



Escola Politécnica Superior  
d'Edificació de Barcelona

UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE CATALUNYA

# UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE CATALUÑA

Escuela Politécnica Superior de Edificación de Barcelona

## ESTUDIO, ANÁLISIS Y OPTIMIZACIÓN DE LA CARTERA INMOBILIARIA DE PISOS PARTICULARES

TRABAJO DE FIN DE MASTER

**Projectista/es:** Juan Carlos Ubidia Santander

**Director/s:** Jesus Viscarri

**Convocatòria:** Abril 2018



## RESUMEN

El sector inmobiliario español está iniciando un cambio de tendencia hacia una etapa de recuperación. La reactivación del sector será muy gradual, condicionada por unos niveles de desempleo todavía elevados, el descenso de la población residente y un stock de vivienda disponible sobredimensionado. Sin embargo, los síntomas de estabilización comienzan a ser tangibles: la demanda de vivienda está creciendo con respecto a 2017, el descenso de los precios se ha moderado de forma significativa y el entorno económico seguirá mejorando en los próximos 18 meses. Por último, la inversión extranjera en inmuebles se está acelerando y la presión alcista que ya comienza a reflejarse en los precios de activos inmobiliarios como oficinas, centros comerciales, hoteles y arriendo de pisos particulares se trasladará en los próximos trimestres al mercado residencial de calidad. En consecuencia, el sector inmobiliario ofrece de nuevo oportunidades atractivas. La inversión directa en activos de calidad y buenas ubicaciones, la diversificación de riesgos y contemplar un horizonte temporal no inferior a 5 años son principios esenciales para aprovechar esta tendencia de recuperación.

## ÍNDICE

CAPITULO I .....	4
EL MERCADO INMOBILIARIO .....	4
1.1 Definición .....	4
1.2 Perspectivas para la economía de Cataluña .....	5
1.4 Clasificación de inversiones inmobiliarias .....	9
1.5 Evolución y situación actual .....	10
1.6 Demanda Turística en Barcelona .....	12
1.6.1 Comportamiento del consumidor turístico .....	12
1.6.2 El consumidor turístico .....	14
1.6.3 Edad de los viajeros .....	17
1.6.4 Motivos para viajar.....	17
1.6.5 Motivos para viajar.....	18
1.6.6 Perfil del turista que viene a Barcelona .....	20
1.6.7 El turismo en Barcelona.....	5
1.6.8 Principales atracciones turísticas en Barcelona.....	6
1.6.9 Políticas turísticas de Barcelona.....	8
1.6.10 Ordenación y gestión del alojamiento turístico .....	8
CAPITULO II .....	11
SEGMENTACION DEL MERCADO OBJETIVO .....	11
2.1 Comportamiento del segmento del mercado inmobiliario .....	11
2.2 Oferta de Alojamiento turístico en Barcelona.....	11
2.3 La vivienda de uso turístico: características generales.....	13
2.3.1 Propietario .....	13
2.4 Viviendas de uso turístico con licencia .....	15
2.5 Distribución territorial del alojamiento turístico.....	17
2.6 Legislación sobre alojamientos turísticos en Barcelona.....	19
2.7 PEUAT: la normativa para obtener licencias de pisos turísticos de Barcelona .....	21
2.8 Proceso de obtención de licencias en Barcelona .....	24
2.9 Gestión de Viviendas de Uso Turísticos – VUT .....	25
CAPITULO III .....	28
ESTUDIO DE VIABILIDAD.....	28
3.1 Introducción .....	28
3.2 Presupuesto de ingresos, costos y gastos.....	28
3.3 Costos de alquiler .....	29
3.6 Resumen de Costos y Gastos .....	31

3.7 Ingresos del proyecto.....	32
3.8 Inversión .....	32
3.8.1 Activos fijos.....	32
3.9 Financiamiento .....	33
3.10 Estado de Resultados .....	33
3.11 Flujo de Caja Proyectado.....	35
3.12 Evaluación Financiera.....	35
3.12.1 Costo de Oportunidad.....	37
3.12.2 Valor Actual Neto.....	38
3.12.3 Tasa Interna de Retorno.....	39
3.12.4 Período de Recuperación de la Inversión (PRI).....	40
3.13 Conclusiones de la Evaluación Financiera.....	40
CAPITULO IV .....	41
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	41
4.1 Conclusiones .....	41
4.2 Recomendaciones .....	42
BIBLIOGRAFÍA.....	43

# **CAPITULO I**

## **EL MERCADO INMOBILIARIO**

En este capítulo se realiza una descripción del mercado inmobiliario español, para obtener un mayor conocimiento del mismo y así poder ser capaces de analizar correctamente los diferentes tipos de datos existentes, interpretar mejor los resultados obtenidos y obtener unas conclusiones correctas. Por lo tanto, en este apartado se va a definir el mercado inmobiliario y se establecerán las principales características que lo hacen peculiar.

### **1.1 Definición**

Hablar de activos de inversión en España es sinónimo de mercado inmobiliario; el mercado inmobiliario es el marco en el cual se desarrollan todas aquellas transacciones económicas que tienen por objeto inmediato la propiedad o el disfrute de un bien inmueble, es decir, tienen como finalidad el derecho a gozar o disponer de un bien que tiene una situación fija en el espacio y no puede desplazarse, como son los terrenos, locales comerciales, viviendas, fincas, etc. En él intervienen un conjunto de compradores potenciales con la necesidad de satisfacer la adquisición, venta o disfrute de un bien inmueble, ya sea mediante una transacción u otro tipo de acuerdo de negocio con el vendedor.

Por tanto, se observarán dos operaciones principales (aunque no son las únicas), la compraventa y el arrendamiento. La compraventa es el contrato o pacto entre dos personas por el que una persona se obliga a entregar una cosa determinada y la otra a pagar un precio por la misma. En cambio, el arrendamiento es la cesión o adquisición del uso o aprovechamiento temporal de cosas, obras o servicios, a cambio de un precio. Es decir, en el caso de la compraventa se produce un traspaso de la propiedad del inmueble, mientras que en el alquiler sólo se produce una cesión, en ambos casos, a cambio de un precio.

Según Hebrun (2011), el mercado inmobiliario se trata de un importante sector de la economía de un país que contribuye al desarrollo de la misma, debido a que promueve inversiones, desarrolla bienes inmuebles que son activos tangibles, estimula el bienestar de la sociedad, contribuye al PIB aportando bienes, capital, producción y consumo, genera empleo, los bienes inmuebles se pueden revalorizar, contribuye a la fiscalidad tanto nacional como municipal y aporta programas de renovación urbanística.

Con relación a las actividades que puede desarrollar este sector, son diversas, entre ellas se encuentran: promotores inmobiliarios incluyen la adquisición, la gestión y la urbanización del suelo así como la edificación, tanto residencial como no residencial, y su posterior comercialización.

