479	527	581	650	659	751	771	780	770	655	611	600
Barcelona	941	991	989	1.003	1.056	1.086	1.087	1.093	1.091	1.129	1.128	1.128
Costa Daurada	425	267	288	2.708	4.352	5.940	6.753	5.775	5.213	2.950	255	233
Terres de Lleida	65	44	36	58	58	58	66	77	47	44	38	50
Cataluña Central	1.004	1.004	1.008	1.008	1.008	1.011	999	1.012	984	1.012	1.012	1.012
Terres de l'Ebre	..	105	45	87	100
Valle de Aran	93	93	..	74	75	70	83
Costa Blanca	10.699	11.317	11.938	11.695	11.705	12.571	12.611	12.944	12.158	12.119	11.284	10.950
Costa de	1.071	1.047	1.446	2.134	2.523	3.476	3.846	4.000	3.540	1.900	1.396	1.451
Costa Valencia	747	715	1.131	1.168	1.465	1.969	2.617	2.708	2.303	1.440	930	851
Rías Altas	246	244	246	246	246	246	206	206	206	206	204	204
Costa Da Morte	37	37	41	32	72	72	72	41
Costa A Mariña Lucense	151	151	151	151	151	151	152	152	147	152	152	90
Rías Baixas	179	172	234	278	217	440	625	625	502	233	207	197
Costa Cálida	1.081	1.108	1.402	1.578	1.596	1.889	1.875	1.881	1.808	1.444	1.383	1.318
PIRINEO Navarro	179	179	201	208	207	198	249	253	253	253	134	126
Costa Gipuzkoa	39	59	59	59	59	59	76	112	113	113	202	194
Costa de Bizkaia	36	49	49	51	51	51	51	51	51	51	50	51
PIRINEO Vasco	32	20	32	32	32	32	34	34	34	38	38	38

Fuente: INE. Elaboración propia

Tanto en 2009 como en 2014, las principales zonas turísticas que están siendo objeto de estudio, mantuvieron una constancia a lo largo del año en lo que se refiere al número de apartamentos turísticos disponibles, a excepción de la Isla de Mallorca, que en septiembre, su mejor mes, contaba con 18.000 y en noviembre, el peor mes con 800.

En 2014 esta tendencia se ha mantenido, pero el número de apartamentos ha variado.

En la Costa del Sol han pasado de contar con entre 5500 y 6800 a entre 7400 y 9000.

En la Costa Blanca han pasado de contar con entre 9000 y 12500 a entre 10600 y 13000.

En Gran Canaria en 2014, cuentan cada mes aproximadamente con 6000 apartamentos menos que en 2009, aunque sigue siendo la zona turística con el mayor número de apartamentos disponibles, con entre 13000 y casi 18000 el mejor mes.

Lanzarote también ha disminuido su número de apartamentos disponibles pasando de entre 12000 y 13000 a entre 10000 y 11000.

Por último la Isla de Tenerife es la que más apartamentos disponibles ha mantenido en las Islas Canarias con entre 14500 y 16500 en 2009 a entre 14500 y 15500 en 2014.

GRADO DE OCUPACIÓN DE APARTAMENTOS Y PLAZAS EN LAS ZONAS TURÍSTICAS DE ESPAÑA POR MESES EN 2009 Y 2014

En las siguientes tablas expongo el grado de ocupación de apartamentos y plazas en las diferentes zonas turísticas de España en los años 2009 y 2014.

Están remarcadas las que cuentan con mayor grado de ocupación. En amarillo, las que mantienen un grado de ocupación más o menos similar a lo largo de los meses del año y en verde las que cuentan con altos grados de ocupación con diferencias importantes en los diferentes meses del año.

Tabla 9.1: Grado de ocupación de apartamentos por meses y zonas turísticas en 2009

	Total	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Costa de Almería	43,4	16,59	26,73	26,38	26,66	40,92	47,91	70,35	81,3	50,86	32,96	30	19,82
Costa de la Luz de Cádiz	35,1	12,02	18,17	14,54	23,43	29,62	38,84	64,82	68,77	48,28	18,19	19,43	18,71
Costa Tropical	39,14	33,71	37,44	56,46	50,15	36,58	40,79	47,33	56,45	45,33	38,47	10,57	16,46
Costa de la Luz	25,84	2,03	9,45	11,98	25,55	14,44	39,66	55,66	69,06	30,25	10,49	6,1	4,87
Costa del Sol	55,14	36,05	46,22	48,96	51,91	57,53	61,37	72,28	77,84	67,19	59,09	39,72	32,31
Costa Verde	24,01	11,43	15,54	10,14	23,52	12,34	16,58	51,82	75,24	22,66	12,01	8,46	7,03
Isla de Mallorca	61,94	52,02	57,39	46,59	48,43	52,57	70,52	78,79	81,18	65,72	37,77	66,68	13,47
Isla de Menorca	55,17	35,68	50,61	67,02	75,41	55,46	32,34
Islas de Ibiza-Formentera	54,01	28,68	54,14	64,72	72,34	56,45	25,28	...	6,19
Isla de Gran	60,28	77,62	80,73	76,76	54,5	39,76	37,02	50,81	61,53	48,56	55,35	65,94	62,88
Isla de Lanzarote	60,43	67,13	68,84	70,65	53,73	44,59	47,55	60,13	72,62	60,88	53,79	65,75	58,68
Isla de Fuerteventura	43,15	49,4	44,23	44,61	41,42	34,69	33,2	39,84	55,44	41,36	40,39	46,99	45,69
Isla de Tenerife	61,34	73,39	74,94	70,27	55,09	44,96	47,59	55,87	65,01	54,53	56,36	67,67	66,84
Isla de La Gomera	35,88	40,16	42,47	43,36	35,74	20,78	19,17	31,08	45,28	28,99	32,38	44,81	44,94
Isla de La Palma	45,16	46,82	57,25	54,84	45,96	27,9	31,36	46,32	57,62	39,3	34,44	45,83	52,74
Isla de Hierro	30,37	17,01	17,42	21,31	27,94	24,21	24,9	51,19	64,94	38,88	35,76	24,62	18,97
Costa Esmeralda	32,29	21,5	8,21	31,33	42,44	55,27	37,42
Costa del	78,32	...	49,65	83,33	97,32	95,03	99,02	92,16	66,67	...	75,34
Costa de	59,41	46,2	63,49	53,52	63,64	66,18	60,99	73,58	72,33	67,07	61	44,66	39,69
Costa del Garraf	48,54	18,77	38,9	32,18	51,3	57,89	54,12	66,27	77,9	63,64	37,97	36,44	36,21
Costa Brava	36,08	10,96	10,79	9,94	20,61	20,57	28,75	55,44	74,91	33,12	15,79	9,52	12,22
Costa Daurada	43,64	13,32	9,29	14,54	20,24	28,6	42,07	65,98	76,1	43,55	17,48	14,23	16,51
Costa Blanca	38,61	31,85	34,64	34,96	33,93	33,07	42,69	50,78	70,19	38,68	35,77	23,88	21,29
Costa Azahar	35,02	15	17,38	14,4	16,65	19,34	36,66	58,35	68,87	42,65	18,66	10,45	10,16
Costa Valencia	37,67	22,8	21,75	15,5	19,37	18,72	35	61,75	70,09	39,62	19,26	16,92	17,62
Rías Altas	42,76	32,27	41,68	42,08	45,24	54,16	49,27	54,32	71,25	36,06	32,41	23,51	27,41
Rías Baixas	27,13	3,93	5,37	6,4	15,59	7,43	16,29	52,48	69,05	28,53	8,81	3,81	3,81
Costa A Mariña Lucense	28,24	12,14	18,19	17,26	23,21	27,25	29,75	49,86	86,34	19,57	22,06	12,4	19,98
Costa Cálida	31,48	15,31	15,2	16,88	24,42	25,59	47,09	58,34	70,93	32,99	19,9	13,21	12,85
PIRINEO	28,45	35,78	30,74	23,13	26,61	12,33	16,97	37,2	64,55	22,04	21,85	10,16	30,98
PIRINEO Catalán	26,61	32,34	31,86	22,8	33,26	14,02	13,71	27,37	53,64	19,74	16,43	14,63	28,1
PIRINEO Navarro	28,68	16,92	17,18	18,15	28,99	21,79	27,13	40,49	77,93	29,82	25,43	12,58	23,37

Fuente: INE. Elaboración propia

TFG- E. Viabilidad empresa "p2p" de alquiler de apartamentos turísticos

Tabla 9.2: Grado de ocupación de apartamentos por meses y zonas turísticas en 2014

	Total	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Costa de Almería	34,72	14,54	21,73	19,61	24,81	28	32,6	51,39	73,16	42,48	17,69	13,97	12,45
Costa de la Luz de Cádiz	39,66	10,39	12,59	19,9	22,79	29,41	46,05	63,26	80,42	49,06	26,58	15,45	15,21
Costa Tropical	52,16	26,11	40,34	33,34	50,33	36,33	50,39	73,94	81,91	64,3	53,09	47,49	34,17
Costa de la Luz	39,52	2,34	12,87	10,43	22,96	31,47	43,09	73,12	75,31	52,42	8,67	8,8	4,32
Costa del Sol	60,88	36,94	50,88	54,52	61,76	61,57	69,01	76,48	83,3	75,14	69,73	46,11	35,84
ARAGON: Pirineo Aragonés	21,64	18,58	20,75	18,83	18,61	9,49	15,23	36,1	55,24	20,27	12,82	5,74	23,11
Costa Verde	22,01	5,36	5,49	5,25	19,37	14,24	19,78	43,97	62,81	24,31	13,12	9,07	11,83
Isla de Menorca	62,21	33,48	60,76	71,69	79,57	65,5	35,43
Isla de Mallorca	73,1	41,97	41,87	58,25	41,19	59,9	79,62	84,44	91,13	83,54	53,97	47,61	47,16
Islas de Ibiza-Formentera	70,13	50,49	72,3	81,36	87,52	77,94	38,51
Isla de Gran	70,13	85,77	87,28	84,92	60,24	49,55	49,71	58,47	67,63	55,7	63,12	85,53	80,57
Isla de Lanzarote	78,84	82,33	87,93	86,24	71,88	64,67	69,5	74,51	84,63	84,63	82,59	82,98	74,14
Isla de	71,69	77,04	77,25	77,48	61,25	53,29	59,68	73,73	81,73	82,27	73,11	75,83	67,51
Isla de Tenerife	76,02	86,9	86,62	84,03	70,14	57,87	64,53	69,79	76,6	76,09	79,36	81,13	79,16
Isla de La Gomera	45	63,43	62,3	57,46	40,64	23,37	26,1	33,34	46,67	32,51	38,64	56,08	56,83
Isla de La Palma	50,65	62,82	65,83	61,92	46,93	36,09	30,68	50,36	56,26	43,24	39,45	59,75	56,1
Isla de Hierro	24,73	9,03	22,4	23,11	20,45	17,54	23,19	30,39	52,2	29,92	26,08	16,97	21,23
PIRINEO catalán	21,81	25,33	25,62	27,72	16,08	9,27	12,18	23,14	58,85	15,93	8,84	8,48	22,75
Costa Brava	39,08	10,87	11,36	13,62	19,64	19,86	27,56	54,08	78,61	33,62	17,34	10,59	12,28
Costa de	43,58	15,33	25,82	30,44	39,1	48,92	58,17	70,36	72,28	51,09	33,16	24,22	23,02
Barcelona	74,31	47,17	66,9	66,77	77,01	79,74	80,1	86,57	91,91	84,43	81,99	64,4	61,13
Costa Daurada	51,09	4,65	23,56	26,78	25,49	33,1	46,5	62,06	84,09	55,72	27,72	27,38	30,04
Terres de Lleida	13,54	5,33	4,2	8,11	12,7	10,08	14,6	15,95	36,19	10,54	7,51	7,73	14,31
Cataluña Central	64,89	85,01	84,54	87,28	87,68	86,69	86,72	11,31	20,12	59,6	56,53	57,23	55,8
Terres de l'Ebre	19,72	..	6,9	19,01	4,61	13,72
Valle de Aran	14,52	22,87	29,09	..	9	10,62	19,62	18,53
Costa Blanca	44,1	30,8	35,88	34,78	38,49	38,74	49,4	60,86	74,26	54,6	45,69	31,23	26,09
Costa de	36,08	12,11	14,27	14,22	20,4	16,39	37,82	60,28	74,21	41,97	15,75	12,21	10,44
Costa Valencia	37,71	10,19	11,62	15,75	21,61	16,03	42,66	66,04	80,6	37,23	11,61	11,71	11,27
Rías Altas	36,98	23,8	27,55	26,72	29,62	30,87	28,37	53,93	71,2	56,09	33,79	36,37	35,96
Costa Da Morte	18,99	2,49	7,03	6,26	23,68	36,96	59,82	18,33	6,05
Costa A Mariña Lucense	16,6	5,09	3,17	6,5	11,96	9,64	13,33	31,33	67,2	16,6	9,83	9,04	14,12
Rías Baixas	30,73	6,78	6,89	6,09	15,09	12,17	19,98	57,22	75,21	24,36	8,34	7,98	10,53
Costa Cálida	39,69	22,72	28,4	33,18	30,28	28,6	45,53	62,77	80,67	38,34	28,6	29,01	20,29
PIRINEO Navarro	29,94	12,17	16,71	16,55	27,14	18,22	18,28	39,19	72,08	36,61	35,79	16,57	23,52
Costa Gipuzkoa	34,07	14,42	22,28	23,35	35,26	27,72	42,45	61,88	81,49	52	36	15,07	13,66
Costa de Bizkaia	42,62	23,15	13,7	19,5	39,35	31,67	41,31	67,36	82,28	61,57	49,76	36,4	37,53
PIRINEO Vasco	28,01	10,39	16,79	11,82	24,38	21,37	27,92	50,32	60,88	36,47	27,88	18,42	23,93

Fuente: INE. Elaboración propia

Tabla 10.1: Grado de ocupación por plazas de apartamentos en las principales zonas turísticas por meses en 2009

	Total	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Costa de Almería	26,54	8,7	12,2	14,34	16,46	23,08	28,66	51,66	45,56	34,54	19,35	14,9	10,78
Costa de la Luz de Cádiz	28,64	8,4	12,81	9,96	17,55	20,36	28,12	56,66	63,8	39,95	12,92	12,1	13,95
Costa Tropical	29,98	22,07	25,54	44,9	39,31	28,72	29,92	38,95	48,94	31,94	29,88	8,04	12,23
Costa de la Luz	21,7	1,27	4,83	7,89	18,5	7,33	29,76	51,91	61,98	25,93	7,64	4,4	3,78
Costa del Sol	38,52	21,95	28,69	30,41	37,5	39,96	42,76	55,34	61,34	47,05	40,24	25,4	21,52
Costa Verde	18,87	5,92	8,77	6,12	19,43	9,39	12,45	41,18	67,13	17,71	8,56	4,81	4,95
Isla de Mallorca	53,43	31,72	34,37	30,91	41,56	43,92	60,45	71,59	71,96	53,8	33,52	42,49	11,88
Isla de Menorca	45,85	30,63	39,98	56,99	64,83	43,39	24,99
Islas de Ibiza-Formentera	45,62	22,19	42,83	55,69	65,04	46,6	21,21	..	4,29
Isla de Gran	43,57	54,66	56,89	53,68	42,23	28,31	27,31	41,93	50,51	34,42	39,34	43,61	43,85
Isla de Lanzarote	42,22	45,28	46,28	46,31	38,78	30,07	34	47,46	56,3	41,13	37,93	43,6	39,38
Isla de Fuerteventura	30,78	33,91	30,96	29,64	32,18	23,92	23,32	32,91	42,26	28,6	29,09	30,59	31,3
Isla de Tenerife	45,11	51,83	53,83	49,53	42,17	31,89	34,71	45,87	53,79	39,03	42,41	46,9	47,58
Isla de La Gomera	24,68	26,75	27,13	28,36	24,7	13,78	13,05	24,48	37,5	20,36	21,87	27,05	30,11
Isla de La Palma	33,16	30,7	39,22	37,03	31,8	19,14	21,55	39,13	47,04	31,26	27,57	34,19	38,5
Isla de Hierro	21,82	10,85	11,63	12,91	17,28	15,42	16,24	41,23	50,74	31,98	27,57	15,58	11,92
Costa Esmeralda	25,97	20,3	5,62	23,98	36,4	42,43	29,76
Costa del	44,34	..	22,61	43,41	51,87	68,96	72,88	64,62	35,44	..	38,06
Costa de	37,97	24,81	39,54	31,56	43,74	42,14	39,71	52,5	54,16	41,42	36,3	23,44	25,67
Costa del Garraf	30,23	9,64	17,78	14,16	31,07	37,34	33,94	49,16	63,87	44,61	18,93	17,09	17,59
Costa Brava	26,79	5,43	5,71	5,12	15	13,3	19,63	44,3	61,87	21,05	9,21	5	7,56
Costa Daurada	36,69	8,29	5,36	7,32	17,17	23,61	33,93	57,65	66,37	33,7	13,49	7,56	12,04
Costa Blanca	24,04	15,48	18,09	17,5	20,46	18,89	26,64	38,34	52,82	24,95	19,88	11,81	10,73
Costa Azahar	25,87	7,69	9,09	7,82	11,11	12	27,04	47,58	54,46	29,93	11,54	5,82	5,69
Costa Valencia	31,65	14,76	15,05	9,35	13,37	12,22	27,6	56,97	65,59	31,96	11,45	10,4	11,35
Rías Altas	25,1	18,06	21,3	19,48	24,28	25,15	30,06	36,62	54,29	20,13	20,23	12,58	16,47
Rías Baixas	22,01	1,74	2,67	4,33	13,21	4,64	12,07	44,25	60,2	20,31	5,52	1,99	2,2
Costa A Mariña Lucense	19,76	7,25	9,49	7,95	15,7	15,77	21,24	35,88	75,65	11,08	14,78	9,2	11,39
Costa Cálida	21,9	7,69	7,81	8,89	14,01	13,87	35,4	47,96	58,84	21,32	10,9	6,92	6,59
PIRINEO	22,14	29,09	25,97	18,85	20,16	8,64	12,48	27,98	51,48	15,11	16,44	6,98	25,06
PIRINEO Catalán	20,53	25,73	25,86	17,95	28,69	10,23	10,37	21,32	39,01	12,75	10,18	11,7	22,99
PIRINEO Navarro	21,07	10,92	12,37	13,31	21,73	14,58	16,8	30,03	62,87	18,64	17,49	8,84	20,74

