



MEMORIA DEL TRABAJO DE FIN DE GRADO

**Análisis del impacto del covid-19 en los alojamientos turísticos en
Canarias**

**Analysis of the impact of covid-19 on tourist accommodation in the
Canary Islands**

Autoras

Aguilar Montaña, Nicole Claudia 42265874Q
Sbert García, Laura 79082628A
Yanes García, Alba. 46245827A

Tutores

Martín Rodríguez, Carmen Gloria
Guirao Pérez, Ginés

Grado en Administración y Dirección de Empresas
FACULTAD DE ECONOMÍA EMPRESA Y TURISMO
Curso académico: 2020/2021
SAN CRISTÓBAL DE LA LAGUNA, 11 DE SEPTIEMBRE DE 2021

RESUMEN

El turismo es uno de los motores de la economía a nivel mundial. Por otro lado, el sector turístico constituye un elemento intrínseco de la economía y sociedad canaria desde el boom turístico vivido en la década de los años 60. Sin embargo, las restricciones de movilidad y normas de distanciamiento social motivadas por el brote del Covid-19 han definido un antes y un después en el desarrollo de la actividad.

En este trabajo de investigación se analiza el impacto del Covid-19 en los establecimientos turísticos de Canarias y, en concreto, en el sector hotelero y las viviendas vacacionales tanto desde el lado de la oferta como de la demanda. Además, se muestran los resultados de una encuesta dirigida a los propietarios de viviendas vacacionales y los retos en el perfil de gerentes de hotel, propietarios de viviendas vacacional y cliente.

PALABRAS CLAVE: alquiler vacacional, hotel, Covid-19, Canarias.

ABSTRACT

Tourism is the main engine of the economy worldwide. On the other hand, the tourist sector has been an intrinsic element of the Canary Islands economy and society since the tourist boom of the 1960s. However, the mobility restrictions and social distancing norms caused by the outbreak of Covid-19 have defined a before and after in the development of the activity.

This final degree project analyzes the impact of Covid-19 on tourist establishments in the Canary Islands, specifically, on the hotel sector and holiday rentals from both the supply and demand sides. In addition, it shows the results of a survey addressed to vacation homeowners and the challenges in the profile of hotel managers, vacation homeowners and clients.

KEY WORDS: holiday rentals, hotel, Covid-19, Canarias

ÍNDICE

1. Introducción	5
2. Análisis de los establecimientos turísticos en Canarias antes de la pandemia	6
3. Análisis de la los establecimientos turísticos en Canarias después de la pandemia	14
4. Resultados de la encuesta a propietarios de viviendas vacacionales	17
5. Retos futuros a partir de las exigencias de perfil a algunos actores del sector turístico	22
6. Conclusiones	24
7. Bibliografía	26
8. Anexo. Encuesta sobre el análisis del impacto del Covid-19 en los alojamientos turísticos en Canarias	28

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1	Evolución del número de alojamientos turísticos en Canarias	7
Gráfico 2	Evolución del total de turistas recibidos en Canarias excepto residentes canarios	8
Gráfico 3	Evolución del total turistas extranjeros recibidos en Canarias	8
Gráfico 4	Evolución del total turistas nacionales recibidos en Canarias excepto residentes canarios	9
Gráfico 5	Evolución del gasto turístico en Canarias	9
Gráfico 6	Distribución de la procedencia de los clientes antes y después de la pandemia	18

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Distribución del porcentaje de pernотaciones según procedencia del huésped	19
Tabla 2	Distribución de la media de cancelaciones mensuales a última hora según procedencia del cliente	20
Tabla 3	Distribución de las ofertas de alquiler a largo plazo recibidas a partir de la pandemia según procedencia del cliente	20
Tabla 4	Distribución de reservas según aforo máximo del establecimiento y procedencia del cliente	21
Tabla 5	Distribución de casos según situación laboral y modo de gestión de la recepción del cliente	22

1. Introducción

El turismo es uno de los sectores económicos en constante crecimiento, crecimiento que en las últimas décadas se ha caracterizado por una importante diversificación y expansión. Por otro lado, la actividad turística está estrechamente vinculada al desarrollo económico. De ahí la asociación entre nuevos destinos con progreso socioeconómico. En este sentido, el turismo es una fuente de ingresos fundamental para muchos países en desarrollo.

El sector turístico ha sido el gran protagonista del crecimiento económico de España, llegando a representar el 11% de PIB en 2017 (INE, 2017). Sin embargo, la relevancia del sector turístico en España no se encuentra solo en el hecho de constituir uno de los sectores más importantes de la economía por su contribución al PIB, sino por el hecho de que España representa una de las primeras potencias en recepción de turistas internacionales.

Por otro lado, el sector turístico constituye un elemento intrínseco de la economía y sociedad canaria desde el boom turístico vivido en la década de los años 60 (Bautista, 2018), colocando a la comunidad autónoma canaria en el primer lugar de los destinos españoles entre los turistas extranjeros que visitan España. A partir de ese momento, el archipiélago no ha parado de ganar peso en el mercado turístico internacional como destino turístico, alcanzando los 16 millones de visitantes en 2017, de los cuales 14,2 visitantes eran turistas extranjeros (Bautista, 2018). Entre 2010 y 2017 también ha sido relevante el crecimiento experimentado por el turista de origen nacional y, en particular, de los residentes canarios que intensifican los movimientos entre islas con fines turísticos.

A pesar de los problemas estructurales que han experimentado algunas ramas vinculadas al sector turístico, este sector ha contribuido positivamente a la economía del país tanto desde el lado de la oferta como desde el lado de la demanda. Y a pesar del comportamiento cíclico con el que se desarrollan algunas actividades vinculadas al sector como la hostelería, el transporte y la restauración, las crisis económicas siempre provocan cambios en el sector turístico. Desde sus comienzos el sector turístico en Canarias no ha parado de adaptarse a las necesidades y preferencias de los clientes y a las condiciones cambiantes del entorno para llegar a representar en 2017 el 35,2% del PIB (IMPACTUR, 2018).

Un cambio importante de entorno es el ocurrido a raíz del brote del SARS-CoV-2 declarado el pasado 31 de diciembre de 2019 en Wuhan, China. El virus, también conocido como Covid-19, se expandió por todo el mundo ocasionando una crisis sanitaria mundial y obligando a la Organización Mundial de la Salud (OMS) a declarar a la situación generada por la nueva enfermedad como

pandemia global e instó a todos los gobiernos a tomar medidas urgentes para combatir el brote. Entre las medidas urgentes se declaró el estado de alarma y se limitaron los desplazamientos (Pérez, Gianzo, Gotzone, Ruiz, Casis Sáenz y Aranceta, 2020). La respuesta inmediata fue el desalojo de hoteles y viviendas vacacionales haciendo que todos los turistas regresaran a su país de origen y así evitar la propagación del virus. El alto coste de mantenimiento de las infraestructuras de los hoteles dificultó que estos establecimientos turísticos permanecieran abiertos, aliviados por los expedientes de regulación temporal de empleo (ERTE).

En abril y mayo de 2020 se registró por primera vez en las islas el cero turístico, es decir, tanto el número de turistas como el gasto turístico y la ocupación turística fueron nulos (Gutiérrez, 2020). A partir de ese momento se inicia una nueva etapa etiquetada con el pseudónimo de nueva normalidad. El objetivo de esta investigación es analizar el impacto que el covid-19 originó en los establecimientos turísticos y, en particular, en dos modelos de establecimientos como son el sector hotelero y de las viviendas vacacionales, dos modos antagónicos en cuanto a la capacidad de recepción de turistas, gasto turístico y empleo.

