



**PREFERENCIAS DE LOS JÓVENES CANARIOS TRAS LA PANDEMIA:
HOTELES VS. VIVIENDAS VACACIONALES**

**PREFERENCES OF YOUNG PEOPLE FROM THE CANARY ISLANDS AFTER
THE PANDEMIC: HOTELS VS. HOLIDAY HOMES**

Casañas Vera, Adriana

Rodríguez Bencomo, Daniela

Tutor: Mendoza Jiménez, Javier

Grado en Turismo

Facultad de Economía, Empresa y Turismo

Curso académico 2020-2021

Convocatoria de junio

San Cristóbal de La Laguna, 10 de junio de 2021

RESUMEN

En el presente Trabajo de Fin de Grado se abordará cómo ha cambiado la perspectiva de los jóvenes canarios al elegir dónde pasar sus próximas estancias tras la pandemia, tomando como base dos opciones: hotel o vivienda vacacional. Se expone una comparación de ambas modalidades alojativas, requisitos y medidas sanitarias contra la COVID-19. Asimismo, se desarrolla la visión de la parte de la demanda: sector joven de Canarias; y de la parte de la oferta: representantes del sector hotelero y de la vivienda vacacional.

ABSTRACT

This Final Degree Project will cover how the perspective of young people from the Canary Islands has changed when choosing where to spend their next stay after the pandemic, based on two options: hotel or holiday home. A comparison of both types of accommodation, requirements and health measures against COVID-19 is presented. It also develops the vision of the demand side: the young sector of the Canary Islands; and the supply side: representatives of the hotel and holiday home sector.

PALABRAS CLAVE: hotel, vivienda vacacional, COVID-19, jóvenes.

KEY WORDS: hotel, holiday home, COVID-19, young people.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

1. INTRODUCCIÓN	5
2. MARCO TEÓRICO	6
2.1. CARACTERÍSTICAS DE LOS HOTELES	6
2.2. CARACTERÍSTICAS DE LAS VIVIENDAS VACACIONALES	10
3. SECTOR DEL ALOJAMIENTO TURÍSTICO EN CANARIAS	15
3.1. CONTEXTO DEL ALOJAMIENTO TURÍSTICO EN CANARIAS	15
3.2. ESTRUCTURA DE LA OFERTA DEL ALOJAMIENTO TURÍSTICO EN CANARIAS	16
3.2.1. Estructura del alojamiento hotelero en Canarias	16
3.2.2. Estructura de la oferta de vivienda vacacional en Canarias	17
4. METODOLOGÍA	21
5. RESULTADOS	22
5.1. RESULTADOS DE LA ENCUESTA	22
5.2. ENTREVISTAS	30
6. CONCLUSIONES Y LIMITACIONES	32
7. BIBLIOGRAFÍA	34
8. ANEXOS	37
8.1. TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS REALIZADAS	37
8.2. ESTRUCTURA DE LA ENCUESTA REALIZADA	46

ÍNDICE DE TABLAS Y GRÁFICOS

Tabla 1. Categorización de los hoteles según la ubicación	7
Tabla 2. Categorización de los hoteles según el tipo de clientes al que está dirigido	8
Tabla 3. Categorización de los hoteles según su especialización	8
Tabla 4. Categorización de los hoteles según estrellas	9
Tabla 5. Requisitos de equipamiento mínimo de las viviendas vacacionales	11
Tabla 6. Requisitos de servicio	14
Tabla 7. Oferta alojativa hoteles en Canarias en el período 2019 – abril 2021	16
Tabla 8. Viviendas turísticas y plazas en Las Palmas en 2020-2021	18
Tabla 9. Viviendas turísticas y plazas en Santa Cruz de Tenerife en 2020-2021	19
Tabla 10. Viviendas turísticas sobre viviendas censadas en 2011: Las Palmas	20
Tabla 11. Viviendas turísticas sobre viviendas censadas en 2011: Santa Cruz de Tenerife	20
Tabla 12. Preferencias de los hoteles y viviendas vacacionales	25
Tabla 13. Por qué eligen hotel o vivienda vacacional	26
Tabla 14. Ventajas de hoteles y viviendas vacacionales	29
Tabla 15. Sugerencias de cambios en hoteles y viviendas vacacionales	30
Tabla 16. Características de las entrevistas realizadas	31
Gráfico 1. Establecimientos hoteleros abiertos por islas en abril 2021	17
Gráfico 2. Plataformas usadas para contratar viviendas vacacionales en Canarias	18
Gráfico 3. Edad de las personas que han realizado la encuesta	23
Gráfico 4. Frecuencia de pernoctación en hoteles antes del COVID-19	23
Gráfico 5. Frecuencia de pernoctación en viviendas vacacionales antes del COVID-19	24
Gráfico 6. Valoración de la seguridad de los alojamientos turísticos	24
Gráfico 7. Percepción de cómo se han adaptado los alojamientos a la pandemia	25
Gráfico 8. Duración de la estancia	27
Gráfico 9. Preferencias en cuanto a diversas características	28
Gráfico 10. Qué circunstancia haría que cambiaran el tipo de alojamiento	28
Gráfico 11. Cambios en la experiencia en los alojamientos después de la pandemia	29

1. INTRODUCCIÓN

El sector del alojamiento turístico ha progresado a lo largo de los últimos años junto con las preferencias y necesidades de sus usuarios. Es por ello por lo que, actualmente, al elegir el hospedaje en un destino se tiene en cuenta dos modalidades principales: hotel y vivienda vacacional. No obstante, el pasado año 2020 fue crítico para ambos tipos de alojamiento debido a un brote de coronavirus¹ que surgió el pasado 31 de diciembre de 2019 en Wuhan, China. Esta nueva especie de coronavirus fue denominada como 2019-nCoV, causante de un gran número de casos y fallecimientos en China y en creciente cantidad fuera de ella, convirtiéndose en una emergencia de salud pública a nivel mundial debido a su rápida propagación en el resto de países. Como medida de seguridad se decretó un confinamiento que obligó a desalojar hoteles y viviendas vacacionales dado que la población debía permanecer en cuarentena en sus hogares y, por tanto, los huéspedes debían retornar a su país de origen y cumplir con las indicaciones de última hora que se habían establecido para evitar la propagación del COVID-19. A pesar de que ambos permanecieron cerrados, el sector hotelero tuvo pérdidas mayores que las viviendas vacacionales debido a los altos costes de sus infraestructuras. De hecho, numerosos hoteles tuvieron que cesar definitivamente su actividad por la carencia de fondos para mantener la edificación y su plantilla.

En el año 2020 el PIB turístico de España sufre una caída del 69% con respecto al registrado en 2019. Se percibe una cierta recuperación de la actividad con el fin del confinamiento y tras la implementación de medidas y protocolos sanitarios, tanto hoteles como viviendas vacacionales comienzan paulatinamente a acoger huéspedes de nuevo. Sin embargo, la experiencia vivida por el cliente durante la estancia es diferente debido a las nuevas normas que se han adoptado.

El objetivo de esta investigación es evaluar cómo ha afectado la COVID-19 a la perspectiva del usuario turístico, en concreto al sector joven en Canarias, a la hora de elegir en qué tipo de alojamiento hospedarse tras la pandemia. Para alcanzar este objetivo, se buscará lo siguiente:

- Entender cómo ha evolucionado la percepción de los usuarios de ambas modalidades alojativas tras la pandemia: preferencias, comodidad, seguridad, flexibilidad, etc.
- Identificar los factores en el caso de que haya habido un cambio de opción alojativa general.
- Comprender los distintos puntos de vista por parte de la oferta, tanto del sector hotelero como de la vivienda vacacional.
- Conocer qué tipo de alojamiento prefieren los jóvenes en la actualidad y qué cambios están llevando a cabo tanto viviendas vacacionales como hoteles para satisfacer las necesidades de este sector.

Este Trabajo de Fin de Grado se estructura, en primer lugar, mostrando una revisión bibliográfica de los conceptos de “hotel” y “vivienda vacacional”, seguidos de las preferencias de los jóvenes. A continuación, se explican algunas de las medidas sanitarias llevadas a cabo por dichos sectores

¹ Según Ena y Wenzel (2020;115) “Los coronavirus son una familia de virus que generalmente causan infecciones leves del tracto respiratorio superior, pero las mutaciones en las proteínas de la superficie del virus pueden conducir a infecciones graves del tracto respiratorio inferior, como el Síndrome Respiratorio del Medio Oriente (MERS-CoV) y el Síndrome Respiratorio Agudo Severo (SARS-CoV)”.

y cómo es el sector alojativo en Canarias. Finalmente, se explica la metodología llevada a cabo, y las conclusiones que se definen tras el análisis.

2. MARCO TEÓRICO

2.1. CARACTERÍSTICAS DE LOS HOTELES

El concepto de hotel tiene numerosas definiciones, las cuales han ido evolucionando con el paso del tiempo. Su origen proviene del latín *hospes*, que significa “huésped”. La referencia, tal y como se conoce en la actualidad, se origina del latín *hospitale cubiculum*: habitación del huésped. No existe una definición universalmente aceptada de qué es un hotel. Cabe destacar que la Organización Mundial de Turismo (OMT) no recoge este término dentro del Glosario de Términos de Turismo. La Real Academia Española (RAE) define el hotel como un “establecimiento de hostelería capaz de alojar con comodidad a huéspedes o viajeros”. Equipo Vértice (2008; 4) considera que un hotel es un “establecimiento dirigido por profesionales en el que se ofrece al cliente alojamiento con o sin servicios integrados, a cambio de una contraprestación económica. Este establecimiento puede ofrecer e incorporar distintos servicios y productos, diferenciándose así un hotel de otro”. Por su parte, Marrero (2006; 75) describe que un hotel es un “tipo de establecimiento hotelero que dispone de unidades alojativas y ofrece servicio de alimentación y otros complementarios”. El Gobierno de Canarias expone en el Decreto 149/1986, de 9 de octubre, de Ordenación Hotelera que un hotel es “el establecimiento comercial que bajo unidad económica de explotación ofrece alojamiento, con o sin otros servicios complementarios, de acuerdo con su categoría; ocupa la totalidad o parte independizada de un inmueble, constituyendo sus dependencias un todo homogéneo con entradas y, en su caso, ascensores, escaleras, otras dotaciones de uso exclusivo del establecimiento y reúne los requisitos técnicos y de equipamiento establecidos en la presente ordenación”.

Existen otro tipo de definiciones de hotel que se centran en los servicios que este ofrece, como es el caso de Bardi (2003; 14), que establece que “un hotel suele ofrecer a sus huéspedes una completa gama de alojamientos y servicios, que pueden incluir reservas, suites, comedores públicos e instalaciones para banquetes, salones y zonas de entretenimiento, servicio de habitaciones, televisión por cable, ordenadores, salas de reuniones, tiendas especializadas, servicio de aparcacoches, lavandería, peluquería, piscina y otras actividades recreativas, salas de juego/casino, transporte al aeropuerto y servicios de conserjería”. Para la presidenta del Grupo Fedola², Victoria López,³ un hotel es “el lugar responsable del mejor momento en la vida de las personas. Nadie se va de vacaciones a pasarlo mal, al contrario, las expectativas de vacaciones de la gente siempre son para pasar tu mejor momento en tu vida. Así que el hotel siempre será el responsable de hacer cumplir esas expectativas, que son pasarlo bien y disfrutar”.

A partir de las definiciones anteriores se propone la siguiente: *un hotel es un establecimiento dirigido por profesionales, cuya actividad principal es el alojamiento de huéspedes o viajeros en*

² El Grupo Fedola es una organización empresarial de capital canario, conformada por 17 empresas, siendo GF Hoteles una de ellas, compuesta por cinco hoteles.

³ En una entrevista para esta investigación.

un destino y que incluye otro tipo de servicios como restauración/alimentación, entretenimiento o bienestar entre otros, a elección del cliente a cambio de una prestación económica.

Para clasificar los distintos tipos de hoteles se ha recurrido a las definiciones de Marrero (2016) y las extraídas de la cadena hotelera Catalonia Hotels. A su vez se pueden distinguir varias categorías de hoteles según diversas prestaciones tal y como se observa en las tablas 1, 2 y 3.

Tabla 1. Categorización de los hoteles según la ubicación

<p><u>Hotel de aeropuerto</u>: establecimiento hotelero cuya característica principal es su ubicación pues, como su nombre indica, se encuentra en las proximidades del aeropuerto.</p>
<p><u>Hotel emblemático</u>: la edificación de este establecimiento constituye un bien inmueble integrante del patrimonio histórico de Canarias. Al igual que la mayoría de los hoteles, ofrece servicios de alimentación y otros servicios.</p>
<p><u>Hotel rural</u>: establecimiento hotelero que presta los servicios principales del resto de hoteles, siendo su principal diferencia la ubicación que, como su nombre indica, es el entorno rural. Dicha característica suele estar reflejada en sus servicios complementarios.</p>
<p><u>Hotel de aventura</u>: tipo de establecimiento que, por norma general, está ubicado en lugares de alto valor natural. Ofrece servicios al igual que los hoteles convencionales, sin embargo, este tipo de alojamiento se encuentra en zonas recónditas del planeta como la selva o un safari; y el objetivo de sus huéspedes es vivir nuevas experiencias extremas.</p>
<p><u>Hotel de playa</u>: estos hoteles están situados en primera línea de playa o en sus proximidades. Los huéspedes suelen ser turistas de sol y playa que buscan la comodidad y la cercanía a la costa.</p>
<p><u>Hotel urbano</u>: está dentro de las ciudades y cuentan con una localización privilegiada dentro de ellas. Una de sus funciones principales es, al estar normalmente en el centro de la ciudad, que los huéspedes no tengan que desplazarse.</p> <p>Dentro de esta categoría podemos incluir los siguientes tipos de hoteles urbanos:</p> <ul style="list-style-type: none">● <u>Hotel cápsula</u>: es un tipo de hotel propio de Japón con numerosas habitaciones, pero de tamaño reducido, llamadas cápsulas, siendo sus medidas 2 metros de largo, 1 metro de alto y 1,25 metros de ancho. Su servicio básico es el de alimentación.● <u>Hotel de convenciones</u>: establecimiento hotelero especializado en el turismo MICE (<i>Meetings, Incentives, Conventions and Events</i>). Una de sus características principales es la dotación de material y espacios adaptados y especializados para la celebración de distintos tipos de eventos y congresos.● <u>Hotel de negocios</u>: se especializa en el segmento de clientes de negocios y dispone de unidades alojativas y ofrece servicio de alimentación y otros complementarios.

Fuente: Elaboración propia a partir de Marrero (2016) y la página web de Catalonia Hotels (<https://www.cataloniahotels.com/es/blog/tipos-de-hoteles/>).

Tabla 2. Categorización de los hoteles según el tipo de clientes al que está dirigido

<p><u>Hotel familiar</u>: establecimiento hotelero cuyas instalaciones y oferta de servicios están especializados tanto en adultos como en niños para que estos pasen las vacaciones en familia, con entretenimiento para todas las edades. Además, sus habitaciones están equipadas para alojar a toda la familia.</p>
<p><u>Hotel para adultos</u>: establecimiento hotelero que, como su nombre indica, solo permite hospedarse a los adultos. Ofrece los mismos servicios que un hotel convencional, con la excepción de que el servicio ofrecido suele estar enfocado al disfrute en pareja y al relax sin niños.</p>
<p><u>Hotel de lujo</u>: busca la satisfacción de sus huéspedes a través de su estilo lujoso y refinado, a parte de la exclusividad de los distintos servicios que ofrece.</p>
<p><u>Hotel ecológico</u>: este tipo de alojamiento plantea en su modelo de gestión y su cultura corporativa principios y medidas respetuosas con el medio ambiente, con el objeto de preservar la naturaleza en el entorno que le rodea, que dispone de unidades alojativas y ofrece servicio de alimentación y otros complementarios. Habitualmente está enclavado en un entorno de gran valor natural o paisajístico.</p>

Fuente: Elaboración propia a partir de Marrero (2016) y la página web de Catalonia Hotels (<https://www.cataloniahotels.com/es/blog/tipos-de-hoteles/>).

