

-Los Alojamientos turísticos y el Bono Turístico en Canarias-

**-Proporción de plazas en viviendas vacacionales sobre el total de plazas. Datos de la Encuesta Experimental y de Alojamientos Turísticos del INE.
¿A quién va a beneficiar el bono turístico en Canarias?-**

El Instituto Nacional de Estadística ha elaborado a modo experimental una estimación de las viviendas vacacionales en España¹ y la hemos comparado con la Encuesta de Alojamiento Turístico para obtener una visión más realista del reparto del mercado turístico en Canarias. La unidad territorial de medida es el municipio y los datos de la última estimación oficial de las viviendas vacacionales a febrero de 2021.

El bono turístico en Canarias, creado para el apoyo del sector, ha sido aprobado mediante las bases de la Promoción “Somos afortunados” de la Empresa Promotur Turismo Canarias, S.A. El bono es una tarjeta prepago por valor de 200 euros, canjeable hasta el 15 de diciembre de 2021 en cualquiera de los establecimientos adheridos al programa. Los establecimientos adheridos pueden **ser tanto agencias de viajes como alojamientos**. Hemos encontrado un total de **958 establecimientos, 192 agencias de viajes (20%) y 766 (80%) alojamientos (hoteles, villas, viviendas vacacionales, etc.)**

Las “personas afortunadas” salieron por sorteo ante notario ayer día 15 de julio de 2021 a las que mediante correo electrónico se les informará de la obtención del premio y deberán aceptarla en el plazo improrrogable de 5 días naturales.

El presupuesto, [según declaraciones de la Consejera de Turismo, Industria y Comercio del Gobierno de Canarias](#), asciende a un total de en torno a 16 millones de euros (de los cuales 15 millones de euros han sido “cedidos” por los empresarios turísticos de los 80 millones que el Gobierno iba a destinar a pagar el IBI turístico de los alojamientos), cantidad que se desglosa como sigue: tal y como se define en las bases promocionales “somos afortunados” para los bonos se destina un montante de 10 millones de euros; aproximadamente 5 millones de euros se destinarán a estimular

¹ Metodología: La información es obtenida mediante la técnica de *web scraping*, con un software se extraen datos de las tres plataformas más usadas en la búsqueda de alojamiento turístico. Son seleccionadas previamente las viviendas turísticas según la normativa de cada comunidad autónoma y se eliminan por algoritmos las viviendas que se encuentran en más de una plataforma.

actividades complementarias vinculadas al sector turístico, como la restauración; y a la promoción y elaboración de la campaña se ha destinado una inversión de 1 millón de euros.

Hemos querido delimitar el mercado objetivo, siendo posible la medición de la oferta alojativa, porque el grupo de personas beneficiarias será aleatorio por un sistema de sorteo y no atiende a criterios de renta, situación laboral, etc, por lo cual resulta dificultoso de delimitar, aunque haremos una aproximación del posible impacto sobre la población con rentas más bajas y sobre el bienestar de las consumidoras.

Mercado objetivo potencial

Definiciones:

Establecimiento hotelero. Toda unidad productora de servicios de alojamiento hotelero (hotel, hotel apartamento o apartahotel, motel, hostel, pensión, fonda, casa de huéspedes), situada en un mismo emplazamiento geográfico y en la que trabajan una o más personas por cuenta de la misma empresa.