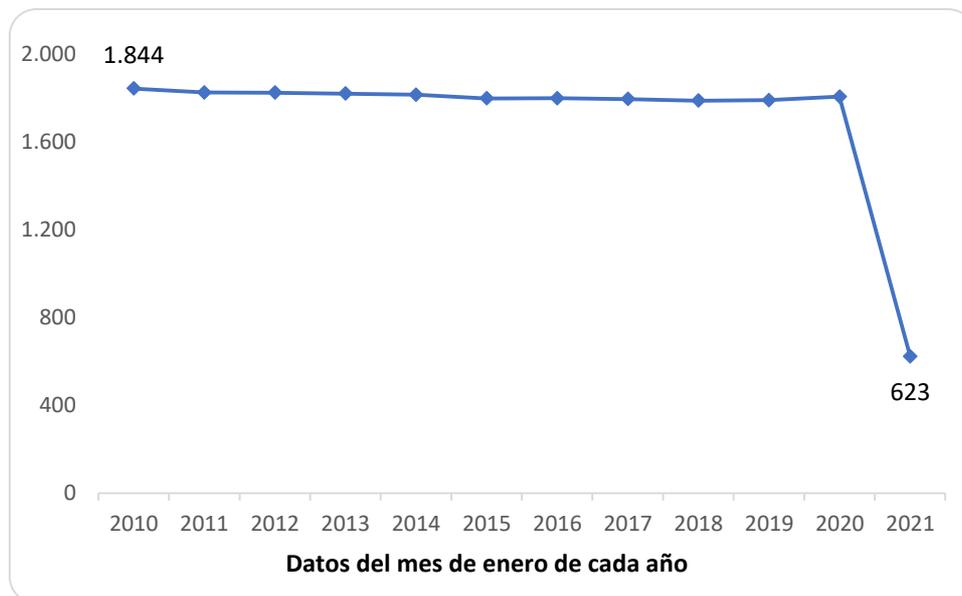
Para analizar esta situación en un área tan clave para la economía canaria, en el epígrafe siguiente se expondrá la situación del sector turístico en Canarias antes del brote del Covid-19 a partir del análisis del número de turistas, gasto turístico, número de camas y empleo y su repercusión en hoteles y viviendas vacacionales. A continuación, se expondrá la misma radiografía una vez alcanzada la denominada nueva normalidad. Con intención de analizar las dos etapas anteriores a nivel micro se realizó una encuesta a propietarios de viviendas vacacionales. Los resultados de la encuesta se muestran en el epígrafe 4. La marca turismo tendrá que avanzar con ideas audaces e innovadoras. En este sentido, en el epígrafe 5 se analizan los retos a los que se enfrentan los establecimientos turísticos a partir del perfil de los actores de este segmento de actividad como son los gerentes de hoteles y de viviendas vacacionales, así como el perfil del cliente en la nueva normalidad. A continuación, se recopilan las principales limitaciones y el trabajo concluye con un epígrafe exponiendo las principales conclusiones de la investigación.

2. Análisis de los establecimientos turísticos en Canarias antes de la pandemia

Para conocer la repercusión de la pandemia en hoteles y viviendas vacacionales se analiza la dimensión del sector turístico canario en 2019, antes del brote del virus, a partir de macro indicadores de actividad tanto del lado de la oferta como de la demanda. Desde el lado de la demanda se tendrá en cuenta el número de turistas y el gasto turístico y desde el lado de la oferta se considera el número de

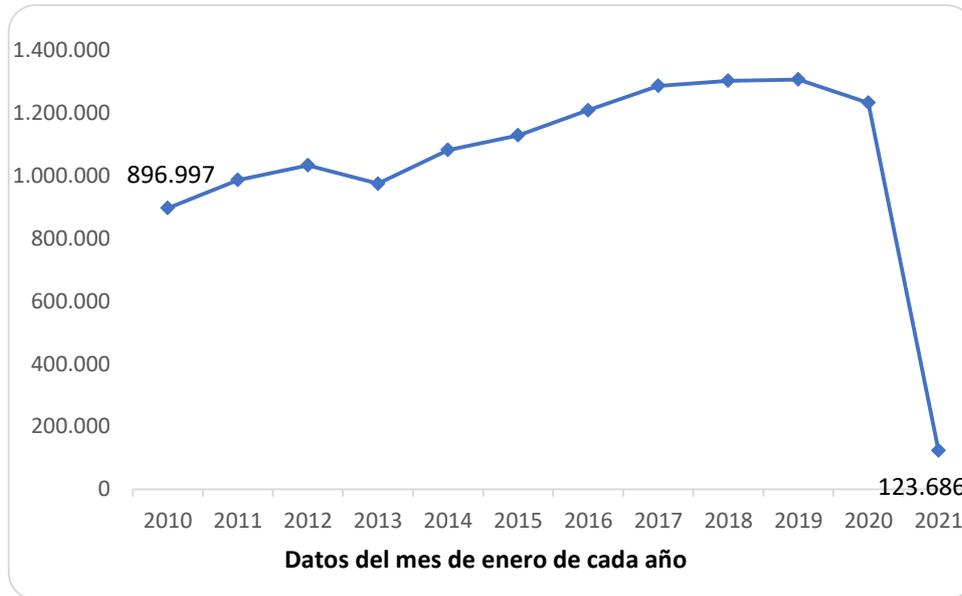
camas y empleo. Los Gráficos 1 a 5 muestran la evolución de estas magnitudes en los meses de enero desde 2010 hasta 2021, primer enero en el que se registra el síntoma del brote del virus. En concreto, el Gráfico 1 muestra la evolución del número de alojamientos turísticos en Canarias como ejemplo desde el lado de la oferta. Sin embargo, en los Gráficos 2 a 5 son ejemplos desde el lado de la demanda. En los Gráficos 2 a 4 muestran la evolución del número de turistas en Canarias, distinguiendo el total sin residentes canarios (Gráfico 2), turistas extranjeros (Gráfico 3) y turistas de origen nacional (Gráfico 4). Finalmente, el Gráfico 5 muestra la evolución del gasto turístico en Canarias (ISTAC, 2021)

Gráfico 1. Evolución del número de alojamientos turísticos en Canarias



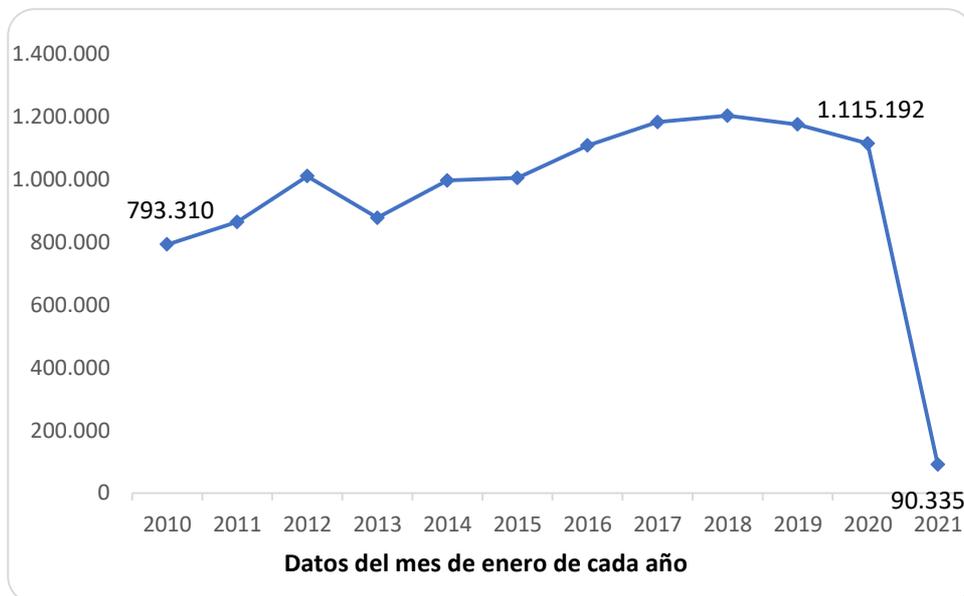
Fuente: Elaboración propia a partir de la formación publicada por el Instituto Canario de Estadística

Gráfico 2. Evolución del total de turistas recibidos en Canarias excepto residentes canarios



Fuente: Elaboración propia a partir de la formación publicada por el Instituto Canario de Estadística.

Gráfico 3. Evolución del total turistas extranjeros recibidos en Canarias



Fuente: Elaboración propia a partir de la formación publicada por el Instituto Canario de Estadística

Gráfico 4. Evolución del total turistas nacionales recibidos en Canarias excepto residentes canarios



Fuente: Elaboración propia a partir de la formación publicada por el Instituto Canario de Estadística

Gráfico 5. Evolución del gasto turístico en Canarias



Fuente: Elaboración propia a partir de la formación publicada por el Instituto Canario de Estadística.

Teniendo en cuenta que el número de turistas en 2019 disminuyó de forma considerable con respecto al año anterior debido a la recuperación de algunos mercados turísticos competidores y otros factores que han disminuido la demanda turística internacional, así como debido a la incertidumbre en cuanto al clima económico mundial y al quiebre de ciertas compañías aéreas, las Islas Canarias recibieron, tanto por vía marítima como por vía aérea, un total de 15.110.866 turistas durante el año 2019, ya sean residentes o no residentes, un 2,9% o 448.921 turistas menos que en 2018 según datos del Instituto Canario de Estadística. Las cifras de turistas según el tipo de alojamiento muestran que un total de 11.414.320 turistas (642.366 turistas menos que el año anterior) se alojaron en hoteles o apartamentos, un total de 1.397.077 turistas en viviendas de alquiler vacacional (57.2879 turistas menos que en el 2018) y 280.590 turistas acudieron a las islas por medio de cruceros (7,4% más que el año 2018). Los alojamientos como viviendas de amigos o familiares, que no requieren de una transacción monetaria, registraron un total de 231.309 turistas (12,9% más que el año anterior). Según las estadísticas publicadas por la entidad pública empresarial Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea (AENA), que aproximan la cifra de turistas que han llegado a los aeropuertos del archipiélago, la disminución en el número de turistas representa un 5% menos de turistas respecto a 2018 (13.261.486 visitantes en el año 2019) (Confederación Canaria de Empresarios, 2019).