Fuente: INE. Elaboración propia

Tabla 10.2: Grado de ocupación por plazas de apartamentos en las principales zonas turísticas por meses en 2014

	Total	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Costa de Almería	23,82	8,44	11,81	11,71	14,55	16,04	20,98	39,49	55,77	25,83	11,18	8,3	6,96
Costa de la Luz de Cádiz	27,9	6,45	8,4	12,7	16,45	19,48	32,66	49	65,78	32,3	14,74	10,67	10,73
Costa Tropical	42,42	16,16	26,48	19,57	42,28	31,02	44,22	70,35	78,3	46,49	34,23	31,28	24,4
Costa de la Luz	32,37	1,72	9,32	8,01	18,04	24,49	33,68	61,19	71,42	37,55	5,86	5,2	2,84
Costa del Sol	39,72	21,05	29,51	31,42	40,57	39,2	47,28	57,26	64,47	46,51	44,14	25,71	21,51
ARAGON: Pirineo Aragonés	17,5	14,8	16,1	15,19	14,87	8,09	12,33	28,61	45,88	16,34	10,27	4,28	19,28
Costa Verde	16,75	2,18	2,44	3,38	14,99	8,93	14,08	35,01	52,48	18,41	9,42	4,85	7,91
Isla de Menorca	46,3	24,18	46,36	53,85	63,51	44,95	23,75
Isla de Mallorca	58,01	20,52	22,94	36,41	29,69	45,5	64,64	73,04	78,53	63,03	40,65	27,81	28,06
Islas de Ibiza-Formentera	56,67	39,77	58,8	68,33	74,2	60,45	28,12
Isla de Gran	49,22	58,09	58,69	56,67	42,43	33,27	34,69	45,65	56,43	39,17	44,69	57,97	55,19
Isla de Lanzarote	54,91	54,16	57,33	57,19	51,78	45,89	50,55	59,72	67,98	56,55	54,89	52,02	49,65
Isla de	48,63	48,65	50,36	49,44	43,98	35,63	41,29	55,5	62,66	53,35	51,19	47,9	43,34
Isla de Tenerife	56,04	59,25	60,69	57,79	53,03	42,14	48,68	58,89	65,91	54,7	58,63	56,26	55,94
Isla de La Gomera	30,58	42,05	40,44	37,06	28,44	14,6	17,51	25,48	39,92	21,74	25,48	35,59	36,71
Isla de La Palma	37,59	42,27	48,19	49,96	40,28	27,4	21,78	39,16	46,46	30,73	28,31	39,48	37,95
Isla de Hierro	16,92	6,26	12,79	16,61	12,95	12,67	13,86	22,31	40,96	20,99	16,06	8,53	14,5
PIRINEO catalán	16,19	16,22	19	21,63	12,01	6,57	9,85	15,62	45,35	10,62	6,6	5,53	19,16
Costa Brava	28,45	5,13	5,19	6,59	11,55	11,36	17,57	41,74	63	20,34	9,31	5,27	7,36
Costa de	29,78	6,54	12,42	14,64	24,48	32,48	41,43	59,81	58,67	36,81	22,26	12,28	11,1
Barcelona	51,45	30,92	38,96	43,97	55,12	55,6	57,59	68,65	73,3	54,46	55,35	38,07	40,83
Costa Daurada	35,39	1,94	10,6	13,09	17,97	20,69	32,2	45	61,05	33,7	18,99	17,23	19,3
Terres de Lleida	10,96	2,97	3,51	2,48	11,71	7,58	10,69	14,31	32,95	7,3	6,35	5,44	10,72
Cataluña Central	62,72	81,28	81,3	82,23	83,25	82,43	81,02	10,05	18,95	61,67	58,07	58,27	57,49
Terres de l'Ebre	16,37	..	1,58	8,62	2,31	6,41
Valle de Aran	9,34	17,37	22,06	..	5,94	4,36	11,82	10,98
Costa Blanca	27,33	15,11	17,41	17,47	22,9	22,38	32,35	45,03	57,24	34,05	25,56	15,36	13,86
Costa de	26,3	6,54	7,06	7,41	14,35	10,69	27,22	44,77	59,71	28,86	9,84	6,9	5,77
Costa Valencia	31,88	4,74	4,94	7,85	12,81	9,08	37,61	61,37	75,98	28,09	6,61	6,02	5,94
Rías Altas	24,09	13,23	15,51	15,87	21,75	19,89	16,81	38,01	57,48	38,24	17,61	18,83	21,33
Costa Da Morte	13,26	1,32	5,82	4,54	14,64	29,44	44,18	12,83	2,86
Costa A Mariña Lucense	11,82	1,91	1,01	2,99	9,73	5,57	7,05	27,42	55,11	10,87	6,07	4,36	7,86
Rías Baixas	22,03	1,91	2,01	2,05	8,27	5,2	11,96	42,52	60,69	16,52	3,36	2,21	4,12
Costa Cálida	27,37	11,54	13,86	16,89	17,25	15,95	32,09	53,06	70,1	25,52	15,4	13,36	10,43
PIRINEO Navarro	18,31	7,58	9,96	7,33	22,18	13,27	9,68	26,39	48,99	21,42	19,75	10,54	18,86
Costa Gipuzkoa	23,61	9,71	13,59	13,42	23,26	16,88	27,9	42,21	66,11	36,2	24,17	9,63	9,87
Costa de Bizkaia	25,78	10,79	6,14	8,84	27,16	19,46	26,25	39,42	65,91	34,86	28,11	16,51	20,56
PIRINEO Vasco	19,49	4,65	5,99	5,87	16,93	16,83	21,16	40,03	48,44	25,33	19,38	11,02	15,67

Fuente: INE. Elaboración propia

Las tres Islas que están siendo analizadas de las Islas Canarias, son las únicas zonas turísticas de España que cuentan con un alto número de viajeros y pernoctaciones durante todo el año, con un grado de ocupación elevado y relativamente constante a lo largo de todos los meses, tanto por plazas como por apartamentos.

Por si fuera poco, en 2014 respecto al grado de ocupación, están a la cabeza tanto por plazas como por apartamentos.

En 2014 las tres están a la cabeza superando el 70% de grado de ocupación de apartamentos anual, cuando en 2009 rondaban el 60%. La Isla de Mallorca mantiene una tendencia parecida también supera el 70%, cuando en 2009 rondaba el 60%, pero sólo opera la mitad del año, es decir que sus apartamentos sólo están disponibles durante unos meses, por lo que las cifras pueden ser algo engañosas.

La Costa del Sol también ha visto mejorado su grado de ocupación de apartamentos pasando del 55% al 60%, aunque posiblemente ha aumentado menos de lo que cabría esperar, teniendo en cuenta el incremento de viajeros y pernoctaciones que ha habido en los últimos años. Sin embargo, el número de pisos disponibles y establecimientos abiertos ha crecido casi al mismo ritmo.

En la Costa Blanca ha sucedido algo parecido pero con cifras inferiores, el grado de ocupación por apartamentos ha pasado del 38% al 44% y son siete los meses que no alcanzan el 40% de grado de ocupación.

Respecto al grado de ocupación por plazas, de las zonas turísticas que están siendo analizadas, sucede algo similar al grado de ocupación por apartamentos. La Isla de Mallorca está a la cabeza con un 58% de grado de ocupación por plazas, seguida muy de cerca por la Isla de Tenerife con un 56%, de la Isla de Lanzarote con un 54% y de la Isla de Gran Canaria con un 49%, pero se ha de tener en cuenta que en las Islas Canarias la actividad se mantiene constante durante todo el año, mientras que en la Isla de Mallorca se limita a medio año, como mencionaba anteriormente.

Las otras dos, cuentan con grados de ocupación por plazas aceptables, pero con diferencias notables en los diferentes meses del año. La Costa del Sol cuenta con un 39% de grado de ocupación por plazas, mientras que la Costa Blanca cuenta con un 27%.

GRADO DE OCUPACIÓN DE APARTAMENTOS Y PLAZAS EN LAS PRINCIPALES ZONAS TURÍSTICAS DE CANARIAS DESDE 2009 HASTA 2014

Teniendo en cuenta, que son las islas de Canarias, las que con constancia a lo largo de los meses, ofrecen un mayor grado de ocupación, expongo estas dos tablas de los últimos años, para observar su evolución.

Tabla 9.3: *Grado de ocupación de apartamentos de las principales zonas turísticas de Canarias del 2009 al 2014*

	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Isla de Gran Canaria	60,28	63,3	68,57	67,42	64,51	70,13
Isla de Lanzarote	60,43	64,13	68,43	66,21	70,26	78,84
Isla de Tenerife	61,34	61,54	71,22	70,17	72,74	76,02

Fuente: INE. Elaboración propia

Tabla 10.3: *Grado de ocupación por plazas de apartamentos de las principales zonas turísticas de Canarias del 2009 al 2014*

	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Isla de Gran Canaria	43,57	45,61	48,72	48,35	46,05	49,22
Isla de Lanzarote	42,22	45,77	48,47	46,26	48,96	54,91
Isla de Tenerife	45,11	45,13	52	50,34	53,53	56,04

Fuente: INE. Elaboración propia

De las seis zonas turísticas estudiadas, la Isla de Mallorca es la que más se ha mantenido, respecto a entrada de viajeros y pernoctaciones, antes y después de la irrupción de las “p2p”, contando con unas buenas cifras, pero únicamente en la temporada que va de mayo a septiembre, meses en los cuales las cifras de pernoctaciones y viajeros son algo mejores que las de Tenerife, siendo el número de establecimientos que compiten el triple. Respecto al grado de ocupación, las cifras son muy positivas, pero como comentaba anteriormente, se ha de tener en cuenta que la actividad sólo se realiza durante la mitad del año, por lo que no me serviría.

La Isla de Gran Canaria ha visto reducido gravemente su número de viajeros y pernoctaciones desde antes de la irrupción de las “p2p” y después, además de su grado de ocupación, que no ha estado a la altura del crecimiento de la Isla de Tenerife y de la Isla de Lanzarote. Aún así, estando por debajo de la Isla de Tenerife en estos aspectos, la competencia en cuanto al número de empresas en la Isla de Gran Canaria sigue siendo el doble.

En la Costa Blanca y en la Costa del Sol se ha dado el mayor incremento de viajeros y pernoctaciones de todas las zonas turísticas del país, coincidiendo claramente con la irrupción de las “p2p”. Aún así, hay una diferencia más que obvia en la actividad de unos meses a otros en ambas, e incluso en sus mejores meses, las cifras son inferiores a las de la Isla de Tenerife. Además de esto, la competencia ha aumentado notablemente en ambas, y en los meses en los que menos actividad hay tanto en la Costa del Sol como en la Costa Blanca, con 400.000 pernoctaciones menos que en la Isla de Tenerife, son 50 establecimientos más los que compiten en la Costa del Sol y 116 más en la Costa Blanca. Esto se puede ver en sus respectivos grados de ocupación, que a pesar del crecimiento que se ha dado, el grado de ocupación apenas ha mejorado y las cifras siguen siendo bastante bajas.

Este hecho corrobora lo que dice Exceltur acerca de la supuesta economía colaborativa, que afirma que en la mayoría de los casos, el alquiler de apartamentos turísticos, no es más que un negocio muy lucrativo, cada vez menos particular y más profesionalizado.

Las Islas Canarias, son con mucha diferencia, las que mejor combinan, altos grados de ocupación, con altos número de pernoctaciones y de viajeros, siendo los que menos sufren la estacionalidad.

La Isla de Lanzarote y la Isla de Tenerife han seguido una evolución positiva, siendo dentro del conjunto de las Islas Canarias las menos afectadas antes de la irrupción de las “p2p” y las más beneficiadas después.

A pesar de que el crecimiento de ambas islas ha sido bueno, las cifras de la Isla de Tenerife han sido claramente superiores, llegando a desbancar a la Isla de Gran Canaria del primer puesto en cuanto a número de pernoctaciones y viajeros. Sin embargo la competencia de establecimientos en la Isla de Lanzarote es mayor. Además, hay que tener en cuenta el factor de los viajeros extranjeros, que he podido comprobar que es la base del turismo español en las principales zonas turísticas. Cada año son más los extranjeros que hacen turismo en España y a la cabeza de éstos están los británicos y los alemanes, tanto a nivel nacional, como en las Islas Canarias. En este aspecto también Tenerife está en primera línea, después del análisis de la preferencia de destinos de los viajeros alemanes y británicos en las principales zonas turísticas

de España, he comprobado que la Isla de Tenerife es el destino favorito de los británicos, seguido de la Isla de Lanzarote y que el número de alemanes cada año es mayor en la Isla de Tenerife a diferencia de la Isla de Lanzarote que cada vez son menos los alemanes que escogen dicho destino.

De esta manera, concluyo que a pesar de que creo que tanto la Isla de Lanzarote como la Isla de Tenerife son buenas opciones, las cuales son insuficientes y no son un reflejo real del sector, la Isla de Tenerife es el destino más adecuado, para establecer la empresa de apartamentos turísticos. Por su evolución y tendencia positiva, por la menor competencia de establecimientos con la que cuenta, en comparación con su competencia directa, porque es el destino turístico donde la estacionalidad menos afecta, lo que se puede comprobar viendo que la mayoría de las empresas se mantienen operativas todo el año. Por la forma de haberse mantenido y haber superado los periodos más críticos del turismo en España y en concreto en Canarias, por la importancia de mantener un número de viajeros y pernoctaciones muy elevado a lo largo de todos los meses del año y por contar con un grado de ocupación de apartamentos del 76% de media durante todo el año (ine.com 04/03/2016).

3.2.- NORMATIVA REGULADORA

Como ya he comentado, para la elección de la ubicación de la empresa no he tenido en cuenta las normativas que rigen la regulación en cada comunidad autónoma, básicamente por el proceso de cambio en el que se encuentran actualmente.

Así mismo, a continuación presento por qué normativa se regían antiguamente los apartamentos turísticos y en concreto por qué normativa se rige a día de hoy la normativa de Canarias, que es la comunidad autónoma del destino que he escogido para ubicar la empresa.

La información que proporciono a continuación, la he obtenido de un trabajo fin de grado que realizó el pasado julio de 2015 Yaiza María Martín Pérez en la facultad de Economía, Empresa y Turismo en la universidad de La Laguna, con título “Análisis de las Viviendas Vacacionales en Tenerife”.

3.2.1.- Antecedentes de la normativa

En lo que se refiere a los antecedentes sobre la reglamentación de las viviendas vacacionales, a nivel nacional, en el Real Decreto 2877/1982 concretamente en el artículo 17, se definió a la vivienda turística vacacional como “*las unidades aisladas de apartamentos, bungalows, villas y chalés y similares y, en general, cualquier vivienda que con independencia de sus condiciones de mobiliario, equipo, instalaciones y servicios, se ofrezcan en régimen de alquiler por motivos vacacionales o turísticos*”. Para poder llevar a cabo esta actividad únicamente existía la obligación de notificarlo al organismo competente, como indica el artículo 18, además de indicar los ingresos por rendimientos inmobiliarios en la declaración de renta de las personas físicas.

De esta manera, las viviendas vacacionales en España, hasta junio del año 2013, eran regidas por la Ley de Arrendamientos Urbanos (LAU), que establecía que el propietario que quisiera alquilar su vivienda para uso vacacional, podía acudir al contrato de temporada de la LAU, encontrándose este tipo de contratos en la segunda clase de arrendamientos *“arrendamientos de uso distinto al de vivienda”*, donde solo se exigía cumplir lo que indicaba la LAU en aspectos de fianza.

Por otro lado, el artículo 148.1.18 de la Constitución Española concede a las Comunidades Autónomas la posibilidad de asumir competencias en materia de turismo, concretamente la *“Promoción y ordenación del turismo en su ámbito territorial”*.

En junio de 2013, entró en vigor la nueva modificación de la LAU, que en su artículo 5 *“arrendamientos excluidos”* se encuentra la letra “e” que es la que nos interesa y que recoge la exclusión de la aplicación de esta ley a *“la cesión temporal de uso de la totalidad de una vivienda amueblada y equipada en condiciones de uso inmediato, comercializada o promocionada en canales de oferta turística y realizada con finalidad lucrativa, cuando esté sometida a un régimen específico, derivado de su normativa sectorial”*. Por tanto, estos contratos pasan a ser ordenadas por la normativa turística, quedando fuera del ámbito de la LAU.

3.2.2.- Normativa de las viviendas vacacionales en Canarias

En el caso de Canarias, el 22 de mayo de 2015 fue aprobado el Decreto 113/2015, que regula esta modalidad de alojamiento turístico. Esta regulación no ha estado exenta de polémica, aun hoy, una vez aprobado, no cuenta con el consenso de las organizaciones de propietarios de este tipo de viviendas, ni de los propios habitantes de las Islas Canarias, por entender que se trata de una reglamentación restrictiva. El contenido de los anteproyectos de reglamento, fue variando a lo largo del tiempo, hasta llegar al aprobado que limita considerablemente el desarrollo de esta tipología de alojamiento en las zonas o ámbitos turísticos tradicionales.

El 22 de Mayo de 2015 fue aprobado el Decreto 113/2015, que regula esta nueva modalidad de alojamiento. Este dispone la modificación del Reglamento de la actividad turística de alojamiento (Decreto 142/2010) para incorporar como tipo de establecimiento en la modalidad extra hotelera esta nueva modalidad turística.

En el Decreto, 113/2015 en el artículo 2º, se denomina a la vivienda vacacional como *“las viviendas, que amuebladas y equipadas en condiciones de uso inmediato y reuniendo los requisitos previstos en este Reglamento, son comercializadas o promocionadas en canales de oferta turística, para ser cedidas temporalmente y en su totalidad a terceros, de forma habitual, con fines de alojamiento turístico y a cambio de un precio”*.

Respecto al ámbito de aplicación, las viviendas que se encuentren situadas en suelo turístico ubicadas, en urbanizaciones mixtas residenciales turísticas y en urbanizaciones o zonas turísticas, quedan fuera del ámbito de aplicación, como indica el artículo 3.2 *“Quedan expresamente excluidas del ámbito de aplicación de este Reglamento, las edificaciones ubicadas en suelos turísticos que se encuentren dentro de las zonas turísticas o de las*

urbanizaciones turísticas, así como las viviendas ubicadas en urbanizaciones turísticas o en urbanizaciones mixtas residenciales turísticas, conforme a las definiciones establecidas en la Ley 2/2013, de 29 de mayo, de renovación y modernización turística de Canarias”.