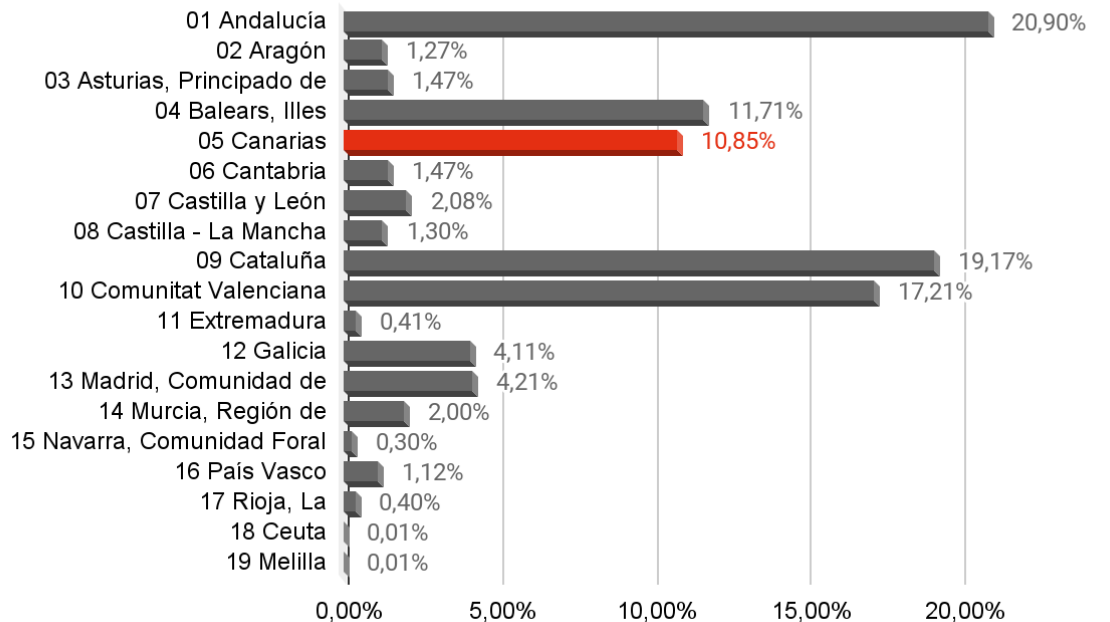
Establecimiento de apartamentos turísticos. Toda unidad productora cuya actividad exclusiva o principal es la de alojamiento de turistas, distribuidos en unidades amuebladas (apartamentos, chalets, villas, bungalows).

Vivienda de uso turístico o vivienda vacacional. No hay una definición per sé sobre este tipo de vivienda, por tanto, según la metodología del INE para su estimación, podría definirse como casa o alojamiento distinto de los anteriores con licencia para ser utilizada con fines turísticos. En Canarias se denominan viviendas vacacionales y esa es la utilizada en este documento.

La oferta de alojamiento turístico en Canarias

El 11% de las plazas en viviendas vacacionales estimadas en España están en Canarias, siendo la quinta del ranking detrás de Andalucía, Illes Balears, Cataluña y la Comunidad Valenciana.

Distribución porcentual de viviendas vacacionales en España por Comunidad Autónoma



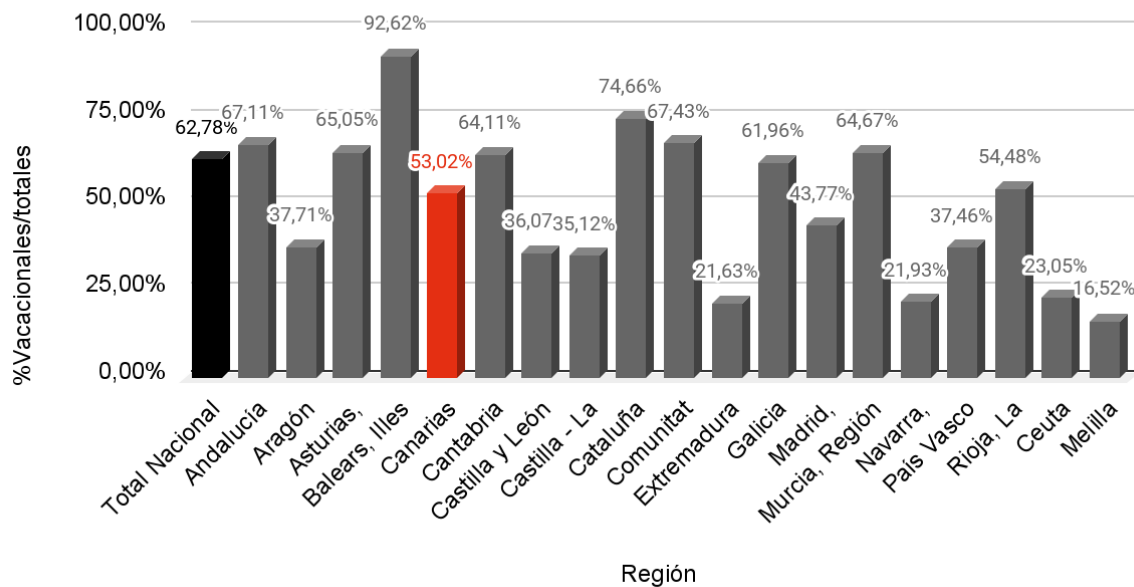
Fuente: Ine. Elaboración Propia.