El archipiélago canario es un destino turístico con afluencia de turistas diferente según la época del año. La afluencia del turista internacional es mayor entre los meses de octubre a marzo cuando el clima es más duro en los países de origen. Sin embargo, la mayor afluencia del turista nacional tiene lugar en los meses de primavera y verano. La caída en el número de turistas internacionales que tuvo lugar en 2019 fue más acentuada en el periodo de menor afluencia. Por provincias, en las dos provincias suele observarse el mismo comportamiento estacional aunque con mayor intensidad en Santa Cruz de Tenerife. Sin embargo, aunque la afluencia de turistas internacionales suele ser mayor en Santa Cruz de Tenerife, en 2019 la afluencia de turistas internacionales fue mayor en la Provincia de Las Palmas de Gran Canaria durante los meses de octubre a marzo. Además, Fuerteventura y Lanzarote son destinos que destacan por tener una afluencia de turistas más igualada durante todo el año. El Instituto Nacional de Estadística (INE), a partir de las encuestas en alojamientos turísticos, publica un registro aproximado de los turistas tanto nacionales como internacionales que se han alojado en establecimientos turísticos en el archipiélago y, según esta fuente, se estima un total de 13.294.822 viajeros durante 2019 en Canarias, un 1,8% menos que el año anterior (Confederación Canaria de Empresarios, 2019).

En términos del gasto turístico, el desembolso realizado por los turistas tanto internacionales como nacionales que visitaron Canarias en 2019 ascendió a

16.866,39 millones de euros según la encuesta sobre gasto turístico que elabora el INE, un 1,4% menos que en el año 2018; mientras que a partir de los datos de la misma encuesta se estima que el gasto medio por turista experimentó un incremento del 3,1%. A partir de la distribución del gasto turístico que publica el ISTAC se observa una disminución en todos los capítulos aunque es significativa la caída en alojamientos turísticos, que asciende a un 6,1% con respecto al año anterior. El otro capítulo en el que se observa una caída importante es el gasto destinado a actividades con fines culturales y actividades recreativas y deportivas, con una caída del 5,9% con respecto a 2018. Finalmente, merece resaltar el gasto por turista en transporte que fue de 326,24 euros; mientras que el gasto destinado a alimentación en cafeterías y restaurantes fue de 153,2 euros por turista y 61,2 euros por turista, respectivamente (Confederación Canaria de Empresarios, 2019).

Un análisis más profundo del gasto turístico es aquel que atiende al tipo de alojamiento. El análisis de esta información permite concluir que alojamientos de cruceros y hoteles de cinco estrellas experimentan una caída importante (9,2% y 8,6%, respectivamente), aunque la mayor caída se observa en los alojamientos rurales con una caída del 14,9% en 2019 con respecto al 2018 o lo que es lo mismo 1.010,3 euros por turista (Confederación Canaria de Empresarios, 2019).

Atendiendo a la nacionalidad del turista, el turista de origen alemán redujo su nivel de gasto en un 1,3%, el turista procedente del Reino Unido experimentó una reducción del gasto en un 5,7% y el turista nacional en un 5,6% con respecto al año 2018. Sin embargo, en función del destino del turista se observa disminuciones del gasto turístico por turista en Gran Canaria, Tenerife y Lanzarote e incrementos en Fuerteventura y La Palma. Aunque el incremento en el gasto turístico por turista en Fuerteventura es bastante moderado (0,4%), el experimentado en la Isla de La Palma es de mayor cuantía (7,8%) (Confederación Canaria de Empresarios, 2019).

Una de las peculiaridades del sector turístico del archipiélago canario es su capacidad de generación de empleo. Es decir, mientras se desarrolla la actividad turística se crea empleo. El sector turístico generó un total de 343.889 puestos de trabajo en 2018, un total de 16.919 empleos más que en 2017 (IMPACTUR, 2018). El mismo informe señala un incremento interanual notorio del 6,4% o 187.105 empleos de forma directa (en restaurantes, alojamientos turísticos, transporte, actividades recreativas, agencias de viajes o servicios inmobiliarios) y un incremento de 5.619 nuevos empleos indirectos (3,7%) respecto de 2017. El instituto de estudios turísticos ha publicado un informe más reciente sobre empleo y sector turístico, siguiendo una recomendación de la Comisión Estadística de Naciones Unidas, a partir de microdatos recopilados por la Encuesta de Población Activa (EPA). Según este informe, la actividad turística

generó 277.282 empleos en 2019 (un 1,8% o 4.786 empleos más que en el año anterior) y representa un 29,5% de la ocupación total en Canarias en dicho año. Por otro lado, cabe señalar que el sector turístico canario es el sector turístico que mayor aportación realizó al empleo en comparación con el sector turístico de las distintas comunidades autónomas (13,4%). Las cifras del informe del instituto de estudios turísticos no son tan favorables debido a que no consideran algunos empleos indirectos que sí se consideran en el informe IMPACTUR. Otra forma de cuantificar la generación de empleo del sector turístico es atendiendo al número de nuevos afiliados a la seguridad social en las ramas de actividad de la hostelería y las agencias de viajes. En diciembre de 2019 se observa un crecimiento interanual de un 1% de nuevos afiliados (1.556 personas) respecto al año anterior en dichas ramas de actividad. Sin embargo, la fuente de información basada en las encuestas realizadas por el INE en los alojamientos turísticos señala que el empleo que se ha generado en dichos establecimientos turísticos retrocedió en Canarias un 0,9% en comparación con el año 2018 (523 empleos). Nótese que los establecimientos turísticos emplean a 59.629 personas, correspondiendo 48.400 al sector hotelero y 11.229 a complejos extra hoteleros. Y, sin embargo, la reducción del empleo ha sido mucho más enérgica en el sector extra hotelero (311 trabajadores menos con respecto al año anterior) que en el hotelero (212 puestos menos que el año anterior).

La explotación de la vivienda con fines vacacionales no es una actividad reciente en Canarias, de ahí que Canarias sea la región autonómica con mayor número de viviendas con fines vacacionales. Tanto El Médano como Valle Gran Rey son ejemplos de poblaciones que tuvieron su origen como destino turístico en la explotación de viviendas vacacionales. Los establecimientos extra hoteleros y hoteleros llegaron a estos destinos turísticos tras el éxito que tuvieron las viviendas vacacionales (Borrego, 2016: 152). Actualmente, la explotación de las viviendas vacacionales está regulada por el Decreto 113/2015 (BOE, 2015). Con el arribo de la crisis económica de 2008 y la llegada de internet se crearon numerosas páginas web que permiten una intermediación directa entre propietarios y clientes, abriendo la puerta a una fuente de ingresos importante para las familias¹. Posteriormente, y sobre todo en islas como Lanzarote o Fuerteventura, aumentó la contratación a través de tour operadores. Estos establecimientos turísticos impulsaron la llegada de un tipo concreto de turista,

¹ Airbnb es la plataforma más utilizada por los residentes canarios y turistas para reservar una vivienda vacacional, seguida de Home Away (con un 31,6%) y Wimdu (con un 33,5%). El 54,6% de la población canaria de 18 o más años tienen conocimiento de alguna plataforma de alquiler vacacional, siendo Lanzarote la isla con el porcentaje más elevado (69,3%) y Gran Canaria la isla con el porcentaje más bajo (46,8%). El porcentaje de personas con conocimiento de dichas plataformas disminuye con la edad y no existe diferencia en los porcentajes de conocimiento de dichas plataformas según género. Por otro lado, el 23% de la población canaria residente afirma no saber si existe o no oferta de alquiler vacacional en el barrio o zona donde viven, un 31,1% que no hay y un 35,3% que sí hay en menor o mayor cantidad, variando de un 7,5% de población que afirma que hay muy pocas ofertas frente a un 5% que opina que hay mucha.

aquel que se considera “viajero” por ir en busca de nuevas experiencias, nuevos paisajes y culturas, una gastronomía singular. El viajero o “millennial” está siempre conectado a la red e interesado en las nuevas tecnologías.