En el primer artículo de dicha ley, se definen como urbanizaciones mixtas residenciales a “*las que el planeamiento califique como tales, en las que el uso turístico esté presente pero sea inferior al 30% de la edificabilidad total y/o superficie de las parcelas*”, por otro lado, las urbanizaciones turísticas “*serán las que el planeamiento califique como tales y aquellas en que se permita un uso de esta naturaleza igual o superior al 30% de la edificabilidad total y/ o de la superficie de las parcelas*”. Por último, la zona turística se define como “*área limitada y reservada por el planeamiento para la localización e implementación de los usos turísticos*” (Martín, 2015).

Así mismo, en Canarias se consideran viviendas vacacionales, las edificaciones que no estén establecidas en suelos turísticos o en mixtos residenciales turísticos, con un porcentaje superior al 30% turístico. Es especialmente llamativo que considerándose estas viviendas una modalidad turística, no se puedan desarrollar en zonas turísticas, según Ascav¹⁷ dejando de esta manera fuera de la legalidad al 90% de viviendas que se alquilaban antes de imponerse la citada normativa. (ascav.com 20/03/2016)

Lo que a mi modo de ver evidencia que se están imponiendo las medidas necesarias para que prevalezca el predominio de la oferta tradicional, que a fin de cuentas ha sido tradicionalmente uno de los impulsores principales de la economía canaria.

3.2.3.- Perjuicios y voces discordantes de la nueva normativa en Canarias

Son muchos los que consideran esta normativa excesivamente restrictiva, de esta manera, presento este apartado para comprobar hasta qué punto cabe la posibilidad de que se modifique esta normativa, que como he dicho, prácticamente imposibilita la viabilidad de mi proyecto en el destino escogido.

Según afirman desde Ascav esta nueva regulación se ha considerado excesivamente restrictiva como es lógico para propietarios e intermediarios de viviendas vacacionales, para diferentes asociaciones de consumidores e incluso para los principales partidos políticos.

De esta manera, la Asociación Canaria del Alquiler Vacacional (Ascav) cuyos socios son en su mayoría propietarios o intermediarios de viviendas vacacionales, está encabezando la movilización para que se modifique el Decreto 113/2015, que como he dicho prohíbe la actividad en suelo, zona y urbanización turística, quedando de esta manera, el 90% de los propietarios de viviendas vacacionales excluidos.

¹⁷ *Asociación Canaria del Alquiler Vacacional (Ascav): Organización sin ánimo de lucro, apolítica, con ámbito en las 7 islas de Canarias y cuyos socios son en su mayoría propietarios o intermediarios de viviendas vacacionales. Desde ésta defienden la "Vivienda Vacacional" como modalidad alojativa en la Comunidad Autónoma de Canarias.*

La indignación por esta nueva regulación llevó a personalidades del mundo empresarial, comercial y del turismo a realizar declaraciones públicas a favor del alojamiento vacacional y de la necesidad de realizar un cambio en el modelo turístico, incluso la prensa internacional se hizo eco de la nueva situación.

El nuevo decreto fue publicado dos días antes de las elecciones. El gobierno entrante Coalición Canaria, se comprometió de forma pública a modificar la regulación, sin embargo desde Ascav se temía que la presión del lobby hotelero de la provincia de Tenerife, pudiera influir negativamente en esta.

Por otro lado, el portavoz del PSOE afirmó que el nuevo decreto no se ajustaba a la realidad apoyando de esta manera la postura de Ascav.

El 31 de Agosto, se reunieron con la Consejera de Turismo, obteniendo por su parte un compromiso de máxima prioridad sobre la problemática del alojamiento vacacional.

El 29 de septiembre, en el Parlamento de Canarias, fue aprobada por 39 votos a favor, ninguno en contra y 19 abstenciones, la PNL (Proposición no de ley), presentada por Coalición Canaria y PSOE, que reclamaban la paralización del decreto sobre alquiler vacacional.

ASCAV, así como Partido Popular y Podemos solicitaban la modificación, sobre todo, la del artículo 3.2 que prohíbe el alojamiento vacacional en zonas y suelo turístico y no la paralización del mismo. Sin embargo el gobierno hizo caso omiso a estas reclamaciones.

Mientras se esperaba el pronunciamiento del Gobierno de Canarias sobre la petición de paralización del vulgarmente conocido Decretazo, Canarias⁷¹⁸ realizó una encuesta para ver lo que opinaba la sociedad canaria sobre el alojamiento vacacional, donde el 77% de los encuestados se mostró en contra de la prohibición del alquiler en zonas turísticas.

El 26 de octubre de 2015 en un foro que realizó Ascav acudieron ponentes de primer nivel, tanto a nivel nacional como internacional. Entre ellos asistieron Don Juan Carlos García, director de asuntos inmobiliarios de La Organización de Consumidores y Usuarios (OCU)¹⁹, y por primera vez, La Comisión Nacional de la Competencia y Mercados (CNMC)²⁰, asistió a un evento de estas características, para apoyar a una asociación. Tampoco se lo quisieron perder los portavoces de los grupos de gobierno de Coalición Canaria y PSOE y la portavoz del parlamento de Canarias, Cristina Tavío del Partido Popular.

En el mismo foro, La organización de Consumidores y Usuarios (OCU), desmintió la manipulación en contra de la modalidad de alojamiento vacacional respecto a opiniones negativas y reclamaciones. Son los hoteles quienes acumulan el 80% de las quejas.

¹⁸ Canarias7: periódico editado en Las Palmas de Gran Canaria, de ámbito regional.

¹⁹ OCU: La Organización de Consumidores y Usuarios es una entidad privada sin ánimo de lucro totalmente independiente, creada en 1975 con el objetivo de defender los derechos de los consumidores.

²⁰ CNMC: La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia es un organismo público, con personalidad jurídica propia y plena capacidad pública y privada, adscrito al Ministerio de Economía y Competitividad. Es el organismo encargado de preservar, garantizar y promover el correcto funcionamiento, la transparencia y la existencia de una competencia efectiva en todos los mercados y sectores productivos en beneficio de los consumidores y usuarios.

A pesar de que la mayoría de los grupos políticos con representación parlamentaria (Coalición Canaria, PSOE, PP, Podemos), estaban a favor de la modificación del actual decreto, el Presidente del Gobierno de Canarias, Don Fernando Clavijo siguió con sus declaraciones ambiguas y pidiendo consenso en los medios de comunicación.

Ascav también estuvo representando al alojamiento vacacional, en El Seminario de Promotur Turismo de Canarias²¹, impartido por Don Fernando Gallardo, prestigioso periodista, conferenciante y analista de tendencias y nuevos conceptos hoteleros.

Fernando Gallardo dijo "Muchos propietarios viven gracias al alojamiento vacacional.

"La media de gasto de los usuarios de alojamientos vacacionales es mayor que la de los usuarios de establecimientos hoteleros, además producen mayor repercusión en la economía local". Es evidente que tanto estas afirmaciones como las de OCU distan mucho de la información ofrecida por el estudio realizado por Exceltur.

En definitiva los principales partidos políticos coinciden al margen de visibles diferencias, en modificar el "Decretazo" incluido Coalición Canaria que es el que está gobernando actualmente.

Sin embargo, el año 2015 se despidió sin la revisión de la regularización del alquiler vacacional comprometida por el gobierno canario y hasta la fecha, el sector sigue expectante a la espera de si se llevará a cabo o no dicha modificación.

No parece que tenga sentido que en septiembre, el gobierno canario anunciase que la revisión de la norma era de máxima prioridad y a finales de 2015 dijera que los análisis iniciales estaban en la fase inicial, teniendo en cuenta que además, están a favor de dicha modificación, tanto los habitantes de Canarias, como los principales partidos políticos. (ascav.com 16/03/2016)

Dicho lo cual, no encuentro otra explicación que la presión que está ejerciendo el lobby hotelero, esté dando resultado y que la predisposición que muestra Coalición Canaria para la modificación, no sea más que una estrategia para que la población no se vuelva en su contra.

De esta manera llego a la conclusión de que a día de hoy sería prácticamente imposible realizar mi proyecto en dicha comunidad autónoma. Sin embargo, aún siendo posible llevarlo a cabo en otras, teniendo en cuenta que ninguna de las regulaciones de las demás comunidades autónomas parece ser definitiva, creo que no me adentraría a realizar el proyecto en ninguna de ellas.

Por lo tanto, partiendo de que uno de los objetivos principales del TFG, es el proceso de elaboración en sí mismo, he finalizado el proyecto manteniendo el destino que he elegido, basándome en estadísticas que no son un reflejo del sector, pero habiendo empleado criterios lógicos para su elección.

²¹ Promotur turismo de canarias: Entidad responsable de la promoción de la marca destino Islas Canarias.

3.3.-DEFINICIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

3.3.1.- Presentación de Friendly Rentals

Habiendo analizado la situación actual del sector, habiendo escogido la ubicación de la empresa y habiendo estudiado la normativa, a continuación paso a definir cuál sería el modelo de negocio empleado.

En primer lugar, decir que mi intención es crear una empresa dedicada al alquiler de apartamentos turísticos, mediante una plataforma “p2p”, ubicada en Tenerife. Para ello antes de realizar el análisis pertinente para dar con la mejor opción, presento la empresa a la que antes de empezar a realizar este trabajo tenía la idea de asociarme, Friendly Rentals, siendo esta una de las alternativas que he barajado.

Según he podido ver en la página web de Friendly-rentals, esta es una empresa con sede en Barcelona, que gestiona apartamentos turísticos y que cuenta con su propia plataforma online. Es una empresa especializada exclusivamente en el alquiler de apartamentos turísticos, de corta y media estancia.

Desde que comenzó a operar en Barcelona en 2003, su objetivo ha sido ofrecer a sus clientes apartamentos de calidad, tanto si estos viajan por motivos de ocio o laborales, siempre a precios competitivos. Actualmente cuentan con más de 3.350 apartamentos, en 28 ciudades del mundo, donde en cada una de estas ciudades está asociada a una empresa independiente, que trabaja exclusivamente con ellos y actúa en su nombre, como es el caso de Gestión de Apartamentos del Norte, en San Sebastián, empresa para la que trabajé el pasado verano. Estas empresas independientes, trabajan exclusivamente con propietarios, no con profesionales del sector.

Para satisfacer a sus clientes, disponen de un gran número de apartamentos, en las mejores zonas de los destinos urbanos, previamente seleccionados por ellos mismos, o en su caso por las empresas asociadas, en base a unos rigurosos criterios de calidad.

El dedicarse exclusivamente al alquiler de apartamentos, no disponiendo de una oferta tan amplia como la de las grandes empresas del sector y teniendo equipos locales especializados en cada destino donde disponen de apartamentos, según me dijo Agustín, les permite tener un mayor control que el de la mayoría de sus competidores respecto al estado de sus apartamentos, de esta manera pueden garantizar que estos realmente son los que aparecen en las fotografías y que cumplen con los requisitos contratados. De no cumplirse los requisitos acordados, por el motivo que sea, la propia empresa se ocupa de buscarles un apartamento que los cumpla, de hacerles un descuento o incluso de devolverles el dinero íntegramente. En dicho caso, en el caso de hacer un descuento al viajero, esta cantidad se asume entre las tres partes por igual, Friendly Rentals, la empresa independiente y el propietario.

Este factor, el de los equipos locales en todos sus destinos, es el que realmente los hace especiales. Es el factor que marca la diferencia respecto al 99% de sus competidores, siendo

estos equipos locales, las empresas asociadas de las que hablaba anteriormente. (friendlyrentals.com 10/12/2015)

Este hecho convierte a Friendly Rentals en una opción muy fiable en un sector en el que como explican desde el diario ABC, las estafas están a la orden del día y la confianza es un factor determinante. (abc.es 03/11/2015)

Lo que expongo a continuación me lo comunicó Agustín en la entrevista.

Estas empresas independientes, son empresas que firman un contrato año a año con Friendly Rentals, en el que se acuerdan una serie de condiciones. La principal es que estas empresas se comprometen a trabajar exclusivamente con Friendly Rentals, es decir que no publicarán apartamentos en otras plataformas, además de otra serie de condiciones que desconozco.

Friendly Rentals es quien se ocupa de realizar los planes de comunicación pertinentes para atraer nuevos propietarios, en los diferentes destinos que dispone de apartamentos. Una vez llega la solicitud de un propietario, se envía a la empresa independiente del destino en cuestión y esta se ocupa de negociar las condiciones del acuerdo.

Acuerdan los precios del alquiler que se publicarán en la plataforma y el porcentaje que le corresponderá al propietario, ya que el porcentaje de Friendly Rentals siempre es el mismo, un 15%. Sacan las fotos y se ocupan de redactar la descripción de cada apartamento (no funciona como en otras plataformas en las que cualquiera puede publicar su apartamento por sí mismo).

Una vez hecho esto, le envían a Friendly Rentals toda esta información y ellos se ocupan de publicar el anuncio, nunca la empresa independiente.

Friendly Rentals también se ocupa de llevar a cabo las reservas, de comunicarlas a las empresas independientes y de la atención al cliente hasta que este llega al apartamento.

Una vez los viajeros han llegado, es la empresa independiente la que se ocupa del resto.

El trabajo a realizar por parte de la empresa independiente a partir de este punto varía en función del acuerdo al que se haya llegado previamente con el propietario, ya que se le ofrecen dos alternativas diferentes, el servicio de gestión completa o el de gestión parcial.

En la gestión parcial, la empresa independiente ofrece la atención al viajero 24h, 7 días a la semana, también la atención al propietario, la gestión de los cobros y pagos y en definitiva, la resolución de cualquier problema que pudiera surgir entre viajero y propietario.

Sin embargo, es el propietario quien se ocupa de ejercer de anfitrión y del mantenimiento y limpieza del hogar, ocupándose de los llamados check-in y check-out.

- El Check-in, consiste en la entrega de llaves y presentación del apartamento, firma del contrato con el viajero y cobro generalmente el 75% de la reserva más la fianza, ya que el 25% se paga previamente al realizar la reserva, aunque también es posible pagar el 100% antes de la llegada.

- Por otro lado el Check-out consiste en citarse el último día de estancia del viajero en el apartamento, para revisar que esté todo en orden y devolverle la finca. Una vez se hayan ido el último paso es limpiar el apartamento.

El servicio de gestión completa, por simplificarlo, implica que el propietario se desvincule por completo de la actividad, dejándolo todo en manos de la empresa independiente y limitándose a cobrar el dinero en su cuenta.

Es prácticamente imprescindible para la viabilidad del negocio llevar la gestión completa de los apartamentos, ya que Friendly Rentals que es quien se ocupa de publicar los apartamentos, los publica en su portal y también en otras plataformas, ya que debido a la dimensión que han alcanzado muchas de estas, es muy difícil competir con ellas. Así mismo, cuando la reserva del apartamento se realiza a través de otra plataforma, el porcentaje que le corresponde a la empresa independiente se ve reducido.

De esta manera, llevando la gestión completa del apartamento, en el caso de que la reserva se realice a través de Friendly Rentals, a la empresa independiente le corresponde una comisión aproximada del 25%. Sin embargo si se reserva a través de una plataforma ajena le corresponde entre un 20% y un 15%, según el acuerdo al que haya llegado Friendly Rentals con la plataforma en cuestión. Este es el motivo por el que lo ideal es llevar la gestión completa de los apartamentos, ya que en los que se lleva la gestión parcial, el porcentaje que le corresponde a la empresa independiente, si la reserva se realiza a través de Friendly Rentals es del 10% y si la reserva se realiza a través de una plataforma ajena, Friendly Rentals garantiza un 4% como mínimo, para que por lo menos se puedan cubrir los gastos de gestión.

Por último, la forma de llevar a cabo una reserva es rápida y sencilla. Vía web, donde están a disposición del usuario todos los destinos y alojamientos ofertados, además de las valoraciones de los clientes, en su gran mayoría muy satisfactorias y diferentes herramientas para la gestión de los perfiles de los usuarios. (friendlyrentals.com 10/12/2015)

3.3.2.- Herramientas a utilizar

Una vez habiendo presentado la empresa a la que barajo asociarme, a continuación expongo cuáles han sido las herramientas utilizadas para realizar el análisis para dar con el modelo de negocio idóneo.

Análisis DAFO: Combinación de fortalezas y debilidades, amenazas y oportunidades. Es probablemente el modelo más conocido y utilizado para la realización del análisis estratégico de la empresa. Este modelo fue creado en 1965 por un grupo de profesores de la escuela de negocios de Harvard, el cual también es conocido como LCAG, por las iniciales de sus creadores, o como SWOT (acrónimo en inglés de “strengths and weaknesses/ opportunities and threats”).

A partir del análisis de la situación actual y las tendencias del entorno, se pueden detectar las oportunidades y riesgos de la empresa. A través del análisis interno de las competencias distintivas de la empresa, se pueden identificar sus puntos fuertes y débiles.

Evaluando el mejor encaje entre las oportunidades del entorno y los recursos de la empresa, se puede determinar la elección de productos y mercados donde competir y fijar su estrategia económica. (Planellas y Moni, 2015)

Con ánimo de precisar el modelo de empresa por el que he optado, he utilizado el modelo Canvas que creó Alexander Osterwalder²². Este permite presentar gráficamente de forma clara y sencilla los distintos aspectos que forman la propuesta de valor de la empresa, los cuales interrelacionados entre sí, explican la forma de operar de la empresa para generar ingresos.