La realidad del sector es aún más compleja, si cabe, en vista no sólo de la multiplicidad de funciones que pueden llevar a cabo los agentes y de la distinta naturaleza de los mismos sino también por la especificidad de la regulación que interviene en la relación de la empresa inmobiliaria con los clientes, con los proveedores, con los trabajadores o con el medio ambiente.

## **1.2 Perspectivas para la economía de Cataluña**

En 2017, el crecimiento de la economía catalana podría haber alcanzado un 3,0%, pero se espera que continúe la desaceleración hasta el 2,1% en 2018 y el 2,0% en 2019, siendo por tanto más intensa que en el resto de las comunidades autónomas. Si se cumple este escenario, el crecimiento del PIB de Cataluña acumulará seis años de expansión, y en el próximo bienio se crearán 136.000 nuevos puestos de trabajo, reduciendo la tasa de paro hasta el 9,6% al final del período. En cualquier caso, los acontecimientos políticos que afectan a la economía catalana provocan que la incertidumbre sobre estas previsiones sea aún más elevada que en otras ocasiones.

El escenario económico de Cataluña en la segunda mitad de 2017 se vio marcado por dos acontecimientos de cariz no económico. En primer lugar, los atentados de las Ramblas de Barcelona y de Cambrils del 17 y 18 de agosto, con un impacto directo en el sector turístico. En segundo lugar, el aumento de la tensión política en octubre y noviembre, y sus efectos sobre la incertidumbre en la política económica. En este caso, el impacto parece que, además de en el sector turístico, también se habría observado en el consumo de bienes duraderos y en las señales hasta ahora disponibles de inversión. Estos dos hechos, que no entraban en el escenario planteado antes del verano, habrían contribuido a desacelerar ligeramente la economía catalana en la segunda mitad de 2017 pero, sobre todo, condicionan las previsiones, que ahora son más bajas que hace seis meses, cuando se esperaba que el PIB de Cataluña podría crecer un 2,8%. Así pues, está previsto que el PIB de Cataluña crezca un 2,1% en 2018 y un 2,0% en 2019 (BBVA Research, 2018).

En el segundo semestre de 2017, se estima que el crecimiento del PIB catalán habría girado el perfil ligeramente ascendente del primer semestre, del 0,8% t/t en los dos primeros trimestres del año al 0,6-0,7% t/t en el tercero y el cuarto (véase el Gráfico 1.1).

Esto situaría el crecimiento de Cataluña ligeramente por debajo del observado en el conjunto de España en los últimos seis meses. En línea con lo anterior, la actividad Económica correspondiente al cuarto trimestre de 2017 muestra que en Cataluña la percepción sobre la actividad es menos positiva que en el primer semestre, hasta el punto de obtenerse un saldo negativo de respuestas respecto de cómo evolucionó la actividad en el cuarto trimestre, pero manteniendo la perspectiva favorable para lo que podría estar sucediendo en el primer trimestre de 2018 (véase el Gráfico 1.2) (BBVA Research, 2018).

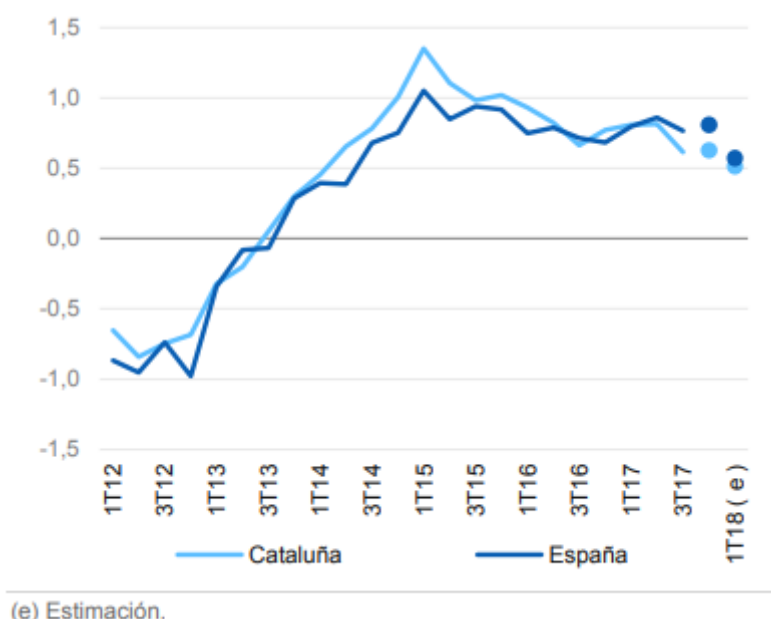


Figura 1.1 Crecimiento del PIB según el modelo MICA-BBVA (t/t, CVEC, %)

Fuente: BBVA RESEARCH

En cualquier caso, el patrón de comportamiento de los datos ya conocidos es indicativo de algunos aspectos: el impacto en el gasto fue intenso en octubre (posiblemente, en una reacción de ahorro precautorio) y se detectan señales de efecto en el mercado de la vivienda y el turismo, pero sin ser relevantes en el empleo. Esto indica que la economía regional muestra un comportamiento sensiblemente menos favorable del que se esperaba en la anterior publicación de Situación Cataluña, pero todavía suficiente como para conseguir un crecimiento del 3,0% en 2017.



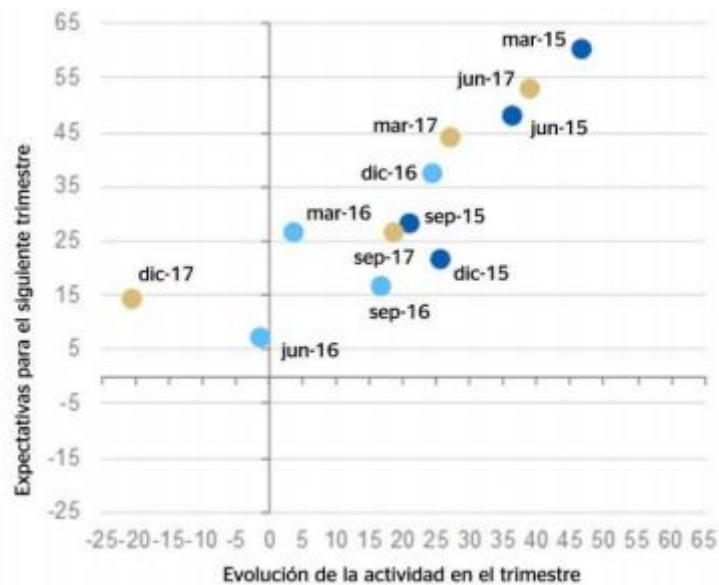


Figura 1.2 Cataluña: actividad y perspectivas según la Encuesta de Actividad Económica BBVA (% saldos de respuestas extremas)