La oferta de viviendas vacacionales en las islas ha experimentado un crecimiento notable a lo largo de los años, llegando a alcanzar las 28.188 viviendas en 2015 y unas 39.081 en 2019. Tenerife es la isla que cuenta con mayor número de viviendas vacacionales, con una oferta de 15.193 viviendas en 2019, un 36,87% en los municipios de Arona y Adeje. La isla de Gran Canaria cuenta con 10.046 viviendas vacacionales localizadas mayormente en los municipios de Mogán y San Bartolomé de Tirajana (45,87%). Sin embargo, destaca el municipio de Las Palmas de Gran Canaria con un 21,43% de las viviendas vacacionales de la isla. Lanzarote y Fuerteventura son las islas que siguen en orden de importancia a Tenerife y Gran Canaria con un total de 9.964 viviendas vacacionales. La Gomera, El Hierro y La Palma, aunque han mostrado un crecimiento importante en cuanto a su oferta de viviendas vacacionales, cuentan tan solo con 3.778 alojamientos. El precio medio del alquiler vacacional en las islas en 2019 fue de 80,20€ la noche, siendo Lanzarote la isla que registra un precio medio por noche mayor (104,59€ por noche), seguida de Gran Canaria (83,26€ por noche). La isla en la que se registra el precio por noche de vivienda vacacional más bajo es Fuerteventura (70,23€ por noche).

La demanda de viviendas de alquiler vacacional en las Islas Canarias ha pasado de 1.251.795 turistas en 2015 a 1.397.077 turistas en el año 2019. Según los informes de Alquiler Vacacional en Canarias, elaborado por la Consejería Regional de Turismo, Cultura y Deportes, la demanda de vivienda vacacional represento el 9,3% de la demanda de establecimientos turísticos en 2018 (1.454.362 turistas de los 15.559.786 turistas que acudieron a las islas en 2018), representando 13.782 turistas menos que en 2017.

En cuanto al sector hotelero, en Canarias se hospedaron un total de 13.294.822 visitantes en el año 2019 (5.451.446 se alojaron en Santa Cruz de Tenerife (un 0,2% más que en 2018) y 7.829.628 en Las Palmas de Gran Canaria (un 6.8% menos respecto de 2018)), de los que 9.757.502 turistas optaron por alojarse en hoteles. Un total de 10.393.952 de ellos eran extranjeros y 2.900.870 eran turistas nacionales (1.291.296 eran residentes canarios). Los residentes canarios, que prefieren hospedarse en establecimientos hoteleros (919.873 se alojaron en hoteles, un 71,2% del total de turistas residentes canarios), registraron 4.251.673 pernoctaciones. Los visitantes nacionales superan el número de residentes canarios hospedados en establecimientos hoteleros (1.344.764 personas y 6.310.877 pernoctaciones). Los turistas extranjeros también prefieren alojarse en alojamientos hoteleros (7.492.865 personas y 58.181.823 pernoctaciones) (Confederación Canaria de Empresarios, 2019).

La estancia media por turista en 2019 fue de 7,1 días, 0,2 días menos que en 2018. La estancia media en la provincia de Las Palmas de Gran Canaria supera en 0,7 días a la estancia media en la provincia de Santa Cruz de Tenerife. En términos de ratios de ocupación también hubo un descenso en 2019 respecto de 2018 en 3,3 puntos porcentuales (Confederación Canaria de Empresarios, 2019).

En 2019 Canarias contaba con 24.992 establecimientos turísticos y 509.424 camas (226.665 camas en 752 hoteles). Los establecimientos extra hoteleros representan el 97% de los establecimientos turísticos y las camas en esos mismos establecimientos el 55,47% del total de camas de los establecimientos turísticos. En 2019 aumentó el número de camas en 49.218 unidades, 45.039 unidades en complejos extra hoteleros. Por provincias, la provincia de Las Palmas de Gran Canaria dispone de 311.077 plazas turísticas de las cuales 129.831 son hoteleras, mientras que Santa Cruz de Tenerife dispone de 138.347 plazas, siendo 95.834 plazas hoteleras. Gran Canaria cuenta con un total de 161.170 plazas de alojamiento, siendo un 39,6% plazas hoteleras; en Tenerife existe un registro de 172.032 plazas, un 33,8% del total de plazas de Canarias, y un 52% corresponden a plazas en hoteles (un 40% de las plazas de hotel de Canarias). Seguidamente se encuentra Lanzarote, que cuenta con 78.386 plazas, siendo el 41,5% plazas hoteleras; a continuación, se encuentra Fuerteventura con 71.521 plazas en total y un 46,8% de plazas hoteleras; por otro lado, La Palma cuenta con 15.122 plazas (un 25,9% son hoteleras), La Gomera cuenta con un total de 8.874 plazas (un 23,4% son hoteleras) y El Hierro con 2.239 plazas (un 16,4% son hoteleras) (Confederación Canaria de Empresarios, 2019).

3. Análisis de la situación turística en Canarias después de la pandemia

La apertura de las fronteras dio comienzo a lo que se ha denominado “nueva normalidad”. La apertura de fronteras tuvo lugar de forma muy limitada tal y como pone de manifiesto la cifra sobre la caída experimentada en la entrada de turistas del mes de julio (78,7%) y, aún más, si se compara con la caída experimentada en el mes de junio (97,7%), según datos del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. El sector turístico es uno de los sectores más afectado como consecuencia de la crisis sanitaria pero no sólo por el parón en seco que experimentó la primera industria económica de las islas con el cero turístico sino también debido a la crisis socioeconómica generada a partir de ese momento. En este epígrafe se repite la revisión realizada en el epígrafe anterior en el período que se inicia con la apertura de las fronteras.

Desde el momento en que se declaró el confinamiento, el Gobierno puso en marcha los expedientes de regulación temporal de empleo (ERTE) dirigido a trabajadores no esenciales facilitando la suspensión temporal de los contratos o

la reducción de la jornada laboral y así evitar los despidos de forma masiva. Durante el primer trimestre de 2020 se registró un total de 578.300 expedientes dando lugar a la mayor cifra de desempleados registrada en España (Gómez y Clemente, 2020). En la actualidad, Las Palmas de Gran Canaria destaca por ser la provincia española con más trabajadores en ERTE con un 15,7%, seguida de Santa Cruz de Tenerife con un 12,5% (M.P, 2021). Estas cifras son las más baja publicadas por el Ministerio de Inclusión y Seguridad Social desde que se decretó el estado de pandemia. Por sectores económicos, los servicios de alojamiento y restauración acogen al 40,26% de los trabajadores en ERTE. Actividades como el transporte aéreo, los operadores turísticos o trabajadores en agencias de viajes muestran un porcentaje significativo de empleados en ERTE a día de hoy.

En los primeros meses de 2021 no se han mejorado los datos registrados durante 2020 para el sector turístico. En el primer semestre de 2021 llegaron a España cinco millones de turistas menos, provocando también que se ingresaran 6.000 millones de euros menos que el año pasado. Las severas restricciones a la movilidad y distanciamiento social aplicadas durante el primer trimestre de 2021 han provocado caídas en el número de llegadas y en gasto turístico del orden del 90%. En comparación con 2019, el cambio en estas magnitudes es por supuesto más notorio (33 millones menos de turistas y 34.000 millones menos de ingresos en concepto de gasto turístico) (Aguilar, 2021). En relación al archipiélago canario y a la caída de ingresos motivada por la caída del gasto turístico, la isla de Tenerife se posiciona en primera posición con un 41%, seguida de la isla de Gran Canaria con un 32%, Fuerteventura con un 14% y, por último, la isla de La Palma con un 3%. Además, el gasto medio por turista y día disminuyó un 8% en relación al primer trimestre de 2020.

El mercado principal de las Islas Canarias durante el mes de abril del 2021 resultó ser Alemania con un total de 27.487 turistas originarios de este país y el número de turistas procedente del resto de Europa fue de 38.593 turistas. Por otro lado, el archipiélago fue la segunda comunidad autónoma elegida por los turistas internacionales en territorio español (un 17,4% del total) solo superada por la comunidad autónoma de Cataluña. El gasto medio por turista en las islas en ese mismo mes fue de 1.301 euros, 237 euros más que la media nacional, la duración media por viaje fue de 11 días aproximadamente y el gasto medio diario de 122 euros.