Del total de posibilidades de alojamiento en cada región, haremos una comparación entre la proporción de viviendas vacacionales sobre el resto de alojamientos².

En Canarias hay algo más de 305 mil plazas en establecimientos donde alojarse, de las cuales el 53% pertenecen a viviendas vacacionales (47% de establecimientos hoteleros y extrahoteleros), por debajo de la media nacional que se sitúa casi en el 63%. Illes Balears es la región donde prácticamente la totalidad de plazas turísticas de alojamiento es en este tipo de viviendas con casi un 93% de representatividad.

² Quedan excluidos albergues y campings.

Proporción de viviendas vacacionales en España sobre el total de alojamientos turísticos por regiones



Fuente: Ine. Elaboración Propia.

En la Encuesta de Alojamiento Turístico del ISTAC, con último dato de mayo de 2021, figuran entre hoteles y apartamentos 621 establecimientos abiertos (no incluye vivienda vacacional) y un total de 164.961 plazas ofertadas (143.729 según la Encuesta Experimental del INE). Este dato se aproxima a los que aporta la encuesta experimental del INE en cuanto a plazas³.

Sobre los bonos de las agencias de viajes

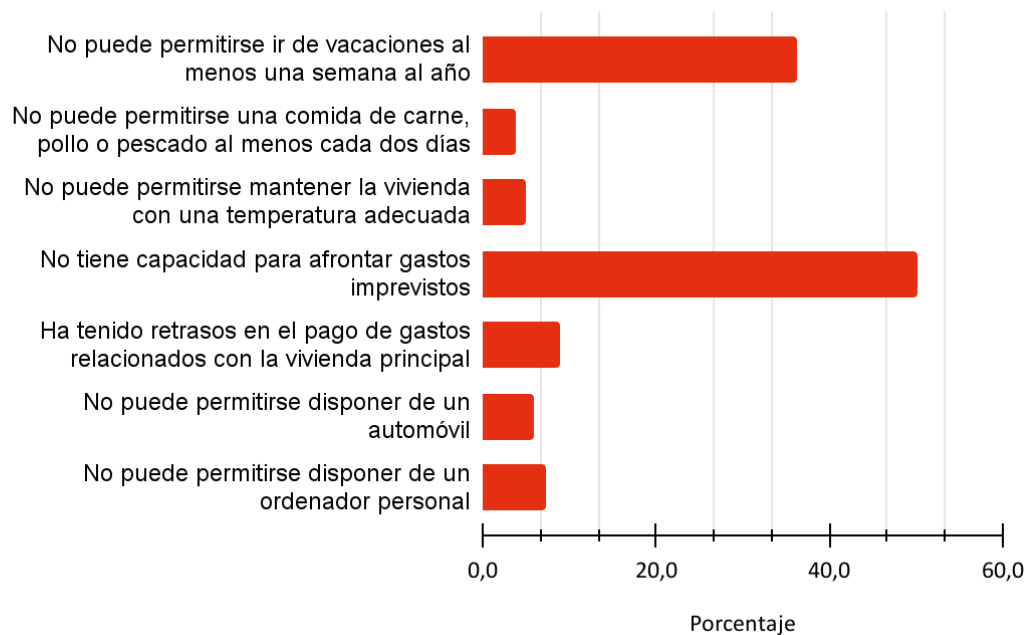
En cuanto al bono de agencias de viajes, se obliga por periodos a un mínimo de contratación de alojamientos entre los servicios ofertados por las agencias de viajes. Según el periodo, la pernocta será de 2 o 4 noches como mínimo. Teniendo en cuenta su representatividad en la muestra de establecimientos y la limitación en cuanto a los servicios canjeables por el bono, las agencias de viajes son beneficiarias directas e indirectas, a través de sus servicios y los alojamientos que gestionan.