Fuente: BBVA RESEARCH

Varios son los factores que contribuyen a la solidez del crecimiento, apuntados ya en la revista anterior, como un crecimiento mundial sólido (y que se revisa al alza), un precio del petróleo relativamente bajo y una política monetaria expansiva, entre otros, que actuarían de soportes de la actividad. En cambio, el agotamiento del impulso de los vientos de cola, que frenan la demanda interna y en particular el consumo de los hogares, el menor recorrido al alza o el margen reducido de la política fiscal catalana eran factores que se esperaba que contribuyeran a desacelerar la economía en la parte final de 2017. Esto ya justificaba una desaceleración del PIB catalán hasta el 2,8% en 2018. Sin embargo, a estos hechos se deben sumar los acontecimientos del verano y otoño, y ahora se espera que el crecimiento se reduzca hasta el 2,1% en 2018 y al 2,0% en 2019. Esto implica que después de haber creado 215.000 puestos de trabajo en el bienio 2016-2017, el número de ocupados se incrementará en 136.000 en el próximo bienio, lo que permitiría una reducción de la tasa de paro de hasta el 9,6% al final del período.

### 1.3 El sector inmobiliario en Cataluña

La agencia de calificación crediticia S&P advierte nuevamente sobre el riesgo que supone Cataluña para el crecimiento del conjunto de España y augura la desaceleración del sector inmobiliario en la región independentista.

El crecimiento económico debería seguir siendo fuerte este año y el próximo, pero las incertidumbres políticas podrían tener un impacto más negativo en el sentimiento empresarial y de los consumidores. El principal riesgo es el impacto de la crisis catalana, ya que es el centro económico más grande de España, al representar el 20% del PIB nominal del país.

Hay que recordar que las elecciones regionales celebradas en Cataluña el 22 de diciembre de 2017 fueron indecisas, y no pudieron frenar el riesgo de la independencia catalana. En este contexto, apunta que, aunque Barcelona ha visto algunos de las mayores subidas de precios en el sector inmobiliario desde el comienzo de la recuperación, las evidencias recientes sugieren que en este 2018 podría haber una desaceleración en el mercado de la vivienda de Cataluña. Por el contrario, se muestra positivo con las operaciones inmobiliarias en el conjunto de España. Se espera que las transacciones en el país crezcan alrededor del 8% en el presente año. Los tipos de interés muy probablemente alcanzaron su nivel más bajo al final del año pasado, pero se mantendrá en niveles muy atractivos.

Según datos de la consultora Tinsa, los precios promedios de la vivienda aumentaron un 4,2% interanual en el último trimestre de 2017. La ciudad de Madrid superó a Barcelona con un aumento anual del 17% frente al 14,8% de la capital de Cataluña, donde los precios cayeron un 1,7% en los últimos tres meses del 2017.

Por otro lado, apunta que la relación de asequibilidad para acceder a la vivienda, calculada por el Banco de España, comparando los precios medios de propiedad divididos por los ingresos anuales brutos promedios, ha caído de 7,7 años en el pico del sector hasta 6,6 años en 2016, un nivel aún elevado (El Independiente, 2018).

Los precios de segunda mano de la vivienda continuarán aumentando, aunque menos rápidamente que en los últimos dos años, especialmente porque el crecimiento real del ingreso disponible se desacelera significativamente ante el estancamiento de los salarios nominales. Según la BBVA advirtió del fuerte impacto que la crisis catalana tiene en el sector inmobiliario. El mercado inmobiliario español registrará en 2018 un crecimiento del 6%. Estas cifras suponen un recorte de más de la mitad frente al repunte del 12,5% que la entidad estima que se produjo al cierre del pasado ejercicio.

## 1.4 Clasificación de inversiones inmobiliarias

Es necesario establecer y conocer las diferentes clasificaciones de inversiones inmobiliarias para, posteriormente, poder delimitar y establecer las diversas formas de obtener el valor, rentabilidad, etc., de cada uno de los inmuebles. Según el Real Decreto Legislativo 2/2008, de 20 de junio, por el que se aprueba el texto refundido de la ley de suelo, en el artículo 12 del título II se encuentran dos situaciones básicas del suelo:

- Suelo rural: preservado por la ordenación territorial y urbanística de su transformación mediante la urbanización, que deberá incluir, como mínimo, los terrenos excluidos de dicha transformación por la legislación de protección o policía del dominio público, de la naturaleza o del patrimonio cultural, los que deban quedar sujetos a tal protección conforme a la ordenación territorial y urbanística por los valores en ellos concurrentes, incluso los ecológicos, agrícolas, ganaderos, forestales y paisajísticos, así como aquéllos con riesgos naturales o tecnológicos, incluidos los de inundación o de otros accidentes graves, y cuantos otros prevea la legislación de ordenación territorial o urbanística.
- Suelo urbanizado, es el que estando legalmente integrado en una malla urbana conformada por una red de viales, dotaciones y parcelas propia del núcleo o asentamiento de población del que forme parte, cumpla alguna de las siguientes condiciones: haber sido urbanizado en ejecución del correspondiente instrumento de ordenación.

Otra clasificación posible a realizar es según la actividad inmobiliaria que se realice. En este caso, se podrán delimitar, tomamos en cuenta el concepto que se adapta para la presente investigación

- Vivienda, es el lugar cerrado y cubierto construido para ser habitado por personas, según la Real Academia de la Lengua Española (RAE), es decir, es una edificación para ofrecer refugio a las personas, protegiéndolas de las condiciones climáticas adversas y de otras amenazas, además de proporcionarles intimidad, espacio para guardar sus pertenencias, etc. Otras denominaciones comunes que hacen referencia a vivienda pueden ser: apartamento, casa, domicilio, hogar, morada, piso.... La vivienda puede ser unifamiliar, en bloque, o en manzana cerrada.
- Local comercial, es un lugar físico en el cual el comerciante tiene sus artículos o su conjunto de bienes dispuestos para la venta.

Una vez establecidas las principales definiciones, características y clasificaciones del mercado inmobiliario, es importante adentrarse en el mercado residencial en España, el cual goza de una gran aceptación y popularidad. El mercado residencial engloba las operaciones tanto de compraventa como de arrendamiento de toda vivienda, que como se ha comentado en el apartado anterior, es el lugar cerrado y cubierto construido para ser habitado por personas.