Una de las incertidumbres más inquietantes en el ámbito económico es el comportamiento en el sector inmobiliario tras la pandemia. Tanto es así que escasean las predicciones sobre el comportamiento futuro de este sector. Ante este panorama, los propietarios de viviendas vacacionales dudan entre ofrecer su alojamiento en alquiler en régimen vacacional o tradicional. Los profesionales del sector creen que el efecto de la pandemia en el sector turístico se prolongará en el tiempo de modo que ofrecer los inmuebles como vivienda residencial es la

opción más rentable. En este sentido, un 16,5% de las viviendas ofertadas en plataformas de vivienda vacacional como pisos.com (una de cada 6 viviendas) han cambiado de enfoque entre los meses de marzo a mayo. Este cambio de orientación de las viviendas ofertadas en alquiler puede prolongarse en el tiempo o ser transitorio mientras dure el efecto de la crisis sanitaria. Un hecho constatado es la disminución en el número de turistas que llegan a Canarias, disminuyendo la demanda y el número de pernoctaciones en cualquiera de las modalidades de los establecimientos turísticos. Téngase en cuenta que la rentabilidad de una vivienda vacacional exige estar en alquiler una media de 180 días al año, objetivo de difícil cumplimiento en las condiciones socio sanitarias actuales. En la actualidad, la rentabilidad media del alquiler vacacional es 2,5 y hasta 4 veces superior que la rentabilidad media del alquiler residencial, de modo que las diferencias en las rentabilidades tienen a disminuir hasta el punto de ser inexistente. Según la plataforma de alquiler de inmuebles conocida por el nombre de Fotocasa, la oferta de arrendamiento tradicional no ha crecido de forma tan notoria en el archipiélago canario como en el resto de las comunidades autónomas desde que se estableció el estado de alarma en marzo de 2020.

La mayoría de las viviendas ofertadas en alquiler con enfoque residencial en lugar de vacacional son viviendas que no cumplen los requisitos mínimos exigidos por el sector turístico para ser ofertadas como vivienda vacacional. Son las viviendas más alejadas de los lugares más atractivos por parte del turista que, hasta ahora, se alquilaban debido a la alta demanda existente en las islas. Sin embargo, debido a la situación actual y a pesar de que cumplan con los estándares del turista, se encuentran vacíos y se ven obligados a convertirse en una vivienda de alquiler residencial. El precio de alquiler de viviendas, según datos publicados en la plataforma de venta y alquiler de viviendas el Idealista, descendió en un 2,1% en el mes de mayo de 2021 con respecto al año anterior y un 3,3% comparado con mayo de 2019.

En relación al sector hotelero, el futuro es ambiguo por ser uno de los sectores más afectados por los efectos sufridos a nivel mundial por la pandemia. De cara a este próximo septiembre, han surgido una serie de propuestas para mantener el sector a flote a corto y medio plazo como asegurar la liquidez de las empresas más afectadas como plan de supervivencia empresarial. Por otro lado, el plan de recuperación que pretende aumentar la actividad turística es un plan orientado a analizar la situación actual, así como la incertidumbre de clientes y empresas y de crear un sector más fuerte y preparado (Efimova, 2020). En este contexto, el sector turístico canario ha demostrado una buena capacidad de transformación y adaptación, es un sector que ha afrontado la transformación de forma anticipada para recibir al turista durante el periodo post-covid. Un ejemplo de esta transformación es ofrecer entre las prestaciones como destino turístico un seguro en caso de contagio en territorio canario. Se trata de los inicios de un

nuevo modelo de negocio en sintonía con los objetivos de desarrollo sostenible en términos de equilibrio medioambiental.

El cambio más importante de la nueva normalidad está estrechamente relacionado con el perfil del turista. El turista en la nueva normalidad buscará establecimientos turísticos con espacios abiertos y menos masificados, alojamientos que desarrollen su actividad cumpliendo en consonancia con la sostenibilidad con el medio ambiente. Teniendo en cuenta que el sector es uno de los mayores consumidores de recursos naturales, el sector turístico debe facilitar el desarrollo de herramientas compatibles con la economía circular. La tecnología, que ya era importante en el sector, lo será aún más al mejorar la competitividad de las empresas y la experiencia del cliente. Las Islas Canarias sufrieron en 2020 unas pérdidas de aproximadamente 10 mil millones de euros, lo que propició una disminución de un 23% en el PIB. Una forma de atraer más clientes es flexibilizar las políticas de cancelación como por ejemplo el reembolso de los importes pagados en concepto de reserva, eliminar la restricción de un número mínimo de noches e incluso facilitar la cancelación si se da el caso (Navarro, 2020).

Los establecimientos turísticos requerirán de un periodo de transición desde el momento en que reinicien la actividad hasta recuperar el 100% de su actividad. Durante ese periodo la plantilla se irá ajustando a las necesidades de la actividad de modo que toda la plantilla no se incorporará al mismo tiempo. Los protocolos de higiene y de prevención para garantizar un entorno seguro para clientes y trabajadores² exigirán también un cambio en la nueva plantilla. El personal debe estar actualizado sobre las recomendaciones sanitarias que se deben aplicar y es indispensable establecer protocolos de seguridad en caso de que algún trabajador presente síntomas para así proteger tanto al trabajador como al resto del personal y al cliente.

4. Resultados de la encuesta a propietarios de viviendas vacacionales

En este apartado se analizan los resultados de la encuesta realizada a los propietarios de viviendas vacacionales (véase Anexo). Los resultados que se presentan en cuatro bloques tienen fines meramente descriptivos por las dificultades de obtener una muestra representativa de la población objeto de estudio (17 propietarios en la Isla de Tenerife). En un primer bloque se describe el perfil del propietario de las viviendas vacacionales, seguido del perfil del cliente del establecimiento vacacional. A continuación, se caracteriza el perfil del

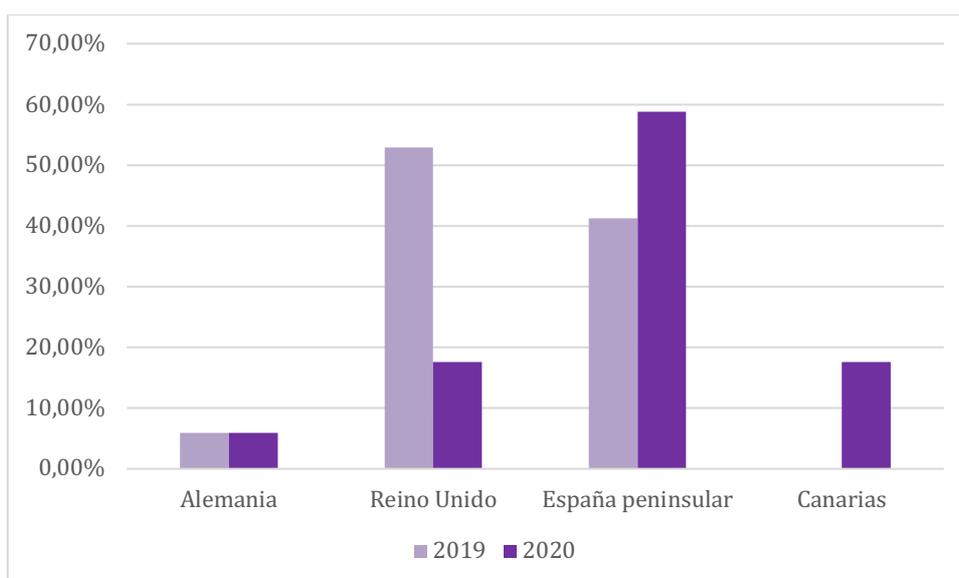
² Los protocolos de higiene exigen labores de limpieza en todas las zonas del establecimiento y, en especial, en las áreas con mayor frecuencia de tránsito y ventilación diaria en todo el edificio. Entre las medidas de prevención se deben proporcionar mascarillas y guantes de un solo uso a todo el personal y, en particular, aquellos que estén de cara al público. Finalmente se debe cumplir con el distanciamiento social de dos metros entre trabajadores y clientes y hacer uso de carteles para favorecer las medidas de higiene. (Hoteles Silken, 2020)

establecimiento vacacional. La parte final se dedica a las cuestiones relacionadas con la gestión del establecimiento y sobre todo a los cambios introducidos en el periodo de nueva normalidad, en comparación a la forma de hacer antes del brote del virus.

Los propietarios de viviendas vacacionales son hombres (70,6% de hombres frente a un 29,4% de mujeres), la mayoría de edades comprendidas entre 46 y 55 años (35,3%), seguido de propietarios con edades comprendidas entre 36 y 45 años (29,4%). El 52,9% de los propietarios tienen estudios universitarios que desempeñan su actividad profesional bien por cuenta ajena (52,9%) o bajo el régimen de autónomos (35,3%).