Los siguientes son los aspectos que se tienen en cuenta en el modelo Canvas:

1. Segmentar los clientes, para conocer el nicho de mercado y las oportunidades de nuestro negocio.
2. Definir bien la propuesta de valor, en otras palabras, saber por qué somos innovadores y qué nos diferencia de nuestra competencia y nos acerca a potenciales clientes.
3. Delimitar los canales de comunicación, distribución y de estrategia publicitaria que seguiremos, para fortalecer nuestra marca e idea de negocio.
4. Establecer la relación que mantendremos con los clientes.
5. Determinar las fuentes económicas de nuestra idea de negocio, un aspecto fundamental si queremos tener éxito.
6. Identificar los activos y recursos clave que necesitaremos como piezas imprescindibles en el engranaje de la idea empresarial.
7. Conocer las actividades clave que darán valor a nuestra marca, y saber las estrategias necesarias para potenciarlas
8. Tener en cuenta los socios clave con los que establecer contactos y alianzas para el negocio. En otras palabras, definir los potenciales socios o proveedores, entre otras figuras importantes.
9. Marcar las estructuras de costes, para llegar a saber el precio que tendrá que pagar el cliente por adquirir el bien o servicio que ofrecerá nuestra idea de negocio. (blogthinkbig.com 02/04/2016)

El éxito de este modelo radica en su sencillez y en la posibilidad de aplicarlo a cualquier tipo de empresa, siendo indiferente su tamaño o características en general. En definitiva, en él se clarifican los canales de distribución y las relaciones entre las partes, se determinan los beneficios e ingresos y se especifican los recursos y actividades esenciales, que determinan los costos más importantes. Finalmente, se pueden determinar las alianzas necesarias para operar y poner en marcha la empresa. (bienpensado.com 02/04/2016)

²² Alexander Osterwalder: Es un escritor, investigador y “speaker”, especializado en la innovación de modelos de negocio. Su mayor contribución al ámbito de la innovación estratégica es su modelo de negocio Canvas, que viene muy bien descrita en su libro “Business Model Generation”.

3.3.3.- Análisis DAFO ²³

De cara a realizar este análisis, principalmente en el análisis interno, he barajado las opciones de asociarme a Friendly Rentals, asociarme a otra empresa, o crear una empresa independiente.

AMENAZAS

- Incertidumbre respecto a la regulación.
- Sector muy saturado.
- Las principales plataformas cada vez manejan un volumen de oferta mayor y es prácticamente imposible competir con ellas, por lo que no queda otro remedio que publicar los apartamentos además de en el propio portal de la empresa, en los de estas.
- La diferencia de rentas entre los usuarios de viviendas vacacionales y hoteles, evidencia que el precio es uno de los factores determinantes a la hora de escoger una modalidad alojativa u otra. De regular el sector, el precio de las primeras podría acrecentarse y ya no contarían con esa ventaja competitiva. (Martín, 2015)
- Que la oferta no reglada haya superado a la oferta reglada total, ha sido principalmente lo que ha provocado la crispación en el sector turístico y lo que ya está implicando que se tomen medidas, las cuales no se sabe en qué acabarán.
- La normativa de Canarias actualmente es muy perjudicial para mi proyecto, aunque no se sabe si serán definitivas. (Desarrollado en el apartado 3.2.3)
- Primeros expedientes sancionadores a las plataformas Airbnb y HomeAway por publicitar viviendas sin el número de registro correspondiente y por no responder a los requerimientos de la Administración. (hosteltur.com 15/05/2016)
- Normativa reguladora con restricciones territoriales en Canarias, que perjudican al 90% de las viviendas que venían siendo utilizadas con fines de arrendamiento turístico. (Desarrollado en apartados 3.2.3)
- Presión del lobby hotelero, para que se establezca una regulación equiparable a la de los hoteles.
- Interés de la administración pública por regular el sector. Las viviendas vacacionales están sometidas a unos tratamientos fiscales no contributivos por parte de las viviendas no registradas, que son la mayoría. (Desarrollado en el apartado 2.5)

OPORTUNIDADES

- La crisis económica ha favorecido la economía colaborativa y de esta manera, el crecimiento de la oferta y la demanda de las “p2p”.
- Excelente momento del turismo español en 2015 y expectativas muy positivas para 2016.
- La reiterada y creciente inestabilidad geopolítica en los principales países competidores del sol y playa han beneficiado a los destinos de sol y playa nacionales. No da la sensación de que esta situación vaya a solucionarse a corto plazo.

²³ El análisis DAFO, lo realizamos Agustín y yo conjuntamente en la entrevista.

- Teniendo en cuenta el peso que tiene en la economía española el sector turístico y el peso que tiene en concreto el segmento de las viviendas vacacionales, del cual el estado actualmente no saca un gran partido, en lo que se refiere a recaudación fiscal por lo menos, considero que las nuevas normativas, cabe la posibilidad de que no fueran excesivamente restrictivas, ya que imagino que querrán sacar provecho de esta situación que puede ser lucrativa para todos, aunque también es cierto que, pienso jugará un papel importante el lobby hotelero.
- Desde el año 2010, el uso de la vivienda alquilada por parte de los turistas extranjeros se ha incrementado un 59,7% según Frontur, y solo en 2015, con los datos hasta mayo, mantiene la tendencia creciendo un 20,5%. (Desarrollado en el apartado 2.4)
- Fácil comercialización de las viviendas mediante plataformas “p2p”, que implica una reducción de gastos de intermediación frente a los operadores tradicionales, lo cual supone una gran ventaja competitiva.
- El 32% de turistas “no iría a un destino si no pudiera alojarse en una vivienda de alquiler vacacional”, una proporción que aumenta entre los turistas extranjeros y mayores de 54 años, según una encuesta de Esade y Fevitur.
- 9 de cada 10 turistas valoran positivamente su estancia en las viviendas vacacionales y recomendarían alojarse mediante esta fórmula.
- Las viviendas vacacionales se comercialicen casi exclusivamente mediante estas plataformas, ya que el 98% de los casos estudiados en el informe realizado por Esade y Fevitur, realizó la reserva a través de Internet.
- El turismo en Tenerife dejó once millones de euros al día y su gasto ascendió a 4.046 millones de euros en 2015, un 6,6% más que el año anterior.
- La renta media familiar anual de los turistas que viajaron a Tenerife durante 2015 se situó en 55.675 euros, un 5,1% más que en 2014.
- Las ciudades con una elevada presencia de turismo extranjero y situadas en la costa, son las que mayor oferta de apartamentos turísticos presentan. Ambas condiciones las cumple Tenerife, siendo mayoritariamente alemanes y británicos sus usuarios. (Desarrollado en el apartado 3.1)
- Los destinos vacacionales se caracterizan por albergar a grupos y/o familias por estancias más largas que en los destinos urbanos. Lo que implica unos mayores ingresos por reserva, debido al mayor número de plazas por apartamento y que los grados de ocupación sean elevados, ya que son necesarias menos reservas para alcanzar un mayor nivel de ocupación.
- En los destinos vacacionales como es el caso de Tenerife, la oferta no ha sido creada tras la irrupción de las “p2p”, por lo que cabe esperar que a pesar de que las regulaciones condicionen negativamente esta actividad, la oferta no desaparecerá y tanto los propietarios como las empresas gestoras se adecuarán a las normativas futuras.
- Respaldo de los principales partidos políticos con representación en el parlamento canario, incluido Coalición Canaria, partido que gobierna actualmente, para modificar la nueva regulación impuesta que afecta a la actividad de las viviendas vacacionales. (Desarrollado en el apartado 3.2.3)

TFG- E. Viabilidad empresa “p2p” de alquiler de apartamentos turísticos

- En la Isla de Tenerife en concreto, se ha seguido una evolución positiva respecto al alojamiento en apartamentos turísticos reglados, siendo la zona turística con mayor número de pernoctaciones y viajeros a nivel nacional.
- Tenerife cuenta con un grado de ocupación de apartamentos reglados del 76% de media durante todo el año. (Desarrollado en el apartado 3.1)
- Los vuelos low-cost favorecen que cada usuario confeccione su propio paquete turístico (vuelo+alojamiento), de esta manera, pudiendo escoger cualquier tipología de alojamiento, no como sucedía antes, que muchos viajaban con paquetes de vuelo, estancia, incluso actividades...(hosteltur.com 22/03/2016)
- Desarrollo de la conectividad del transporte aéreo en Canarias: las nuevas conexiones directas con la Península han favorecido el crecimiento de turistas nacionales en Canarias. (hosteltur.com 22/03/2016)

SI LA OPCIÓN DE ASOCIARME A FRIENDLY RENTALS FUERA LA ELEGIDA

- Teniendo en cuenta que Friendly Rentals en Tenerife no está asociada con ninguna empresa, esta alternativa podría ser viable para mí.
- El acuerdo con Friendly Rentals se firma año a año por lo que mi compromiso con ellos es limitado y podría hacer de esta empresa en un futuro una empresa completamente independiente ya habiendo conocido el sector.

DEBILIDADES

- Todo el conocimiento que tengo acerca del sector, es el que he expuesto en este estudio y no va más allá, lo cual considero bastante insuficiente.
- Este sería mi primer proyecto emprendedor, por lo que mis habilidades empresariales están todavía por desarrollar.
- No cuento con capital para realizar una inversión inicial, por lo que necesitaré financiación, siendo ésta mucho mayor en el caso de que escogiera no asociarme a Friendly Rentals y dada la situación actual del sector, es un riesgo que no estaría dispuesto a asumir.
- Falta de recursos y conocimiento para sobreponerme a un nuevo marco regulatorio.

SI LA OPCIÓN DE ASOCIARME A FRIENDLY RENTALS FUERA LA ELEGIDA

- Friendly Rentals no cuenta con el servicio en el que se ofrece sólo la publicación de los anuncios a cambio de un porcentaje, viene implícita la gestión de las reservas, atención al cliente..., lo que obviamente supone un porcentaje más elevado, que tiene que ceder el propietario.
- Limitación geográfica: la empresa que crearía sería el equipo local especializado asociado a Friendly Rentals y que actuaría en su nombre, en un único destino, por lo que el crecimiento de la empresa estaría condicionado en este sentido, por lo menos mientras esté asociada a esta.
- El abanico de oferta se vería limitado, ya que se ofrecen únicamente apartamentos de calidad.

- Al estar mi empresa asociada a Friendly Rentals y actuar en su nombre la estrategia empresarial no dependería de mí, sino de Friendly Rentals.
- En Friendly Rentals los propietarios pagan un porcentaje por reserva, lo cual puede ser una pega para aquellos que alquilen sus viviendas frecuentemente. Pudiendo preferir alternativas que ofrecen otras plataformas, como puede ser la de pagar una cuota anual.

FORTALEZAS

- Aún siendo este mi primer proyecto emprendedor, cuento con conocimientos empresariales debido a mis estudios.
- Domino el inglés y me desenvuelvo con el francés.
- De crear una empresa independiente, no tendría ninguna limitación geográfica, por lo que el potencial crecimiento de la empresa sería mayor que asociándome a Friendly Rentals.
- De crear una empresa independiente, la estrategia empresarial dependería de mí, pudiendo ofrecer los servicios que yo quisiera.

SI LA OPCIÓN DE ASOCIARME A FRIENDLY RENTALS FUERA LA ELEGIDA

- Capital relacional: He trabajado para Gestión de Apartamentos del Norte, empresa asociada a Friendly Rentals y contaría con la confianza y respaldo del jefe, que además es hermano del jefe de Friendly Rentals.
- Conozco el funcionamiento de la empresa.
- El riesgo que implica el periodo de transición en el que se encuentra la regulación del sector, sería muy inferior debido a la menor inversión que esta alternativa implica en comparación con las demás. Además, contaría con gente experta en el sector, que debido a su experiencia, cuentan con más recursos de los que yo dispondría por mi cuenta, para sobreponerse a un nuevo marco regulatorio.
- Trabajaría con el nombre de una empresa con mucha experiencia, asentada en el sector y con una cartera de clientes.
- Contaría con los servicios que proporciona una gran empresa, sin tener que hacerme cargo de los costes que ello implica.
- No tendría que pagar una cuota anual, que de tener que hacerlo sí implicaría un riesgo elevado al estar obligado a manejar un volumen de actividad determinado. Simplemente pagaría una comisión por reserva.
- Friendly Rentals no es un simple canal de publicación de anuncios, también es una empresa gestora. Ofrece a sus propietarios más servicios que las principales plataformas “p2p” de alquiler de apartamentos turísticos, incluso les ofrece la posibilidad de desvincularse completamente de la actividad.
- Friendly Rentals y sus empresas asociadas no se desvinculan de la relación contractual entre propietario y viajero, ofrece una mayor seguridad, tranquilidad y comodidad al cliente, en un sector en el que las estafas están a la orden del día, con una atención al cliente 24 horas al día los 7 días de la semana, para la resolución de cualquier problema que pudiera surgirles, con un equipo local en cada destino, donde disponen de apartamentos.

3.3.4.- Elección del modelo de negocio

Una vez habiendo realizado este análisis, he tomado la decisión de cuál sería el modelo de negocio que llevaría a cabo, dadas las circunstancias del sector y las propias.

Existen más empresas que ofrecen alternativas similares a la de Friendly Rentals, sin embargo más allá de las condiciones que pudieran ofrecerme otras empresas Friendly Rentals me aportaría lo más necesario y es el capital relacional.

Contaría con el respaldo y la confianza de Agustín Zubicaray, jefe de Gestión de Apartamentos del Norte, empresa asociada a Friendly Rentals, para la que trabajé el verano pasado. Además este, es el hermano del jefe de Friendly Rentals, lo cual es otro punto a favor para mí.

Soy consciente de que el hecho de que tengamos una buena relación, ni mucho menos es argumento suficiente para escoger una empresa y no otra.

Sin embargo debido a mis circunstancias, sí que es un hecho de máxima relevancia. Todo el conocimiento que tengo acerca del sector es el que he expuesto en este estudio y no va más allá, lo cual considero bastante insuficiente de cara a crear una empresa de este tipo. Además no tengo ninguna experiencia en el ámbito empresarial y no cuento con el capital necesario.

Con esto lo que quiero decir es que, de cara a comenzar mi andadura empresarial, contar en el mismo sector y en la misma empresa con una persona que me respalde y que me pueda aconsejar, es un valor añadido impagable.

Sobre todo en un sector como este, que está envuelto en una aureola de incertidumbre permanente, donde las regulaciones están cambiando constantemente y cada vez está más saturado.

Además de que dadas mis circunstancias, creo que difícilmente otra empresa aceptaría mi propuesta. Otro factor importante es que, esta vinculación con Friendly Rentals, se acuerda año a año y no hay que pagar una cuota anual, lo cual sería un problema ya que estaría asumiendo un riesgo importante teniendo que alcanzar un mínimo nivel de actividad, simplemente se paga un porcentaje por reserva.

De esta manera, una vez habiendo conocido mejor el sector, si encontrase una empresa que me ofreciese una alternativa mejor, o incluso si quisiera desvincularme de cualquier empresa y ejercer por mi cuenta no tendría ningún problema.

La segunda alternativa sería la de escoger la opción de no asociarme a ninguna empresa. En esta caso, la forma más viable de hacerlo sería creando una empresa que ofreciese la gestión completa y parcial en un único destino, o que únicamente ofreciese la gestión parcial en diferentes destinos, básicamente por descarte.

Probablemente si conociese bien el sector y dispusiera de recursos económicos suficientes esta sería la mejor opción, incluso puede que mejor que la de asociarme a Friendly Rentals, ya que contaría con un intermediario menos que se llevase parte de mi comisión.

Aún así, tendría que hacerme un hueco en un mercado muy saturado, conseguir que la marca tuviese notoriedad y prestigio, tendría que crear mi propia plataforma y ocuparme de su mantenimiento, contratar a personal para que se ocupase de la atención al cliente. En definitiva para ofrecer un servicio competitivo, la inversión a realizar sería muy superior y teniendo en cuenta la situación actual del sector, es un riesgo que no estaría dispuesto a asumir.

Si quisiera crear una empresa que únicamente publicase apartamentos, estaría compitiendo directamente con las principales plataformas. Ya siendo difícil que los propietarios publicasen apartamentos en mi plataforma, aún consiguiéndolo, mi porcentaje se vería reducido a casi nada al no quedarme otro remedio que publicar mis apartamentos en las plataformas principales, de esta manera, llevándose éstas, gran parte de mi comisión.

En el caso de que quisiera plantear una empresa con un modelo de negocio similar al de Friendly Rentals, que implica ofrecer la gestión completa de los apartamentos, en los diferentes destinos donde dispusiera de apartamentos, tendría que conseguir que otras empresas independientes se asociaran a mi empresa, lo cual teniendo en cuenta mi conocimiento del sector y mis recursos económicos sería bastante subrealista.

En definitiva, la opción que he escogido ha sido la de crear una empresa independiente en Tenerife, para asociarla a Friendly Rentals.

Así mismo, como he dicho, si después de asociarme a Friendly Rentals y conocer bien el sector, considerase que existen mejores alternativas de negocio, no habría ningún problema, sólo tendría que esperar a que acabase el año de contrato y podría desvincularme.

A fin de cuentas Friendly Rentals me ofrecería la opción de conocer el sector y el ámbito empresarial, con una vinculación limitada en el tiempo, respaldado por gente de confianza y con un riesgo de inversión mínimo en comparación con las demás alternativas.

3.3.5.- Características del modelo de empresa

Como mencionaba anteriormente he utilizado el modelo Canvas, para precisar el modelo de empresa que he escogido, con el objetivo de presentar de forma clara y visual los aspectos que interrelacionados entre sí forman la propuesta de valor de la empresa y poder llevar a cabo posteriormente el plan de viabilidad.

La información que expongo a continuación la he obtenido o bien de la entrevista realizada a Agustín o bien de información proporcionada por la página web de Friendly Rentals, expuesta a lo largo del estudio.