## **1.5 Evolución y situación actual**

La situación actual viene precedida del periodo comprendido entre los años 1997 a 2006, 2007 a 2014, y una tercera fase desde el 2015 hasta la actualidad. En la primera fase de 1997 a 2007, el mercado residencial vivió una situación de fuerte expansión, y se generaron graves desequilibrios económicos, sociales y medioambientales. El incremento de la demanda vino causada por diferentes razones, en el que jugaron un papel importante la fiscalidad y las políticas urbanísticas. (Molina, 2014)

La oferta de viviendas nuevas durante este periodo se multiplicó. La construcción residencial creció de forma sostenida hasta duplicar su peso relativo en el PIB, pasando de representar un 4,7% en el año 1997 a un 9,3% en el año 2007. Según el "Informe sobre la situación del sector de la vivienda en España" (Ministerio de Vivienda, 2010), esta respuesta de la oferta al aumento de la demanda es destacable en una industria cuyo ciclo productivo es relativamente largo, por motivos tanto administrativos como tecnológicos, ya que requiere la ordenación y la urbanización de nuevas áreas, la promoción y la edificación física, así como la financiación de todo el proceso. En consecuencia, la sobreoferta acumulada de viviendas terminadas en los últimos años es resultado de la ordenación y transformación de suelos realizados hace más de cien años.

Sin embargo si nos enfocamos en la segunda fase del 2007 a 2014, este período marca el inicio de un fuerte decaimiento en el sector, pues tras el comienzo de la crisis, el volumen de la compra-venta de vivienda cayó en apenas un año un 29% (2007 a 2008). Esta tendencia de caídas continuó hasta 2012, debido a la pésima situación económica y a las dificultades para el acceso a la financiación que se vivió en España. A continuación se presenta el índice de precios de la vivienda en España desde el 2008 hasta el 2016.



Figura 1.3 Índices de precios de la vivienda en España

Fuente: (Idealista, 2018)

Sin duda alguna el comienzo de la crisis marcó en el sector inmobiliario en España una reducción tanto en los precios de las viviendas como en la demanda de las mismas. es así que según Bankiter, en su informe inmobiliario del 2014 afirma que “la recesión económica, el elevado nivel de desempleo y el efecto negativo del aumento del IVA y la finalización de los incentivos fiscales a la compra de vivienda fueron los detonantes de esta caída”. El año 2013 puede considerarse el punto más bajo en la historia reciente del sector inmobiliario residencial en España (ver figura 1.4)

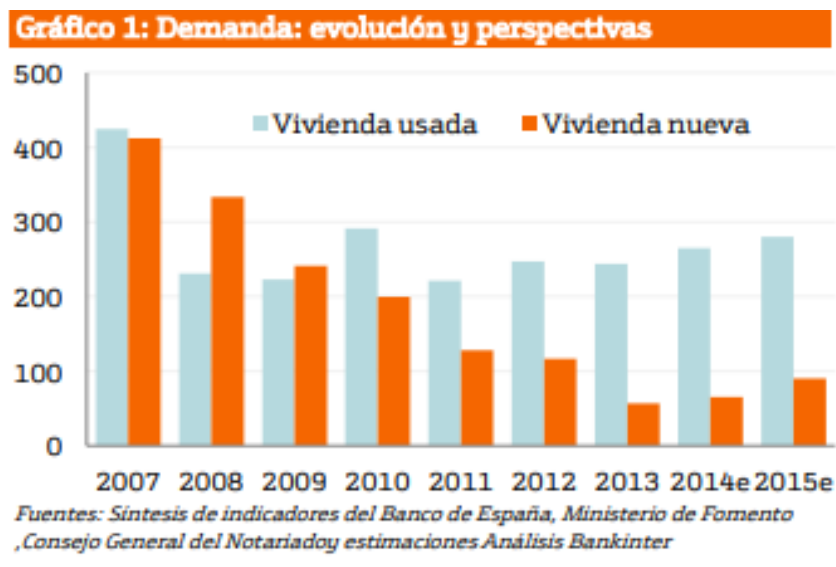


Figura 1.4 Demanda, evolución y perspectivas del mercado inmobiliario

Fuente: (Bankiter, 2014)

Si se analizan varios textos, la mayoría de ellos coincide que aunque el 2013 fue el año más bajo para el sector inmobiliario, el 2014 es el inicio de la creciente recuperación del sector. Según un análisis realizado por megabolsa (2018), la demanda de compra-venta de viviendas comenzó a crecer de forma considerable llegando a niveles de principios de siglo. Los motivos principales que han motivado la recuperación fueron:

- Ciclo económico cada vez más expansivo ayudado por la mejora del empleo.
- Tipos de interés muy bajos.
- Rentabilidad de compraventa-alquileres por encima de muchos productos financieros.
- Importancia de la cultura de compra de vivienda que existe en nuestro país.
- Creciente demanda de primera vivienda por parte de jóvenes que encuentran trabajo. (megabolsa, 2018)

La actividad inmobiliaria contribuye a mejorar el bienestar social a través de varias vías. Desde el punto de vista económico, el dinamismo de la actividad favorece la producción agregada no sólo a través de la creación de valor en el propio sector sino también en las actividades estrechamente relacionadas con la industria. La industria inmobiliaria es, además, una fuente importante de empleo y uno de los principales sectores generadores de ingresos públicos. Por otro lado, los activos inmobiliarios proporcionan un servicio de primera necesidad como el que constituye el de la vivienda.

Tras el varapalo sufrido por el sector inmobiliario en 2008 y años posteriores, soplan nuevos vientos en este sector. Por lo tanto podríamos estar asistiendo a lo que algunos se han atrevido en llamar “una nueva época dorada”.

Uno de los indicadores de esta situación es la subida sostenida que están experimentando los precios de los activos inmobiliarios en España.

## **1.6 Demanda Turística en Barcelona**

### **1.6.1 Comportamiento del consumidor turístico**

La oferta turística española, es una de las más espectaculares del mundo, en el caso de Barcelona, es un destino turístico que recibe las de 27 millones de visitas anuales. El turismo barcelonés es claramente internacional, su constante renovación y su desestacionalidad sin duda alguna son aspectos que favorecen a su dinamismo.

Sin embargo, se debe analizar la demanda turística actual buscando adaptar la oferta y mejorar el uso de las técnicas de mercado. Para realizar una planificación turística adecuada, se debe recopilar gran cantidad de información, siendo capaces de optimizar los recursos disponibles y saber coordinar las diferentes materias que intervienen en el destino turístico.

Actualmente, se acepta la idea de que existen muchos tipos de turistas. Diferentes factores ayudan a crear esta diversificación: el crecimiento de la oferta en el interior de los grandes clusters turísticos (Gonzales & Molina, 2009), la subida en el consumo de viajes y su diferenciación cualitativa, la desestandarización de los productos turísticos gracias a la descentralización tecnológica de la distribución turística, etc.