Tabla 3. Categorización de los hoteles según su especialización

<p><u>Hotel casino</u>: establecimiento hotelero cuya estructura y actividad principal es el casino y que ofrece alojamiento, alimentación y otros servicios a los huéspedes.</p>
<p><u>Hotel gourmet</u>: especializado en una oferta gastronómica de alta calidad, que dispone de unidades alojativas y ofrece servicio de alimentación y otros complementarios.</p>
<p><u>Hotel spa</u>: establecimiento hotelero que, a parte de presentar las características de un hotel convencional, cuenta con las instalaciones especializadas para ofrecer servicios y tratamientos de salud a sus huéspedes. Suele ofrecer piscinas climatizadas, saunas, jacuzzis, balneario, hidromasajes, etc.</p>
<p><u>Hotel temático</u>: ambientado en un tema concreto, que puede ser general (cine, naturaleza) o específico (personaje público, una saga), que ofrece los servicios de un hotel convencional pero su rasgo diferenciador es que dichos servicios y actividades seguirán la misma temática.</p>
<p><u>Hotel resort</u>: este establecimiento ofrece un servicio completo de descanso, ocio y entretenimiento, deporte y demás actividades, de forma que el huésped no tenga la necesidad de salir del establecimiento, ya que todas sus necesidades quedarán cubiertas.</p>
<p><u>Hotel todo incluido</u>: este tipo de alojamiento tiene un régimen que, como su propio nombre</p>

indica, está “todo incluido”. Los huéspedes pagan un precio fijo donde se incluyen todos los gastos adicionales: comida, bebidas, actividades, etc.

Hotel vacacional: especializado en el segmento de descanso y ocio, que suelen encontrarse en la costa debido a que la mayoría de su clientela son turistas de sol y playa.

Fuente: Elaboración propia a partir de Marrero (2016) y la página web de Catalonia Hotels (<https://www.cataloniahotels.com/es/blog/tipos-de-hoteles/>).

Además, los hoteles siguen una clasificación en cinco categorías clasificadas por estrellas. Según la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT), en función del número de estrellas, los hoteles deben satisfacer principalmente los requerimientos que pueden observarse en la tabla 4.

Tabla 4. Categorización de los hoteles según estrellas

Número de estrellas	Principales características			
	Tamaño mínimo habitación individual	Tamaño mínimo habitación doble	Tamaño mínimo cuarto de baño	Especificaciones
☆	7 m ²	12 m ²	3,5 m ²	Calefacción y ascensor.
☆☆	7 m ²	14 m ²	3,5 a 4 m ²	Teléfono en la habitación, calefacción, ascensor y caja de seguridad.
☆☆☆	8 m ²	15 m ²	4 m ²	Teléfono en la habitación, aire acondicionado en zonas comunes, ascensor y caja de seguridad.
☆☆☆☆	9 m ²	16 m ²	4,5 m ² (con baño y ducha)	Teléfono en la habitación, calefacción, aire acondicionado en la habitación, ascensor, bar y caja de seguridad.
☆☆☆☆☆	10 m ²	17 m ²	5 m ² (con baño y ducha)	Teléfono en la habitación, calefacción, aire acondicionado en la habitación, ascensor, bar y caja de seguridad.

Fuente: Elaboración propia a partir de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT).

Finalmente, cabe destacar que dentro de los hoteles también se clasifican sus habitaciones; entre las que se pueden identificar las tres más comunes, que son: habitación estándar, que es la más sencilla, habitación superior, la cual ofrece más prestaciones y comodidades y, por último, habitación *deluxe*, siendo la máxima categoría.

2.2. CARACTERÍSTICAS DE LAS VIVIENDAS VACACIONALES

Por otro lado, se encuentran las viviendas vacacionales. El concepto de vivienda vacacional, según la Consejería de Turismo, Cultura y Deporte del Gobierno de Canarias son: “las viviendas, que amuebladas y equipadas en condiciones de uso inmediato y reuniendo los requisitos previstos en este Reglamento⁴, 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 vacacional y a cambio de un precio” (Gobierno de Canarias, 2015).

Al igual que ocurre con el concepto de “hotel”, para la vivienda vacacional no existe una definición universalmente aceptada, de hecho, se encuentran principalmente definiciones desde el punto de vista jurídico. En el informe “Alquiler vacacional en Canarias. Una perspectiva jurídica” de la Cátedra de Turismo de CajaCanarias, ASHOTEL y Universidad de La Laguna (2020; 5), este término se puede expresar de varias formas, ya sea apartamentos vacacionales, apartamentos turísticos, viviendas vacacionales o viviendas turísticas de corta duración. Aunque estos términos sean diferentes, todos son sinónimos de alquiler vacacional. En este mismo informe se expone que las viviendas vacacionales son “un híbrido entre un alojamiento turístico y un arrendamiento para uso distintivo de vivienda”. Marrero (2016; 145) define una vivienda vacacional como “un alojamiento de vacaciones o vivienda secundaria visitada por los miembros del hogar, fundamentalmente con fines de ocio, vacaciones o cualquier otra forma de esparcimiento”.

Javier Martín Vera, gerente de la Asociación Canaria del Alquiler Vacacional⁵ (ASCAV) define que la vivienda vacacional⁶ “es una vivienda, modalidad de alojamiento turístico, que trata de ofrecer un servicio y un alojamiento más cercano y más aproximado a lo que es una vivienda o un hogar que otro tipo de unidades de alojamiento. Pretende dar un servicio más cercano al huésped y que se sienta como en casa. Nosotros representamos con orgullo este tipo de personas que se enorgullecen de su tierra y en los servicios que se ofrecen al huésped está algo más que el alojamiento. Intentar tener un trato mucho más cercano y más cálido es lo que nos define”.

Tomando como punto de partida lo anterior, se propone definir la vivienda vacacional como un *alojamiento amueblado y equipado conforme a una serie de normas y que se pone en alquiler principalmente con fines turísticos a terceros, de forma temporal a cambio de una compensación económica.*

⁴ Se refiere al Reglamento de las viviendas vacacionales de la Comunidad Autónoma de Canarias.

⁵ La asociación ASCAV se crea para parar la injusticia que suponía relegar o ilegalizar la importancia turística de la Vivienda Vacacional en Canarias como parte de la oferta turística y con el objetivo de obtener el reconocimiento que esta modalidad de alojamiento se merece por los beneficios que ha venido reportando durante tantos años al conjunto de la economía insular y en especial a la familiar.

⁶ En una entrevista para esta investigación.

Desde el punto de vista legal, las viviendas vacacionales deben cumplir con unas condiciones de uso, requisitos y equipamientos expuestos en el Capítulo II del Decreto 113/2015, de 22 de mayo, por el que se aprueba el Reglamento de las viviendas vacacionales de la Comunidad Autónoma de Canarias. El artículo 8 de las condiciones de uso y requisitos de seguridad sostiene que “las viviendas vacacionales deberán permanecer en un adecuado estado de conservación y ponerse a disposición de las personas usuarias en perfectas condiciones de limpieza e higiene, de tal forma que se permita su utilización con carácter inmediato”. Por otra parte, las personas propietarias de las viviendas o en su caso, las personas físicas o jurídicas a las que previamente la persona propietaria haya encomendado la explotación de la misma, deberán remitir a la Dirección General de Policía la información relativa a la estancia de las personas que se alojan en ella, de acuerdo con las normas legales de registro documental e información que se exigen en la normativa vigente en materia de protección de la seguridad ciudadana y demás disposiciones aplicables. En el artículo 10 se describen los requisitos de equipamiento mínimos: las viviendas vacacionales deberán contar con el equipamiento mínimo establecido en el presente artículo, en cada una de sus dependencias, de forma proporcional al número de sus ocupantes y acorde a la actividad desarrollada en las mismas (tabla 5).

Tabla 5. Requisitos de equipamiento mínimo de las viviendas vacacionales

Equipamiento general	<ul style="list-style-type: none"> a) Cierre interior de seguridad en puertas de acceso. b) Botiquín de primeros auxilios.
Dormitorio	<ul style="list-style-type: none"> a) Iluminación para la lectura junto a cada cama. b) Sistema efectivo de oscurecimiento de cada dormitorio. c) Perchas de material no deformable y estilo homogéneo adecuadas al número de personas usuarias. d) Camas dobles o individuales con las siguientes dimensiones mínimas: <ul style="list-style-type: none"> - Individuales: 0,90 m x 1,90 m - Dobles: 1,35 m x 1,90 m e) Equipamiento mínimo y ropa de cama suficiente por persona usuaria: <ul style="list-style-type: none"> - Protector de colchón. - Sábanas o similar. - Manta. - Almohada. - Cubrecama. <p>En caso de que la contratación fuese superior a una semana, se dotará de otro juego de cama por persona usuaria para cada semana o fracción.</p>

Baño	<ul style="list-style-type: none"> a) Espejo. b) Secador. c) Portarrollos para papel higiénico. d) Alfombrilla. e) Soporte, con capacidad suficiente, para colocar objetos de aseo en caso de no contar con encimera o similar. f) Toalleros, perchas o colgadores con capacidad suficiente. g) Sistema que impida la salida de agua en la bañera o plato de ducha. h) Toallas de baño para cada persona usuaria. i) Toallas de mano para cada persona usuaria. j) Cuando la estancia fuese superior a una semana, se dotará de otro juego de toallas por persona usuaria para cada semana o fracción.
Cocina	<ul style="list-style-type: none"> a) Horno o microondas. b) Cafetera. c) Vajilla, cubertería y cristalería en número adecuado a la capacidad de personas usuarias. d) Menaje y lencería suficiente para la manipulación y consumo de alimentos. e) Utensilios de limpieza (plancha y tabla de planchar).

Fuente: Elaboración propia a partir del Decreto 113/2015, de 22 de mayo, por el que se aprueba el Reglamento de las viviendas vacacionales de la Comunidad Autónoma de Canarias⁷.

2.3. PREFERENCIAS DE LOS JÓVENES

Debido a la COVID-19, tanto los hoteles como las viviendas vacacionales se están enfrentando a una situación de baja ocupación y, a consecuencia de esto, el secretario general de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT), Ramón Estalella, valora que los hoteles han causado un “grave problema de competitividad y falta de flexibilidad en sus precios, al tener que cumplir un montón de exigencias que no le han pesado a la vivienda de alquiler vacacional” (Hosteltur, 2020). La Estadística de Movimientos Turísticos en Fronteras (FRONTUR) muestra que en julio de 2020 el alojamiento hotelero en España bajó un 82,3% en tasa anual, mientras que la vivienda vacacional lo hizo un 69,9%. Con estos datos se pudo observar que los huéspedes basan su elección en el precio y en alojamientos que puedan garantizar el distanciamiento social.

Cuando se habla de jóvenes, cabe destacar que han sido los primeros en volver a realizar viajes y, según un análisis realizado por Braintrust (2020), los hoteles son los más perjudicados, dado que los suelen elegir las personas que tienen una edad más avanzada. Los más jóvenes (menos de 25 años), prefieren las viviendas de alquiler vacacional y los albergues, dado que son más

⁷ BOC N° 101. Jueves 28 de mayo de 2015.

accesibles para ellos. Finalmente, en cuanto a las redes sociales, cabe destacar que estas son muy importantes cuando se hace publicidad, dado que el 72% de los viajeros afirma que tiene en cuenta los comentarios y opiniones que hay en internet para realizar sus futuros viajes.

Según el estudio "Future of US Millennial Travel" (Resonance, 2018), que encuestó a 1600 viajeros comprendidos entre 20 y 26 años, el 52% de los usuarios utiliza de manera regular servicios de alquiler directo del propietario, tales como Airbnb o Booking, aunque dijeron que no eran su tipo de alojamiento favorito. Otro 23% dijo que también lo contrataba de manera regular pero esta vez siendo este su tipo de alojamiento preferido. Por último, el 35% de los viajeros *millennials* encuestados prefieren el hotel como primera opción. En España, según un estudio realizado por Rastreator (2016), los jóvenes de hasta 24 años eligen preferiblemente apartamentos, casas de familiares, albergues o pisos compartidos; mientras que los que tienen entre 25 y 34 años suelen optar más por quedarse en hoteles. A modo de conclusión, destaca el estudio realizado por Hundredrooms y La Escuela de Negocios ESERP (2020), sobre los hábitos turísticos de los *millennials* en España. Este manifiesta que los jóvenes entre 20 y 35 años tienen en cuenta principalmente el precio, la ubicación y el entorno para elegir el alojamiento para sus vacaciones. Además, si van en grupo, a la hora de alquilar el alojamiento, se pueden repartir los gastos.

2.4. ESTRATEGIAS DE ADAPTACIÓN COVID-19

En mayo de 2020, el Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE) publicó unas directrices y recomendaciones: "Medidas para la reducción del contagio por el coronavirus SARS-CoV-2". Esta herramienta ayuda a los hoteles y apartamentos turísticos a identificar y analizar los riesgos que podría causar el virus en sus organizaciones. Actualmente, los hoteles tienen unas medidas y requisitos generales para prevenir los contagios de la COVID-19. Entre sus requisitos generales, el hotel debe planificar sus tareas y formas de trabajo manteniendo las distancias de seguridad adecuadas establecidas por las autoridades sanitarias. Para los turnos de trabajo, deben ser siempre los mismos empleados los que estén en el mismo grupo, de esta manera si hubiera un caso positivo en algún grupo no se contagiarían entre diferentes grupos.

Con respecto a los trabajadores vulnerables al COVID-19, el hotel debe valorar las medidas específicas que dicho personal precise para trabajar en un entorno personal seguro. Se deben asegurar y facilitar el lavado de manos con agua y jabón de los empleados y, en caso de que esto no sea posible, el uso de gel desinfectante. Así como, establecer las normas de uso de las instalaciones y espacios comunes en los que se realicen los trabajos, tales como ascensores, comedores, vestuarios, etc.

Otro de los elementos más importantes es la ventilación diaria de todas las áreas del hotel. Se deben respetar las distancias de seguridad y el correspondiente control de aforo. Se recomienda que el establecimiento se haga cargo de la limpieza del uniforme del personal, dado que debe hacerse a una temperatura mayor de 60 grados y esto generaría mayor seguridad. Si el lavado de uniforme se hace en el domicilio del personal, el hotel debe informar a los empleados sobre la limpieza de estos. Por último, los trabajadores deben ser formados para usar la mascarilla y los guantes adecuadamente; a parte de quedar registrada dicha formación.

En cuanto a las medidas informativas de los hoteles, destaca principalmente el plan de contingencia, el cual es elaborado por el equipo de seguridad, salud y gestión y que debe ser comunicado según afecte a los empleados, proveedores y clientes para su correcta aplicación. Es obligatorio que el hotel informe a sus clientes de las condiciones y medidas de prevención del servicio antes de confirmar la reserva. Entre las medidas informativas que debe tener el establecimiento se pueden diferenciar: cartelería sobre las medidas preventivas y pasos que deben seguir los clientes, marcado de las distancias de seguridad en las zonas comunes (restaurante, recepción...), información para emergencias (centros de asistencia sanitaria, bomberos, policía). Cabe destacar que la cartelería debe estar, al menos, en una lengua extranjera, en consideración a los países de origen de los clientes del hotel.

De todas las medidas detalladas en la guía se han seleccionado los requisitos de servicio ya que son las que directamente perciben los huéspedes. Dentro de este apartado se distinguen: servicio de recepción y acogida, servicio de cafetería/restaurante, alojamiento y zonas de uso común. Es preciso señalar que para el área de restauración y cafetería se remite al protocolo de “Medidas para la reducción de contagio por el coronavirus SARS-Cov-2 en servicios de restauración” (ICTE, 2020), de aplicación al servicio de cafetería/restaurante (tabla 6).

Tabla 6. Requisitos de servicio

Medidas preventivas para el servicio de recepción y acogida
<ul style="list-style-type: none"> - Aforo máximo en la recepción. - Establecer medidas que aseguren el distanciamiento entre clientes y con los empleados. - Se debe tener desinfectante en estas zonas. - Evitar compartir bolígrafos. - Fijar marcadores para asegurar la distancia mínima de seguridad entre clientes. - Fomentar el pago con tarjeta y <i>contactless</i>. - Limpiar los mostradores diariamente. - Equipo informático y teléfono deben desinfectarse al inicio y al final de cada turno de trabajo.
Medidas preventivas para el servicio de cafetería/restaurante
<ul style="list-style-type: none"> - Reducir la manipulación y la intervención del cliente para prevenir el riesgo. - En el caso de buffet, debe ser asistido. - Deben eliminarse los equipamientos de uso común como saleros o máquinas de bebidas. - Itinerario para evitar aglomeraciones en determinadas zonas. - Los camareros deben usar mascarilla. - Todo el material de vajilla debe limpiarse en lavavajillas.