Tabla 11: Características del modelo de empresa

SOCIOS CLAVE	ACTIVIDADES CLAVE	PROPUESTA DE VALOR	RELACIONES CON CLIENTES	SEGMENTOS DE CLIENTES
<ul style="list-style-type: none"> • <u>Friendly Rentals</u> • Propietarios de apartamentos • Subcontratación de empresas de mantenimiento y limpieza del hogar • Bancos • Aseguradora (Seguro de responsabilidad civil) 	<ul style="list-style-type: none"> • Conseguir apartamentos • Fotografiar apartamentos • Redactar descripción de apartamentos • Enviar el anuncio a FR para que lo publique • Negociar porcentajes con los propietarios • Estar en contacto con FR para que me notifiquen las reservas • Gestión de los cobros y reparto de porcentajes • Atención al propietario 24h los 7 días de la semana • Atención al viajero desde su llegada al apartamento 24h los 7 días de la semana • Resolución de cualquier problema del viajero • <u>Check-in</u>: <ul style="list-style-type: none"> -citación en el apartamento -Mostrar apartamento -firmar contrato -cobrar el 75% de la reserva + fianza • <u>Check-out</u>: <ul style="list-style-type: none"> -citación en el apartamento -devolver la fianza • Servicio de limpieza 	<p><u>De cara a los inquilinos</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • La empresa se encuentra en el propio destino • Seguridad, atención 24 h los 7 días de la semana • Garantía de que el apartamento y el servicio cumpla con los requisitos acordados • Responsabilidad respecto a la relación contractual entre viajero y propietario • Resolución de problemas • Servicio cómodo y agradable plurilingüe • Oferta de apartamentos seleccionados con buena localización y de calidad • Facilidad de realizar una reserva • Precios competitivos • Producto fiable y contrastado (mediante comentarios de los usuarios en la web) <p><u>De cara a los propietarios:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Seguridad: equipo local especializado como soporte para la resolución de problemas, mediante atención telefónica, e-mail o personal • Posibilidad de gestión del apartamento parcial o completa 	<p>Relación telefónica, e-mail y personal. De la relación con los clientes a través de la web se ocupa FR.</p>	<p><u>VIAJEROS</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • <u>Cientes principales:</u> <ul style="list-style-type: none"> -Clientes internacionales -Familias - Clientes de poder adquisitivo medio-alto - Edad media de clientes entre 31 y 45 años • <u>Otros clientes:</u> <ul style="list-style-type: none"> -Clientes nacionales -Clientes de poder adquisitivo medio-bajo -Clientes de hasta 30 años y mayores de 45 años <p><u>PROPIETARIOS</u></p> <p>Propietarios de viviendas, las cuales cumplan unos requisitos de calidad que establece FR.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Propietarios que escogen la gestión completa • Propietarios que escogen la gestión parcial
	<p><u>RECURSOS CLAVE</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Oficina o apartamento • Lavadora, secadora y plancha • Ordenador y teléfono (con tarifa especial para llamadas internacionales) • Toallas, sábanas, papel higiénico, jabón de manos, cápsulas de café y productos de limpieza en abundancia • Folletos con recomendaciones de restaurantes y bares • Mapas de la ciudad • <u>Datáfono</u> • Subcontratación de gremios para reparación y limpieza del hogar. 	<p><u>CANALES</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • <u>Web Friendly Rentals</u> y las principales plataformas dedicadas al alquiler de apartamentos • E-mail • Redes sociales • Telefónico Personal 		

Fuente: Elaboración propia

SEGMENTOS DE CLIENTES

En lo referente a los que serían mis clientes, los puedo separar en viajeros y propietarios.

Los propietarios, que son de interés para mi proyecto, son los que disponen de viviendas con buena localización y que respondan a unos criterios de calidad que establece Friendly Rentals. (friendlyrentals.com 10/12/2016)

Además, estos tendrían que estar interesados en la gestión de sus apartamentos, sea parcial o completa, y no en la mera publicación de anuncios, ya que Friendly Rentals no ofrece ese

servicio y por lo tanto, yo como empresa independiente asociada, tampoco podría hacerlo, según me comunicó Agustín.

He podido saber a través del TFG de Yaiza María Martín, que el mayor número de viajeros que escoge esta modalidad alojativa en Tenerife, está comprendido entre los 31 y 45 años. Teniendo en cuenta que Friendly Rentals apuesta por la calidad, sus clientes generalmente suelen tener un poder adquisitivo medio-alto, como pude comprobar el pasado verano. Además las estadísticas del INE que he presentado previamente, muestran que la mayoría de los turistas que se alojan en viviendas vacacionales en Tenerife, son extranjeros. (Martín, 2015)

CANALES

Según me hizo saber Agustín en la entrevista, los canales empleados para atraer a viajeros y propietarios no dependerían de mí. Respecto a los propietarios, Friendly Rentals es quien se encarga de atraerlos, utilizando los canales que considera oportunos. Y para atraer a los viajeros, los canales empleados son la propia plataforma de Friendly Rentals y las principales plataformas “p2p” de alojamiento en viviendas turísticas, de lo cual tampoco me ocuparía yo.

Bien es cierto que imagino, que yo podría tratar de atraer a propietarios por mi cuenta, pero según lo que he aprendido en la carrera, cuando se lleva a cabo un plan de comunicación, se pueden utilizar diferentes herramientas de comunicación e incluso transmitir mensajes diferentes, lo que supone plantear una comunicación integrada. Pero todos ellos tienen que ser coherentes entre sí, coherentes con el posicionamiento de la empresa y con la imagen de marca, por lo que entiendo, que antes de hacer nada por mi cuenta, tendría que consensuarlo con Friendly Rentals y tener su aprobación.

RELACIONES CON CLIENTES

Según me comunicó Agustín, la relación que yo mantendría con ambos segmentos de clientes será vía e-mail, teléfono y personal.

Como he dicho, Friendly Rentals es quien se ocupa de realizar los planes de comunicación pertinentes para atraer nuevos propietarios en los diferentes destinos que dispone de apartamentos. Una vez les llega la solicitud de un propietario, esta se envía a la empresa independiente del destino en cuestión y esta se ocupa de negociar las condiciones del acuerdo.

ACTIVIDADES CLAVE

Mis actividades a realizar variarían en función del servicio que escoga el propietario, bien sea el servicio de gestión completa o bien el de gestión parcial, los cuales he explicado en qué consisten al presentar la empresa de Friendly Rentals, siendo la gestión completa la más rentable para mí, por el porcentaje que me correspondería.

RECURSOS CLAVE

También le pregunté a Agustín sobre los recursos necesarios y esto fue lo que me comunicó: Lo ideal sería que cada tres años comprase: Lavadora, secadora, plancha, ordenador y teléfono (contratando tarifa especial para llamadas internacionales) y datafono.

Cada año: toallas, sábanas y mapas de la ciudad.

Cada mes: papel higiénico, jabón de manos, cápsulas de café y productos de limpieza en abundancia.

No estaría de más que hiciese unos folletos con recomendaciones de restaurantes, bares y en general planes que se pudieran hacer. Además tendería que subcontratar a profesionales de diferentes gremios que se dedicasen a la limpieza y reparación del hogar.

PROPUESTA DE VALOR

Por último respecto a la propuesta de valor de cara al propietario, lo que ofrecería además de la mera publicación de su apartamento, sería la posibilidad de gestión completa o parcial de este, respaldado por una empresa asentada en el sector desde hace trece años.

Esta gestión sea parcial o completa, al fin y al cabo lo que implica para el propietario es comodidad, seguridad y tranquilidad, en un sector en el que las principales plataformas no ofrecen nada de esto, siendo meros canales de comunicación entre las partes, donde en muchos casos no se hacen responsables de la relación contractual entre el viajero y el propietario.

Lo mismo de cara al viajero, que además de tener una apuesta clara por ofrecer apartamentos de calidad y con buena localización, tendrían la garantía de que, lo que se encontrarían sería lo que hubieran contratado y de no ser así, la empresa se haría responsable y buscaría la solución necesaria, estando esta en el mismo destino donde hubieran alquilado el apartamento. (friendlyrentals.com 10/12/2016)

3.4.- ESTUDIO DE VIABILIDAD DE LA EMPRESA Y RESULTADOS

Una vez teniendo definido el modelo de negocio, el último paso ha consistido en contrastar la viabilidad de la empresa.

A continuación, presento las tablas que he mencionado previamente. Para realizarlas me he basado principalmente en la información que me transmitió Agustín Zubicaray en la entrevista que me concedió y en mi propia experiencia, además de puntualmente, en el estudio que he realizado con las estadísticas del INE y en el trabajo fin de grado de Yaiza María Martín.

Aún así, muchos aspectos son muy inciertos, por lo que en adelante expongo en qué me he basado.

Respecto al grado de ocupación de los apartamentos, me he basado en las estadísticas del INE, que contemplan un grado medio de ocupación durante todo el año del 76%, que equivale a poco más de 22 días de ocupación al mes. (ine.com 04/03/2016)

Yaiza María Martín en su trabajo fin de grado habla de 15€ de media por plaza alojativa y de una media de 5 plazas alojativas por apartamento (Martín, 2015). Además de las estadísticas del INE, he obtenido el dato de la estancia media para los apartamentos turísticos de Tenerife, que es de 7 días. (ine.com 04/03/2016)

Respecto a los porcentajes, me he puesto en la peor de las situaciones posibles, que según me comunicó Agustín cada vez es más habitual y esta es que todos los apartamentos que sean reservados, se reserven a través de plataformas ajenas. Por lo que mi porcentaje se vería reducido como máximo del 25% al 15% en las viviendas en las que ofreciera la gestión completa y del 10% al 4% en las que ofreciera la gestión parcial.

He realizado una estimación aproximada en relación a los siguientes gastos. El seguro de responsabilidad civil que tendría que contratar, para una empresa de este tipo, rondaría los 1000€ anuales y los gastos derivados de crear una empresa limitada aproximadamente otros 1000. Además he incluido los 300 euros mensuales que han de pagar los autónomos.

Por otro lado Agustín me comunicó, que el establecimiento podría ser mi propia vivienda y con ánimo de reducir gastos, es la opción que he escogido. Por lo tanto, pagaría un alquiler de 700€ mensuales donde podría vivir y trabajar.

También he contemplado los que serían los gastos aproximados derivados del viaje a Tenerife (con el transporte de la moto incluida), el seguro, gasolina y mantenimiento anual de la moto, los gastos del ADSL y del contrato telefónico con tarifa internacional (60 euros, más 30 euros adicionales, por cada empleado que contratase), además de un sueldo de 1000€ brutos para mí.

Por otro lado al porcentaje que me correspondería, le he quitado el 21% del IVA, que va incluido en el precio del alquiler, según me comunicó Agustín.

Respecto al material que he de comprar cada cierto tiempo, también según me hizo saber Agustín:

- El material trianual, es decir, el material a renovar cada tres años está relacionado con la compra de un ordenador, teléfono, datafono, impresora, lavadora, secadora, plancha, que implicaría un coste aproximado de 2000€.
- El material bianual son las toallas y sábanas que implicarían un coste aproximado de 20€ por apartamento cada dos años, en los que llevase a cabo la gestión completa.
- El material a comprar mensualmente sería el papel higiénico, detergente, fairy, bolsas de basura y café el cual se pagaría mensualmente 100 € aproximadamente por cada diez apartamentos.

He dividido el coste de estos materiales y de otros recursos necesarios, que no se compran mensualmente, como el seguro de responsabilidad civil, en el periodo de tiempo en el que serán útiles, aunque eso no significa que por ejemplo, fuese a fraccionar el pago de las sábanas y toallas en dos años. Lo he hecho así, para ser consciente de la rentabilidad exacta derivada de cada volumen de apartamentos gestionado. Si no, da la sensación de que gestionando 24 apartamentos en noviembre, obtendría mayor rentabilidad que gestionando 28 en enero del año siguiente, que es el mes en el que en principio realizaría estos pagos.

Debido a que desconozco cuánto tiempo tardaría en gestionar un volumen de apartamentos determinado, para el análisis, he partido de la hipótesis de que gestionaría dos apartamentos más de gestión completa y dos más de gestión parcial cada mes.

TFG- E. Viabilidad empresa “p2p” de alquiler de apartamentos turísticos

Lo primero que he hecho ha sido analizar cuál de los dos servicios de gestión sería más rentable. Para ello, los he estudiado por separado, como si me dedicase sólo a uno de ellos.

Respecto a los apartamentos de gestión completa, basándome en mi experiencia considero que lo máximo que podría gestionar yo sólo, serían 18 apartamentos.

Tabla 12: Estudio de viabilidad, de oferta única de servicio de gestión completa, sin contratar empleados, año 1

Año 1	m1	m2	m3	m4	m5	m6	m7	m8	m9	m10	m11	m12
Apartamentos con servicio de gestión completa												
ocupación dias/mes (media)	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22
l/dia (media)	17,42	34,84	52,26	69,68	87,10	104,52	121,94	139,36	156,78	156,78	156,78	156,78
nº apartamentos	2	4	6	8	10	12	14	16	18	18	18	18
Importe	383,23	766,46	1149,69	1532,32	1916,15	2299,37	2682,60	3065,83	3449,06	3449,06	3449,06	3449,06
Importe (total de ingresos)	383,23	766,46	1.149,69	1.532,32	1.916,15	2.299,37	2.682,60	3.065,83	3.449,06	3.449,06	3.449,06	3.449,06
Pago mensual de autónomos	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300
Seguro de responsabilidad civil	83,3	83,3	83,3	83,3	83,3	83,3	83,3	83,3	83,3	83,3	83,3	83,3
Costes de creación de sociedad limitada	83,3	83,3	83,3	83,3	83,3	83,3	83,3	83,3	83,3	83,3	83,3	83,3
Viaje a Tenerife (moto incluida)	33,3	33,3	33,3	33,3	33,3	33,3	33,3	33,3	33,3	33,3	33,3	33,3
Mat. Trianual (2000 euros)	55,5	55,5	55,5	55,5	55,5	55,5	55,5	55,5	55,5	55,5	55,5	55,5
Mat. BIANUAL (20 euros/apart. Cada dos años)	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Seguro y revisiones moto (300 euros)	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25
Mat mensual (10 euros/apart)	20	40	60	80	100	120	140	160	180	180	180	180
Alquiler (luz y agua incluidos)	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700
Gastos ADSL, teléfono	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Gastos gasolina moto	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
Limpieza	188,61	377,11	565,71	754,31	942,91	1.131,41	1.320,01	1.508,61	1.697,11	1.697,11	1.697,11	1.697,11
Mantenimiento (10 euros apart)	20	40	60	80	100	120	140	160	180	180	180	180
Sueldo propio (bruto)	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000
Total Costes	2.668,971	2.697,541	3.126,111	3.354,691	3.583,261	3.811,831	4.040,401	4.268,971	4.497,541	4.497,541	4.497,541	4.497,541
Margen	- 2.285,741	- 2.131,081	- 1.976,431	- 1.821,771	- 1.667,111	- 1.512,451	- 1.357,801	- 1.203,141	- 1.048,481	- 1.048,481	- 1.048,481	- 1.048,481
Margen Acumulado	- 2.285,741	- 4.416,831	- 6.393,251	- 8.215,021	- 9.882,141	- 11.394,591	- 12.752,391	- 13.955,531	- 15.004,011	- 16.052,491	- 17.100,971	- 18.149,451

Elaboración propia

En esta tabla queda claro que el servicio de gestión completa no sería rentable, por lo menos sin contratar a nadie, lo que implicaría gestionar un máximo de 18 apartamentos. En el mejor de los casos, el primer año ya gestionando el volumen máximo posible, las pérdidas serían de 1048€ mensuales, lo cual se puede observar en los últimos cuatro meses del año.

Incluso el año siguiente, habiendo pagado ya los costes administrativos de creación de empresa y el viaje a Tenerife, las pérdidas seguirían siendo superiores a 900€.

En el caso de que me dedicase exclusivamente a la gestión parcial de apartamentos, podría manejar un volumen aproximado de 48 apartamentos.

Tabla 13: Estudio de viabilidad, de oferta única de servicio de gestión parcial, sin contratar empleados, año 1

Año 1	m1	m2	m3	m4	m5	m6	m7	m8	m9	m10	m11	m12
Apartamentos con servicio de gestión parcial (4%):												
ocupación días/mes (media)	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22
Udía (media)	4,6452	9,2904	13,9356	18,5808	23,226	27,8712	32,5164	37,1616	41,8068	46,452	51,0972	55,7424
nº apartamentos	2	4	6	8	10	12	14	16	18	20	22	24
Importe	102,1944	204,3888	306,5832	408,7776	510,972	613,1664	715,3608	817,5552	919,7496	1021,944	1124,1384	1226,3328
Importe (total de ingresos)	102	204	307	409	511	613	715	818	920	1022	1124	1226
Pago mensual de autónomos	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300
Seguro de responsabilidad civil (1000 euros)	83,33	83,33	83,33	83,33	83,33	83,33	83,33	83,33	83,33	83,33	83,33	83,33
Costes de creación de sociedad limitada (1000 eurc	83,33	83,33	83,33	83,33	83,33	83,33	83,33	83,33	83,33	83,33	83,33	83,33
Viaje a Tenerife (moto incluida 400 euros)	33,33	33,33	33,33	33,33	33,33	33,33	33,33	33,33	33,33	33,33	33,33	33,33
Seguro y revisiones moto (300 euros)	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25
Alquiler (luz y agua incluidos)	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700
Gastos ADSL, teléfono	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Gastos gasolina moto	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
Sueldo propio (bruto)	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000
Total Costes	2.364,991	2.364,991	2.364,991	2.364,991	2.364,991	2.364,991	2.364,991	2.364,991	2.364,991	2.364,991	2.364,991	2.364,991
Margen	- 2.262,801	- 2.160,601	- 2.058,411	- 1.956,211	- 1.854,021	- 1.751,821	- 1.649,631	- 1.547,431	- 1.445,241	- 1.343,051	- 1.240,851	- 1.138,661
Margen Acumulado	- 2.262,801	- 4.423,401	- 6.481,801	- 8.438,021	- 10.292,031	- 12.043,861	- 13.693,491	- 15.240,321	- 16.686,161	- 18.029,211	- 19.270,061	- 20.408,721

Elaboración propia

Tabla 14: Estudio de viabilidad, de oferta única de servicio de gestión parcial, sin contratar empleados, año 2

Año 2	m1	m2	m3	m4	m5	m6	m7	m8	m9	m10	m11	m12
Apartamentos con servicio de gestión parcial (4%):												
ocupación días/mes (media)	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22
Udía (media)	60,3876	65,0328	69,678	74,3232	78,9684	83,6136	88,2588	92,904	97,5492	102,1944	106,8396	111,4848
nº apartamentos	26	28	30	32	34	36	38	40	42	44	46	48
Importe	1328,5272	1430,7216	1532,916	1635,1104	1737,3048	1839,4992	1941,6936	2043,888	2146,0824	2248,2768	2350,4712	2452,6656
Importe (total de ingresos)	1.329	1.431	1.533	1.635	1.737	1.839	1.942	2.044	2.146	2.248	2.350	2.453
Pago mensual de autónomos	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300
Seguro de responsabilidad civil (1000 euros)	83,33	83,33	83,33	83,33	83,33	83,33	83,33	83,33	83,33	83,33	83,33	83,33
Seguro y revisiones moto (300 euros)	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25
Alquiler (luz y agua incluidos)	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700
Gastos ADSL, teléfono	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Gastos gasolina moto	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
Sueldo propio (bruto)	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000
Total Costes	2.248,31	2.248,31	2.248,31	2.248,31	2.248,31	2.248,31	2.248,31	2.248,31	2.248,31	2.248,31	2.248,31	2.248,31
Margen	- 919,81	- 817,61	- 715,41	- 613,21	- 511,01	- 408,81	- 306,61	- 204,41	- 102,21	- 0,11	102,11	204,31
Margen Acumulado	- 21328,51	- 22.146,11	- 22.861,51	- 23.474,81	- 23.985,81	- 24.394,61	- 24.701,31	- 24.905,71	- 25.007,91	- 25.008,01	- 24.905,91	- 24.701,51

Elaboración propia

En estas tablas se puede observar como, hasta llegar a gestionar 46 apartamentos, el margen sería negativo. Con el volumen máximo que podría manejar, que son 48 apartamentos, obtendría un margen mensual de 204€.