En el entorno del análisis de la demanda turística, se pretende dar respuesta a la creciente heterogeneidad del proceder turístico de los consumidores. Precisamente, desde la perspectiva del marketing, la segmentación es “un proceso de división del mercado en subgrupos homogéneos, con el fin de llevar a cabo una estrategia de mercado diferente para cada uno de ellos que permita complacer de forma segura sus necesidades” (Santesmases, 2009).

La segmentación es “un proceso de división del mercado en grupos de consumidores relativamente homogéneos con arreglo a algún o algunos criterios o características (la edad, el sexo, el motivo del viaje...) a fin de fomentar para cada uno de dichos grupos o segmentos, estrategias de marketing diferenciadas que ayuden a complacer sus necesidades de forma efectiva y a conseguir los objetivos del organismo o empresa turística” (Bigné, 2000, pág. 232)

Por medio de la segmentación se busca una clasificación de la población a estudiar en grupos heterogéneos entre sí, pero formados por individuos homogéneos dentro de cada grupo, con relación a un conjunto de diversas variables (González & Molina, 2007). De este manera, la segmentación es una herramienta fundamental que contribuye a optimizar los recursos disponibles y facilitar la creación de valor, incrementando con ello las ventajas competitivas del destino turístico (CEDDET, 2005).

A continuación nos enfocaremos en detectar, basándome en estudios existentes, en las preferencias del consumidor turístico que visita la ciudad de Barcelona.

## **1.6.2 El consumidor turístico**

El consumidor turístico se acepta en las definiciones fundamentales de carácter internacional, como la Organización Mundial del Turismo (OMT), que un viajero es “toda persona que se traslada entre dos o más países distintos o entre dos o más lugares dentro de su país de residencia habitual”. Nos importa el concepto básico de visitante, en cuanto que sus desplazamientos son por “una permanencia inferior a doce meses, y cuyo fin principal del viaje no es la de ejercer una actividad remunerada”, así pues, un visitante que pernocta al menos una noche es un turista (Gómez Encinas, 2015).

Basándonos en lo dicho anteriormente, se revisarán estadísticas emitidas por el Instituto de Estudios Turísticos (IET)-Familitur-, entidad que en España es responsable de la realización de la encuesta de movimientos turísticos. Familitur está formada por unos 12.400 hogares, que recoge datos de unos 34.000 individuos, se ha fortalecido como la fuente estadística básica más completa e interesante para la investigación social del turismo, de la cual se favorece la Oficina Europea de Estadística (Eurostat).

Me he basado en los informes anuales de Familitur, de 2012 a 2017, para elaborar una serie de tablas y gráficas de las que sacar no tanto una fotografía fija que ilustre un perfil exacto, sino de forma exploratoria caminos que enseñen la evolución seguida así como los componentes que se han ido exhibiendo más relevantes con relación a los distintos movimientos generados por los turistas que visitan España.

Desde el punto de vista económico, el Banco de España, nos permite obtener información relacionada con el valor de los bienes y servicios en términos nominales adquiridos por los residentes de España durante sus visitas a otros países.

Demostrando lo enunciado en párrafos anteriores, en la Tabla 1.1, se puede evidenciar, que España se halla entre las potencias mundiales de turismo receptivo, cuya tendencia, a pesar de la fuerte crisis que golpeó al país a inicios del 2009, finales del 2012, presenta a partir del 2013, un crecimiento en el gasto turístico; acumulándose cinco años de crecimiento continuo.



**Tabla 1.1 Balanza de pagos turística (en millones de Euros)**

<b>AÑOS</b>	<b>INGRESO POR TURISMO</b>
2012	45.267
2013	47.163
2014	49.011
2015	50.988
2016	54.660
2017	60.156

Fuente: Banco de España

**Tabla 1.2 Movimientos de los turistas**

<b>AÑOS</b>	<b>VIAJES EXTRANJERO</b>	<b>VIAJES DENTRO DE ESPAÑA</b>
<b>2012</b>	<b>12.422.042</b>	<b>148.369.376</b>
<b>2013</b>	11.245.964	144.527.252
<b>2014</b>	11.782.715	139.614.605
<b>2015</b>	15.066.683	158.923.615
<b>ENE-2016</b>	1.114.576	11.647.698
<b>ENE- 2017</b>	1.231.313	12.612.414

Fuente: Familitur

Aunque existe una leve caída de los viajes dentro de España en el año 2012 y 2013, para el 2014 se evidencia una reseñable evolución de crecimiento de los viajes dentro de España, tendencia que continúa, si analizamos el mes de enero en el año 2016 y 2017 no se dispone información acumulada de estos dos últimos años. Por tanto, los españoles siguen escogiendo claramente su propio país para sus movimientos turísticos.