En relación al perfil del cliente del establecimiento vacacional, en el Gráfico 6 se muestra la distribución de la procedencia del cliente antes y después de la pandemia. Teniendo en cuenta esta información se observa que el porcentaje de huéspedes de origen peninsular aumentó en 2020 (un 58,8% en 2020 frente a un 41,2% en 2019). Los huéspedes de origen inglés tienen sin embargo un comportamiento diferente, es decir, el porcentaje fue mayor en 2019 que en 2020 (un 52,9% frente a un 17,6%). El porcentaje de huéspedes de origen alemán se mantuvo constante. El dato a resaltar sobre la procedencia del huésped es el registro nulo de huéspedes con residencia en Canarias en 2019 y el aumento experimentado en 2020 del 17,6%. El rango de edad más frecuente de los clientes es entre 26 a 35 años (41,9%).

Gráfico 6. Distribución de la procedencia de los clientes antes y después de la pandemia



Fuente: elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta.

El aforo máximo permitido más frecuente en las viviendas vacacionales estudiadas es de 4 personas (35,3%) y, de forma sorprendente, la media de cancelaciones al mes de forma imprevista más frecuente es de 2 cancelaciones con un 52,9%. Por otro lado, el 52,9% de los propietarios de las viviendas bajaron los precios durante el periodo de la pandemia y ninguno decidió aplicar un incremento. Además, el 64,7% de los propietarios optó por no establecer cargos adicionales de limpieza. Respecto al sistema de check-in existente en las viviendas vacacionales, un 47,1% de los propietarios tienen contacto directo con el huésped. Con una diferencia importante, los propietarios prefieren recibir a los huéspedes antes que contratar a una empresa externa que realice el sistema de check-in y, en el mismo sentido, prefieren encargarse de la limpieza de su vivienda. La media de ofertas de alquiler de larga duración que han manifestado los propietarios es igual a 2.

En la Tabla 1 se muestra la distribución de los clientes de viviendas vacacionales según su procedencia antes y después de la pandemia. Los resultados a destacar son la caída del número de huéspedes de origen inglés (un 52,9% en 2019 frente a un 17,6% en 2020), el aumento de huéspedes de origen peninsular (un 41,2% en 2019 frente a un 58,8% en 2020) y la aparición de huéspedes de origen local (un 0% en 2019 frente a un 17,6% en 2020). Sin embargo, no hay cambios en cuanto a la afluencia de huéspedes de origen alemán antes y después de la pandemia.

Tabla 1. Distribución del porcentaje de pernoctaciones según procedencia del huésped

		Procedencia del cliente					
		Alemania	Canarias	España peninsular	Reino Unido	Total	
Porcentaje de pernoctaciones	Menos del 20%	2019	0%	0%	100%	0%	100%
		2020	0%	16,7%	83,3%	0%	100%
	Entre el 20% y el 40%	2019	0%	0%	100%	0%	100%
		2020	16,7%	16,7%	50%	16,7%	100%
	Entre el 41% y el 60%	2019	50%	0%	0%	50%	100%
		2020	0%	0%	0%	100%	100%
	Entre el 61% y el 80%	2019	0%	0%	0%	100%	100%
		2020	0%	0%	66,7%	33,3%	100%
	Más del 80%	2019	0%	0%	0%	100%	100%
		2020	0%	100%	0%	0%	100%

Total	2019	5,9%	0%	41,2%	52,9%	100%
	2020	5,9%	17,6%	58,8%	17,6%	100%

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta

En la Tabla 2 se muestra la media de cancelaciones mensuales a última hora según la procedencia del cliente durante 2020. Según esta información, los clientes procedentes de la España peninsular son los que más han realizado cancelaciones a última hora (58,8% del total), seguidos en segundo lugar de clientes de Canarias y en tercer lugar los del Reino Unido.

Tabla 2. Distribución de la media de cancelaciones mensuales a última hora según procedencia del cliente

Procedencia del cliente (2020)						
Media de cancelaciones mensuales a última hora durante la pandemia		Alemania	Canarias	España peninsular	Reino Unido	Total
	Ninguna	0%	0%	0%	0%	0%
	1	0%	0%	0%	0%	0%
	2	11,1%	11,1%	55,6%	22,2%	100%
	3	0%	33,3%	66,7%	0%	100%
	Más de 3	0%	20%	60%	20%	100%
	Total	5,9%	17,6%	58,8%	17,6%	100%

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta

La información sobre las ofertas de alquiler a largo plazo recibidas a partir de la pandemia según la procedencia del cliente (Tabla 3) revela que los clientes procedentes de la España peninsular son los que más ofertas han realizado en cualquiera de las modalidades de las ofertas. Sin embargo, los huéspedes alemanes son los únicos que no han realizado ninguna oferta de alquiler a largo plazo.

Tabla 3. Distribución de las ofertas de alquiler a largo plazo recibidas a partir de la pandemia según procedencia del cliente

Procedencia del cliente (2020)						
Ofertas de alquiler a largo plazo recibidas a		Alemania	Canarias	España peninsular	Reino Unido	Total
	1	0%	0%	100%	0%	100%
	2	0%	0%	87,5%	12,5%	100%
	3	0%	0%	0%	100%	100%

partir de la pandemia	4	0%	0%	0%	0%	0%
	5 o más	0%	33,3%	66,7%	0%	100%
	Ninguna	25%	50%	0%	25%	100%
	Total	5,9%	17,6%	58,8%	17,6%	100%

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta

En la Tabla 4 se incluye la distribución de las reservas según aforo máximo de huéspedes y procedencia en 2019 y 2020. Según esta información no se realizaron reservas en establecimientos con aforo para uno y tres huéspedes en ninguno de los dos instantes del tiempo. En los alojamientos para dos huéspedes fueron ocupados mayoritariamente por clientes de la España peninsular y del Reino Unido en 2019. En estos establecimientos desaparece el huésped del Reino Unido en 2020 y su lugar es ocupado por clientes canarios. Este mismo comportamiento se repite en los establecimientos con aforo para 6 o más personas. Los establecimientos con aforo para 5 personas son ocupados por clientes del Reino Unido en 2019; sin embargo, este cliente no reserva en 2020 en establecimiento de este tamaño y estos establecimientos son ocupados por clientes de nacionalidad española. Finalmente, el turista alemán reserva en establecimientos con aforo para 4 personas. Los resultados muestran cómo el turista nacional ha reemplazado al turista extranjero que no llegaba a Canarias durante 2020.

Tabla 4. Distribución de reservas según aforo máximo del establecimiento y procedencia del cliente

		Procedencia del cliente					
			Alemania	Canarias	España peninsular	Reino Unido	Total
Aforo máximo del establecimiento	1	2019	0%	0%	0%	0%	0%
		2020	0%	0%	0%	0%	0%
	2	2019	0%	0%	80%	20%	100%
		2020	0%	20%	80%	0%	100%
	3	2019	0%	0%	0%	0%	0%
		2020	0%	0%	0%	0%	0%
	4	2019	16,7%	0%	50%	33,3%	100%
		2020	16,7%	0%	50%	33,3%	100%
	5	2019	0%	0%	0%	100%	100%
		2020	0%	0%	66,7%	33,3%	100%
	6 o más	2019	0%	0%	0%	100%	100%
		2020	0%	66,7%	33,3%	0%	100%
	Total	2019	5,9%	0%	41,2%	52,9%	100%
		2020	5,9%	17,6%	58,8%	17,6%	100%

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta

La distribución del número de casos según la situación laboral del propietario de la vivienda vacacional y modo de gestión de la recepción de los clientes (Tabla 5) revela que el modo de gestión más frecuente consiste en que sea el propietario quien reciba al cliente (88,2% frente a 11,8%). Sin embargo, la recepción del cliente por una empresa externa que está presente en los casos en los que el propietario es autónomo o empleado por cuenta ajena, se manifiesta con mayor intensidad en el caso de los autónomos.

Tabla 5. Distribución de casos según situación laboral y modo de gestión de la recepción del cliente

Gestión de la recepción del cliente				
Situación laboral		Propietario	Empresa o persona externa	Total
	Autónomo	83,3%	16,7%	100%
	Empleado por cuenta ajena	88,9%	11,1%	100%
	Desempleado y no busco empleo porque mis ingresos proceden del alquiler vacaciona	100%	0%	100%
	Desempleado y busco empleo	0%	0%	0%
	Total	88,2%	11,8%	100%

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta

5. Retos futuros a partir de las exigencias de perfil en algunos de los actores de los establecimientos turísticos

La crisis sanitaria, económica y social provocada por el brote del Covid-19 ha provocado una nueva situación en el sector turístico y esta nueva situación requerirá de profesionales para gestionar lo que se ha denominado “la nueva normalidad”. Los profesionales del turismo están obligados a reinventar un sector que se adapte y supere los retos impuestos por el coronavirus. Harán falta directivos con nuevas competencias como la empatía y la inteligencia emocional, una gran capacidad de liderazgo y buenas habilidades de comunicación.

