

¿ESTÁ PREPARADA LA ECONOMÍA ALICANTINA PARA LA REVOLUCIÓN DE LOS USUARIOS?



Tribuna

Juan Carlos Campos

► Economista. Comisión de empleo del Ilustre Colegio de Economistas de Alicante.

Hoy somos testigos de los cambios vertiginosos que se producen en nuestra sociedad. Vemos cómo sectores enteros se han reducido drásticamente o han desaparecido. La economía disruptiva ha llegado para quedarse. La disrupción supone una ruptura con lo anterior, provocada por un cambio tecnológico, económico o social.

La cuestión no es si esta disrupción afectará a las economías locales, la pregunta es cuándo, y en qué medida afectará a nuestra economía. ¿Puede una aplicación de móvil destruir un sector?

Uber es una aplicación donde un particular traslada a otro particular en su vehículo. La aplicación encuentra usuarios que quieren viajar y avisa a los conductores para reco-

gerlos. Se puede ver cómo de la noche a la mañana, el sector del transporte de viajeros tradicional se extinga. Los propios usuarios son los que realizan el servicio. En la provincia de Alicante existen unas 1.000 licencias de taxi que podrían desaparecer ante la liberalización digital del sector. En la ciudad de Nueva York en cuatro años los coches de Uber han pasado de 0 a 14.088, frente a los 13.587 de los famosos coches amarillos.

La revolución en el transporte es la punta del iceberg. Si pensamos cómo puede influir en la principal industria de la provincia, el turismo. Los usuarios llevan años organizándose sus viajes. Este cambio de comportamiento lo vivimos en primera persona.

¿Quién no ha consultado una de esas famosas webs para contratar un hotel? ¿Qué ocurriría si una aplicación te ofreciera una estancia más económica? Esto pasa con webs como Airbnb o Windu. Airbnb te ofrece el alquiler de estancias en pisos particulares en más de 190 países. Si buscamos en su web en el mes de julio en la provincia de Alicante nos devuelve un total de 1.008 alojamientos. Supone todas las habitaciones disponibles en la ciudad de Benidorm. Cualquiera de los 50.000 turistas que recibe la provincia puede contratar su estancia desde casa, a precios muy reducidos. Muy por debajo de los 60,3 euros de tarifa media diaria que gastan en

El 14% de los turistas que llegan a España cada año se alojan en viviendas vacacionales y dejan 2.685 millones de euros

alojamiento, según Hosbec.

Mientras que los hoteles, hostales, pensiones y camping se han mantenido en número en los últimos años, el número de apartamentos turísticos ha crecido: de 2011 ha pasado de 21.438 a 23.163 en 2014 en la provincia de Alicante, según el registro de viviendas turísticas de la Generalitat Valenciana. Esta cantidad es una pequeña parte de las viviendas turísticas. ¿Qué pasaría si se alquilasen las segundas residencias de la provincia? Podría producirse un colapso de un sector que tiene en la provincia de Alicante más de 68.000 plazas hoteleras.

La revolución se está produciendo en el comportamiento del consumidor, contratar nuestras vacaciones por internet es ya habitual. Que aparezcan nuevos modelos de negocio es cuestión de tiempo. Las líneas aéreas y los hoteleros han tenido que adaptarse a los nuevos canales de compra de sus productos. El poder de los grandes operadores disminuye y queda en mano de los usuarios.

Las plataformas online son ahora la fuente de atracción de los clientes. En este contexto surgen multitud de empresas en la nueva economía turística que ofrecen viviendas turísticas: Airbnb, HomeAway, Windu, Housetrip, Rentalia, BeMate (Alterkeys), Vacaciones España y Only Apartments.

Según un estudio de la escuela de negocios Esade, patrocinado por la Federación Española de Asociaciones de Viviendas y Apartamentos Turísticos (Fevitur), el 14% de los turistas que llegan a España cada año se alojan en viviendas vacacionales y dejan 2.685 millones de euros. De la cantidad que gastan los viajeros, 921,9 millones de euros van a alojamiento (249 euros por persona), mientras que 1.763 millones se destinan a tiendas, restaurantes y ocio. El estudio, también indica que el 32% de los usuarios de este alojamiento no visitarían España en caso de que no pudiera pasar su estancia en un apartamento.

Por otro lado, la patronal hotelera Exceltur en su estudio encargando a la consultora Ernst & Young, dice que desde el año 2010, el uso de la vivienda alquilada por parte de los turistas extranjeros se ha elevado un 59,7%.

¿Qué ocurre cuando el turista decide su destino en función de la presencia y recomendaciones de nuestra provincia en internet (Tripadvisor), reserve su vuelo (Lastminute), comparta coche al llegar a Alicante (Blablacar), se aloje en una vivienda turística (Airbnb), contrate un paseo turístico a un particular (Trip4real) y utilice su móvil para realizar las compras (Aliexpress)? El cambio se ha producido, ¿podremos adaptarnos?