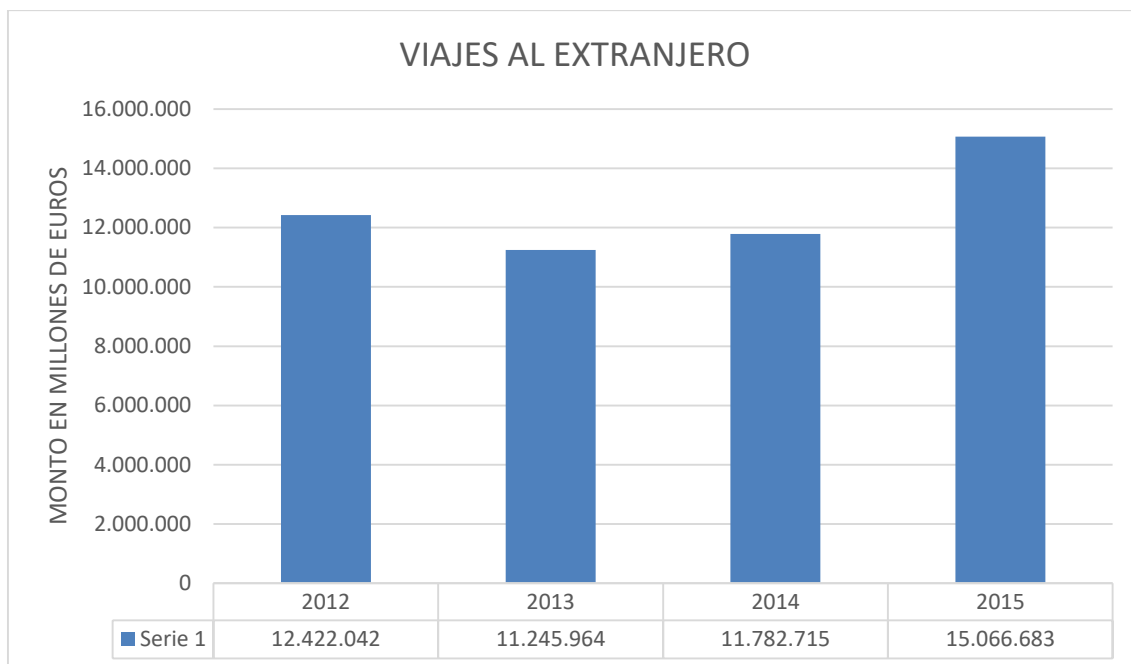


Figura 1.5 Viajes al Extranjero

Fuente: Familitur

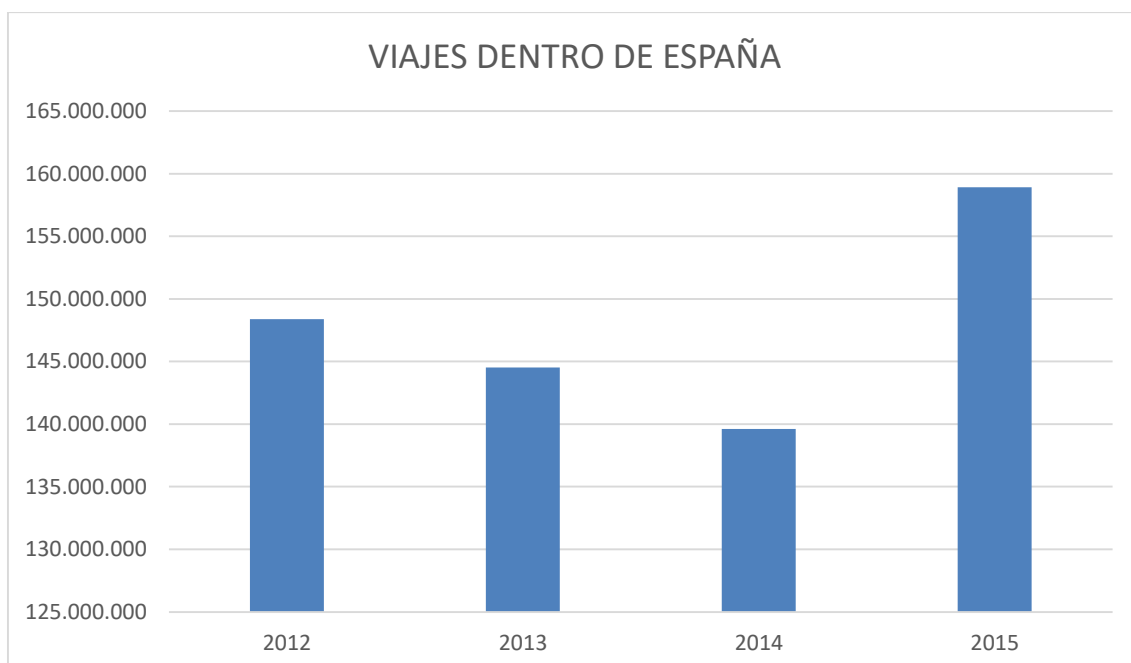


Figura 1.6 Viajes dentro de España

Fuente: Familitur

La gran mayoría de los viajes de los españoles se producen dentro de España, en la Figura 1.2, se puede apreciar como el turismo interno representa el 92% de los viajes efectuados, y el turismo extranjero solamente el 8%. Según datos de Eurostat, España, es el país de la Unión Europea en el que un mayor porcentaje de sus viajes son internos.

### 1.6.3 Edad de los viajeros

Tomando nuevamente como referencia las fichas de Familitur, se han sintetizados los rangos de edad de la siguiente manera: (*jóvenes*: 15-34 años; *adultos*: 35-54 años; *adultos mayores*: 55-74 años).

Según datos de Familitur, el rango de edad más viajero es de los “adultos”: un 34,3% de quienes realizaron al menos un viaje en 2014 contaban entre 35 y 54 años. Son 3 puntos porcentuales más que en 2012.

### 1.6.4 Motivos para viajar

El gran volumen entre los viajes por España y al extranjero en cuanto a las motivaciones son similares, y por esa razón los hemos unido aquí.

	Total	Turismo Interno	Turismo Emisor
<b>Total</b>	<b>160.791.418</b>	<b>148.369.376</b>	<b>12.422.042</b>
Trabajo/Negocios	13.197.624	11.289.329	1.908.295
Visita a familiares o amigos	52.914.524	49.385.042	3.529.483
Ocio, recreo, vacaciones	84.885.592	78.495.037	6.390.554
Otros *	9.770.072	9.176.361	593.711

Figura 1.7 Número de viajes por motivo 2012  
Fuente: IET-Familitur

	Total	Turismo Interno	Turismo Emisor
<b>Total</b>	<b>155.773.216</b>	<b>144.527.252</b>	<b>11.245.964</b>
Trabajo/Negocios	10.899.324	9.145.707	1.753.617
Visita a familiares o amigos	55.278.454	51.905.804	3.372.650
Ocio, recreo, vacaciones	80.541.328	74.998.559	5.542.769
Otros *	9.046.158	8.471.267	574.891

Figura 1.8 Número de viajes por motivo 2013  
Fuente: IET-Familitur

	Total	Turismo Interno	Turismo Emisor
<b>Total</b>	<b>151.397.320</b>	<b>139.614.605</b>	<b>11.782.715</b>
Trabajo/Negocios	9.036.003	7.409.110	1.626.893
Visita a familiares o amigos	51.813.245	48.381.417	3.431.828
Ocio, recreo, vacaciones	82.016.259	75.753.975	6.262.284
Otros *	8.525.884	8.065.246	460.639

\* Otros: Incluye los motivos de estudios, tratamientos de salud, motivos religiosos y otros motivos varios.

Figura 1.9 Número de viajes por motivo 2014  
Fuente: IET-Familitur

Si se revisa las Figuras 1.7, 1.8 y 1.9, se observa con nitidez que más de la mitad de los viajes que se efectúan cada año son de forma vacacionales. No obstante, hay que subrayar que se han incrementado las visitas a familiares durante los períodos 2012 y 2013, este es un dato significativo, que entendemos puede guardar relación con la situación económica negativa y la restricción presupuestaria que los viajeros afrontaban en ese entonces, para el 2014 el panorama cambia nuevamente y las visitas a familiares decrece.

### 1.6.5 Motivos para viajar

Los datos sobre planificación y ejecución de los movimientos turísticos nos permiten conocer si los residentes españoles hacen sus viajes sin haberlos reservado o por el contrario los contratan. Nuevamente utilizando información de Familitur, se detecta que los viajes dentro de España se llevan a cabo, en su gran mayoría, sin una reserva previa.

Recapitulando los datos expuestos, se destaca que los movimientos turísticos más numerosos de los españoles se producen dentro de España. Son estos viajes, además, los que mayoritariamente se realizan sin reserva.