Por si fuera poco, sobre la hipótesis optimista de gestionar dos apartamentos más por mes, hasta llegar a gestionar 46 apartamentos y mantenerlos, habría acumulado 25.000 euros de pérdidas, que con un margen de 204, en el caso de que me concedieran un préstamo, cosa que dudo mostrando este plan de viabilidad, tardaría más de 10 años en devolver y quién sabe qué sería del sector entonces.

Definitivamente, esta opción queda descartada. Así mismo lo siguiente que he contemplado ha sido, si sería rentable el llevar a cabo los dos tipos de gestión por mi cuenta, donde el máximo volumen que podría gestionar siendo muy optimista, sería 12 apartamentos con servicio de gestión completa y 30 con servicio de gestión parcial.

Tabla 15: Estudio de viabilidad, de oferta de servicios de GP y GC, sin contratar empleados, año1

AÑO 1	m1	m2	m3	m4	m5	m6	m7	m8	m9	m10	m11	m12
Apartamentos con servicio de gestión completa (15%)												
ocupación días/mes (media)	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22
l/día (media)	17,4195	34,839	52,2585	69,678	87,0975	104,517	104,517	104,517	104,517	104,517	104,517	104,517
nº apartamentos	2	4	6	8	10	12	12	12	12	12	12	12
Importe	383,229	766,458	1149,687	1532,316	1916,145	2299,374	2299,374	2299,374	2299,374	2299,374	2299,374	2299,374
Apartamentos con servicio de gestión parcial (4%)												
ocupación días/mes (media)	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22
l/día (media)	4,6452	9,2904	13,9356	18,5808	23,226	27,8712	32,5164	37,1616	41,8068	46,452	51,0972	55,7424
nº apartamentos	2	4	6	8	10	12	14	16	18	20	22	24
Importe	102,1944	204,3888	306,5832	408,7776	510,972	613,1664	715,3608	817,5552	919,7496	1021,944	1124,1384	1226,3328
Importe (total de ingresos)	485	970,8468	1456,2702	1941,6936	2427,117	2912,5404	3014,7348	3116,9292	3219,1236	3321,318	3423,5124	3525,7068
Costes												
Pago mensual de autónomos	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300
Seguro de responsabilidad civil (1000 euros)	83,3	83,3	83,3	83,3	83,3	83,3	83,3	83,3	83,3	83,3	83,3	83,3
Costes de creación de sociedad limitada (1000 euros)	83,3	83,3	83,3	83,3	83,3	83,3	83,3	83,3	83,3	83,3	83,3	83,3
Viaje a Tenerife (moto incluida 400 euros)	33,3	33,3	33,3	33,3	33,3	33,3	33,3	33,3	33,3	33,3	33,3	33,3
Gastos												
Material trianual (2000 euros)	55,5	55,5	55,5	55,5	55,5	55,5	55,5	55,5	55,5	55,5	55,5	55,5
Material BIANUAL (20 euros/apart. Cada dos años)	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Seguro y revisiones moto (300 euros)	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25
Material mensual (10 euros/apart)	20	40	60	80	100	120	120	120	120	120	120	120
Alquiler (luz y agua incluidos)	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700
Gastos ADSL, teléfono	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Gastos gasolina moto	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
Limpieza (bruto)	188,571	377,141	565,711	754,291	942,861	1.131,431	1.320,001	1.508,571	1.697,141	1.885,711	2.074,291	2.262,861
Mantenimiento (10 euros/apart)	20	40	60	80	100	120	120	120	120	120	120	120
Sueldo propio (bruto)	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000
Total Costes	2.668,371	2.897,541	3.126,111	3.354,691	3.583,261	3.811,831	4.000,401	4.188,971	4.377,541	4.566,111	4.754,691	4.943,261
Margen	- 2.183,551	- 1.926,701	- 1.669,841	- 1.412,991	- 1.156,141	- 899,291	- 985,671	- 1.072,041	- 1.158,421	- 1.244,801	- 1.331,171	- 1.417,551
Margen Acumulado	- 2.183,551	- 4.110,241	- 5.780,091	- 7.193,081	- 8.349,221	- 9.248,511	- 10.234,171	- 11.306,221	- 12.464,641	- 13.709,431	- 15.040,801	- 16.458,161

Elaboración propia

Tabla 16: Estudio de viabilidad, de oferta de servicios de GP y GC sin contratar empleado, año 2

AÑO 2	m1	m2	m3	m4	m5	m6	m7	m8	m9	m10	m11	m12
Apartamentos con servicio de gestión completa (15%)												
ocupación días/mes (media)	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22
l/día (media) (quitando el IVA)	104,51	104,51	104,51	104,51	104,51	104,51	104,51	104,51	104,51	104,51	104,51	104,51
nº apartamentos	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12
Importe	2.299,41	2.299,41	2.299,41	2.299,41	2.299,41	2.299,41	2.299,41	2.299,41	2.299,41	2.299,41	2.299,41	2.299,41
Apartamentos con servicio de gestión parcial (4%)												
ocupación días/mes (media)	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22
l/día (media)	60,41	65,01	69,71	69,71	69,71	69,71	69,71	69,71	69,71	69,71	69,71	69,71
nº apartamentos	28	28	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Importe	1.328,51	1.430,71	1.532,91	1.532,91	1.532,91	1.532,91	1.532,91	1.532,91	1.532,91	1.532,91	1.532,91	1.532,91
Importe (total de ingresos)	3.627,91	3.730,11	3.832,31	3.832,31	3.832,31	3.832,31	3.832,31	3.832,31	3.832,31	3.832,31	3.832,31	3.832,31
Costes												
Pago mensual de autónomos	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300
Seguro de responsabilidad civil	83,3	83,3	83,3	83,3	83,3	83,3	83,3	83,3	83,3	83,3	83,3	83,3
Gastos												
Material trianual (2000 euros)	55,5	55,5	55,5	55,5	55,5	55,5	55,5	55,5	55,5	55,5	55,5	55,5
Seguro y revisiones moto (300 euros)	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25
Material BIANUAL (20 euros/apart. Cada dos años)	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Material mensual (10 euros/apart)	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
Alquiler (luz y agua incluidos)	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700
Gastos ADSL, dos teléfonos	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Gastos gasolina	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
Limpieza	1.131,41	1.131,41	1.131,41	1.131,41	1.131,41	1.131,41	1.131,41	1.131,41	1.131,41	1.131,41	1.131,41	1.131,41
Mantenimiento (10 euros/apart)	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
Sueldo propio (bruto)	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000
Total Costes	3.695,21	3.695,21	3.695,21	3.695,21	3.695,21	3.695,21	3.695,21	3.695,21	3.695,21	3.695,21	3.695,21	3.695,21
Margen	- 67,31	34,91	137,11	137,11	137,11	137,11	137,11	137,11	137,11	137,11	137,11	137,11
Margen Acumulado	- 16.525,51	- 16.490,61	- 16.353,61	- 16.216,51	- 16.079,41	- 15.942,41	- 15.805,31	- 15.668,21	- 15.531,21	- 15.394,11	- 15.257,11	- 15.120,01

Elaboración propia

En estas tablas se puede observar cómo gestionando 12 apartamentos de gestión completa, hasta llegar a los 28 de gestión parcial, lo cual suma un total de 40 apartamentos, el margen es negativo. Una vez habiendo alcanzado el volumen máximo posible el margen sería de 137€ mensuales. Esto me da a entender que el realizar la actividad combinando ambos servicios es la mejor de las opciones estudiadas hasta ahora, ya que es la hipótesis en la que menos apartamentos serían necesarios para pasar el umbral del margen negativo. Sin embargo, esos 137€ son lo máximo a lo que podría aspirar sin contratar a nadie, siendo menos que lo que podría obtener, ofreciendo solamente el servicio de gestión parcial.

El siguiente paso ha sido, partiendo de la misma hipótesis de conseguir dos apartamentos más de gestión completa y dos más de gestión parcial, sin poner ningún tope respecto al número de apartamentos y contemplando el contratar a los empleados necesarios en función del volumen de actividad, en qué punto llegaría a ser más rentable si es que lo fuera.

Tabla 17: Estudio de viabilidad, de oferta de servicios de GP y GC contratando empleado, año 1

Año 1	m1	m2	m3	m4	m5	m6	m7	m8	m9	m10	m11	m12
Apartamentos con servicio de gestión completa (15%)												
ocupación días/mes (media)	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22
Idia (media)	17,4195	34,839	52,2585	69,678	87,0975	104,517	121,9365	139,356	156,7755	174,195	191,6145	209,034
nº apartamentos	2	4	6	8	10	12	14	16	18	20	22	24
Importe	383,223	766,458	1149,687	1532,916	1916,145	2299,374	2682,603	3065,832	3449,061	3832,29	4215,519	4598,748
Apartamentos con servicio de gestión parcial (4%)												
ocupación días/mes (media)	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22
Idia (media)	4,8452	9,2904	13,7356	18,1808	22,626	27,0712	31,5164	35,9616	40,4068	44,852	49,2972	53,7424
nº apartamentos	2	4	6	8	10	12	14	16	18	20	22	24
Importe	102,1944	204,3888	306,5832	408,7776	510,972	613,1664	715,3608	817,5552	919,7496	1021,944	1124,1384	1226,3328
Importe (total de ingresos)	485	970,8468	1456,2702	1941,6936	2427,117	2912,5404	3397,9638	3883,3872	4368,8106	4854,234	5339,6574	5825,0808
Pago mensual de autónomos	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300
Seguro de responsabilidad civil (1000 euros)	83,3	83,3	83,3	83,3	83,3	83,3	83,3	83,3	83,3	83,3	83,3	83,3
Costes de creación de sociedad limitada (1000 euros)	83,3	83,3	83,3	83,3	83,3	83,3	83,3	83,3	83,3	83,3	83,3	83,3
Viaje a Tenerife (moto incluida 400 euros)	33,3	33,3	33,3	33,3	33,3	33,3	33,3	33,3	33,3	33,3	33,3	33,3
Empleados (0-1)												
Material trianual (2000 euros)	0	0	0	0	0	0	1000	1000	1000	1000	1000	1000
Material bianual (20 euros/apart. Cada dos años)	55,5	55,5	55,5	55,5	55,5	55,5	55,5	55,5	55,5	55,5	55,5	55,5
Seguro y revisiones moto (300 euros)	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Material mensual (10 euros/apart)	300	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Alquiler (luz y agua incluidos)	20	40	60	80	100	120	140	160	180	200	220	240
Gastos ADSL, teléfono (30 euros+ por empleado)	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700
Gastos gasolina moto	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Limpieza (bruto)												
Mantenimiento (10 euros/apart GC)	188,571	377,141	565,711	754,281	942,861	1131,431	1320,001	1508,571	1697,141	1885,711	2074,281	2262,861
Sueldo propio (bruto)	20	40	60	80	100	120	140	160	180	200	220	240
Total Costes	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000
Margen	2.943,971	2.872,541	3.101,111	3.329,681	3.558,251	3.786,821	5.045,401	5.273,971	5.502,541	5.731,111	5.959,681	6.188,261
Margen Acumulado	- 2.458,551	- 1.901,701	- 1.644,841	- 1.387,991	- 1.131,141	- 874,291	- 617,441	- 360,591	- 103,741	153,111	406,261	659,411

Elaboración propia

Tabla 18: Estudio de viabilidad, de oferta de servicios de GP y GC contratando empleados, año 2

Año 2	m1	m2	m3	m4	m5	m6	m7	m8	m9	m10	m11	m12
Apartamentos con servicio de gestión completa (15%)												
ocupación días/mes (media)	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22
Idia (media) (quitando el IVA)	228,51	243,91	261,31	278,71	296,11	313,61	331,01	348,41	365,81	383,21	400,61	418,11
nº apartamentos	26	28	30	32	34	36	38	40	42	44	46	48
Importe	4.982,01	5.365,21	5.748,41	6.131,71	6.514,91	6.898,11	7.281,41	7.664,61	8.047,81	8.431,01	8.814,31	9.197,51
Apartamentos con servicio de gestión parcial												
ocupación días/mes (media)	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22
Idia (media)	60,41	65,01	69,71	74,31	79,01	83,61	88,31	92,91	97,51	102,21	106,81	111,51
nº apartamentos	26	28	30	32	34	36	38	40	42	44	46	48
Importe	1.328,51	1.430,71	1.532,91	1.635,11	1.737,31	1.839,51	1.941,71	2.043,91	2.146,11	2.248,31	2.350,51	2.452,71
Importe (total de ingresos)	6.310,51	6.795,91	7.281,41	7.766,81	8.252,21	8.737,61	9.223,01	9.708,51	10.193,91	10.679,31	11.164,71	11.650,21
Pago mensual de autónomos	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300
Seguro de responsabilidad civil (1000 euros)	83,3	83,3	83,3	83,3	83,3	83,3	83,3	83,3	83,3	83,3	83,3	83,3
Empleados (1-3)												
Material trianual (2000 euros)	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000
Material bianual (20 euros/apart. Cada dos años)	55,5	55,5	55,5	55,5	55,5	55,5	55,5	55,5	55,5	55,5	55,5	55,5
Seguro y revisiones moto (300 euros)	300	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Material mensual (10 euros/apart)	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
Alquiler (luz y agua incluidos)	260	280	300	320	340	360	380	400	420	440	460	480
Gastos ADSL, teléfono (30 euros+ por empleado)	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700
Gastos gasolina	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Limpieza												
Mantenimiento (10 euros/apart GC)	2.451,41	2.640,01	2.828,61	3.017,21	3.205,81	3.394,41	3.583,01	3.771,61	3.960,21	4.148,81	4.337,41	4.526,01
Sueldo propio (bruto)	260	280	300	320	340	360	380	400	420	440	460	480
Total Costes	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000
Margen	6.620,21	6.548,81	6.837,41	7.066,01	7.294,61	7.523,21	7.751,81	7.980,41	8.209,01	8.437,61	8.666,21	8.894,81
Margen Acumulado	- 15.740,11	- 15.492,31	- 15.049,01	- 14.348,11	- 13.390,41	- 12.175,31	- 10.704,51	- 9.076,31	- 7.299,21	- 5.472,11	- 3.595,01	- 1.667,91

Elaboración propia

TFG- E. Viabilidad empresa "p2p" de alquiler de apartamentos turísticos

Tabla 19: Estudio de viabilidad, de oferta de servicios de GP y GC contratando empleados, año 3

Año 3	m1	m2	m3	m4	m5	m6	m7	m8	m9	m10	m11	m12
Apartamentos con servicio de gestión completa (15%)												
ocupación días/mes (media 76%)	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22
Idia (media)(quitándole el IVA)	435,51	452,31	470,31	487,71	505,21	522,61	540,01	557,41	574,81	592,31	609,71	627,11
nº apartamentos	50	52	54	56	58	60	62	64	66	68	70	72
Ingresos	9.580,71	9.964,01	10.347,21	10.730,41	11.113,61	11.496,91	11.880,11	12.263,31	12.646,61	13.029,81	13.413,01	13.796,21
Apartamentos con servicio de gestión parcial (4%)												
ocupación días/mes (media)	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22
Idia (media)(quitándole el IVA)	116,13	120,78	125,42	130,07	134,71	139,36	144,00	148,65	153,29	157,94	162,58	167,23
nº apartamentos	50	52	54	56	58	60	62	64	66	68	70	72
Ingresos	2.554,91	2.657,11	2.759,21	2.861,41	2.963,61	3.065,81	3.168,01	3.270,21	3.372,41	3.474,61	3.576,81	3.679,01
Importe (total de ingresos)	12.135,61	12.621,01	13.106,41	13.591,81	14.077,21	14.562,71	15.048,11	15.533,51	16.019,01	16.504,41	16.989,81	17.475,21
Pago mensual de autónomos	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300
Seguro de responsabilidad civil (1000 euros)	1000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Empleados 4-5												
Material trianual (2000 euros)	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000	5000	5000	5000
Material BIANUAL (20 euros/apart. Cada dos años)	55,5	55,5	55,5	55,5	55,5	55,5	55,5	55,5	55,5	55,5	55,5	55,5
Seguro de moto y revisiones (300 euros)	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
Material mensual (10 euros/apart)	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25
Alquiler (luz y agua incluidos)	500	520	540	560	580	600	620	640	660	680	700	720
Gastos ADSL, teléfono (30 euros+ por empleado)	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700
Gastos gasolina	120	120	120	150	150	150	150	150	150	150	150	150
Gastos limpieza	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
Limpieza	4714,2857	4902,8571	5091,4286	5280,0000	5468,5714	5657,1429	5845,7143	6034,2857	6222,8571	6411,4286	6600,0000	6788,5714
Mantenimiento (10 euros/apart GC)	500	520	540	560	580	600	620	640	660	680	700	720
Sueldo propio (bruto)	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000
Total Costes	13.034,81	12.263,41	12.491,91	12.750,51	12.979,11	13.207,61	13.436,21	13.664,81	13.893,41	15.121,91	15.350,51	15.579,11
Margen	- 899,21	357,71	614,51	841,41	1.098,21	1.355,11	1.611,91	1.868,81	2.125,61	1.382,51	1.639,31	1.896,21
Margen Acumulado	- 18.394,01	- 18.036,41	- 17.421,91	- 16.580,51	- 15.482,31	- 14.127,21	- 12.515,31	- 10.646,61	- 8.520,31	- 7.138,51	- 5.499,21	- 3.603,01

Elaboración propia

Tabla 20: Estudio de viabilidad, de oferta de servicios de GP y GC, contratando empleados, año 4