El directivo de los establecimientos turísticos deberá tomar decisiones teniendo en cuenta tanto a los clientes como a la plantilla y, por su parte, clientes y plantilla buscarán profesionales que transmitan seguridad y confianza. La habilidad de trabajar bajo presión y de gestionar equipos se valorará en la persona que ocupe

la dirección. La nueva realidad ha modificado el organigrama de las empresas reforzando los puestos de prevención de riesgos laborales y los niveles de control y supervisión de limpieza. Al directivo se le exigirá una formación que le permita tener una visión completa del sector turístico y así implantar una estrategia que le sitúe por delante de la competencia.

En el caso concreto de las viviendas vacacionales, a la persona al frente de la explotación, además de un buen profesional, se le exigirá la cualidad de ser un buen anfitrión, es decir, debe causar una impresión inicial buena y dar la impresión de ser capaz de garantizar el bienestar del cliente durante su estancia y así destacar entre la competencia y lograr la fidelización de los huéspedes. Un cliente satisfecho tiene mayores posibilidades de repetir y de emitir buenas referencias en las redes sociales.

Un buen anfitrión es una persona detallista, que cuida la decoración y la limpieza de la vivienda y los servicios. La entrega de una guía de lugares o restaurantes que visitar a la llegada ayuda a generar una buena impresión. Por otro lado, debe ser una persona arriesgada al ofrecer experiencias que los clientes no puedan olvidar y sientan la necesidad de volver. Los anfitriones deben contar con una gama amplia de actividades que los clientes puedan desarrollar durante su estancia. Y deben mantener una relación cercana y agradable con los clientes. Un buen profesional gestiona de forma productiva y segura con los recursos disponibles. En este sentido, las fotografías expuestas en las plataformas de reservas deben describir la propiedad que se ofrece, check-in automático y debe haber una retroalimentación con los clientes.

El perfil de cliente antes de la pandemia presentaba diferentes modalidades tanto en viviendas vacacionales como en hoteles. El cliente de hotel es un turista tradicional, que no se siente atraído por lo desconocido ni por la diversidad en gran medida sino que prefiere una experiencia que transmita comodidad sin grandes cambios o por lo menos no con la misma intensidad con que preferiría otro tipo de turista. En este sentido tiende a elegir propuestas conocidas o sugerencias de guías turísticas. Para este tipo de turista se diseñan zonas específicas en las que está a su alcance todo lo necesario para que su experiencia sea satisfactoria y no sienta la necesidad de salir del establecimiento. En estas zonas se prima la comodidad a la autenticidad. El turista de vivienda vacacional prefiere lo impredecible e ir más allá de lo establecido tradicionalmente y prefieren un viaje más individualizado y adaptado a la necesidad de cada persona.

A pesar de las diferencias encontradas en el perfil de cliente de uno y otro establecimiento turístico, los dos clientes tienen en común la búsqueda de la seguridad sanitaria a raíz de la crisis sanitaria de 2020. Este hecho obliga a los profesionales del turismo a reinventar un sector que se adapte y supere los retos impuestos por el coronavirus. En este sentido, el turista apostará en la nueva normalidad por un turismo de proximidad o local donde se garantice el cumplimiento de las medidas sanitarias y de seguridad, donde la salud esté protegida y se puedan evitar los contagios. El objetivo del viaje es disfrutar del

destino en lugar de consumirlo como era habitual antes del covid-19. Por tanto, las experiencias como disfrutar de la naturaleza o la cultura, sin olvidar la compañía, se prefieren y los lugares menos masificados como el ambiente rural o los pequeños pueblos serán las opciones más deseadas. Finalmente, la pandemia ha cambiado los hábitos de consumo y ha generado un cliente digitalizado que busca nuevos modelos de consumo más responsables con el medio ambiente.

6. Conclusiones

La pandemia mundial ocasionada por el brote del covid-19 afectó a gran escala al sector turístico debido a las restricciones de movilidad y a las normas de distanciamiento social. El resultado fue el registro de un cero turístico con efectos devastadores en el sector. Transcurrido el periodo del confinamiento domiciliario se volvió a lo que se ha denominado por nueva normalidad, generando un antes y un después en el sector turístico. Estos acontecimientos han motivado la presente investigación consistente en el análisis del impacto en los establecimientos turísticos.

Durante el primer periodo, Canarias es el destino turístico por excelencia en el panorama nacional con más de 16 millones de visitantes en 2017, provocando que la oferta de viviendas vacacionales experimentase un notable crecimiento hasta alcanzar 39.081 viviendas en 2019. Estos alojamientos lograron también un alto grado de ocupación con un número de turistas en el mismo año que alcanzó el.397.077 de turistas. Por otra parte, el sector hotelero con 24.992 establecimientos alojó a un total de 13.294.822 visitantes en el 2019.

Se ha vuelto a la “nueva normalidad” de forma paulatina debido a los distintos ritmos que han seguido los países con la apertura de sus fronteras. Una muestra de ello es la caída en el número de viajeros que ha llegado a ser del 90% en los primeros meses de 2021 y, por tanto, su efecto directo sobre el gasto turístico. En definitiva, se han registrado 33 millones menos de turistas y 34.000 millones menos de gasto turístico en comparación con 2019.

En definitiva, a partir de este momento es imprescindible estar atento a los movimientos de la competencia, saber si la oferta se ha mantenido y prestar más atención al cliente porque lo que antes funcionaba es probable que no lo haga ahora. Aun siendo incierta la situación a la que se enfrenta el sector es necesario tener planes de actuación según distintos escenarios.

Una de las principales incertidumbres es el futuro de las viviendas vacacionales. Uno de cada seis propietarios se ha visto obligados a ofrecer su propiedad en alquiler tradicional y bajar el precio. Como muestra el resultado de la encuesta el origen del cliente que ocupa estos establecimientos también ha cambiado. El cliente peninsular y local aparecen como nuevos usuarios de estos establecimientos.

El futuro del sector hotelero es también ambiguo. Se trata de uno de los sectores que más está sufriendo los efectos de la pandemia y que les ha obligado a definir un nuevo modelo de negocio. La demanda de estos establecimientos no ha recuperado los niveles de los que disfrutaba antes de la pandemia. Ganarse la confianza del cliente aparece como reto inmediato.

La actualidad y complejidad del tema son las limitaciones de esta investigación. La búsqueda de información ha sido compleja debido a la constante actualización de las bases de datos y, en ocasiones, la falta de homogeneidad de las distintas bases de datos ha dificultado el análisis final. De hecho, la información de todas las magnitudes no está disponible aun para 2021. Por tanto, el acceso a la información es limitado.

La encuesta fue diseñada tanto para propietarios de viviendas vacacionales como para directivos de hotel. Con respecto a los propietarios de viviendas vacacionales fue muy difícil establecer contacto ya que la interacción con los propietarios requiere de una reserva previa. Las respuestas recibidas fueron pocas y limitadas a la isla de Tenerife. Finalmente, no se consiguió llegar a los directivos de hotel, por lo que la encuesta se centra solo en las viviendas vacacionales y los resultados tienen un alcance meramente descriptivo.