	Total	Semana Santa	Vacaciones de Verano	Vacaciones de Navidad	Fin de Semana	Puente	Otros *
<b>Total</b>	<b>151.397.320</b>	<b>5.390.257</b>	<b>18.449.976</b>	<b>3.499.075</b>	<b>79.568.555</b>	<b>3.137.164</b>	<b>41.352.294</b>
Enero 2014	11.219.997	0	0	2.022.927	5.435.584	-	3.737.106
Febrero 2014	8.245.319	0	0	0	5.342.469	-	2.885.625
Marzo 2014	9.440.617	0	0	0	6.025.025	163.930	3.251.662
Abril 2014	16.413.557	5.390.257	0	0	6.252.971	-	4.729.158
Mayo 2014	12.458.978	0	0	0	7.545.179	1.020.171	3.893.628
Junio 2014	12.153.208	0	1.301.398	0	7.678.129	176.472	2.997.209
Julio 2014	15.520.766	0	3.862.756	0	8.800.494	-	2.821.503
Agosto 2014	20.774.675	0	10.253.726	0	6.944.453	295.313	3.281.182
Septiembre 2014	12.595.627	0	2.841.773	0	6.985.797	-	2.732.469
Octubre 2014	10.932.005	0	190.323	0	6.736.043	229.370	3.776.270
Noviembre 2014	10.560.193	0	0	0	6.889.134	304.063	3.366.996
Diciembre 2014	11.082.377	0	0	1.476.148	4.933.277	793.467	3.879.485

\* Otros: Incluye viajes de trabajo, recurrentes de trabajo, estudios, recurrentes de estudios, visitas a familia y amigos, salud, prácticas deportivas, religiosos, gestiones administrativas, y otros de ocio

Figura 1.10 Temporadas para viajar  
Fuente: Familitur

De los individuos viajeros casi la mitad se ha desplazado en vacaciones y algo más del 40% lo hace en vacaciones y fines de semana. La temporada en la que han viajado un mayor porcentaje de individuos es la de verano, seguida de la de Semana Santa y Navidad.

#### Gasto de los turistas según duración de la estancia.

Año 2014. Datos definitivos.

	Gasto Total		Gasto Total Medio Persona		Gasto Total Medio Diario		Estancia Media	
	Mill. Euros	% Var	Euros	% Var	Euros	% Var	Noches	% Var
1 noche	1.147	-11,1	361	-12,2	360,9	-12,2	1	0,0
De 2 a 3 noches	5.906	9,6	621	-0,4	238,4	-0,9	3	0,5
De 4 a 7 noches	25.828	4,0	845	-2,7	140,6	-1,8	6	-0,8
De 8 a 15 noches	18.839	4,5	1.159	-1,3	100,6	-0,6	12	-0,7
De 16 a 30 noches	5.790	15,7	1.507	3,8	66,1	4,0	23	-0,2
De 31 a 60 noches	4.010	22,8	2.961	11,5	61,1	12,2	48	-0,6
Más de 60 noches	1.517	4,5	6.581	11,2	64,4	18,8	102	-6,4

Figura 1.11 Gastos de los turistas según la duración de la estancia

Fuente: Familitur

Esta estadística enseña la cantidad de turistas extranjeros que visitaron España en 2014, según la duración de la estancia. Aquel año la mayor parte de los turistas internacionales que visitaron España permanecieron entre cuatro y siete noches en el país, seguidos de aquellos que pasaron entre ocho y quince noches. Se tiene una estancia media de ocho a nueve noches.

	Gasto Total*		Gasto Medio Persona		Gasto Medio Diario		Estancia Media	
	Mill. Euros	% Var	Euros	% Var	Euros	% Var	Noches	% Var
<b>Total</b>	<b>63.035</b>	<b>6,4</b>	<b>971</b>	<b>-0,6</b>	<b>109</b>	<b>0,2</b>	<b>9</b>	<b>-0,9</b>
<b>Alojamiento hotelero</b>	<b>40.176</b>	<b>3,7</b>	<b>979</b>	<b>-1,2</b>	<b>144</b>	<b>-0,8</b>	<b>7</b>	<b>-0,4</b>
<b>Alojamiento no hotelero</b>	<b>22.859</b>	<b>11,3</b>	<b>957</b>	<b>0,6</b>	<b>77</b>	<b>3,4</b>	<b>12</b>	<b>-2,8</b>
Alojamiento en propiedad	4.580	7,3	1.020	-0,8	60	1,9	17	-2,6
Alojamiento familiares/amigos	5.519	4,1	688	-1,8	69	-1,3	10	-0,5
Alojamiento en alquiler	9.443	15,2	1.276	-1,6	90	5,1	14	-6,3
Otros Alojamientos	3.316	19,7	833	6,9	95	7,0	9	-0,1

Millones de Euros.

Figura 1.12 Gasto de los turistas según tipo de alojamiento 2014

Fuente: Familitur

En la Figura 1.12 indica el número de turistas internacionales que llegaron a España en 2014, según el tipo de alojamiento principal escogido. Ese año la mayoría de los turistas que visitaron España se alojaron en hoteles y establecimientos similares. En lo que respecta al alojamiento no de mercado, la vivienda de familiares o amigos fue la opción más frecuente.

## 1.6.6 Perfil del turista que viene a Barcelona

A continuación se muestra las preferencias de los turistas respecto al alojamiento en los años 2014, 2015 y 2016:

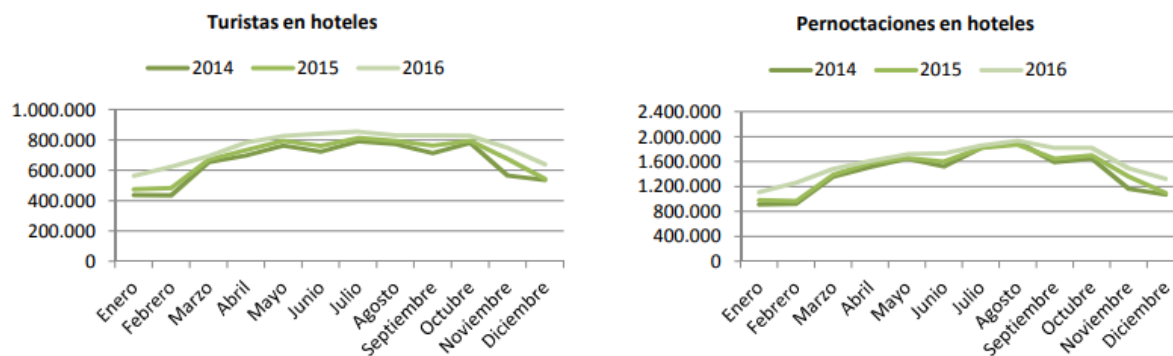


Figura 1.13 Demanda de turistas en hoteles  
Fuente: Gremio de hoteles de Barcelona y Turisme de Barcelona