AÑO 4	m1	m2	m3	m4	m5	m6	m7	m8	m9	m10	m11	m12
Apartamentos con servicio de gestión completa (15%)												
ocupación días/mes (media 76%)	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22
Idia (media)(quitándole el IVA)	644,51	661,31	679,31	696,81	714,21	731,61	749,01	766,51	783,91	801,31	818,71	836,11
nº apartamentos	74	76	78	80	82	84	86	88	90	92	94	96
Ingresos	14.179,51	14.562,71	14.945,91	15.329,21	15.712,41	16.095,61	16.478,81	16.862,11	17.245,31	17.628,51	18.011,81	18.395,01
Apartamentos con servicio de gestión parcial (4%)												
ocupación días/mes (media)	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22
Idia (media)(quitándole el IVA)	171,87	176,52	181,16	185,81	190,45	195,10	199,74	204,39	209,03	213,68	218,32	222,97
nº apartamentos	74	76	78	80	82	84	86	88	90	92	94	96
Ingresos	3.761,21	3.883,41	3.985,61	4.087,81	4.190,01	4.292,21	4.394,41	4.496,61	4.598,71	4.700,91	4.803,11	4.905,31
Importe (total de ingresos)	17.960,71	18.446,11	18.931,51	19.416,91	19.902,41	20.387,81	20.873,21	21.358,61	21.844,11	22.329,51	22.814,91	23.300,31
Pago mensual de autónomos	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300
Seguro de responsabilidad civil (1000 euros)	83,3	83,3	83,3	83,3	83,3	83,3	83,3	83,3	83,3	83,3	83,3	83,3
Empleados 5-6												
Material trianual (2000 euros)	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	6000	6000	6000
Material BIANUAL (20 euros/apart. Cada dos años)	55,5	55,5	55,5	55,5	55,5	55,5	55,5	55,5	55,5	55,5	55,5	55,5
Seguro de moto y revisiones (300 euros)	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
Material mensual (10 euros/apart)	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25
Alquiler (luz y agua incluidos)	500	520	540	560	580	600	620	640	660	680	700	720
Gastos ADSL, teléfono (30 euros+ por empleado)	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700
Gastos gasolina	210	210	210	210	210	210	210	240	240	240	240	240
Gastos limpieza	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
Limpieza	6977,14	7165,71	7354,29	7542,86	7731,43	7920,00	8108,57	8297,14	8485,71	8674,29	8862,86	9051,43
Mantenimiento (10 euros/apart GC)	740	760	780	800	820	840	860	880	900	920	940	960
Sueldo propio (bruto)	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000
Total Costes	15.710,91	16.339,51	17.168,11	17.396,71	17.625,21	17.853,81	18.112,41	18.340,91	18.569,51	18.798,11	20.026,71	20.255,21
Margen	2.249,71	1.506,61	1.763,41	2.020,31	2.277,11	2.534,01	2.780,81	3.017,71	3.274,51	3.531,41	2.788,21	3.045,11
Margen Acumulado	2.249,71	3.756,31	5.519,71	7.540,01	9.817,11	12.351,11	15.112,01	18.129,61	21.404,21	24.935,61	27.723,81	30.768,91

Elaboración propia

Es cierto que menos la opción de gestionar por mi cuenta únicamente apartamentos de gestión completa, todas las demás opciones, contratando o sin contratar a nadie, podrían llegar a ser viables, algunas más y otras menos. Pero en todas ellas, sin excepción, incluidas estas últimas, estamos hablando de un número de apartamentos muy elevado simplemente para cubrir gastos, y no hablo de los gastos iniciales de creación de empresa, hablo de los gastos derivados de la propia actividad de cada mes.

Teniendo en cuenta la situación del sector y en concreto la situación de la normativa en Canarias, me parece que cualquiera de las opciones supondría un riesgo elevadísimo de fracaso que yo no estaría dispuesto a asumir.

Además, los márgenes negativos acumulados en todas las opciones podrían llegar a ser muy superiores a los expuestos en las tablas. Dependería del tiempo que tardase en llegar a gestionar el volumen de apartamentos necesario, si es que llegase a gestionarlo, porque al fin y al cabo, lo de los dos apartamentos más de cada tipo al mes, no es más que una hipótesis.

4.- CONCLUSIONES

El objetivo de este último apartado es realizar una síntesis del trabajo, en el que presento las conclusiones más relevantes.

1. **Dudosa calidad de los datos manejados en relación al sector del alojamiento en apartamentos turísticos de España:**

La información acerca del sector de la que dispone la administración pública u otros organismos oficiales es escasa, los cuales no contemplan la actividad total del sector. Sin embargo la información que ofrecen asociaciones relacionadas con lobbies hosteleros es abundante, aunque sesgada, ya que pretenden salvaguardar intereses propios.

2. **Buenas expectativas del sector turístico para el año 2016 en el mercado español:**

El sector turístico está siendo uno de los motores principales en el proceso de la recuperación económica. Así mismo, a pesar de la incertidumbre de si de si se formará un gobierno estable y de si seguirán favoreciendo al sector, condicionantes que están fuera de control, como la devaluación del euro respecto a la libra y al dólar, la inestabilidad con ataques terroristas en los principales destinos turísticos competidores o las condiciones meteorológicas inusualmente buenas, las expectativas para este año 2016, siguen siendo muy positivas, donde más del 90% de las empresas del sector turístico, en todos los destinos de España, esperan mejorar sus resultados respecto al año pasado.

3. **Las “p2p” están cambiando el modo de viajar y de consumir de los individuos y la manera de operar de las empresas, cuya irrupción ha propiciado el gran crecimiento de los apartamentos vacacionales como alternativa de alojamiento turístico:**

Las “p2p” (peer to peer o de igual a igual) en el ámbito turístico, son plataformas que ponen en contacto a la parte oferente y a la parte demandante de productos o servicios. Estas se han convertido en una de las grandes tendencias globales, que ya están instauradas en prácticamente todos los segmentos de la industria turística, a excepción de en el de la aviación. Estas, apoyadas en el concepto de economía colaborativa, están transformando el modo de viajar y de consumir, las cuales permiten a los usuarios compartir, intercambiar, prestar y/o alquilar capacidades ociosas para de esta manera compartir gastos. Además, permite a las empresas gestionar su actividad de una forma más sencilla y contar con un canal de difusión con un gran potencial

La irrupción de estas plataformas ha provocado el gran crecimiento de la oferta de apartamentos turísticos, debido a la facilidad que supone a los propietarios de viviendas, obtener beneficios, mediante el uso de estas. Así mismo, gran parte de esta oferta, es oferta no reglada, la cual está formada por los apartamentos que no están inscritos en el registro de turismo.

Esta, se concentra principalmente en las zonas turísticas, tanto de destinos vacacionales, como de destinos urbanos, mientras la oferta reglada, de apartamentos turísticos, se concentra básicamente en las zonas turísticas de los destinos vacacionales.

Así mismo, desde la irrupción de las “p2p”, la oferta de apartamentos turísticos, ha crecido más en los destinos urbanos que en los vacacionales, aunque en los destinos vacacionales, la oferta sigue siendo muy superior, con un crecimiento potencial incluso mayor.

4. La regulación de los apartamentos turísticos en España, es el principal factor que pone en duda la viabilidad del proyecto, al aportar un elemento de riesgo exógeno:

Hasta 2013 el sector estaba regulado por la (LAU) y la normativa era la misma para todas las comunidades autónomas de España. Desde dicho año, esta modalidad alojativa es regulada por las comunidades autónomas y hoy es el día en el que algunas han regulado el sector y otras no lo han hecho. En consecuencia, los apartamentos turísticos de las comunidades que no lo han hecho se encuentran en un limbo legal.

Un claro reflejo del perjuicio que podría suponer que se regulase el sector es el siguiente. Si contemplamos únicamente la oferta reglada de todas las tipologías de alojamiento turístico, las plazas hoteleras suponen las tres cuartas partes de esta, mientras las plazas de los apartamentos turísticos no suponen ni la quinta parte, habiéndose mantenido estas cifras bastante constantes durante los últimos años.

Sin embargo al contemplar toda la oferta, observamos que sólo teniendo en cuenta la oferta no reglada de apartamentos turísticos, los últimos años, esta ha crecido de tal manera, que ya supera al total de la oferta reglada de todas las tipologías de alojamiento turístico.

Este hecho evidencia que la progresión acelerada de esta modalidad alojativa, ha sido favorecida por la escasa regulación a la que está sometida, por lo que con las nuevas normativas que parece están por llegar, es difícil saber de qué manera afectarán al sector y si crear una empresa en este, seguirá siendo una opción tan atractiva como lo es a día de hoy.

Principalmente el lobby hotelero, está ejerciendo una gran presión para que se regule debidamente el sector, ya que consideran que no compiten en igualdad de condiciones. Exigen incluso que se modifiquen las normativas, en la mayoría de las comunidades autónomas, en las que ya se ha regulado el sector, ya que las consideran insuficientes. Así mismo, no existe ninguna certeza de que las regulaciones establecidas sean definitivas, lo que no favorece en absoluto a mi proyecto, ya que no he podido tomar como un factor a favor, para elegir dónde ubicar la empresa, la situación más favorable, respecto a la regulación, de la que gozan algunas comunidades autónomas.

En Canarias en concreto, una de las dos comunidades autónomas en las que según el lobby hotelero la normativa establecida es un ejemplo para las demás, se consideran ilegales el

90% de los apartamentos que ejercían como apartamentos vacacionales hasta la implantación de esta, donde se prohíbe que los apartamentos turísticos, estén en suelo turístico, lo cual es una contradicción en sí misma, y en definitiva supone que sería prácticamente inviable llevar a cabo mi proyecto. Es especialmente llamativo que considerándose estas viviendas, una modalidad turística, no se puedan desarrollar en zonas turísticas, lo que a mi modo de ver evidencia, que se están imponiendo las medidas necesarias para que prevalezca el predominio de la oferta tradicional, que a fin de cuentas ha sido tradicionalmente uno de los impulsores principales de la economía canaria.

Por otro lado a demás de la presión que ejercen desde el sector hostelero, la administración pública también está interesada en regular el sector, ya que a día de hoy, la mayoría de los apartamentos no pagan ni el IRPF, ni el IVA. De esta manera es incierto qué futuro le deparará al sector, lo que me lleva a pensar que, mientras la regulación no se establezca, crear una empresa de este tipo, supondría un riesgo de fracaso muy elevado.

5. Contemplando diversos factores referentes a las diferentes zonas turísticas de España, como la estacionalidad, el número de pernoctaciones, viajeros... la ubicación que he escogido para establecer la empresa, ha sido la Isla de Tenerife:

En primer lugar, decir que para realizar este estudio, me he basado en las estadísticas proporcionadas por el INE, por lo que he partido de la hipótesis de que los apartamentos reglados, que son los que el INE contempla, mantienen una evolución y tendencia similar, a los apartamentos no reglados, lo cual no es nada evidente.

Dejando a un lado la problemática de la regulación, dar con el destino idóneo donde ubicar la empresa, es el factor más determinante para la viabilidad del proyecto. El motivo es que, por muy bueno que fuera el servicio que yo ofreciese, no me serviría de nada, si no fuesen favorables otra serie de condicionantes, que varían en función del destino.

De esta manera, contemplando diversos factores referentes a las diferentes zonas turísticas de España (estacionalidad, número de pernoctaciones, número de viajeros,...), parece que la ubicación idónea para establecer la empresa de alquiler de apartamentos turísticos es la Isla de Tenerife.

Los destinos que por mucho sufren menos la estacionalidad, son los destinos turísticos de Canarias. Este es un factor determinante para mí, ya que mi intención sería llevar a cabo la actividad empresarial durante todo el año. De estos, es la Isla de Tenerife, el destino que cuenta con cifras más constantes y con una tendencia más positiva.

La Isla de Tenerife es la zona turística de España que más viajeros acoge en sus apartamentos turísticos, que cuenta con el mayor número de pernoctaciones y con uno de los grados de ocupación más elevados. También cuenta con un número elevado de apartamentos disponibles, durante todos los meses del año y un número de empresas competidoras inferior, al de los demás destinos con cifras equiparables.

Por último, si hubiese contemplado como factor a favor o en contra, las normativas vigentes en cada comunidad autónoma, no habría escogido la Isla de Tenerife como destino donde ubicar la empresa, ya que la normativa de las Islas Canarias, es probablemente la más perjudicial de todas, la cual prácticamente imposibilita la viabilidad de mi proyecto. Sin embargo, al no existir ninguna certeza de que estas sean definitivas, me ha parecido que no tenía sentido, escoger un destino u otro basándome en este criterio.

6. El modelo de negocio establecido, consiste en la creación de una empresa de alquiler de apartamentos turísticos asociada a Friendly Rentals:

A grandes rasgos hay dos tipos de empresas “p2p” de alquiler de apartamentos turísticos: Por un lado estarían las que simplemente publican apartamentos y sirven de canal de comunicación entre propietarios y viajeros. Por otro lado, estarían las que además de publicar los apartamentos, los gestionan, realizando una actividad similar a la que puede realizar una agencia inmobiliaria, permitiendo al propietario desvincularse por completo de la actividad, a cambio de un porcentaje mayor.

Friendly Rentals forma parte del segundo grupo. Es una empresa que trabaja con una empresa asociada en todos los destinos en los que dispone de apartamentos, para las que establece el plan estratégico y un modo de actuación. Estas trabajan con su nombre y cuentan con sus servicios, a cambio de un porcentaje por cada reserva, donde la empresa asociada, se compromete a trabajar en exclusiva con Friendly Rentals.

Este factor, el de los equipos locales en todos sus destinos, es el que realmente los hace especiales. Es el factor que marca la diferencia respecto al 99% de sus competidores, siendo estos equipos locales las empresas asociadas de las que hablaba anteriormente. Este hecho convierte a Friendly Rentals en una opción muy fiable en un sector en el que las estafas están a la orden del día y la confianza es un factor determinante.

En definitiva mi principal propuesta de valor consistiría en ofrecer, comodidad, seguridad y tranquilidad, en un sector en el que las principales plataformas no ofrecen nada de esto, siendo meros canales de comunicación entre las partes, donde en muchos casos no se hacen responsables de la relación contractual entre el viajero y el propietario.

El motivo principal por el que he decidido que la mejor opción sería crear una empresa que se asociase a una tercera y no una empresa independiente, es que la segunda opción supondría una inversión muy superior y dada la incertidumbre que rodea al futuro del sector y en consecuencia a la viabilidad de la empresa, realizar una gran inversión, sería muy arriesgado.

Respecto a escoger Friendly Rentals y no otra empresa del sector, más allá de las condiciones que pudieran ofrecer unas y otras, el motivo ha sido que cuento con un capital relacional. Es una empresa que conozco, para la que he trabajado y en la que cuento con la confianza de los jefes. Además esta cuenta con una notoriedad, con una cartera de clientes y está asentada en el sector desde hace trece años.

El capital relacional, es un factor de máxima relevancia, teniendo en cuenta que no dispongo de dinero para invertir, que todo lo que conozco acerca del sector es lo expuesto en este trabajo y que no tengo experiencia en el ámbito empresarial, por lo que difícilmente otra empresa aceptaría mi propuesta. Además el acuerdo de cooperación entre las partes se acuerda año a año, por lo que si una vez habiendo conocido el sector, considerase que existen mejores posibilidades de negocio, no tendría más que esperar a que finalizara el año de contrato.

- 7. La viabilidad del proyecto depende del número de apartamentos que se gestionen (viabilidad económica a partir de 40 apartamentos operativos). Por ello la viabilidad del proyecto de empresa manejado es prácticamente nula, ya que dada la situación actual del sector, llegar a gestionar dicho número de apartamentos, sería difícilmente alcanzable y aún llegando a alcanzarlo, tampoco contaría con el capital para poder hacer frente a las pérdidas acumuladas hasta entonces:**

La empresa que yo crearía, ofrecería dos servicios de gestión, que son los que establece Friendly Rentals, el de gestión parcial y el de gestión completa. He barajado diferentes alternativas para comprobar cuál sería la opción más rentable. He estudiado la posibilidad de realizar la actividad sin contratar a empleados, o contratándolos, ofreciendo sólo uno de los dos servicios u ofreciendo los dos.

Para todas las opciones estudiadas, necesitaría gestionar un volumen de apartamentos muy elevado simplemente para cubrir los gastos derivados de la actividad, siendo claramente ineconómica hasta llegar a operar con 40 apartamentos en el mejor de los casos. La alternativa para la que necesitaría gestionar menos apartamentos para cubrir los gastos sería la de, sin contratar empleados, ofrecer los dos servicios de gestión. De esta manera, el máximo margen mensual al que podría aspirar, teniendo en cuenta el volumen máximo de apartamentos que podría gestionar por mi cuenta sería de 137€.

Además, considero que llegar a gestionar 40 apartamentos sería bastante improbable, teniendo en cuenta la nueva regulación de las islas Canarias. Incluso llegando a gestionarlos, es imposible saber cuánto tiempo tardaría en alcanzar dicho volumen de actividad, por lo que de ser a largo plazo, hasta ese momento, las pérdidas acumuladas podrían ser más que considerables y no tendría los recursos para asumirlas.

5.- BIBLIOGRAFÍA

www.exceltur.org

www.hosteltur.com

www.friendlyrentals.com

www.definicionabc.com

www.uaeh.edu

www.lonelyplanet.es

www.ine.com

www.economistas.org

www.abogadosparatodos.net

www.vacacionesespana.net

www.airbnb.com

www.ascav.es

www.esade.edu

www.fevitur.com

www.bienpensado.com

www.blogthinking.com

Martín, Yaiza María: 2015: Análisis de las viviendas vacacionales en Tenerife. TFG, Facultad de Economía, Empresa y Turismo en la universidad de La Laguna, Canarias.

Planellas, Marcel, Moni, Ana, 2015: Las decisiones estratégicas, los 30 modelos más útiles. Editorial Conecta, Barcelona.

6. ANEXOS

6.1.- ENTREVISTA A AGUSTÍN ZUBICARAY

¿Qué condiciona que un apartamento esté reglado o no?

En primer lugar varía dependiendo de la comunidad autónoma, pero en líneas generales para que un apartamento turístico sea legal la condición principal es que ha de estar inscrito en el Registro Turístico, lo que a su vez requiere cumplir una serie de requisitos, de pisos para minusválidos, salidas de emergencia...

Las viviendas vacacionales en España, hasta el año 2013, eran regidas por la Ley de Arrendamientos Urbanos (LAU), que establecía que el propietario que quisiera alquilar su vivienda para uso vacacional, podía acudir al contrato de temporada de la LAU.