Medidas preventivas para el alojamiento
<ul style="list-style-type: none"> - Reducción de textiles en la habitación en objetos de decoración y <i>amenities</i>. - La papelería del baño debe contar con tapa, doble bolsa y accionamiento no manual. - Las mantas y almohadas en armarios deben encontrarse protegidas. - El secador del pelo debe limpiarse a la salida del cliente. - Las perchas deben ser desinfectadas a la salida del cliente. - Debe limitarse el servicio de plancha.
Medidas preventivas para las zonas de uso común
<ul style="list-style-type: none"> - Determinar aforos de las distintas zonas comunes. - Disponer de solución desinfectante en zonas de paso e instalaciones de uso intensivo para los clientes. - Los aseos de uso común deben evitar las toallas individuales y se deben desinfectar al menos 6 veces al día. - Los espacios para eventos deben ventilarse dos horas antes de su uso. - Se debe prestar especial atención a la limpieza y desinfección de: <ul style="list-style-type: none"> - <u>Gimnasios</u>: limitar el aforo, marcar las distancias en las clases colaborativas, limpiar las salas entre sesiones, no usar fuentes de uso común, utilizar toallas, limpiar las máquinas después de ser usadas. - <u>Ascensores</u>: capacidad máxima, no compartirse entre no convivientes. - <u>Piscinas y spas</u>: se determinarán las directrices y recomendaciones de acuerdo con el informe sobre comportamiento del COVID-19 en el agua de piscinas tanto exteriores como cubiertas. En el spa se remite a las “Medidas para la reducción de contagio por SARS-CoV-2 en balnearios”. - <u>Áreas de recreo infantiles</u>: mayor frecuencia de limpieza y desinfección.

Fuente: Elaboración propia a partir de ICTE (2020).

3. SECTOR DEL ALOJAMIENTO TURÍSTICO EN CANARIAS

3.1. CONTEXTO DEL ALOJAMIENTO TURÍSTICO EN CANARIAS

La crisis de la COVID-19 ha generado consecuencias que han dañado el sector del alojamiento turístico dado que este se ha visto afectado por la paralización de la actividad turística. Para Canarias, debido a que el turismo es su principal actividad económica, esta crisis ha sido muy importante dado que supuso un cierre total de la planta de alojamiento turístico. Cuando se habla de la economía que genera el alojamiento turístico en Canarias, cabe enfatizar en el empleo que este puede generar para la población local. La actividad turística fomenta así la adecuación de los espacios públicos mejoran la proyección de la imagen internacional del archipiélago.

En la actualidad, Miguel Villarroya, director general de Spring Hotels, constata que “los datos que estamos recogiendo tanto nosotros como los principales turoperadores nos indican que la demanda para verano es un 70% inferior a otros años de referencia y se empieza a recuperar en

el último trimestre” (Hosteltur, 2021). Esto es debido, mayormente, a que después de septiembre los turistas esperan que haya un mayor ritmo de vacunación y podrán viajar con más seguridad. Villaroya también insiste en que según lleguen noticias optimistas se reactivarán las reservas, por lo que los hoteles deberán estar preparados para el “boom” que esto conllevará. Según indica la cadena Meliá (Hosteltur, 2021), los empresarios se enfrentan a una incertidumbre muy grande que depende de muchos factores, entre ellos la evolución de los contagios y las medidas que adopten los países emisores de turistas, dado que no pueden hacer previsiones sino un seguimiento de lo que va pasando para poder maximizar la seguridad y ser más ágiles a la hora de realizar cambios.

3.2. ESTRUCTURA DE LA OFERTA DEL ALOJAMIENTO TURÍSTICO EN CANARIAS

3.2.1. Estructura del alojamiento hotelero en Canarias

Actualmente Canarias es la segunda comunidad autónoma que más turistas recibe en España, después de Baleares. A pesar de disponer de una amplia oferta de alojamiento hotelero y extrahotelero, en el último año esta se ha reducido debido a las consecuencias de la pandemia. En este apartado se abordará cómo ha variado la situación en el sector hotelero.

En la tabla 7 se muestra la oferta alojativa de hoteles en Canarias en el período que ocupa desde 2019 hasta abril del presente año 2021. Los datos están detallados en función de la categoría de los hoteles, que se han aglutinado en dos grupos: “1, 2 y 3 Estrellas” y “4 y 5 Estrellas”. Se presentan tres datos de vital importancia para entender cómo ha variado la situación en este período de tiempo: “establecimientos hoteleros abiertos”, “total de plazas ofertadas” y “total de habitaciones libres”. En la última columna se muestra la variación que se ha dado desde 2019 hasta abril de 2021.

Tabla 7. Oferta alojativa hoteles en Canarias en el período 2019 – abril 2021

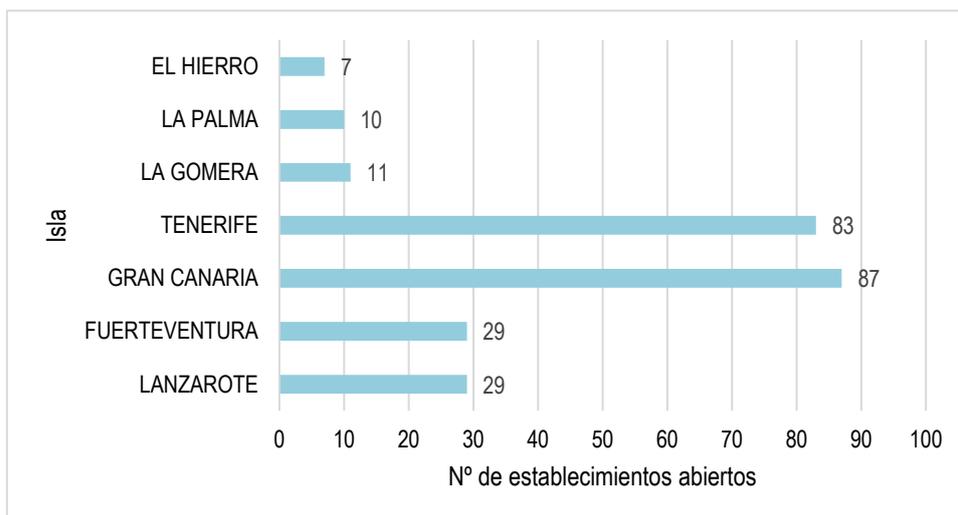
	Canarias			
	2021 abril (p)	2020	2019	Variación 2019-2021
Establecimientos hoteleros abiertos	256	308	646	-60,4%
1, 2 y 3 Estrellas	118	137	329	-64,1%
4 y 5 Estrellas	138	171	317	-56,5%
Plazas ofertadas	97.608	130.504	254.958	-61,7%
1, 2 y 3 Estrellas	27.600	33.515	74.017	-62,7%
4 y 5 Estrellas	70.008	96.989	180.941	-61,3%
Habitaciones disponibles	43.173	58.294	114.097	-62,2%
1, 2 y 3 Estrellas	11.209	13.535	29.651	-62,2%
4 y 5 Estrellas	31.964	44.759	84.446	-62,1%

Fuente: Elaboración propia a partir de Instituto Canario de Estadística (ISTAC).

A primera vista destacan los datos obtenidos en 2020. Esta situación se debe al confinamiento por la rápida expansión del COVID-19 donde los hoteles se vieron obligados a cerrar sus puertas de manera indefinida a mitad de marzo, reanudando su actividad en verano. Si se comparan los datos de 2019 con los datos de abril del 2021, se percibe una variación notable. El total de establecimientos hoteleros abiertos ha disminuido un 60,4%. La anterior cifra se debe a que muchos hoteles han cerrado sus puertas definitivamente por los altos costes que conlleva mantener las instalaciones y por la mínima afluencia de clientes que no basta para cubrir dichos costes y los pocos que están abiertos, tienen un índice de ocupación por debajo del 20%. Como consecuencia, el total de plazas ofertadas ha disminuido en un 61,7% y por tanto, el total de habitaciones disponibles también ha decrecido en un 62,2%. Asimismo, si se presta atención a la categoría de los hoteles, los alojamientos de “1, 2 y 3 Estrellas” han sufrido una mayor disminución en el número de establecimientos abiertos y en el número de plazas ofertadas. No obstante, el número de habitaciones disponibles presenta una variación similar en ambas categorías de hoteles.

En el gráfico 1 se puede apreciar que las islas con un mayor número de establecimientos hoteleros abiertos son Gran Canaria y Tenerife con 87 y 83 hoteles respectivamente. Fuerteventura y Lanzarote tienen el mismo número de establecimientos activos: 29. La Gomera, La Palma y El Hierro son las islas con las menores cifras de hoteles abiertos, representan tan solo el 11% del total.

Gráfico 1. Establecimientos hoteleros abiertos por islas en abril 2021



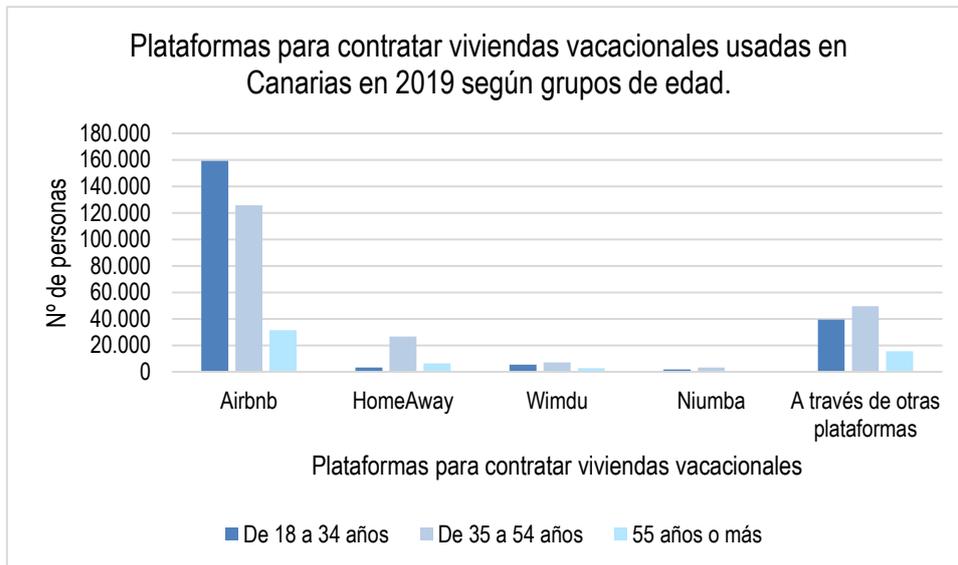
Fuente: Elaboración propia a partir de Instituto Canario de Estadística (ISTAC).

3.2.2. Estructura de la oferta de vivienda vacacional en Canarias

En contraste con los hoteles, el sector de la vivienda vacacional ha experimentado un leve incremento en Canarias. En este punto se explica cuáles son las plataformas más usadas para la contratación del alquiler vacacional y además se indica la variación experimentada por municipios. En el gráfico 2 se expone cuáles son las principales plataformas de alquiler de viviendas vacacionales que han contratado la población de 18 y más años en Canarias en 2019 según los

grupos de edad. La principal tendencia que predomina en los tres grupos representados es que Airbnb es la plataforma preferida por la población canaria, siendo los jóvenes los que más usan esta compañía. La siguiente plataforma más frecuentada es HomeAway, en su mayoría por el grupo de adultos de 35 a 54 años, no obstante, solo representa el 16,13% de los encuestados de este segmento de edad. Windu y Niumba son las que en menor medida se utilizan por la muestra encuestada. Por último, observando el gráfico se puede identificar que los mayores de 55 años son el grupo que en menor grado utilizan plataformas para alquilar viviendas vacacionales.

Gráfico 2. Plataformas usadas para contratar viviendas vacacionales en Canarias



Fuente: Elaboración propia a partir de Instituto Canario de Estadística (ISTAC).

Las tablas 8, 9, 10 y 11 recogen información sobre el número de viviendas vacacionales de Canarias, divididas por provincias. Asimismo, se han seleccionado los municipios que cuentan con más de 300 viviendas turísticas. La tabla 8 muestra las viviendas turísticas y plazas en la provincia de Las Palmas y sus respectivos municipios en el periodo 2020-2021. Tanto el conjunto de Canarias como Las Palmas presentan un leve aumento del número de viviendas y plazas menores al 1% en el último año. En líneas generales, en la mayoría de los municipios han aumentado las viviendas vacacionales. San Bartolomé de Tirajana (Gran Canaria), La Oliva (Fuerteventura) y Las Palmas de Gran Canaria son los municipios con mayor número de viviendas turísticas. Yaiza y Tías (Lanzarote) junto a los lugares mencionados anteriormente son los que más plazas ofrecen.

Tabla 8. Viviendas turísticas y plazas en Las Palmas en 2020-2021

	Viviendas turísticas		Plazas	
	2021M02	2020M08	2021M02	2020M08
Canarias	37.855	37.791	162.233	162.121
Las Palmas	20.462	20.272	89.646	88.681
Antigua	907	882	4.389	4.312
Haría	537	533	2.201	2.139
Mogán	1.534	1.465	6.274	6.039

La Oliva	2.662	2.598	11.694	11.455
Las Palmas de Gran Canaria	2.101	2.250	7.484	8.030
San Bartolomé de Tirajana	3.166	3.003	13.421	12.805
Santa Lucía de Tirajana	317	336	1.222	1.300
Arrecife	370	401	1.424	1.545
Pájara	911	908	3.639	3.664
Puerto del Rosario	349	350	1.529	1.496
Teguise	1.354	1.357	5.965	6.025
Telde	345	357	1.472	1.557
Tías	1.816	1.733	8.303	7.867
Yaiza	1.826	1.711	10.037	9.346

Fuente: Elaboración propia a partir del Instituto Nacional de Estadística (INE).

La tabla 9 muestra las viviendas turísticas y plazas en la provincia de Santa Cruz de Tenerife y sus respectivos municipios en el periodo 2020-2021. A diferencia del conjunto de Canarias y Las Palmas, la provincia de Santa Cruz de Tenerife presenta un ligero descenso del número de viviendas turísticas y plazas menores al 1% en el último año. Los municipios con mayor número de viviendas turísticas y plazas son con diferencia Arona y Adeje (Tenerife), superando las 3000 viviendas y en el caso de Adeje, las 15000 plazas. En esta provincia resalta que ningún otro municipio (exceptuando los mencionados) tiene más de 1000 viviendas turísticas, al contrario que en Las Palmas.

Tabla 9. Viviendas turísticas y plazas en Santa Cruz de Tenerife en 2020-2021

	Viviendas turísticas		Plazas	
	2021M02	2020M08	2021M02	2020M08
Canarias	37.855	37.791	162.233	162.121
Santa Cruz de Tenerife	17.393	17.519	72.587	73.440
Arona	3.156	3.138	12.930	12.938
Icod de los Vinos	370	374	1.376	1.432
Los Llanos de Aridane	535	539	1.916	1.943
Puerto de la Cruz	815	821	2.827	2.879
San Miguel de Abona	572	550	2.658	2.540
Valle Gran Rey	377	362	1.303	1.185
Adeje	3.148	3.213	15.270	15.638
Arico	353	353	1.626	1.655
Granadilla de Abona	927	963	3.928	4.126
Guía de Isora	421	425	1.745	1.787
Santa Cruz de Tenerife	724	776	2.706	2.876
Santiago del Teide	755	740	3.228	3.181
San Cristóbal de La Laguna	532	568	1.912	2.078

Fuente: Elaboración propia a partir del Instituto Nacional de Estadística (INE).

Por su parte, se ha consultado cuál es el número de viviendas vacacionales por viviendas censadas en los municipios de Canarias. En la tabla 10 se muestran los datos de la provincia de Las Palmas y en la tabla 11 los de la provincia de Santa Cruz de Tenerife. En contraposición al

total nacional, donde ha disminuido el número de viviendas turísticas por viviendas censadas de 2020 a 2021, en Canarias ha aumentado levemente. En Las Palmas se ha incrementado en un 1%, siendo La Oliva (Fuerteventura) el municipio con el mayor número de viviendas vacacionales por viviendas censadas de la selección, seguido de Yaiza (Lanzarote). Por el contrario, Arrecife (Lanzarote) y La Palmas de Gran Canaria han disminuido en un 8,1% y un 6,5% respectivamente el número de viviendas turísticas por viviendas censadas.

Tabla 10. Viviendas turísticas sobre viviendas censadas en 2011: Las Palmas

	2021M02	2020M08	Variación
Total Nacional	1,17	1,28	-8,6%
Canarias	3,64	3,63	0,3%
Las Palmas	3,85	3,81	1,0%
Antigua	12,14	11,80	2,9%
Haría	14,10	14,00	0,7%
Mogán	10,95	10,45	4,8%
La Oliva	23,65	23,08	2,5%
Las Palmas de Gran Canaria	1,15	1,23	-6,5%
San Bartolomé de Tirajana	11,26	10,68	5,4%
Santa Lucía de Tirajana	1,10	1,17	-6,0%
Arrecife	1,59	1,73	-8,1%
Pájara	8,99	8,96	0,3%
Puerto del Rosario	1,92	1,93	-0,5%
Teguise	12,20	12,22	-0,2%
Telde	0,74	0,77	-3,9%
Tías	11,70	11,17	4,7%
Yaiza	14,94	14,00	6,7%

Fuente: Elaboración propia a partir del Instituto Nacional de Estadística (INE).