7. Bibliografía

Aguilar, J. (2021, 3 de agosto). España pierde 5 millones de turistas y 6.000 millones de gasto turístico en el primer semestre. *ABC*. Recuperado de: https://www.abc.es/economia/abci-espana-pierde-5-millones-turistas-y-6000-millones-gasto-turistico-primer-semester-202108031024_noticia.html

Bautista, L. (2018, 27 de septiembre). El turismo una década de crecimiento en Canarias. *Canarias7*. Recuperado de: <https://www.canarias7.es/economia/turismo/el-turismo-una-decada-de-crecimiento-en-canarias-JB5571649>

Boletín Oficial de Canarias. DECRETO 113/2015, de 22 de mayo, por el que se aprueba el Reglamento de las viviendas vacacionales de la Comunidad Autónoma de Canarias. (2015, 28 de mayo) Rescatado de: <http://www.gobiernodecanarias.org/boc/2015/101/001.html>

Borrego Reyes, D (2016) Situación actual del alquiler vacacional en Canarias: Una visión del propietario. En SIMANCAS CRUZ, Moisés y MAÑOSO VALDERRAMA, Joaquín (Coord.), *La residencialización de las áreas turísticas de Canarias*. Santa Cruz de Tenerife. Promotur Turismo de Canarias S.A. (152). Recuperado de: http://www.pasosonline.org/Publicados/pasos_difunde/horizonte-turismo-canarias-vol-1.pdf

Confederación Canaria de Empresarios. (2019) *Actividad del sector turístico*. Recuperado de: <http://www.ccelpa.org/informe-anual/IA2019/pdf/indicadores/09-2019.pdf>

Efimova, D. (2020). *El turismo post-COVID: el nuevo informe de CEOE y EY analiza el futuro del sector*. *Futurismo*. Recuperado de: <https://futurismocanarias.com/el-turismo-post-covid-el-nuevo-informe-de-ceoe-y-ey-analiza-el-futuro-del-sector/>

Gómez, M. Alonso, A y Clemente, Y. (2020, 28 de abril). Los nueve gráficos que explican el impacto del coronavirus sobre el empleo. *El PAÍS*. Recuperado de: <https://elpais.com/economia/2020-04-28/los-nueve-graficos-que-explican-el-impacto-del-coronavirus-sobre-el-empleo.html>

Gutiérrez, H. (2020, 1 de junio). El mes en el que el turismo desapareció: cero llegadas de extranjeros y cero gasto en abril. *El PAÍS*. Recuperado de: <https://elpais.com/economia/2020-06-01/el-mes-en-el-que-el-turismo-desaparecio-cero-llegadas-de-extranjeros-y-cero-gasto-en-abril.html>

Hoteles Silken (2020, mayo) Protocolo para la reincorporación a la actividad tras el estado de alarma (covid-19) Recuperado de: <https://www.hoteles-silken.com/downloads/protocolopostcovid19hotelessilken41.pdf>

IMPACTUR (2018) Estudio del impacto económico del turismo sobre la economía y el empleo de las Islas Canarias. Recuperado de: <https://www.exceltur.org/wp-content/uploads/2019/12/IMPACTUR-Canarias-2018.pdf>

INE (2017) Cuenta Satélite del Turismo de España (CSTE). Base 2010. Recuperado de: https://www.ine.es/prensa/cst_2017.pdf

ISTAC (2021) Apartamentos y hoteles. Recuperado de: http://www.gobiernodecanarias.org/istac/datos-abiertos/galerias/visor/indicadores.html?tema=hoteles_apartamentos#data

ISTAC (2021) Gasto turístico. Recuperado de: http://www.gobiernodecanarias.org/istac/datos-abiertos/galerias/visor/indicadores.html?tema=gasto_turistico#data

ISTAC (2021) Turistas y viajeros. Recuperado de: http://www.gobiernodecanarias.org/istac/datos-abiertos/galerias/visor/indicadores.html?tema=turistas_viajeros#data

M.P. (2021, 21 abril). Los ERTE, el indicador que refleja la debacle del turismo. *preferente.com*. Recuperado de: <https://www.preferente.com/rss1/los-erte-el-indicador-que-refleja-la-debacle-del-turismo-308464.html>

Navarro, J. (2020, 3 de abril). Recuperación hotelera post covid-19. *Hostelur*. Recuperado de: https://www.hosteltur.com/comunidad/003991_recuperacion-hotelera-post-covid-19.html

Pérez Rodrigo, C. Gianzo Citores, M. Gotzone Hervás, B. Ruiz Litago, F. Casis Sáenz, L. y Aranceta-Bartrina, J. (2020, 25 de mayo). *Cambios en los hábitos alimentarios durante el periodo de confinamiento por la pandemia COVID-19 en España*. (trabajo de fin de grado. Universidad del País Vasco. Recuperado de: [https://www.renc.es/imagenes/auxiliar/files/RENC_2020_2_0X_Cambios_habitos_alimentarios_estilos_vida_confinamiento_Covid-19\(1\).pdf](https://www.renc.es/imagenes/auxiliar/files/RENC_2020_2_0X_Cambios_habitos_alimentarios_estilos_vida_confinamiento_Covid-19(1).pdf)

9. Anexo. Encuesta sobre el análisis del impacto del Covid-19 en los alojamientos turísticos en Canarias.

PRESENTACIÓN. ¡Hola!

Somos Nicole, Laura y Alba, estudiantes del Grado en Administración y Dirección de Empresas de la Universidad de La Laguna. Actualmente estamos realizando nuestro trabajo de Fin de Grado sobre el impacto del covid-19 en los alojamientos turísticos en Canarias.

Como propietario de vivienda vacacional le rogamos que conteste este cuestionario que no le llevará más de 5 minutos y es totalmente anónimo.

Muchísimas gracias por su colaboración.

Sección 1. Perfil del propietario de la vivienda vacacional

Sexo:

1. Hombre	2. Mujer	3. Prefiero no decirlo
-----------	----------	------------------------

Edad:

1. Entre 18 y 25	2. Entre 26 y 35	3. Entre 36 y 45	4. Entre 46 y 55	5. Entre 56 y 65	6. Más de 65
------------------	------------------	------------------	------------------	------------------	--------------

Situación laboral:

1. Autónomo	2. Empleado por cuenta ajena	3. Desempleado y no busco empleo porque mis ingresos proceden del alquiler vacacional	4. Desempleado y busco empleo
-------------	------------------------------	---	-------------------------------

Nivel de estudios:

1. Educación Primaria	2. Educación Secundaria	3. Bachiller, ciclo medio, ciclo superior, F.P, ...	4. Estudios universitarios
-----------------------	-------------------------	---	----------------------------

Isla de residencia

1. Tenerife	2. La Palma	3. La Gomera	4. El Hierro
5. Gran Canaria	6. Fuerteventura	7. Lanzarote	8. La Graciosa

Sección 2. Perfil de los huéspedes y ocupación

1. De estos lugares de procedencia, ¿cuál es el que más predomina en sus reservas de 2019?

1.	Reino Unido	
2.	Alemania	
3.	España, sin contemplar Canarias	
4.	Canarias	
5.	Suecia	
6.	Francia	
7.	Países Bajos	
8.	Bélgica	
9.	Italia	
10.	Irlanda	

2. De estos lugares de procedencia, ¿cuál es el que más predomina en sus reservas de 2020?

1.	Reino Unido	
2.	Alemania	
3.	España, sin contemplar Canarias	
4.	Canarias	
5.	Suecia	
6.	Francia	
7.	Países Bajos	
8.	Bélgica	
9.	Italia	
10.	Irlanda	

3. ¿Cuál es el aforo máximo de huéspedes que permite en su alojamiento?

1	2	3	4	5	6 o más
---	---	---	---	---	---------

4. Durante el año 2019, ¿qué porcentaje de pernoctaciones obtuvo aproximadamente en su vivienda?

1. Menos del 20%	2. Entre el 20% y el 40%	3. Entre el 41% y el 60%	4. Entre el 61% y el 80%	5. Más del 80%
------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	----------------

5. Durante el año 2020, ¿qué porcentaje de pernoctaciones obtuvo aproximadamente en su vivienda?

1. Menos del 20%	2. Entre el 20% y el 40%	3. Entre el 41% y el 60%	4. Entre el 61% y el 80%	5. Más del 80%
------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	----------------

6. ¿Qué rango de edad es más frecuente en la reserva de su alojamiento durante la pandemia?

1. Entre 18 y 25	2. Entre 26 y 35	3. Entre 36 y 45	4. Entre 46 y 55 años	5. Entre 56 y 65 años	6. Más de 65 años
------------------	------------------	------------------	-----------------------	-----------------------	-------------------

Sección 3: Política de precios, cancelaciones y servicios auxiliares

1. Respecto a su política de precios, ¿los ha cambiado durante la pandemia?

1. No	2. Sí, los he reducido	3. Sí, los he subido
-------	------------------------	----------------------

2. Durante la pandemia, ¿cuál es la media de cancelaciones al mes que ha tenido a última hora?

Ninguna	1	2	3	Más de 3
---------	---	---	---	----------

3. ¿Aplica algún tipo de recargo de limpieza adicional diferente a partir de la pandemia?

1. Sí	2. No
-------	-------

4. ¿Qué sistema de check-in dispone en su alojamiento de vivienda vacacional?

1. Contacto directo con el huésped	2. Dejar llaves en un buzón	3. Cerradura con clave	4. Otro método
------------------------------------	-----------------------------	------------------------	----------------

5. ¿Quién gestiona los siguientes servicios?

		Propietario	Empresa o persona externa
1.	Recepción de Huéspedes		
2.	Limpieza de vivienda		

6. ¿Cuántas ofertas de alquiler de larga temporada ha recibido desde que empezó la pandemia?