Ese año entró en vigor la modificación de la LAU, que implicó que a fin de cuentas estos contratos pasaran a ser ordenados por la normativa turística quedando fuera del ámbito de la LAU y de esta manera siendo cada gobierno autonómico el que se haría cargo de las normativas que se aplicarían en sus respectivas comunidades autónomas.

Así mismo a día de hoy hay comunidades autónomas que han regulado el sector y otras que no lo han hecho, por lo que las viviendas de las comunidades autónomas que no lo han hecho, no están registradas en turismo y se encuentran en un limbo legal.

Aún así en este asunto los gobiernos autonómicos y los ayuntamientos no han ido de la mano en muchos casos, por lo que en Euskadi por ejemplo se da que un apartamento turístico inscrito en el Registro Turístico, para el gobierno autonómico es considerado legal y puede no ser considerado de la misma manera para el ayuntamiento.

¿Es obligatorio pagar el IVA?

Lo es para los apartamentos que están registrados en turismo, lo cual es obligatorio en todas las comunidades autónomas que hasta la fecha han regulado sus normativas.

Para las comunidades autónomas que no lo han hecho, obviamente no existe ningún requisito de tener que registrarse en ningún lado por lo que no es necesario pagar el IVA, de la misma manera que los arrendamientos que regula la LAU están exentos del pago del IVA. Sin embargo para todos los que realizan la actividad es de obligado cumplimiento hacer la declaración del IRPF.

¿Qué expectativas hay de cara a la modificación de las normativas actuales y de las que están por llegar?

Es muy incierto. Es un negocio que genera mucho dinero y atrae a muchos turistas por lo que no creo que vayan a ser excesivamente restrictivos. En el caso de Euskadi se cree que la modificación de la ley que está por llegar dará ciertas facilidades.

Sin embargo en Canarias han impuesto todas las limitaciones y restricciones que han podido para favorecer a la oferta hotelera, en mi opinión, por lo que no sabría decir exactamente qué va a suceder. Dependerá de los intereses de cada comunidad autónoma. De todas formas parece inminente que se establezca un nuevo marco regulatorio a corto plazo en todas las comunidades autónomas e incluso que las que ya lo tienen lo sigan modificando en función de las necesidades del sector.

¿Todas las plataformas exigen a los propietarios que sus apartamentos estén inscritos en el registro de turismo?

Algunos sí otros no.

Booking por ejemplo sí lo exige. Sin embargo Airbnb no. Este les ha acarreado ya varias multas, por publicar apartamentos “ilegales” pero ganan tanto dinero de esta manera que les compensa seguir haciéndolo así. Intentan mantenerse al margen alegando que son un mero canal publicitario e intentando eximirse de cualquier responsabilidad legal, aunque no siempre lo consiguen. Lo que está claro es que se aprovechan de la ambigüedad de la legislación y que hasta la fecha les compensa hacerlo de esta manera.

¿Qué tipo de empresa es Friendly Rentals?

Friendly Rentals es una empresa gestora de apartamentos turísticos con un canal propio para su comercialización. Además Friendly Rentals está asociada a empresas independientes en cada destino donde cuenta con apartamentos.

¿Qué tipo de relación tiene Friendly Rentals con estas empresas independientes?

Se firma un contrato entre ambas partes, donde la empresa independiente, en nuestro caso Gestión de apartamentos del norte, se compromete a realizar su actividad únicamente con Friendly Rentals, es decir que no publicará apartamentos en otras plataformas y otra serie de condiciones. Estas empresas independientes actúan con el nombre de Friendly Rentals y este contrato se firma año a año.

¿De qué os ocupáis vosotros, Gestión de apartamentos del norte y de qué se ocupa Friendly Rentals?

Friendly Rentals se ocupa de llevar a cabo los planes de comunicación necesarios para atraer a nuevos propietarios. Una vez han recibido una solicitud nos la envían y nosotros negociamos el acuerdo con estos. Nosotros acordamos los precios del alquiler y los porcentajes con los propietarios. Sacamos las fotos y nos ocupamos de redactar la descripción de cada apartamento.

Una vez hecho esto, le enviamos a Friendly Rentals toda esta información y ellos se ocupan de publicar el anuncio, nunca nosotros. También se ocupan de llevar a cabo las reservas, lo cual es algo mucho más complejo y laborioso de lo que podría parecer a primera vista y de la atención al cliente hasta que este llega al apartamento, lo cual también supone un trabajo pesado, ya que los hay que ni si quiera se ponen en contacto y los hay que hacen cincuenta preguntas

antes de llegar. Una vez han llegado como ya sabes, somos nosotros quienes nos ocupamos del resto.

¿Existen otras empresas que proporcionen la misma alternativa que Friendly Rentals a sus empresas asociadas?

Hay empresas que ofrecen alternativas parecidas pero son sólo el 1% de las plataformas.

Ofrecéis dos servicios diferentes al propietario, ¿cuáles son éstos?

El primero y el más rentable para nosotros por el porcentaje que nos llevamos, es en el que nos ocupamos de la gestión completa del apartamento. Nos ocupamos de la entrega de llaves al viajero, de presentarles el apartamento y de cobrarles la fianza, que se devuelve el día que se van si no ha habido ningún incidente. Una vez se han ido nos ocupamos de la limpieza del apartamento.

Durante su estancia somos nosotros quienes nos ocupamos de la atención al cliente y nos hacemos responsables y solucionamos cualquier problema que puedan tener, nosotros, no los propietarios. Los propietarios que escogen esta opción la mayoría de las veces se mantienen completamente al margen, se van de vacaciones y se limitan a recibir el dinero en su cuenta.

En la segunda opción también ofrecemos la atención al cliente y nos hacemos responsables y nos ocupamos de cualquier problema que pueda surgir, pero es el propietario quien se encarga de la entrega de llaves, de la limpieza de los apartamentos... En definitiva son ellos quienes se ocupan del mantenimiento del apartamento y de tratar personalmente con el viajero.

¿Cuál es la diferencia principal entre Friendly Rentals y las principales plataformas?

La diferencia principal entre las más grandes (Airbnb, Booking, Homeaway...) y FR, es que FR no es una mera plataforma de anuncios donde se pone en contacto a clientes y propietarios y estas plataformas principales de las que hablas sí. Nosotros publicamos y gestionamos los apartamentos y ellos únicamente los publican. Son modelos de negocio diferentes.

¿Cuáles dirías que son los principales modelos de negocio de estas empresas?

Son muchas las plataformas que actúan en el sector y todas ellas tienen sus diferencias respecto a la actividad que llevan a cabo y respecto a las responsabilidades que asumen, lo cual a su vez está muy condicionado por la regulación, por lo que muchas de estas están en constante cambio. Sin entrar en demasiados detalles y siendo generalistas, se podrían clasificar en dos grupos:

Por un lado estarían las plataformas que se dedican exclusivamente a publicar anuncios y servir de medio de comunicación entre viajeros y anfitriones y por otro lado estarían las plataformas que además de lo anterior, se encargan de gestionar los apartamentos.

Las dos principales plataformas que actúan en España son del primer tipo, donde los propietarios de apartamentos emplean sus plataformas para publicar sus viviendas. En la

mayoría de estas, los propietarios tienen la opción de pagar una cuota anual por publicar sus apartamentos o de pagar una comisión por reserva a la plataforma, la cual generalmente ronda el 15% de la reserva.

Estas plataformas además se diferencian en aspectos como la posibilidad de anular una reserva, la posibilidad de realizar una reserva inmediata, es decir sin necesidad de la aprobación del anfitrión, la posibilidad de pagar una cuota mayor para que los anuncios tengan mayor visibilidad, ofrecer garantías o seguros a sus anfitriones, posibilidad de pagar a través de la plataforma, gestión de pagos, los servicios que ofrecen a sus usuarios para gestionar sus perfiles...

Por otro lado están las empresas que además de publicar apartamentos los gestionan y estas sí que se hacen responsables de la relación contractual entre viajero y propietario así como de que las condiciones acordadas se cumplan. Este es el caso de Friendly Rentals.

Estas empresas no trabajan con agencias inmobiliarias, ni con ningún tipo de profesionales. Trabajan únicamente con propietarios, porque al fin y al cabo además de publicar anuncios hacen el mismo trabajo. Dentro de las empresas gestoras están las que trabajan en un único destino y las que trabajan en varios.

La gestión parcial generalmente implica que son las empresas las que se ocupan de todo el proceso de la reserva, en muchas ocasiones se ocupan de sacar las fotos de los apartamentos, de escribir los textos descriptivos, de la atención al cliente, de la gestión de los pagos y de la resolución de cualquier problema que pudiera surgir. En definitiva se ocupan de todo el proceso, pero no se ocupan de tratar en persona con el cliente en el momento de la entrega de llaves, ni del mantenimiento y limpieza de la vivienda.

Por otro lado la gestión completa implica que las empresas dan la posibilidad al anfitrión de desvincularse por completo de la actividad a cambio de un porcentaje mayor. Se ocupan de todo el proceso, así como de la entrega de llaves, limpieza... En definitiva los propietarios se limitan a cobrar. Muchas de las plataformas que trabajan en un único destino son de empresas inmobiliarias.

Aquí es donde Friendly Rentals marca la diferencia. Ofrece la alternativa de la gestión completa en todos los destinos donde cuenta con apartamentos, contando en cada destino con una empresa independiente asociada que trabaja en su nombre. Siendo sólo el 1% de las plataformas las que ofrecen esta alternativa.

Lo que sucede a día de hoy es que las principales plataformas han alcanzado semejantes dimensiones que es imposible competir con ellas y por lo tanto lo que tienen que hacer estas empresas gestoras, que generalmente son mucho más pequeñas, es publicar sus anuncios además de en sus propias plataformas en las plataformas principales como Booking, Airbnb o Homeaway a cambio de un porcentaje por reserva que se acuerda entre las partes.

A Friendly Rentals anteriormente le bastaba con publicar sus apartamentos en su plataforma, hoy en día y cada vez más tiene que publicarlos en las principales plataformas para llegar a más gente. De esta manera con la simple publicación de anuncios cada vez ganan menos dinero, ya que muchas veces es a través de otras páginas mediante las que alquilan sus apartamentos. Por lo que a día de hoy su principal fuente de ingresos es la gestión de los apartamentos.

He podido comprobar en la página web de Airbnb y Homeaway que ellos no tienen responsabilidad alguna en la relación contractual de viajero y propietario, es decir que son un simple canal publicitario y que no se les puede exigir ninguna responsabilidad, ¿esto es así?

Desde el momento en el que les han multado por los anuncios que publican esto no es así. Lo cierto es que no sé cuáles son sus responsabilidades exactamente, lo que sí está claro es que existe una diferencia entre las responsabilidades de las que pretenden eximirse y las que legalmente les corresponden.

¿Hay mucha diferencia entre los precios de unas plataformas y otras?

No, todos son bastante similares.

¿Y respecto a los porcentajes para la plataforma y el propietario?

En general todas rondan el 15% de comisión por reserva para la plataforma.

He visto en la página de Airbnb que cobran a los propietarios un 3% por reserva, ¿puede ser?

Sí es verdad, pero le cobran el 12% al viajero.

¿Vosotros Gestión de apartamentos del norte, trabajáis únicamente con propietarios, o también lo hacéis con otro tipo de empresas, cómo empresas inmobiliarias?

Nosotros únicamente trabajamos con propietarios. La empresa inmobiliaria al fin y al cabo hace el mismo trabajo que nosotros, es decir gestionan apartamentos.

Pero vosotros tenéis un canal de comunicación, ¿por qué no publican sus apartamentos en vuestra plataforma?

Friendly Rentals no trabaja de esa manera. Además un usuario sea particular o profesional no puede publicar su apartamento en Friendly Rentals como lo puede hacer en Airbnb por ejemplo. El propietario tiene que contactar conmigo y acordar las condiciones para que le gestionemos el apartamento. No somos un simple canal de comunicación, nos encargamos de la gestión de los apartamentos y ese a su vez es el trabajo de las inmobiliarias.

La diferencia es que nosotros nos especializamos únicamente en la actividad de alquileres de corta estancia vía web y contamos con un bagaje en el sector de más de diez años, lo que hace que de cara a los propietarios seamos una opción más atractiva que una inmobiliaria.

He visto en la página web de Homeaway que tienen un espacio destinado a profesionales, ¿entiendo que se refiere a empresas inmobiliarias no?

Se refiere a cualquier profesional del sector. Pueden ser empresas inmobiliarias o empresas gestoras como puede ser Friendly Rentals. Homeaway, sí es un canal publicitario en el que cualquiera puede publicar su apartamento, ellos no los gestionan. Tienen condiciones especiales dirigidas a profesionales que se pactan entre las partes.

¿Publicáis todos vuestros apartamentos en las plataformas principales?

Nosotros no los publicamos. De eso se encarga Friendly Rentals, tanto de publicarlos en su propia página como de publicarlos en otras. No se publican todos en otras páginas pero cada vez más.

Cuando empecé FR estas no existían y cuando alguien quería alquilar un apartamento turístico y entraba en internet Friendly Rentals ocupaba la primera posición en los buscadores. Hoy en día estos canales de publicación han alcanzado unas dimensiones enormes y es muy difícil competir con ellos así que nos aliamos. Cuando alguien quiere alquilar un apartamento lo que hace es entrar en la primera página que se le viene a la cabeza que generalmente son Booking, Airbnb o Homeaway y tienen tantos apartamentos para elegir que es difícil que alguno de ellos no les satisfaga.

De todas formas estas plataformas principales no se hacen responsables de casi nada y vosotros sí. Quiero decir es un factor importante para el viajero que aporta seguridad. ¿Por qué alquilan mediante Airbnb en vez de mediante Friendly Rentals si los precios son similares?

Es un factor que el viajero generalmente desconoce. Además normalmente no hay problemas y estas páginas cuentan con muchísimas opiniones de viajeros y propietarios, que obviamente se pueden deshacer de las que no les interesan. Sin dejar de lado el hecho de que disponen de muchos más recursos para hacer campañas de comunicación, de esta manera se posicionan, ganan notoriedad y en definitiva están en la short list.

¿Entonces cada vez vuestros porcentajes son menores no?

Así es. Por eso nos interesa llevar la gestión completa de los apartamentos de los que disponemos, ya que si son los propietarios quienes se ocupan, en muchas ocasiones nuestra comisión se queda en casi nada.

¿Pagáis a Homeaway por ejemplo, por publicar o por reserva y cuánto?

Pagamos por reserva y no sé cuánto. Friendly Rentals tiene sus acuerdos con las demás plataformas y no sé cuáles son las condiciones. Nosotros Gestión de apartamentos del norte siempre recibimos un porcentaje aunque sea pequeño, lo menos que recibimos es un 4%, es un porcentaje que está garantizado por Friendly Rentals para por lo menos asumir los gastos de gestión.

¿Cómo funciona lo de los porcentajes entre vosotros, propietarios, Friendly Rentals y las demás plataformas?

Nosotros Gestión de apartamentos del norte facturamos el 100%, dando la opción de pagar el 25% a través de la web y el resto una vez habiendo llegado al apartamento, o pagando el 100% a través de la web. Pagamos el 15% a Friendly Rentals y normalmente el 75% a los propietarios si ellos se ocupan de la limpieza, la entrega de llaves... o el 60% si nos ocupamos nosotros de la gestión completa del apartamento.

De esta manera nos llevamos un 10% o un 25%. Lo que ocurre es que como ya te he comentado utilizamos otros canales de publicación, cada vez más, por lo que este porcentaje se ve reducido si los viajeros alquilan el apartamento mediante uno de estos. Así mismo en los apartamentos en los que obtendríamos un 25% obtenemos entre un 15% y un 20% y en los que obtendríamos un 10% obtenemos como mínimo un 4%. Por este motivo nos interesa llevar la gestión completa de los apartamentos.

¿Por qué los propietarios que no escogen la gestión completa por vuestra parte, publican los anuncios en vuestra página y no directamente en Homeaway si les cobráis un 25% a diferencia del 15% que cobran las principales plataformas?

Porque cuentan con nuestro respaldo, con un equipo local que se hace responsable y les soluciona los problemas que les puedan surgir y porque nos ocupamos de todo el proceso de reserva y de la atención al cliente hasta que este llega al apartamento y durante su estancia. De todas formas esta es la opción que a nosotros menos nos interesa, como ya te he dicho.

¿Se utilizan canales de comunicación diferentes o servicios comerciales diferentes para viajeros de diferentes edades, extranjeros...?

Ni idea, de eso se ocupa Friendly Rentals.

¿Tenéis contratada a alguna empresa para las reparaciones de las viviendas?

No, teniendo en cuenta que la necesidad de reparación surge en situaciones puntuales nos sale más económico subcontratar. En tu caso al principio con la limpieza también la mejor opción sería subcontratar a alguien ya que no sabes a ciencia cierta cuál va a ser tu volumen de actividad.

¿Necesito alquilar un establecimiento para llevar la actividad de la empresa?

El establecimiento puede ser tu propia vivienda.

¿Qué material necesito comprar?

Lo ideal sería que cada tres años comprases: Lavadora, secadora, plancha, ordenador y teléfono (contratando tarifa especial para llamadas internacionales) y datafono. Supondrá un coste aproximado de 2000€

Cada año: toallas, sábanas y mapas de la ciudad. Un coste de 500€ aproximadamente

Cada mes: papel higiénico, jabón de manos, cápsulas de café y productos de limpieza en abundancia. Un coste de 100€ aproximadamente

No está de más que hagas unos folletos con recomendaciones de restaurantes, bares y en general planes que se pueden hacer.

¿Antes de la llegada de las plataformas quiénes se ocupaban de la gestión de los apartamentos turísticos?

En lo que se refiere a España, esta situación se daba generalmente en el sur a una escala muy inferior y con estancias más largas. Eran generalmente los propietarios y algunas agencias inmobiliarias que ponían los anuncios en los periódicos.

¿Tenéis algún seguro?

Por ley la empresa tiene que tener un seguro de responsabilidad civil. Aparte de eso la mayoría de las viviendas tienen un seguro, lo cual siempre aconsejamos.

Cuando estuve trabajando yo en verano y hubo que hacer un descuento del 10% porque había un andamio en la fachada y limitaba las vistas, ¿quién se hizo responsable de ese descuento?

Este tipo de situaciones se asumen por igual entre las tres partes. Gestión de apartamentos del norte, Friendly Rentals y el propietario. Se descuenta de los ingresos el 10% y se divide lo que queda de acuerdo a los porcentajes previamente acordados.