En la provincia de Santa Cruz de Tenerife ocurre lo contrario a las Palmas: el número de viviendas turísticas por viviendas censadas ha disminuido de 2020 a 2021. No obstante, el municipio de Adeje (Tenerife) es el que tiene el mayor número de viviendas de uso turístico por viviendas censadas de la selección, seguido de Valle Gran Rey (La Gomera), que a su vez ha experimentado el mayor incremento de viviendas turísticas en este último periodo. Lo opuesto ocurre en Santa Cruz de Tenerife, que presenta el mayor descenso del número de viviendas de uso turístico por viviendas censadas, seguido de San Cristóbal de La Laguna (Tenerife).

Tabla 11. Viviendas turísticas sobre viviendas censadas en 2011: Santa Cruz de Tenerife

	2021M02	2020M08	Variación
Total Nacional	1,17	1,28	-8,6%
Canarias	3,64	3,63	0,3%
Santa Cruz de Tenerife	3,42	3,44	-0,6%
Arona	7,09	7,05	0,6%
Icod de los Vinos	3,71	3,75	-1,1%

Los Llanos de Aridane	5,29	5,33	-0,8%
Puerto de la Cruz	3,65	3,68	-0,8%
San Miguel de Abona	4,71	4,53	4,0%
Valle Gran Rey	8,86	8,51	4,1%
Adeje	13,28	13,55	-2,0%
Arico	5,97	5,97	0,0%
Granadilla de Abona	4,46	4,63	-3,7%
Guía de Isora	2,91	2,94	-1,0%
Santa Cruz de Tenerife	0,75	0,81	-7,4%
Santiago del Teide	8,31	8,15	2,0%
San Cristóbal de La Laguna	0,75	0,80	-6,3%

Fuente: Elaboración propia a partir del Instituto Nacional de Estadística (INE).

4. METODOLOGÍA

Para obtener los resultados de la investigación se han usado dos métodos. Por una parte, se ha realizado una encuesta para analizar cómo la COVID-19 ha afectado a las preferencias de los jóvenes canarios a la hora de escoger hotel o vivienda vacacional tras la pandemia. Se obtuvo una participación de 241 personas de entre 18 y 35 años. El objetivo de las preguntas es comparar la situación pre y post pandemia. Por ello, el formulario sigue una línea temporal.

La encuesta consta de 26 preguntas. En la primera parte se tratan datos demográficos: sexo, edad, lugar de residencia y ocupación actual. Seguidamente se formulan preguntas sobre los hábitos turísticos: frecuencia con la que se pernoctaba antes de la pandemia en hoteles y viviendas vacacionales, en qué tipo de alojamiento se solían hospedar con mayor frecuencia antes de la pandemia y después de la pandemia, el motivo principal de las estancias y las personas con las que suelen pasar sus estancias. La tercera parte de la encuesta trata los efectos de la pandemia: qué tipo de alojamiento elegirán para sus próximas estancias, en qué se basan para esa elección, si creen que los alojamientos turísticos son seguros y cómo creen que se han adaptado a la pandemia. La última parte de la encuesta se centra en las preferencias de alojamiento. Se pregunta a los encuestados por las prioridades a la hora de elegir los dos tipos de modalidades, en cuál prefieren hospedarse y por qué, cuántas noches suelen hospedarse, preferencias (seguridad, comodidad, precio, cercanía a lugares de interés, intimidad y cancelación flexible) entre hoteles y viviendas vacacionales, si varía la elección en función de las personas con las que se hospedan, qué circunstancias les harían cambiar la elección de tipo de alojamiento, si ha cambiado su experiencia al hospedarse tras la pandemia, qué ventajas tienen ambos tipos de alojamiento y las sugerencias de cambio para las distintas modalidades alojativas.

Para efectuar la encuesta se usó un formulario de Google y, previa su difusión, se realizaron pruebas con algunas personas que sugirieron algunos cambios para su mejor comprensión. Una vez la encuesta estaba preparada para su difusión, se utilizaron tres redes sociales principales: WhatsApp durante las primeras 12 horas y una vez se superaron las 100 respuestas, se compartió a través de las “historias” de Instagram, donde ambas integrantes de esta investigación facilitaron el enlace del formulario en su perfil personal y finalmente se difundió en Twitter y numerosos usuarios la compartieron para así llegar a un mayor número de personas. La encuesta se mantuvo

una semana activa antes de comenzar a trabajar con los resultados obtenidos. Además, como algunas de las preguntas eran de respuesta opcional, hubo que revisar cada contestación individualmente y anotar las objeciones voluntarias que después se agruparon para calcular el porcentaje proporcional del total de respuestas obtenidas en cada una de ellas.

Por otra parte, para conocer cómo la COVID-19 ha afectado a la oferta alojativa de hoteles y viviendas vacacionales, se ha contactado con un representante de cada modalidad para realizar una entrevista. En primer lugar, se ha entrevistado de manera online a Javier Martín Vera, gerente de la ASCAV, que aportó información sobre cómo ha afectado la pandemia a los miembros de la asociación. En segundo lugar, para comprender cómo ha afectado la pandemia al sector hotelero, donde los efectos de la pandemia han sido más notables, se ha entrevistado presencialmente a María Victoria López Fuentes, presidenta del Grupo Fedola.

Las entrevistas realizadas constaban de cuatro partes. Como introducción se pidió a ambos representantes que diesen una definición para su modalidad alojativa; en el caso de Javier Martín sobre la vivienda vacacional y en el caso de Victoria López sobre el hotel. A continuación, se preguntó cómo había sido la preparación para la COVID-19: medidas higiénico-sanitarias llevadas a cabo, cómo les ha afectado la situación y si creían que su sector podría salir beneficiado o perjudicado de esta situación. Seguidamente la entrevista se enfoca en el sector joven y la modalidad alojativa que representaba la persona entrevistada. Se pretende conocer la visión de la juventud sobre los hoteles y viviendas vacacionales antes de la COVID-19, si este sector era considerado como potencial y si había una oferta específica para estos. Además, se les preguntó por la viabilidad del sector joven, si creían que la percepción de la juventud había cambiado y si habían adaptado la oferta a dicho sector tras la pandemia. Para finalizar este apartado se consultaba qué demandan los jóvenes en cada modalidad alojativa.

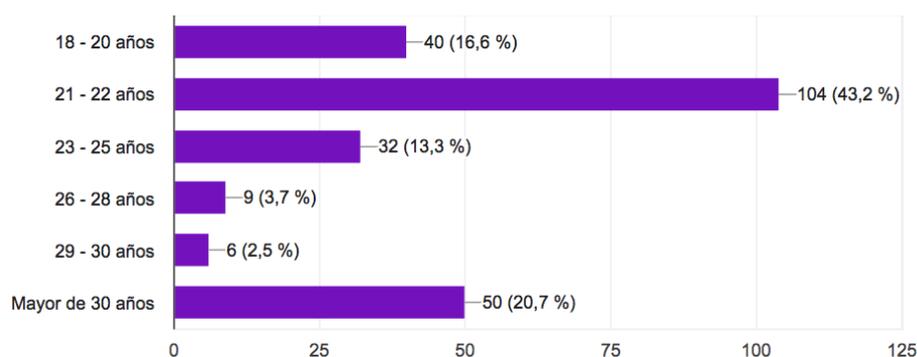
Las entrevistas concluyeron con la pregunta sobre el futuro del sector alojativo. Ambos comentaron cuál es el pronóstico que esperan para la temporada de verano y se terminó preguntándole a cada uno cómo creían que podía evolucionar el sector del contrario: Javier Martín opinó sobre los hoteles y Victoria López dio su punto de vista sobre las viviendas vacacional. Las preguntas que se formularon en las entrevistas se seleccionaron del mismo modo que las de la encuesta, se creó un listado con veinte preguntas que se simplificaron y escogieron hasta obtener las que finalmente se realizaron.

5. RESULTADOS

5.1. RESULTADOS DE LA ENCUESTA

Respecto a la encuesta realizada, se han recibido 241 respuestas, de las cuales el 33,2% han sido de hombres y el 66,8% han sido de mujeres. En cuanto a las edades, se distribuyen tal y como se puede ver en el gráfico 3, el 16,6% entre 18 y 20 años, el 43% entre 21 y 22 años, el 13,3% entre 23 y 25 años, el 3,7% entre 26 y 28 años, el 2,5% entre 29 y 30 años y, por último, el 20,7% han sido personas mayores de 30 años hasta 35.

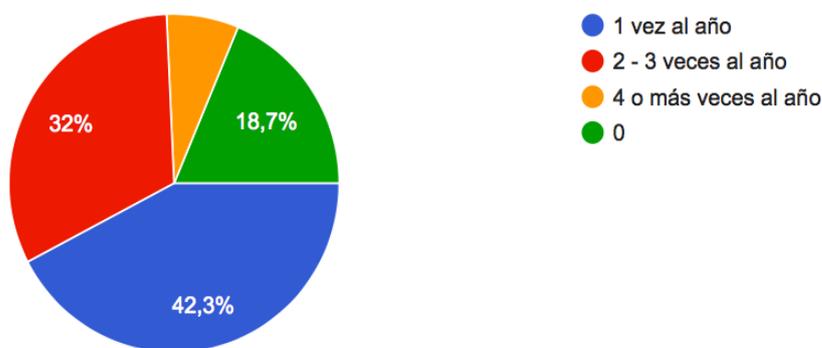
Gráfico 3. Edad de las personas que han realizado la encuesta



Fuente: Elaboración propia a partir de las encuestas realizadas.

El lugar principal de residencia de las personas encuestadas es la isla de Tenerife, en total el 87,1% de los encuestados residen en dicha isla. El 5,8% reside en Gran Canaria, el 2,1% procede de Fuerteventura; el resto de las personas residen en las restantes islas del archipiélago. Respecto a las ocupaciones de los encuestados, es preciso mencionar que el 65,1% corresponde a estudiantes, el 21,6% son asalariados, el 7,1% son desempleados, el 4,1% son autónomos, y el resto en otra situación.

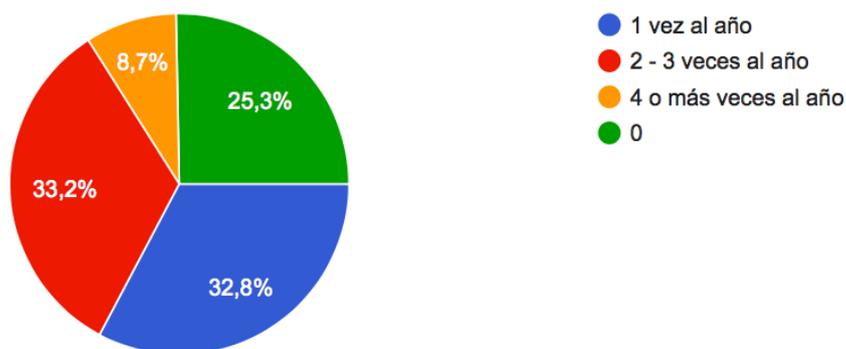
Gráfico 4. Frecuencia de pernoctación en hoteles antes del COVID-19



Fuente: Elaboración propia a partir de las encuestas realizadas.

Para empezar, se ha preguntado la frecuencia con la que solían pernoctar tanto en viviendas vacacionales como en hoteles antes de la pandemia. Observando el gráfico 4 se puede ver que la mayoría (42,3%) solía hospedarse al menos una vez al año en hoteles, seguido del 32% que lo hacía entre 2 y 3 veces al año, el 7,1% lo solía hacer 4 o más veces al año y, finalmente, el 18,7% no se hospedaban en hoteles. En cuanto a las viviendas vacacionales, se puede analizar en el gráfico 5 que el 32,8% de los encuestados se alojaba al menos una vez al año en dichas viviendas, el 33,2% lo hacían entre 2 y 3 veces al año, el 8,7% se hospedaban 4 o más veces al año y el 25,3% nunca se alojaban en viviendas vacacionales. Con estos datos se puede reparar en que es mayor el número de personas que no se han hospedado en viviendas vacacionales comparado con los hoteles.

Gráfico 5. Frecuencia de pernoctación en viviendas vacacionales antes del COVID-19

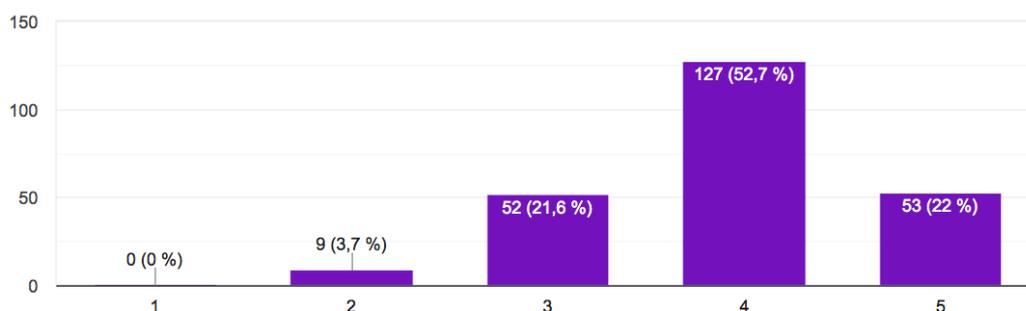


Fuente: Elaboración propia a partir de las encuestas realizadas.

La siguiente pregunta se refiere al tipo de alojamiento en el cual solían quedarse antes de la pandemia y cuál es el elegido después de esta. Antes de la pandemia, el 49,2% solía alojarse en hoteles, el 48,6% en viviendas vacacionales, el 1,2% lo hacía en casas de amigos y el 0,4% en caravana. Después de la COVID-19, ha habido un ligero cambio dado que el 54,9% ha elegido la vivienda vacacional después de la pandemia, el 35,9% ha elegido el hotel, el 1,4% ha elegido las viviendas de familiares, el 0,4% caravana y, finalmente, el 7,1% aún no ha pernoctado en ninguna de las dos. El 41% de los encuestados suele pasar sus estancias en familia, el 32,2% lo hace con amigos, el 25,5% la pasa con su pareja, el 0,8% solo y el 0,4% con compañeros de trabajo. Es importante señalar que el 73% de las personas han expresado que su elección puede variar en función de las personas con las que se hospedan. Por tanto, tal y como muestran los datos, antes de la pandemia las personas solían quedarse de igual forma tanto en hoteles como en viviendas vacacionales. En cambio, después de la pandemia han sido más las personas que han elegido vivienda vacacional frente a los hoteles.

Finalmente, se ha preguntado qué tipo de alojamiento elegirán para sus próximas estancias y el 39,4% ha elegido hoteles frente al 60,6% que ha preferido la vivienda vacacional. Esta elección se basa principalmente en la seguridad sanitaria (31,1%), el 18,7% hizo su elección en función del precio, el 17,4% por la intimidad, el 14,9% por tener una mayor libertad respecto a las medidas sanitarias, el 12,4% por la cancelación flexible y el resto ha elegido otros motivos.

Gráfico 6. Valoración de la seguridad de los alojamientos turísticos

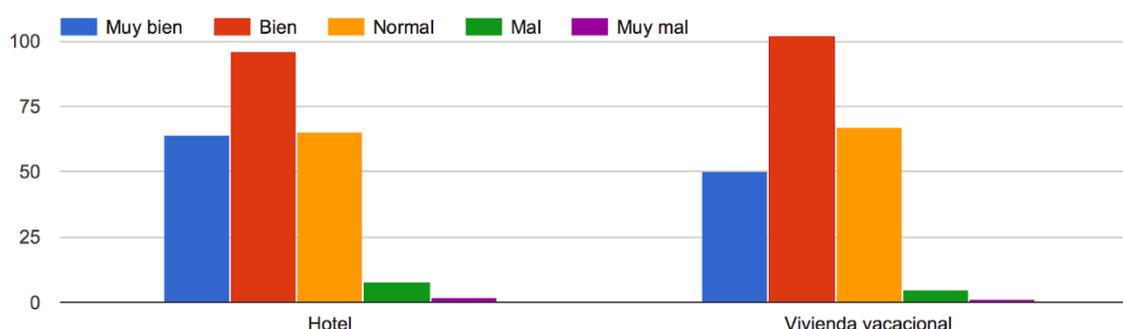


Fuente: Elaboración propia a partir de las encuestas realizadas.