Personas beneficiarias

³ Se aprecia una diferencia de algo más de 21 mil plazas entre la Encuesta Experimental del INE y la Encuesta de Alojamiento Turístico, entendemos que puede ser por el momento de la toma de datos para cada encuesta además del método de recopilación de datos. Plaza es el número de camas fijas disponibles excluyendo las suplatorias.

Según la Encuesta de Condiciones de Vida del INE, en Canarias alrededor de un 36% de las personas no pueden permitirse ir de vacaciones al menos una semana al año. Es la segunda carencia material después de no tener capacidad para afrontar gastos imprevistos, que alcanza al 50% de la población.

Carencia material en Canarias



Fuente: INE. Encuesta Condiciones de Vida 2019. Elaboración propia.

El grupo de personas que no pueden acceder a unas vacaciones al año de una semana poco podrían mejorar en tal carencia de ser agraciadas con el bono, y tal vez preferirían gastarlo en otros bienes y servicios. Aquellos quienes pueden permitirse una semana de vacaciones al año, con el bono de 200 euros seguirían pudiendo y además podrían consumir o consumirían más días de vacaciones. La cuestión es, ¿aumentamos realmente el bienestar de los consumidores con un bono restringido a canjearlo en unos establecimientos concretos en vez de dar el dinero en metálico? Aquellas personas con preferencia por alojarse en un establecimiento turístico en Canarias frente a otro tipo de consumo vacacional, verán aumentado su bienestar al ser premiadas. Sin embargo, quienes valoran más irse fuera o consumir otro tipo de ocio, no aumentarán su bienestar en este caso. Además subyace el problema de subvencionar un servicio no básico. Los trabajos empíricos sobre transferencias en especie se basan fundamentalmente en aquellos bienes y servicios de carácter básico, como la sanidad, educación, bonos de alimentos, vivienda, etc. Ante una cuestión

de ingreso bajo, y amparándonos en el trabajo de Myrdal (1945), podríamos creer que un bono de 200 euros para canjear en los supermercados podría introducir un serio salto cualitativo en el bienestar de las rentas más bajas porque contribuye a satisfacer necesidades básicas, pero el ocio es un universo de preferencias dispar, por consiguiente, una transferencia en especie de estas características, bien podría tener un efecto de peso muerto e ineficiencia.

Al margen de lo anterior, recordemos que las personas destinatarias son 50.000 en total con edad superior a los 18 años. Según el censo del INE, en 2020 la población beneficiaria en Canarias es apenas el 3% del total (española y extranjera) que cumple el requisito de edad⁴.