Respecto a la seguridad de los alojamientos turísticos, en el gráfico 6 se puede visualizar cómo el 22% cree que son muy seguros, el 52,7% cree que son seguros, un 21,6% piensa que estos son más o menos seguros frente al 3,7% que creen que los alojamientos turísticos son poco seguros.

En cuanto a la opinión de la adaptación a la pandemia tanto de los hoteles como de las viviendas vacacionales, los porcentajes están relativamente igualados. En el gráfico 7 puede verse que mayoritariamente, los usuarios creen que tanto los hoteles como las viviendas vacacionales se han adaptado bien a la pandemia; siendo sus porcentajes de votación 40,85% y 45,33% respectivamente, y han sido el 27,23% los que creen que los hoteles lo han hecho muy bien, frente al 22,22% de la vivienda vacacional. El 27,66% piensa que los hoteles se han adaptado de manera normal a la pandemia, y el 29,78% opina que así lo han hecho las viviendas vacacionales. Por último, son menos del 5% los que creen que, tanto los hoteles como las viviendas vacacionales se han adaptado mal o muy mal a la pandemia. Por tanto, se puede observar que la mayoría de los usuarios creen que, tanto hoteles como viviendas vacacionales, han sabido adaptar las medidas necesarias para combatir el virus.

Gráfico 7. Percepción de cómo se han adaptado los alojamientos a la pandemia



Fuente: Elaboración propia a partir de las encuestas realizadas.

También se ha dejado como respuesta abierta en qué se suelen fijar y sus preferencias al elegir una vivienda vacacional o un hotel, las cuales se pueden ver en la tabla 12.

Tabla 12. Preferencias de los hoteles y viviendas vacacionales

Preferencias hotel	Preferencias vivienda vacacional
- Precio: 39,81%	- Precio: 39,02%
- Ubicación: 19,91%	- Ubicación: 34,15%
- Servicios: 17,59%	- Limpieza: 16,10%
- Instalaciones: 13,89%	- Equipamiento: 9,27%
- Limpieza: 11,57%	- Instalaciones: 9,27%
- Reseñas: 11,11%	- Tamaño: 7,80%
- Servicio de restauración: 8,33%	- Comodidad: 6,83%
- Calidad-precio: 8,33%	- Reseñas: 6,34%

<ul style="list-style-type: none"> - Calidad: 5,56% - Comodidad: 5,56% - Otros 	<ul style="list-style-type: none"> - Intimidad: 5,85% - Piscina: 5,85% - Calidad-precio: 5,37% - Cercanía a lugares de interés: 5,37% - Otros
---	--

Fuente: Elaboración propia a partir de las encuestas realizadas.

Tal y como se puede observar en la tabla 12, los jóvenes canarios al elegir un hotel suelen fijarse principalmente en el precio, en la ubicación en la que se encuentre, en los servicios que este ofrece, en las reseñas de otros usuarios, en los servicios de restauración y en la calidad-precio. En cuanto a las viviendas vacacionales, estos suelen fijarse mayormente en el precio y en la ubicación, a parte de la limpieza, el equipamiento que la vivienda posee, las instalaciones y el tamaño, entre otras cosas.

La siguiente pregunta de la encuesta ha sido si prefieren hospedarse en una vivienda vacacional o en un hotel y por qué. El 63,9% ha expresado que prefieren hospedarse en un hotel y el 36,1% restante han preferido la vivienda vacacional. La respuesta al porqué han elegido dicha estancia se puede observar en la tabla 13.

Tabla 13. Por qué eligen hotel o vivienda vacacional

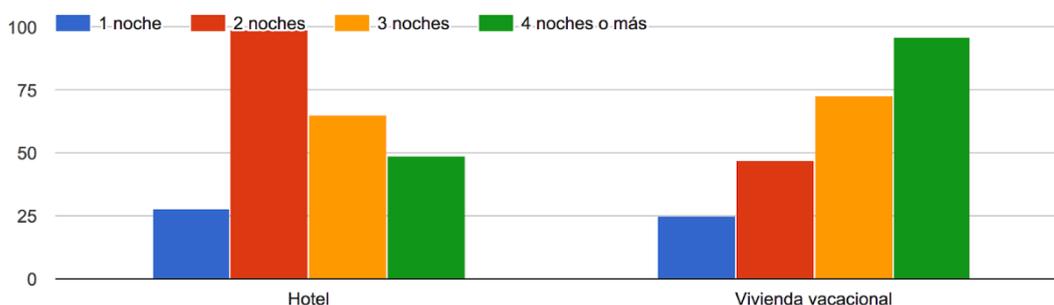
Hotel	Vivienda vacacional
<ul style="list-style-type: none"> - Comodidad: 36,55% - Comidas incluidas: 16,55% - Servicios: 8,28% - Descanso: 6,21% - Limpieza: 5,52% - Otros 	<ul style="list-style-type: none"> - Intimidad-privacidad: 19,33% - Libertad-autonomía: 16,81% - Precio: 13,45% - Comodidad: 10,08% - Menos zonas comunes: 6,72% - N° personas: 5,88% - Tranquilidad: 5,04% - Seguridad: 5,04% - Otros

Fuente: Elaboración propia a partir de las encuestas realizadas.

La tabla 13 refleja cómo, básicamente, la mayoría de las personas que prefieren el hotel lo hacen porque es más cómodo dado que tienen todas las comidas y la limpieza y estos han expresado que no tienen que preocuparse en cocinar o limpiar sino descansar. En el caso de las viviendas vacacionales, las personas eligen esta modalidad porque tienen el alojamiento completo y pueden tener más intimidad y libertad para hacer cualquier cosa sin tener que compartir espacios con personas ajenas.

En el gráfico 8 se muestran los porcentajes de las noches que de media, suelen hospedarse los usuarios tanto en viviendas vacacionales como en hoteles. Respecto a los hoteles, en el primer gráfico se puede observar que el 11,62% de las personas han expresado que suelen hospedarse en hoteles una noche, relativamente parecido a las viviendas vacacionales, que el 10,37% ha dicho que suelen quedarse solo una noche en ellas. Es mayor la diferencia en la estancia de dos noches, dado que el 41,08% han optado por pasar dos noches en un hotel, comparado con la vivienda vacacional que solo el 19,50% han resultado ser las que se hospedan dos noches. Respecto a las estancias de 3 noches, el 26,97% lo hacen en hoteles y el 30,29% en viviendas vacacionales. Finalmente, en cuanto a las estancias de cuatro noches o más, el 20,33% de las personas han manifestado hospedarse esos días en hoteles y el 39,89% en viviendas vacacionales. Por tanto, se puede concluir en que los jóvenes residentes canarios prefieren los hoteles para estancias más cortas, por ejemplo, dos noches, y las viviendas vacacionales para estancias más largas.

Gráfico 8. Duración de la estancia

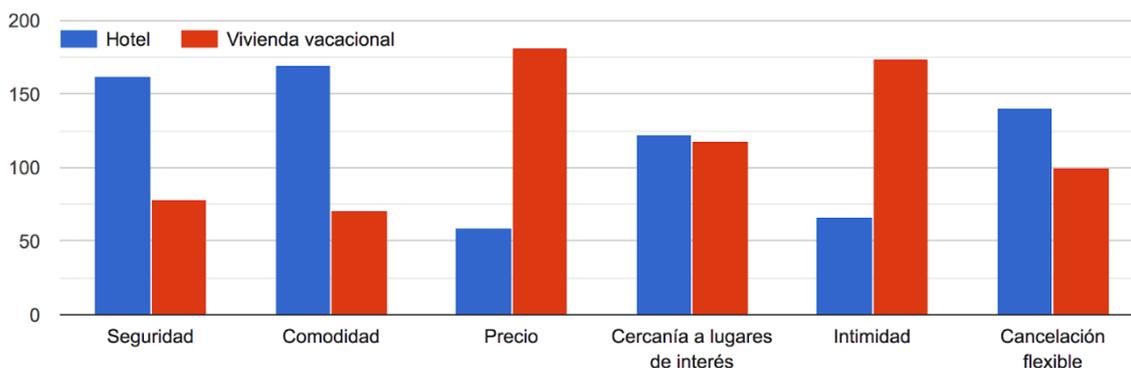


Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de las encuestas realizadas.

También se le ha preguntado a los encuestados sus preferencias en cuanto a varios criterios. En el gráfico 9 se aprecia cómo, en primer lugar, el 67,22% de los encuestados han expresado que el hotel es más seguro, frente al 32,78% que han votado que la vivienda vacacional lo es en mayor medida. Presenta una situación parecida al resultado de la comodidad, más del doble de las personas cree que un hotel es más cómodo que una vivienda vacacional, con cifras del 70,54% y 29,46% respectivamente. En cuanto al precio, se ve claramente como la vivienda vacacional es más barata que un hotel y así los han votado el 75,52% de las personas. Respecto a la cercanía a lugares de interés, las votaciones están bastante igualadas porque esto depende de la ubicación del hotel o de la vivienda vacacional. Sobre la intimidad, el 72,20% opina que tienen más intimidad en una vivienda vacacional y el 27,80% cree que la tienen en un hotel. Para finalizar esta parte, se pregunta qué prefieren en cuanto a cancelación flexible, en el cual se observa una ligera diferencia dado que el 58,51% prefiere los hoteles respecto a esto y el 41,49% ha elegido la vivienda vacacional.

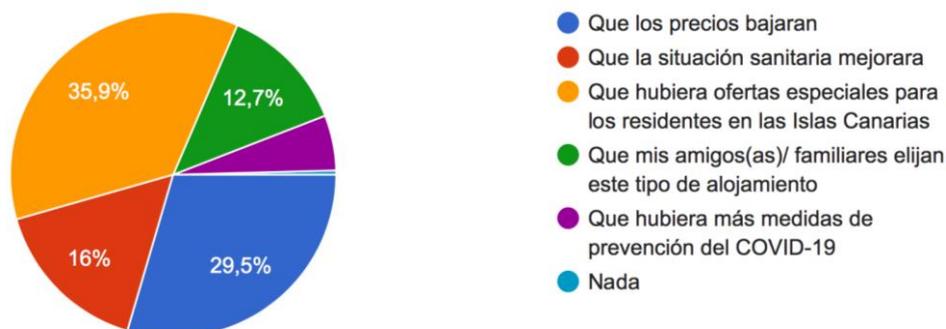
Gráfico 9. Preferencias en cuanto a diversas características

Fuente: Elaboración propia a partir de las encuestas realizadas.



Tal y como se puede observar en el gráfico 10, las personas encuestadas también han elegido los motivos por los que cambiarían de tipo de alojamiento. Principalmente, estas personas cambiarían su elección si hubiera ofertas especiales para los residentes en las Islas Canarias, en concreto el 35,9% de los encuestados. El 29,5% lo haría si bajarán los precios y el 16% si la situación sanitaria mejorase. También, el 12,7% cambiaría de opción de alojamiento si sus amigos o familiares eligieron ese tipo de establecimiento; y el resto lo haría si hubiera más medidas respecto a la COVID-19.

Gráfico 10. Qué circunstancia haría que cambiaran el tipo de alojamiento

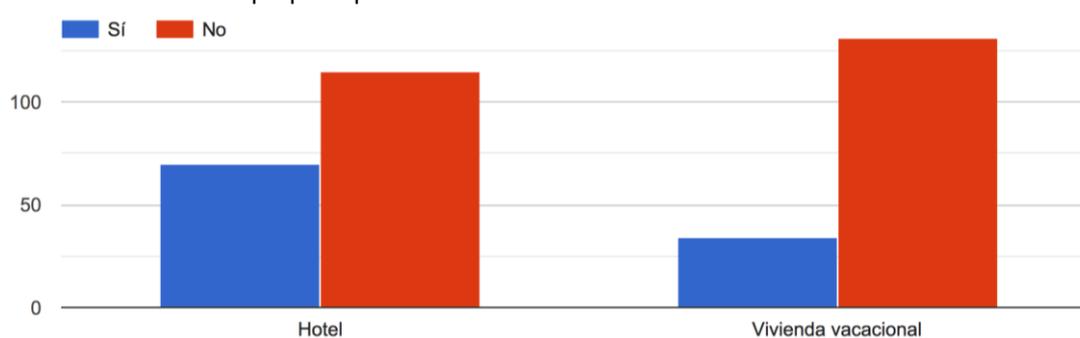


Fuente: Elaboración propia a partir de las encuestas realizadas.

En cuanto a la experiencia del usuario turístico después de la pandemia en hoteles y viviendas vacacionales, sí que se observa diferencias entre ambos alojamientos. El gráfico 11 muestra que el 62,16% de las personas encuestadas expresa que su experiencia en hoteles no ha cambiado con la COVID-19, frente a un 37,84% de personas que opinan que sí ha cambiado su experiencia en dicho alojamiento. Respecto a las viviendas vacacionales, la mayoría de los usuarios, en concreto el 79,4% ha dicho que no ha cambiado su experiencia y el 20,6% dice que sí lo ha hecho. Por lo que, se puede concluir con esta pregunta que son más los cambios en la experiencia de los hoteles que de las viviendas vacacionales.

Gráfico 11. Cambios en la experiencia en los alojamientos después de la pandemia

Fuente: Elaboración propia a partir de las encuestas realizadas.



La penúltima pregunta ha sido sobre las ventajas que creen los usuarios que tienen las viviendas vacacionales frente a los hoteles y viceversa, las cuales pueden observarse en la tabla 14.

Tabla 14. Ventajas de hoteles y viviendas vacacionales

Ventajas de los hoteles frente a las viviendas vacacionales	Ventajas de las viviendas vacacionales frente a los hoteles
<ul style="list-style-type: none"> - Comodidad: 36,04% - Servicios: 26,40% - Limpieza diaria: 15,23% - Comidas incluidas: 10,66% - Seguridad: 9,14% - Atención al cliente: 8,12% - Despreocupación⁸: 7,61% - Instalaciones: 6,60% - Precio: 5,08% - Otros 	<ul style="list-style-type: none"> - Intimidad: 37,17% - Precio: 18,32% - Libertad/autonomía: 16,23% - Privacidad: 9,42% - Comodidad: 8,38% - No hay horarios: 7,33% - Alojamiento íntegro: 6,28% - Mayor nº huéspedes: 5,24% - Otros

Fuente: Elaboración propia a partir de las encuestas realizadas.

De la tabla 14 se puede concluir que los encuestados opinan que las ventajas de los hoteles son, en su mayoría, la comodidad y los servicios que abarca, tales como las comidas incluidas, la limpieza, la seguridad o la atención al cliente. En cuanto a las viviendas vacacionales, la mayor parte de personas piensan que sus ventajas son la intimidad, que el precio puede ser más bajo que el de los hoteles, la libertad o autonomía, la privacidad y la comodidad, entre otras cosas.

⁸ Se refiere a la tranquilidad de no tener que realizar tareas principalmente domésticas tales como cocinar, limpiar, hacer la colada o la cama, etc.

Para finalizar la encuesta, se les ha preguntado a los usuarios si cambiarían algo en los hoteles o en las viviendas vacacionales y cuáles serían las sugerencias que tendrían. En la tabla 15 se pueden visualizar las aportaciones de las personas que han respondido esta última pregunta donde participaron el 45,64% de los encuestados.

Tabla 15. Sugerencias de cambios en hoteles y viviendas vacacionales

Ningún cambio	49,09%
Precios más bajos	15,45%
Cumplimiento protocolo sanitario	7,27%
Flexibilidad horarios comidas en hoteles	3,64%
Ofertas para residentes	3,64%
Otros	16,36%

Fuente: Elaboración propia a partir de las encuestas realizadas.

En la tabla 15 se pueden destacar algunas sugerencias que han escrito las personas que han realizado la encuesta. Entre estas se pueden resaltar: que la mayoría de las respuestas (49,09%) cree que no hay nada que cambiar, el 15,45% opina que se deberían bajar los precios, el 7,27% de las sugerencias son en cuanto a la mejora del protocolo sanitario y las medidas contra la COVID-19, el 3,64% cree que debería de haber flexibilidad en los horarios de las comidas en los hoteles, y ofertas para residentes, entre otras sugerencias.

5.2. ENTREVISTAS

Además de la encuesta, se ha utilizado la entrevista como método para conocer qué opinan los profesionales del sector turístico sobre la situación de los hoteles y las viviendas vacacionales. Para esta investigación se han realizado dos entrevistas a dos representantes tanto del sector hotelero como del extrahotelero como son Victoria López, presidenta del Grupo Fedola y Javier Martín, gerente de la ASCAV. En ambos casos se les ha hecho las mismas preguntas, pero atendiendo cada uno a (en) su ámbito, para así poder comparar la opinión de cada área. En cuanto a la estructura de las entrevistas, se han llevado a cabo siguiendo el orden temporal, preguntando primero por la situación pre-COVID-19, posteriormente por la situación actual y finalmente por el futuro del sector. Las características de las entrevistas pueden verse reflejadas en la tabla 16.

Tabla 16. Características de las entrevistas realizadas

	Hoteles	Vivienda vacacional
Cargo	Presidenta del Grupo Fedola	Gerente de la ASCAV
Duración de la entrevista	1 hora	30 minutos
Modo de la entrevista	Personal	En línea

Fuente: Elaboración propia a través de las entrevistas realizadas para esta investigación.

En cuanto a la situación pre-COVID-19, tanto Victoria López como Javier Martín informaron que, según se enteraron de la existencia del virus, siguieron la guía de recomendaciones necesarias de sanidad para evitar la propagación del virus en sus respectivas áreas. Han coincidido también en cómo les ha afectado la situación. Ambos han declarado que el virus y el cero turístico les ha afectado a todos y, como es el caso, a la mayoría del sector turístico. Por su parte, el sector de las viviendas vacacionales cree que puede salir beneficiado de esta situación, dadas las palabras del gerente de la ASCAV que dice que “hemos salido beneficiados con una parte de nuestros alojamientos como son las viviendas aisladas que están en zonas rurales o las viviendas con piscinas pues han tenido una mayor demanda”. No opina lo mismo la presidenta del Grupo Fedola, la cual expresa que “además de perder la producción de lo que se hace durante todo un año, en la cadena hotelera se suman muchos millones de euros. Además de no producirlos, cuando abrimos en verano lo abrimos prácticamente para cubrir los gastos”.

Respecto al sector joven, son distintas las situaciones en hoteles y viviendas vacacionales. En el sector hotelero, no es tan frecuente las estancias de los mayores de edad más jóvenes, y cuando estos lo hacen, van en busca de experiencias diferentes, tales como zonas de *skybar* o el simulador de Fórmula 1 que tiene el Hotel GF Victoria, entre otros servicios. Considera que, debido a la situación pre pandémica, los jóvenes ahora son más responsables y conscientes del valor de las cosas. En cuanto a las viviendas vacacionales, hay que tener en cuenta que el 90% de los huéspedes que se alojan en viviendas vacacionales son familias, siendo el 7% parejas y el restante 3% grupos de amigos, por tanto, el sector joven entraría en este último 10%. Los jóvenes canarios suelen alojarse en viviendas vacacionales en los periodos de vacaciones como, por ejemplo: Semana Santa y verano.

Se les preguntó si se valoraba a la juventud como un sector potencial y si había una oferta específica para dicho sector. El gerente de ASCAV explicó que existe una promoción muy focalizada en el sector joven y en el deporte y que, además, dentro de los productos que se ofertan, hay algunos más enfocados a las demandas de los jóvenes, como es el caso de las viviendas para más de 10 personas. A su vez, Victoria López expresó que a la juventud hay que darles servicios específicos para ellos; por ejemplo, en sus hoteles ofrecen servicios diferentes adaptados a varios rangos de edad. Ambas partes consideran que el sector joven es un mercado viable. El representante de la vivienda vacacional opina que “hay que buscar la viabilidad de las demandas de los clientes”; mientras que López manifiesta que el mercado juvenil “sabe pensar en lo que

quiere y por ello el hotel debe adaptarse a ellos y no al revés” por ejemplo, creando espacios adecuados donde la tecnología y la música juegan un papel importante.

También se han realizado preguntas sobre las predicciones de futuro para ambas modalidades alojativas, en concreto, sobre el pronóstico para la temporada de verano. Según informa Javier Martín, se espera que haya una buena temporada estival para la vivienda vacacional a partir del mes de julio. No obstante, se prevé que será mejor la campaña de invierno porque habrá un mayor número de vacunados y podrá garantizarse un poco más la inmunidad. En cuanto a la presidenta del grupo Fedola, opina que “la temporada de verano va a venir floja, pero va a venir”, basándose en las reservas y las intenciones de los turoperadores. Además, alega que la gente no tendrá la confianza suficiente dado que aún hay parte de la población sin vacunar. Sin embargo, se prevé tener una buena temporada de invierno, ya que desde ahora el número de reservas es alto.

Para finalizar, se ha pedido a las dos personas entrevistadas que dieran su opinión sobre cómo creen que evolucionará la modalidad alojativa del contrario. El representante de la vivienda vacacional opina que el sector hotelero debe evolucionar a medida que lo hacen las demandas de sus clientes, a sus exigencias y a la nueva realidad. Por su parte, la directora del Grupo Fedola expone que la vivienda vacacional es un sector que “ha llegado para quedarse”. No obstante, comentó que su regulación es necesaria, ya que al sector hotelero se le exige cumplir numerosas normativas de seguridad.

Tras analizar ambas entrevistas, se llega a la conclusión de que los jóvenes no representan un alto porcentaje de los clientes que suelen hospedarse en ambas modalidades alojativas, sin embargo, son un sector que se tiene en cuenta a la hora de adaptar los servicios a sus preferencias, ya que, como ambos entrevistados han coincidido, estos son el futuro de los hoteles y viviendas vacacionales.

6. CONCLUSIONES Y LIMITACIONES

En esta investigación se puede observar que la pandemia ha tenido un efecto en las preferencias de los jóvenes que han pasado a ser mayoritariamente de viviendas vacacionales, cuando antes de esta situación era similar el número de jóvenes canarios que se quedaban tanto en hoteles como viviendas vacacionales. Cabe destacar que, antes de la existencia del virus, era mayor el número de personas que no se habían hospedado en viviendas vacacionales en comparación con los hoteles. Los motivos por los que principalmente se han decantado por este tipo de alojamiento son: seguridad sanitaria, precio, intimidad y libertad entre otros. Por otra parte, los usuarios que se posicionan por el hotel lo hacen en su mayoría por los servicios de restauración y limpieza. Además, es importante mencionar que los jóvenes eligen los hoteles para estancias cortas, al contrario que las viviendas vacacionales, que las suelen elegir para estancias más largas. En relación con las medidas contra la COVID-19, se puede concluir que tanto los hoteles como las viviendas vacacionales han sabido adaptarse a estas; en cambio, en cuanto a la experiencia de los usuarios, esta ha cambiado más en los hoteles que en las viviendas vacacionales.

Dentro de la literatura este trabajo, puede ser un primer paso para ver cuáles son los efectos de la COVID-19 en el sector joven y cómo puede relacionarse con las preferencias turísticas de estos en cuanto a las viviendas vacacionales y los hoteles. Actualmente no se han llevado a cabo estudios similares al que se ha desarrollado en el presente trabajo, puesto que se trata de una circunstancia reciente y se ha analizado un sector demográfico específico. Asimismo, los resultados obtenidos en esta investigación pueden servir como base para futuros estudios del mismo campo.

En el campo práctico, este trabajo puede ser de utilidad tanto para hoteles como para viviendas vacacionales debido a que encontrarán información sobre las preferencias del sector joven y sobre lo que demandan en la actualidad, por tanto, cuentan con los datos necesarios en el caso de que busquen rediseñar su propuesta de valor para este sector. Se debe destacar que, los hoteles pueden redefinir sus estrategias sabiendo la información que ha ofrecido Victoria López y viendo los principales motivos por los que los usuarios jóvenes se hospedan en ellos. En cuanto a las viviendas vacacionales, estas pueden ser más conscientes de cómo es el perfil de los jóvenes canarios para adaptarse a sus demandas y así atraer a un mayor número de personas de este sector. Igualmente, debido al descenso del número de visitantes en Canarias, se están llevando a cabo campañas y promociones para animar a los residentes a que pasen sus vacaciones en las islas y así reactivar poco a poco la economía local, es por ello por lo que los resultados de esta investigación pueden suponer una aportación útil para las estrategias políticas dirigidas al sector joven.

Finalmente, en cuanto a las limitaciones que se han tenido al realizar esta investigación, se debe resaltar la dificultad que se ha encontrado para obtener información académica y estudios sobre la reciente situación post pandemia. Además, no se ha hallado suficiente literatura en cuanto a las definiciones de los términos de hotel y vivienda vacacional. No existen medidas sanitarias específicas para la vivienda vacacional, sino las recomendaciones del Ministerio de Sanidad. También se considera necesario tener una mayor muestra de representantes de ambas modalidades alojativas, es decir, haber realizado más entrevistas para obtener varios puntos de vistas y de igual manera, haber podido tener una muestra mayor de personas encuestadas.

7. BIBLIOGRAFÍA

- ASCAV. (s. f.). La Asociación - Asociación Canaria del Alquiler Vacacional. Recuperado de <http://www.ascav.es/es/la-asociacion.html>
- Bardi, J. A. (2002). *Hotel Front Office Management* (3.ª ed.). Hoboken, Nueva Jersey: John Wiley & Sons Inc.
- Braintrust. (2020, 26 junio). Los tipos de alojamiento que elegiremos estas vacaciones. Recuperado de <https://www.braintrust-cs.com/tipos-de-alojamiento-que-elegiremos-estas-vacaciones/>
- Catalonia Hotels. (2016, 3 noviembre). Tipos de hoteles. Recuperado de <https://www.cataloniahotels.com/es/blog/tipos-de-hoteles/>
- Cátedra de Turismo (CajaCanarias, ASHOTEL, ULL), Gómez Perals, M., & Álvarez Moleiro, J. (2016, enero). *Alquiler vacacional en Canarias. Una perspectiva jurídica*. Recuperado de <http://www.datosdelanzarote.com/Uploads/doc/Alquiler-vacacional-en-Canarias.-Una-perspectiva-tur%C3%ADstica-20170210124527868Alquiler-vacacional-en-Canarias.-Una-perspectiva-jur%C3%ADdica.pdf>
- CEHAT. (2009). Clasificación hotelera europea. ¿Una utopía o una realidad muy cercana? <http://www.cehat.com/frontend/cehat/Clasificacion-Hotelera-Europea--una-Utopia-O-Una-Realidad-Muy-Cercana-vn3946-vst460>
- DECRETO 113/2015, de 22 de mayo, por el que se aprueba el Reglamento de las viviendas vacacionales de la Comunidad Autónoma de Canarias. *Boletín Oficial de Canarias*. 28 de mayo de 2015. Nº 101.
- DECRETO 149/1986, de 9 de octubre, de Ordenación Hotelera. *Boletín Oficial de Canarias*. 27 de octubre de 1986. Nº 129.
- Ena, J., & Wenzel, R. P. (2020). A novel coronavirus emerges. *Revista Clínica Española*, 220 (2), 115–116. <https://doi.org/10.1016/j.rceng.2020.01.001>
- Equipo Vértice. (2008). *Gestión de hoteles (Hostelería y turismo)* (1.ª ed.). Málaga, España: Vértice.
- ESERP Business School & Hundredrooms. (s.f.). *Hábitos turísticos: ¿Cómo viajan los millennials?* Recuperado de <https://es.eserp.com/wp-content/uploads/2017/01/Informe-Millennials-HR-ESERP.PDF>
- Exceltur. (2021, enero). *Valoración turística empresarial de 2020 y perspectivas para 2021* (75). Recuperado de <https://www.exceltur.org/wp-content/uploads/2021/01/Informe-Perspectivas-N75-Balance-del-an%CC%83o-2020-y-previsiones-para-2021-1.pdf>
- Grupo Fedola. (s. f.). Empresas. Recuperado de <https://grupofedola.gf-tic.com/inicio/empresas/>

- Guillén, N. (2015).** La vivienda de uso turístico y su incidencia en el panorama normativo español. *Revista Aragonesa de Administración Pública*, 45-46, 101-144. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5444230>
- Hinojosa, V. (2021, 5 febrero).** Hoteles en Canarias: gestión ágil y flexible sujeta al cortísimo plazo. Recuperado de https://www.hosteltur.com/142069_hoteles-en-canarias-gestion-agil-y-flexible-sujeta-al-cortisimo-plazo.html
- Instituto Canario de Estadística (2019)** *Población de 18 y más años que ha contratado alojamiento a través de alguna plataforma de alquiler de viviendas vacacionales según plataformas, sexos o grupos de edad.* Canarias Recuperado de [ISTAC: Estadísticas de la Comunidad Autónoma de Canarias \(gobiernodecanarias.org\)](http://www.gobiernodecanarias.org/istac/Estadísticas%20de%20la%20Comunidad%20Autónoma%20de%20Canarias)
- Instituto Canario de Estadística (2021)** *Establecimientos hoteleros abiertos, plazas ofertadas y habitaciones disponibles según categorías por islas de alojamiento de Canarias y periodos* Recuperado de <http://www.gobiernodecanarias.org/istac/jaxi-istac/tabla.do?uripx=urn:uuid:86911835-efd6-4a36-8c34-cea79bd5d8b8&uripub=urn:uuid:ad002616-6e9f-4e4a-8e7a-7c393a69fce0>
- Instituto Nacional de Estadística. (2021)** *Número de turistas según comunidad autónoma de destino principal* Recuperado de <https://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=10823#!tabs-grafico>
- Instituto Nacional de Estadística. (2021)** *Porcentaje de viviendas turísticas sobre el total de viviendas censadas en 2011. Municipios* Recuperado de <https://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=39366>
- Instituto Nacional de Estadística. (2021)** *Viviendas turísticas, plazas y plazas por vivienda turística. Municipios* Recuperado de <https://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=39363>
- Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE). (2020).** *Medidas para la reducción del contagio por el coronavirus SARS-CoV-2* 12-16.
- Marrero, M. (2016).** *Glosario de términos hoteleros, turísticos y relacionados* (1.ª ed.). Recuperado de <https://momomarrero.com/glosario/>
- Mascaró, E. (2020, 5 septiembre).** Hoteles vs viviendas: precios menos competitivos y muchas normas a cumplir. Recuperado de https://www.hosteltur.com/139042_hoteles-vs-viviendas-precios-menos-competitivos-y-muchas-normas-a-cumplir.html
- Montevago, J. (2018, 19 enero).** Millennial travelers prefer hotels over Airbnb rentals, study says. Recuperado de <https://www.travelmarketreport.com/articles/Millennial-Travelers-Prefer-Hotels-Over-Airbnb-Rentals-Study-Says>
- REAL ACADEMIA ESPAÑOLA:** *Diccionario de la lengua española*, 23.ª ed., [versión 23.4 en línea]. <<https://dle.rae.es/hotel>> [2021, 3 de abril].

Resonance. (2018, agosto). *Future of U.S. Millennial Travel*. Recuperado de <https://resonanceco.com/reports/2018-future-of-millennial-travelreport/#:~:text=The%202018%20Future%20of%20Millennial,decade%20of%20North%20American%20travel.&text=The%20report's%20nine%20chapters%20range,young%20children%20in%20record%20numbers>.

Santamaría, P. (2017, 18 de diciembre). Cómo se otorgan las estrellas de los hoteles. *ABC*. Recuperado de https://www.abc.es/viajar/noticias/abci-como-otorgan-estrellas-hoteles-201712180129_noticia.html

Viajeros. (s. f.). Clasificación de hoteles, de una a cinco estrellas. Recuperado de <https://www.viajeros.com/articulos/903-clasificacion-de-hoteles-de-una-a-cinco-estrellas>

8. ANEXOS

8.1. TRANSCRIPCIÓN ENTREVISTAS REALIZADAS

JAVIER MARTÍN - Gerente Asociación Canaria del Alquiler Vacacional

Introducción:

¿Cuál es la definición de una vivienda vacacional?

Es una vivienda, modalidad de alojamiento turístico, que trata de ofrecer un servicio y un alojamiento más cercano y más aproximado a lo que es una vivienda o un hogar que otro tipo de unidades de alojamiento. Pretende dar un servicio más cercano al huésped y que se sienta como en casa. Nosotros representamos con orgullo este tipo de personas que se enorgullecen de su tierra y en los servicios que se ofrecen al huésped está algo más que el alojamiento.

Intentar tener un trato mucho más cercano y más cálido es lo que nos define.

Preparación para el COVID.

¿Qué medidas higiénico-sanitarias están llevando a cabo los asociados?

El laboratorio canario tiene unas medidas COVID que se lanzaron en su momento con un manual de buenas prácticas. Nosotros nos hicimos eco de unas recomendaciones, porque al final todo son recomendaciones, desde el ministerio de sanidad e incluso hicimos acciones formativas en el inicio del coronavirus con expertos y profesionales de limpieza y sanitarios, incluyendo en esas charlas a especialistas del tema anti plagas.