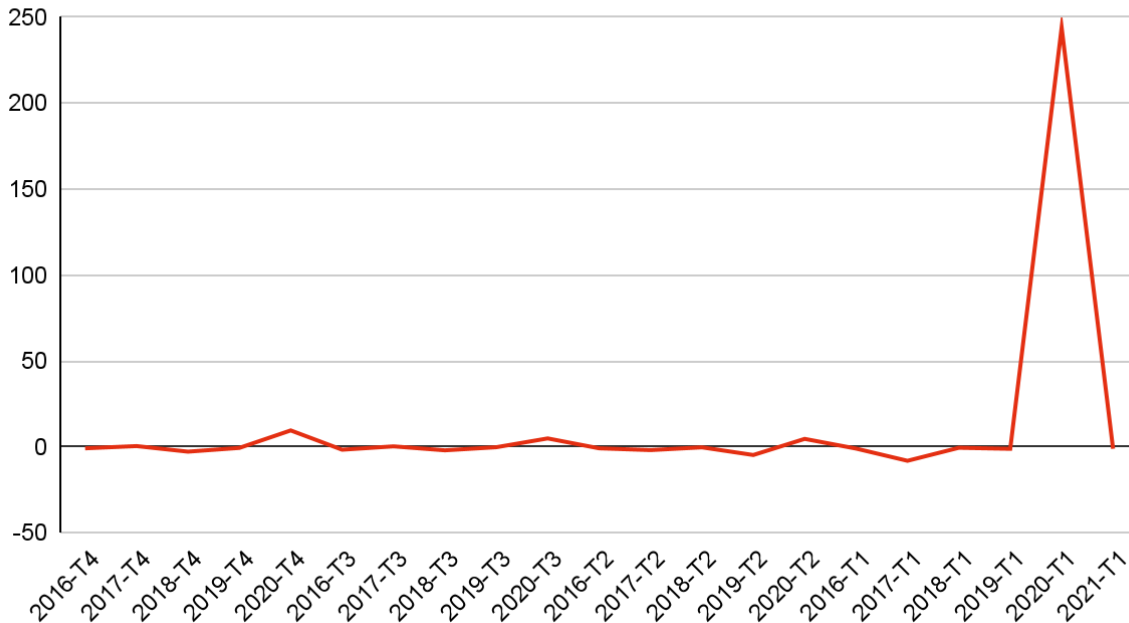
Impacto del bono en el mercado

Para analizar el efecto del bono sobre el mercado, supondremos las condiciones de competencia perfecta que bien pueden ajustarse. El bono turístico implica aumentar la renta del consumidor, **teniendo en cuenta que la oferta de alojamiento es fija en el corto plazo, la cantidad de intercambio será la misma, sólo que quienes consuman pagarán más**. Este podría ser un impacto posible, claro está que el lado potenciales consumidores debería tener en general el mismo efecto sobre la renta y sólo serán unos pocas personas agraciadas.

En adición, siguiendo el hilo argumental del siguiente artículo (Jiménez, J.L., [aquí](#)) aquellas personas que afortunadamente pudieron mantener su empleo el año pasado, habrán ahorrado más que en 2019. Existen también otros trabajos empíricos donde se demuestra que en tiempos de crisis e incertidumbre, a pesar de la reducción de la renta disponible de los hogares, la tasa de ahorro crece. En el gráfico siguiente, se aprecia cómo la tasa interanual de crecimiento por trimestres del ahorro bruto de los hogares en España alcanza un importante pico en los primeros trimestres de 2020.

⁴ Sólo ha sido posible computar personas censadas de 20 años en adelante por la división realizada por grupos del censo.

Evolución tasa de crecimiento trimestral interanual del ahorro bruto de los hogares



Fuente: INE. Cuentas no financieras de los sectores institucionales. Elaboración propia.

Conclusiones:

- El mercado potencial es muy amplio, prácticamente la totalidad de la oferta alojativa, teniendo cabida también aquellos oferentes de otros servicios como excursiones a través de las agencias de viajes. Las actividades de ocio relacionadas con el turismo gestionadas por empresas o personas físicas distintas de las agencias de viajes, quedan excluidas.
- Tal y como comentamos al principio de este informe, el presupuesto destinado al estímulo del consumo turístico a través de, principalmente, el sorteo de estos bonos, es de en torno a 16 millones de euros. No hemos encontrado información sobre el destino final, criterio de reparto, etc., de alrededor de los 5 millones destinados a estimular actividades complementarias al sector turístico.
- En cuanto a la población trabajadora en el sector, desconocemos y no lo podemos “estudiar”, si la medida sería efectiva para rescatar a la que se encuentra en situación de ERTE. No obstante, teniendo argumentos suficientes para determinar la ineficiencia del bono turístico, presumimos que no tendrá tal efecto esperado.



- La eficiencia social queda en territorio oscuro, no es posible concluir con una evaluación en detalle de la medida en términos de eficiencia e impacto sobre las rentas más bajas y el bienestar de las consumidoras en general. No obstante, podemos presumir que será más beneficioso para los que tienen rentas más altas y/o al menos suficiente para permitirse una semana de vacaciones al año. Teniendo en cuenta la baja proporción de personas beneficiarias sobre el total de población española y extranjera que cumplen el requisito de la edad, su impacto en el grupo de consumidores es poco significativo con el consiguiente despilfarro de las arcas públicas.

Elaborado por el Gabinete Técnico de CCOO Canarias a, 16 de julio de 2021