Pero al final todo es muy simplista y se ha quedado en distanciamiento, lavado de manos y la limpieza exhaustiva con una serie de productos recomendados por el ministerio; y es un tema que llevamos junto con el manual de buenas prácticas de limpieza de los alojamientos turísticos.

¿Cómo les ha afectado la situación?

El virus ha afectado a todos. Prácticamente ha sido un cero total, ha sido el cierre de fronteras, el cierre de nuestros canales turísticos tradicionales.

Es verdad que cuando empezó el verano nosotros nos vimos bastante beneficiados a pesar de ser una modalidad de alojamientos que siempre ha estado proscrita porque, ahora ya cada vez menos, hemos tenido que lidiar con algunos calificativos como competencia desleal, que somos una modalidad de alojamientos fraudulenta...

Ahora el COVID ha posicionado y ha puesto la vivienda vacacional como la elección prioritaria de los visitantes, aunque sean pocos estos visitantes, por la necesidad de esa vivienda aislada.

¿Creen que el sector de la vivienda vacacional puede salir beneficiado o perjudicado de esta situación?

Hemos salido beneficiados, nos alegramos por ello y nos alegramos de que todo el sector de turismo de Canarias se recupere. Ahora mismo, sobre todo, hemos salido beneficiados con una parte de nuestros alojamientos como son las viviendas aisladas que están en zonas rurales o las viviendas con piscinas pues han tenido una mayor demanda; pero no así los pequeños apartamentos o las viviendas que están ubicadas en entornos más urbanos que se han visto más desfavorecidas. Entonces no es que la situación esté "para tirar cohetes", pero tampoco hemos

tenido un cierre total como otras modalidades. Nosotros deseamos que se recuperen cuanto antes por el bienestar de todos, de Canarias, de los trabajadores, del empleo y por el bien de lo que es nuestra recuperación económica que de una manera directa o indirecta nos beneficiamos todos. Es verdad que ahora también nos hemos visto beneficiados por los teletrabajadores. Gente que está en sus países que están hartos de estar encerrados y vienen a Canarias a teletrabajar, por lo que esto ha supuesto para nosotros un poquito de aire. Pero bueno, esperamos que esto pase cuanto antes y que no tengamos que aguantar una quinta ola, que las personas salgan de los ERTES y que haya una situación de más certidumbre; sobre todo que no muera más gente que es lo que se pretende.

El sector joven y las viviendas vacacionales.

¿Cuál cree que era la visión de la juventud sobre las viviendas vacacionales antes del COVID?

Nuestro principal sector, nuestro principal visitante, casi el 90% de nuestros huéspedes suelen ser familias. Después hay un porcentaje que suelen ser las parejas, que son el 7-8%. Y luego el otro porcentaje son grupos de amigos, entonces no suele ser lo más tradicional. Nuestros visitantes son desde otra perspectiva, pero si es verdad que ya se hacía antes, los jóvenes alquilaban un apartamento en Semana Santa con los amigos y se iban, incluso yo en mi época hace 35 años ya lo hacíamos en el sur de Tenerife; entonces se sigue haciendo, pero, insisto, no es el grueso de nuestro mercado de actividad.

En cuanto al sector joven puedo decir que nos encanta porque al final se volverán mayores, crearán familias y buscarán el alquiler vacacional.

Hay gente joven que también tira por la parte del deporte y apuestan por la vivienda vacacional y nos encanta que sea así. Queremos centrarnos en esa parte sana y constructiva, no en la parte destructiva. Yo creo que la parte destructiva no es deseable para nadie, ni siquiera para los hoteles. Entonces ofrecer ese tipo de calidad y ese tipo de cercanía que les hace sentir como en casa es lo que siempre perseguimos.

¿Cree que este sector valoraba a la juventud como un sector potencial? ¿Había oferta específica para la juventud?

Si, siempre. Valoramos a toda la parte del sector y toda la nueva campaña de Cabildo de Tenerife está enfocada al sector joven (TENERIFE!). Esta promoción está muy focalizada al sector de la juventud y el llamamiento al deporte.

Yo creo que tampoco debemos olvidar tampoco al sector tradicional. Zonas como el Puerto de la Cruz han vivido toda la vida de un sector de un rango de edad más alto. Yo pienso que todo tiene cabida y que igual dentro de nuestros productos hay algunos más enfocados a la juventud como los apartamentos o viviendas en las que se puedan de 10 a 12 personas y se puedan compartir otro tipo de espacios están muy de moda ahora, incluso en el sector de la empresa que también es en parte joven. Por ejemplo, para trabajar y hacer *brainstorming*, esto forma parte de su cultura empresarial y es la realidad joven. Entonces bueno, yo pienso que hay espacios para todos, es cuestión de no solamente pensar en el sector joven como el sector del disparate, hay muchas concepciones y matices que pos supuesto en la vivienda vacacional y cualquier otro tipo de alojamiento pueden encontrar lo que buscan. Se trata de respetar y escuchar las demandas de los visitantes y de ofrecerles un producto a medida de ese tipo de demanda, no hay que cerrarse.

¿Ven al sector joven como un mercado viable?

Todos estamos obligados a buscar la viabilidad de las demandas de nuestros clientes y quien no lo haga así está muerto. El turista es soberano, es el turista quien decide y hay que escucharlo y darle el software a medida. En Canarias tenemos que entender que desde la perspectiva turística todo es turístico, no hay municipios turísticos porque todo lo es desde la perspectiva turística. Entonces se trata de respetar sus elecciones e intentar darle lo que demanda porque si no se va a otro destino.

¿Cree que la percepción de la juventud con respecto a las viviendas vacacionales ha cambiado?

Yo pienso que ha mejorado. La vivienda vacacional ha demostrado que ha estado al servicio del Gobierno de Canarias cuando la situación era más complicada y dimos las viviendas gratuitamente para alojamiento de los sanitarios. Si es verdad que incluso a precios simbólicos, creo que hemos estado a la altura de las circunstancias, en contacto con todas las embajadas intentado ayudar cuando tenían que volver muchos de sus ciudadanos a sus países.

Creo que en estas circunstancias todo el mundo tiene que arrimar el hombro, tanto en las que hemos vivido como en las que vamos a vivir a partir de ahora, porque las cosas no van a cambiar de la noche a la mañana. Entonces ahora mismo hay que actuar con más responsabilidad que nunca, intentando ayudarnos unos a otros y entender que esta es una crisis global de la que tenemos que salir todos juntos sin dejar a nadie atrás.

¿Han adaptado la oferta de vivienda vacacional al sector joven tras la pandemia?

Si. Hemos tenido en algunas ocasiones que bajar los precios para intentar adaptarnos.

El mercado del teletrabajo es un mercado que al estar más tiempo obliga, lógicamente, a bajar un poco los precios; porque ahora mismo más del 50% de nuestros visitantes son teletrabajadores y esta parte es muy importante en este momento.

También es importante mencionar que ahora mismo no estamos recibiendo turistas de los mercados tradicionales, que son el británico y el alemán, sino de Polonia, República Checa, Bulgaria, Hungría o Francia. Esto es muy positivo porque estamos diversificando lo que son, no solo nuestros mercados emisores, sino también estamos diversificando la oferta e intentando que se conozca Canarias desde otra perspectiva.

Hay que entender que dentro de nuestra oferta hay que salirse un poco del sol y playa porque Canarias es muy grande en otras muchas cosas, entonces ese tipo de ofertas complementarias son cada vez más atractivas, a parte de la gastronomía, el turismo de salud, el turismo deportivo (Famara). También la parte de cultura y tradiciones, cada vez encontramos más extranjeros participando en una feria de San Isidro, en el Chorrillo o en una romería de Tegueste, porque les gusta ser parte implícita de nuestra cultura.

¿Qué demanda el sector joven en el sector de la vivienda vacacional?

Lo mismo que el resto de los sectores, exactamente igual. Yo pienso que demanda experiencias, sensaciones y sentirse bien; igual que cualquier persona, cada cual dentro de su rango de edad. Demandan tener la experiencia que desean, no sentirse defraudados, que el producto que están disfrutando responda a sus expectativas, que les satisfaga, que construyan su propia experiencia

turística y que no se las encorsete. Creo que la tendencia cada vez más de las redes y experiencias online nos permite disfrutar cada vez más de la experiencia turística mucho antes; la experiencia no es solo en el destino, sino que viene de antes e incluso de después. Entonces este tipo de nueva realidad turística tiene que ajustarse e incluso ser dinámica porque mucha gente habla de calidad, pero ¿Qué es calidad, la que nosotros pensamos o la que piensa el turista? Calidad no es un hotel de 5 estrellas para un turista, pero para otro sí. El rango de medición de la calidad depende del tipo de turista. Entonces al final se trata de ser más flexibles y dinámicos para poder acercarnos a ese tipo de demandas, tanto jóvenes como no jóvenes.

Futuro de las viviendas vacacionales:

¿Hay algún pronóstico para la temporada de verano?

Pensamos que si la situación no se desmadra puede ser un buen verano para la vivienda vacacional porque en Canarias la campaña más fuerte es la campaña de invierno que empieza a partir de septiembre. Entonces la situación de ERTE lleva a que muchas modalidades de alojamientos no se arriesguen a una campaña de verano incierta cuando todavía no se puede garantizar la inmunidad grupal. A lo mejor con toda esta situación, falta un poquito medir y ver la evolución y las vacunas con las que contamos para que se llegue a ese nivel de inmunidad.

Nosotros pensamos que hasta bien entrado julio no vamos a conseguir los efectos deseados. Aún así yo creo que persistirá la demanda de esas viviendas claras y la gente seguirá teniendo esa cautela y seguirán demandando ese producto estrella del año pasado, que son esas viviendas aisladas. Eso es lo que esperamos; ojalá que la situación fuera otra y que a partir de julio todas las modalidades de alojamiento turístico y toda la parte de hostelería pueda abrir.

¿Cómo cree que puede evolucionar el sector hotelero?

El sector hotelero tiene que ir evolucionando a medida de las demandas de sus clientes y vuelvo a lo mismo de antes, yo pienso que el turista es el soberano y que somos nosotros quienes tenemos que adaptarnos a este tipo de exigencias y a esta realidad.

Creo que ya el turismo no es “llevo una guagua a la puerta de un hotel, los meto en la guagua, los llevo al Teide, los llevo a un restaurante a comer...” eso está obsoleto ya.

Este tipo de realidad turística pienso yo que no es la que hoy en día se demanda, sino que hay que respetar más las libertades, la capacidad de elección y esa demanda construida y más versátil del alojamiento hotelero y de todos.

Yo creo que, en todo, incluso en los horarios ¿Por qué tengo que desayunar de 7 a 10 de la mañana si me apetece levantarme a las 12? Ese tipo de realidad distinta, más flexible y dinámica es lo que poco a poco tenemos que ir cambiando.

Nuestro modelo turístico ha sido un modelo de éxito durante 30 años y muchos piensan: Si ha funcionado, ¿para qué vamos a cambiarlo? Y es que precisamente por eso, llega un momento en que la realidad turística no es estática y está cambiando continuamente y más ahora con las nuevas tecnologías y las nuevas plataformas en las que se demandan otro tipo de cosas. Entonces no podemos persistir en un producto porque haya durado 30 años, la realidad nos está mostrando otra cosa y es que nuestro modelo turístico tiene que cambiar, esta realidad sanitaria nos ha enseñado muchísimas cosas y que no podemos estar aislados o ser independientes y que tenemos que ser “con”, que escuchar activamente, que ser flexibles para ir cambiando y dando

respuestas a cada tipo de demanda. Entonces depende de esta capacidad de adaptarnos si tendremos éxito o no.

VICTORIA LÓPEZ - Presidenta del Grupo Fedola.

Introducción:

¿Cuál es la definición de un hotel?

La definición técnica se puede buscar en Wikipedia, pero la definición de una empresaria hotelera es: "el hotel es el lugar responsable del mejor momento en la vida de las personas. Nadie se va de vacaciones a pasarlo mal, al contrario, las expectativas de vacaciones de la gente siempre son para pasar tu mejor momento en tu vida. Así que el hotel siempre será el responsable de hacer cumplir esas expectativas, que son pasarlo bien y disfrutar".

Los hoteles no son edificios, los hoteles son las personas. Quien le da vida al hotel, quien le da la categoría y quién le da la calidad, a parte de que pueda ser más bonita o menos bonita la arquitectura del hotel según los criterios de cada persona, son las personas. Por eso yo siempre digo que nosotros no tenemos los mejores hoteles de Canarias, pero tenemos los mejores profesionales porque transmiten mucho cariño y mucha vida y eso es lo que ha hecho que tengamos un alto índice de repetidores, porque vienen buscando que siempre les ayudemos a pasar su mejor momento.

Hay gente que gasta infinitos millones de euros en marketing, en CRM⁹, en buscar mucha tecnología; y luego resulta que no se dan cuenta que lo importante lo tienen delante, que son los trabajadores, y en eso no invierten tanto. No estoy hablando en temas económicos de sueldos, sino en dedicarles tiempo a los trabajadores, a escucharlos, a motivarlos, a compartir con ellos, a que se sientan parte de un proyecto, esa es la parte más importante.

Preparación para el COVID.

¿Qué medidas higiénico-sanitarias están llevando a cabo?

En el mes de febrero o casi que finales de enero, cuando ya empieza a rumorear que ese virus que estaba en China perdido estaba llegando a Europa, nosotros tuvimos varias reuniones con diferentes organismos públicos, como Sanidad, y médicos de hospitales, porque todos teníamos miedo y nosotros los primeros, porque estábamos con turistas que vienen de Alemania, Reino Unido... como ese alemán que acabó en La Gomera contagiado. Entonces empezamos a tener un cierto nerviosismo y todos nos dijeron lo mismo: "tranquilidad, esto no deja más que ser un simple catarro o una gripe". Pero ahondando en el tema de preocuparte siempre por tu personal, yo me reuní personalmente con todos los trabajadores de la cadena hotelera en grupos, porque somos mil y pico y entonces fui haciendo grupos. A todos fui intentando solventar todas aquellas dudas que a mí también me habían atacado y que yo había preguntado a médicos porque, al final, que me lo diga un responsable de Sanidad que no es médico lo respeto, pero prefiero que me lo diga un médico. Les transmití tranquilidad, cuando eso no usábamos mascarillas ni nada.

Dicho todo esto, pues viene el cierre en marzo. Pasa lo del Costa Adeje del sur, cerramos todo y cuando abrimos, lo hacemos con un montón de medidas. Fue muy complicado porque la normativa

⁹ CRM: "Customer Relationship Management" (Gestión de la Relación con el Cliente)

no era exacta, es decir, no había una normativa tan fácil de leer que digas: vale, esto lo cumplo y esto también. Por ejemplo, ponía: “tienes que estar a dos metros de separación”, pero siempre había casuísticas que no estaban solucionadas. Entonces fuimos resolviendo duda a duda y así paso en general, no solo en el sector turístico. En nuestros hoteles se llevó a cabo la desinfección de las habitaciones para que los clientes pudieran acceder a ellas; se tuvo que cambiar cortinas, lencería y dismantelar parte del mobiliario.

A las empresas lo que nos interesa de todo esto es un incremento de costes brutal. Entre toda la señalética, los geles hidroalcohólicos en todos los puntos del hotel, que los ascensores se acomodan, porque todos los ascensores para seis personas de repente eran solamente para convivientes y si no lo eres es solo para una persona. Estos ejemplos los solventamos con mucho trabajo y siempre con una sonrisa a cada cliente afectado por esas incomodidades.

Desde que accedes a recepción ya tenías que señalar una entrada y una salida bien diferenciadas; tienes que enseñar el DNI y no lo deben coger, los bolígrafos son de un solo uso y hay que desecharlos inmediatamente en cuanto el cliente firma; también nos obligaron y nosotros fuimos partícipes de pedir los resultados negativos a nuestros clientes y cuando llegaban sin test nos veíamos obligados a acompañarlos, en el caso del sur, a Hospiten Sur o Quirón.

La medida más drástica y que más conflicto generó con los clientes fue la de los buffet asistidos. El problema es que ahora tienes que pedir a los cocineros lo que quieres que te pongan. De la misma manera, por mucho que refuerces la cocina, tienes que poner un extra de cocineros detrás del buffet para poder evitar largas esperas. Si hay 700 clientes comiendo se genera cola incómoda para que cada uno elija lo que quiere.

Hay muchos clientes que estas restricciones les han generado mucha confianza, pero hay otros para los que realmente hemos sido un auténtico tostón, pero porque nos obliga la ley y por nuestra propia tranquilidad; por eso está demostrado que el sector hotelero no ha tenido problemas o no ha habido un caso de 20 o 30 clientes de un hotel que se contagien. Porque nosotros no nos la jugamos.

Para las medidas COVID-19, ASHOTEL se puso en contacto con la Consejería de Sanidad. Pero como estaban todos perdidos, empezamos a impacientarnos para poder abrir en verano de 2020. Entonces ASHOTEL junto a la ayuda de otros técnicos, nos sentamos y generamos una especie de guía de recomendación: “cómo proteger a los hoteles”; que eso fue avalado por la Consejería de Sanidad convirtiéndola en norma.

¿Cómo les ha afectado la situación? ¿Creen que el sector hotelero puede salir beneficiado o perjudicado de esta situación?

Los datos que tengo son de mi empresa, por tanto, voy a hablar de lo que yo sé. Nosotros, además de perder la producción de lo que se hace durante todo un año, en la cadena hotelera se suman muchos millones de euros. Además de no producirlos, cuando abrimos en verano lo abrimos prácticamente para cubrir los gastos.

Les pongo un dato, cada uno de nuestros hoteles gasta mínimo unos 300.000 euros al mes estando cerrado. Primero, porque toda la plantilla que está en ERTE nosotros pagamos el 25% de la seguridad social. Segundo, porque un hotel que está cerrado no puedes dejarlo cerrado y ya está, tienes que dejar seguridad, sobre todo ahora que hay mucho vandalismo, tienes que dejar mínimo un jardinero o dos para que cuiden los jardines, los piscineros porque unas piscinas de

800m2 de agua no se pueden dejar que se pudran, también hay que dejar mantenimiento por cualquier cosa que no funcione bien y se pegue fuego.

Por tanto, un hotel de 5 estrellas gran lujo como el GF Victoria necesitaba 14 personas trabajando mientras estaba cerrado, entre seguridad, un responsable del hotel, que normalmente es el director, y todos los demás son puro mantenimiento. Entonces todo esto genera un coste brutal y si tú tienes en la caja dinero y por cada mes sacas 300.000 y así multiplicas por 12, nosotros cada mes sacamos una media de unos 1.100.000 euros de la caja para esto solamente. En verano sacamos los números para saber cuánto nos estaba costando cada hotel cerrado y, si lo abrimos, con qué personal tenemos que trabajar para dar un buen servicio y cubrir algo. Pues en verano sacamos algo de personal y tuvimos hoteles a un 25% de ocupación, que es poquísimo, pero nosotros nos pusimos contentos porque en vez de perder 350.000€ ahora perdíamos 250.000. La productividad venía de la copa extra que se venda, de una comida extra en el restaurante a la carta...

Ahora mismo, como muchas otras empresas, lo que estamos negociando es liquidez con muchos bancos para seguir sobreviviendo. Porque las carencias que nos dan están muy bien, pero no nos dan el dinero que necesitamos para pagar la nómina de los que están trabajando y de los que están en ERTE. En Canarias sin turismo no hay nada que funcione y que sea rentable.

El sector joven y los hoteles

¿Cuál cree que era la visión de la juventud sobre los hoteles antes del COVID?

La juventud de los 18 años va a un sector que no es tanto a hoteles. O van a hoteles que, si tienen dinero, les dan experiencias diferentes y no a un hotel con una piscina para echarse en una hamaca, que es lo que haría una persona de 50 años. A la gente joven le gustan más las experiencias, un hotel que tenga una zona de *skybar*...

Si no tienen economía, pues hacen como nos ha pasado a nosotros que meten en una habitación de 2 personas a 14, entonces tienes que quitarlos de ahí porque se han colado de alguna manera. Pero la juventud creo que antes del COVID no eran conscientes de que la economía era parte fundamental de la vida de las personas y ahora están viendo que sus padres pueden ser que no tengan las mismas holguras de antes, que estén preocupados por la hipoteca o porque tengan una empresa y esté cogida con pinzas o que vean que los padres de sus amigos han tenido que cerrar o que tienen que buscar trabajo donde puedan porque no se pueden mantener. Creo que ha sido una lección para la juventud, que todo no es fiesta y gloria y creo que están valorando mucho más ahora el sacrificio que han hecho los padres para tener lo que tienen. Eso, más las vacaciones pagadas en un hotel, antes la juventud ni las valoraban y venían y eran los más exigentes, los más inconformistas y los que menos contentos estaban.

Nosotros, por ejemplo, tenemos en el Victoria un simulador de Fórmula 1 que es el único que hay en Canarias, pero siempre se quejan de algo, el software, el efecto que le falta... aunque sea una tontería, pero en esa edad siempre están inconformes. Pero es lo normal, con 18 años no te preocupas por esas cosas.

Pero creo que ahora la juventud es mucho más consciente. Incluso algunos que antes eran unos irresponsables, ahora se han hecho muchos más responsables y son conscientes del valor de lo que tienen, del valor de los sacrificios, del miedo que han podido pasar al ver fallecer a familiares. A mi me ha sorprendido y creo que la mayoría de la juventud es buena y responsable.

Para esto nosotros, los hoteleros, tenemos que hacer hoteles para la juventud y que sean hoteles que tengan aquellas cosas que la juventud ahora quiere, que es tecnología, no estar con sus padres pegado al lado, independencia. El hotel debe ofrecer zonas que sean para ti y que puedan sentirse mayor.

Después del COVID-19 la juventud se ha vuelto muy responsable por haber sido capaz de haber estudiado la carrera en casa y aunque lo hagan con la comodidad de la cama, con el móvil...van superado los cursos de esa manera, eso para mí significa que son responsables.

¿Cree que este sector valoraba a la juventud como un sector potencial? ¿Había oferta específica para la juventud?

A la juventud hay que darles servicios específicos para ellos. El ejemplo lo tenemos en GF Victoria. Es el último hotel que abrimos, pero es el resultado de un largo proceso por buscar un valor añadido único. Desde el 2005 nos planteamos un proyecto singular porque, en aquel momento, había una moratoria turística que no te permitía hacer hoteles salvo que el Parlamento de Canarias lo declarase de interés general y para esto tenía proponer una oferta que no existiese. Nos interesaba ese reto de buscar algo bueno y diferente.

Entonces empecé a darle vueltas, me fui a Madrid, hice unos cursos de marketing infantil y juvenil y descubrí la pólvora y dije, vamos a hacer un hotel para familias, pero no el típico donde tienes la piscina y luego una pequeña dónde están los niños pequeños y están todo el día chillando y molestando. Entonces descubrimos muchas cosas y una de ellas es que los niños por edades no quieren estar juntos, es decir, un niño de 14 años no quiere estar donde hay niños pequeños; un niño pequeño no puede estar donde hay niños grandes porque corren el riesgo de que le pueda dar un golpe o lo que sea. Entonces dentro del Victoria decidimos hacer servicios diferentes para distintas edades de niños, tanto de día como de noche. De día está el parque acuático de niños pequeños, el de medianos y el de grandes, incluso adultos. Y luego por la noche hacemos servicios específicos para los niños por edades. Está la sala de simulación para los más grandes y después están las salas pequeñitas, incluso hay una que simula un faro de un puerto que cuenta cuentos para los más pequeños. De esta manera tienes a todos los niños entretenidos en el hotel y los padres tranquilos tomándose sus copas y disfrutando.

¿Ven al sector joven como un mercado viable? ¿Cree que la percepción de la juventud con respecto a los hoteles ha cambiado?

Por supuesto. Primero, porque son todos unos espabilados y al final todos sacan dinero de alguna manera. El mercado juvenil es un mercado que sabe pensar en lo que quiere y tenemos que adaptarnos nosotros a ellos y no al revés. Crear los espacios adecuados, sobre todo con importancia a la tecnología, música, bebidas y toda la moda que haya. Y sobre todo ellos que están saliendo ahora al mercado laboral súper jóvenes, preparadísimos, con un potencial y un talento brutal que a la mínima que una empresa les da una oportunidad ya empiezan a ganar dinero y tienen el chip de gastarlo. Entonces la juventud de ahora piensa pues con ese dinero me voy a un hotel un fin de semana con un par de amigas y me voy a un concierto, porque tienen el chip más de gastar y consumir. Y eso es lo que va a pasar en el futuro, vamos a dejar de consumir riquezas como coches y casas y vamos a gastar el dinero que tengamos en disfrutar de la vida.

¿Han adaptado la oferta hotelera al sector joven tras la pandemia?

Los precios no tanto, pero la oferta sí. Cada vez se ven más hoteles que acogen más la novedad de utilizar sus tejados para hacer un *skybar*. Antes las azoteas eran un sitio perdido donde ponías el tanque del agua y ya está. Ahora todo se ha convertido en zonas de experiencias para disfrutar.

¿Qué demanda el sector joven en el sector hotelero?

Diferentes experiencias y no tener a los padres encima.

Futuro de los hoteles:

¿Hay algún pronóstico para la temporada de verano?

Sí. La temporada de verano va a venir floja, pero va a venir. Al menos eso es lo que pensamos y lo que estamos viendo en las reservas y en la intención de los turoperadores que son los que tienen los aviones y los que venden nuestros hoteles. Porque nosotros podemos lanzar todas las ofertas que queramos, pero llegamos a menos público que los turoperadores. Todos estamos prácticamente igual, todos necesitan retomar la actividad porque prácticamente los turoperadores también se refinancian como pueden.

Así que el verano vendrá, pero vendrá flojito porque la gente no habrá cogido la suficiente confianza, tanto los vacunados como los que faltan por vacunarse o porque les da miedo de quedarse tirado en un país extranjero que no es el suyo si cierran las fronteras. Pero sí estamos viendo un invierno bueno. A los británicos y los alemanes les encanta Canarias y ya están apostando más por la temporada de invierno que por el verano porque creen que es más seguro dado que ya en esa época en sus países estarán prácticamente casi todos vacunados y vendrán buscando sol, diversión y calor.

Así que el verano lo pasaremos con canarios, peninsulares y los poquitos alemanes y británicos que no aguanten sin venir y que los dejen salir también.

¿Cómo cree que puede evolucionar el sector de la vivienda vacacional?

La vivienda vacacional es un sector que ha llegado para quedarse y que no es malo si está regulado. Lo digo porque a los hoteles nos obligan a cumplir un montón de normativas de seguridad, contra incendios, de legionella, etc. Las viviendas también deberían cumplir el sistema de la seguridad, y la seguridad pasa por todo eso. Por ejemplo, una vivienda vacacional tiene un extintor contra incendios, pero si se te prende fuego un sartén con aceite ¿cómo lo haces?, ¿cómo sabes cuántas personas había dentro? También se usan las viviendas vacacionales porque a veces paga uno y después resulta que van catorce, entonces esos catorce no están cumpliendo y de repente pasa algo, que se ahogan en una piscina porque no hay socorristas o lo que sea; debería saberse todo y que haya una normativa.

Pero sí, es un modelo que ha venido para quedarse, que hay gente que le gusta ese modelo, sobre todo para largas estancias y que lo único que nosotros decimos siempre es que la competencia desleal son aquellos que no están dados de alta. Entonces al final de año tienen x cantidad de beneficio porque no pagan a Hacienda.

Todos tenemos que aportar porque, por ejemplo, yo en los hoteles soy inspectora de Sanidad, inspectora de trabajo, inspectora de salud pública, o sea soy inspectora de todo. A mí me hacen responsable si un trabajador incluso se encuentra mal en la empresa, yo tengo una inspección para saber por qué. Por ejemplo, puede ser que el producto de limpieza que estaba usando no

sea el adecuado, todo eso lo tengo que cuadrar. Después, inspectora de trabajo porque a parte de tener todo mi personal legal, cualquier empresa que tenga que entrar a hacer un servicio dentro del hotel, como mantenimiento de ascensores o limpiadores de cristales, yo tengo que pedirle los papeles de que están dados de alta en la seguridad social y que están cotizados entre otras cosas. O sea, al final los hoteles nos hemos cargado con toda la responsabilidad de todo, por eso digo que hacienda no tiene que hacer inspecciones a las demás empresas porque ya nos encargamos nosotros de hacerlo. Y a veces dice: “quiero ayudar a una empresa pequeña”, pero tiene a un trabajador externo que resulta que hace tres meses que no paga la seguridad social, entonces no le puedo dar el servicio porque si no ya pagas la seguridad social y la multa puede ser como diez veces más. Así que el futuro del sector turístico yo creo que está garantizado.

8.2. ESTRUCTURA DE LA ENCUESTA REALIZADA

Perspectiva del usuario turístico tras la pandemia:

Universidad de La Laguna.

Sexo *

Masculino

Femenino

Otro

Edad *

18 - 20 años

21 - 22 años

23 - 25 años

26 - 28 años

29 - 30 años

Mayor de 30 años

Lugar de residencia

*

- Tenerife
- La Palma
- La Gomera
- El Hierro
- Lanzarote
- Fuerteventura
- Gran Canaria
- La Graciosa
- Otra...

¿Con qué frecuencia solías pernoctar en viviendas vacacionales? (Antes del COVID-19) *

- 1 vez al año
 - 2 - 3 veces al año
 - 4 o más veces al año
 - 0
-

¿En qué tipo de alojamiento solías quedarte con mayor frecuencia antes de la pandemia?

- Hotel
 - Vivienda Vacacional
 - Otra...
-

¿Y después de la pandemia?

- Hotel
- Vivienda vacacional
- Otra...

Ocupación actual *

- Estudiante
- Asalariado/a
- Autónomo/a
- Desempleado/a
- Jubilado/a
- Otra...

Habitos Turísticos

Descripción (opcional)

¿Con qué frecuencia solías pernoctar en hoteles? (Antes del COVID-19) *

- 1 vez al año
- 2 - 3 veces al año
- 4 o más veces al año
- 0

¿Cuál ha sido el motivo principal de tus estancias?

- Ocio
 - Trabajo
 - Visita a familiares / amigos
 - Descanso
 - Otra...
-

¿Con quién sueles pasar tus estancias?

- Solo/a
- Pareja
- Amigos/as
- Familia
- Compañeros/as de trabajo

Efecto de la pandemia

Descripción (opcional)

¿Qué tipo de alojamiento elegirías para tus próximas estancias? *

- Hotel
 - Vivienda vacacional
 - Otra...
-

¿En qué te basas para esta elección? *

- Seguridad sanitaria
- Cancelación flexible
- Mayor libertad (respecto a medidas sanitarias)
- Intimidad
- Precio
- Otra...

¿Crees que los alojamientos turísticos son seguros?

	1	2	3	4	5	
Nada seguros	<input type="radio"/>	Muy seguros				

¿Cómo crees que se han adaptado a la pandemia...?

	Muy bien	Bien	Normal	Mal	Muy mal
Hotel	<input type="radio"/>				
Vivienda vacaci...	<input type="radio"/>				

Preferencia para alojamiento

Descripción (opcional)

¿En qué te sueles fijar para elegir una vivienda vacacional? (Preferencias)

Texto de respuesta larga

¿En qué te sueles fijar para elegir un hotel? (Preferencias)

Texto de respuesta larga

¿Prefieres hospedarte en un hotel o en una vivienda vacacional? *

Hotel

Vivienda vacacional

Respecto a tu respuesta anterior. ¿Por qué has hecho esa elección?

Texto de respuesta larga

¿Cuántas noches sueles hospedarte? *

	1 noche	2 noches	3 noches	4 noches o más
Hotel	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vivienda vacacional	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

¿Qué te haría cambiar de tipo de alojamiento?

- Que los precios bajaran
- Que la situación sanitaria mejorara
- Que hubiera ofertas especiales para los residentes en las Islas Canarias
- Que mis amigos(as)/ familiares elijan este tipo de alojamiento
- Que hubiera más medidas de prevención del COVID-19
- Otra...

Si has ido a un hotel o vivienda vacacional después de la pandemia. ¿Ha cambiado tu experiencia?

	Sí	No
Hotel	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vivienda vacacional	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

¿Qué ventajas consideras que tiene una vivienda vacacional frente a un hotel?

Texto de respuesta larga

¿Qué prefieres en cuanto a...?

*

	Hotel	Vivienda vacacional
Seguridad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Comodidad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Precio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cercanía a lugares de interés	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Intimidad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cancelación flexible	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

¿Varía tu elección en función de las personas con las que te hospedas?

*

Sí

No

¿Qué ventajas consideras que tiene un hotel frente a una vivienda vacacional?

Texto de respuesta larga

¿Cambiarías algo en los hoteles o viviendas vacacionales? (Sugerencias)

Texto de respuesta larga

Muchas gracias por tu tiempo

Descripción (opcional)