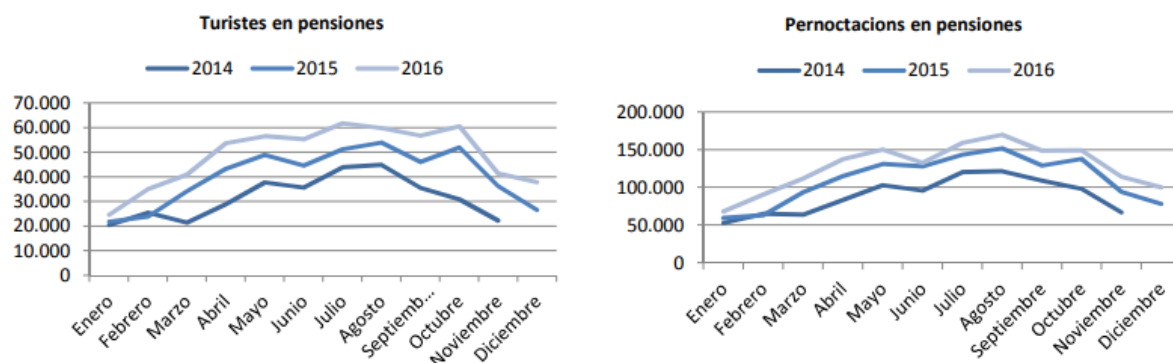


Figura 1.14 Demanda de turistas en pensiones  
Fuente: Idescat (Encuesta de Ocupación Hotelera)

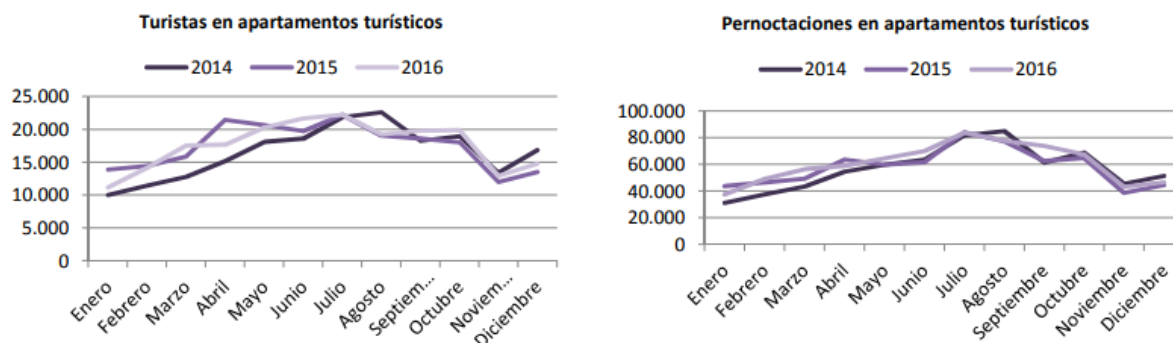


Figura 1.15 Demanda de turistas en apartamentos  
Fuente: INE a partir de la Encuesta de ocupación en apartamentos turísticos.

## Projecte

El establecimiento de la imagen de marca de las ciudades depende de diversos factores. Uno de ellos lo componen los aspectos sociodemográficos de los turistas que las visitan (género, edad, estado civil, grado de formación, nivel económico, lugar de origen, etc.), sus valores culturales y motivaciones. Por ello es necesario conocer con la mayor exactitud posible no solamente el perfil de este colectivo, teniendo en cuenta su dinamismo cambiante, sino también la imagen que tiene el destino para cada uno de los públicos objetivos.

Todas estas consideraciones están interrelacionadas y interconectadas, existiendo condicionantes y dependencias. Se detallan a continuación los elementos clave en cualquier proceso empírico de agrupación o segmentación. La población que se debe considerar, denominada "turista" debe ser delimitada de forma precisa para establecer la población objetivo. Se tiene que acotar el ámbito geográfico, el rango de edades y el perfil básico admisible. De forma complementaria, es importante establecer la situación y momento de la recogida de información, diferenciando si se toma la muestra en origen o en destino.

**Tabla 1.3 Turistas según edad**

	1990	2013	2014	2015	2016
15 -17 años	1.7 sr	0.6 sr	0.7 0.9	0.8 1.0	0.8 1.0
18 -24 años	6.8 sr	3.0 sr	9.8 18.1	8.9 16.7	8.7 16.3
25 -34 años	29.3 sr	15.1 sr	29.5 34.0	25.0 30.3	26.9 35.9
35 -44 años	43.9 sr	34.9 sr	24.8 20.4	24.0 21.1	28.7 22.7
45 -54 años	17.5 sr	31.7 sr	21.3 15.9	22.0 17.4	20.4 14.5
55 -64 años	sr sr	12.7 sr	7.8 10.3	12.8 9.2	9.9 6.6
65 años o más	sr sr	2.0 sr	2.9 3.6	6.4 4.4	4.6 3.0
Turistas en hoteles					*sr: sin registro
Turistas en todo tipo de alojamiento					

Fuente: Elaboración propia a partir de Ajuntament de Barcelona

En la Tabla 1.3 tal como puede observarse, en 1990 el turista modelo lo constituía una persona entre 35 y 44 años, grupo que de igual modo conformaba casi la mitad del total de turistas. A su vez, los turistas mayores de 45 años tan solo representaban el 17.5% del total. En 2013, estos ya representaban más del 30%. El incremento ha sido fundamentalmente notable en el segmento de más edad de 55 o más años, que ha pasado de ser algo secundario a representar alrededor del 15%. En cambio, el grupo de 25 a 34 años ha visto cómo su cuota se reducía a la mitad en este periodo, y pasaba del 29 al 15%. En todo caso, parte de este aumento es atribuible a factores globales ligados al envejecimiento de la población, el aumento de la esperanza y calidad de vida, y la mejora económica de la población no activa. Además, la permanencia media ha sido de 2,2 noches, lo que representa un 10% más con respecto al 2009 (Ajuntament de Barcelona, 2014).

En la Tabla 1.4 presenta el motivo principal del viaje en que los turistas extranjeros y locales visitaron Barcelona hasta el 2016. En aquel año, los turistas domiciliados fuera de España que visitaron el país por motivos profesionales (académicos) disfrutaron de una estancia promedio de más de 30 días.

**Tabla 1.4 Turistas según motivo de viaje (%)**

	1990	2013	2014	2015	2016
Vacacional	22.7	50.6	52.5	55.8	55.9
– Ocio	sr	sr	62.3	64.8	65.0
Profesional	69.1	40.9	39.6	35.7	36.0
	sr	sr	24.1	22.2	23.4
Personal y otros	8.2	8.5	7.9	8.5	8.1
	sr	sr	13.6	13.0	11.6
Turistas en hoteles					*sr: sin
registro					
Turistas en todo tipo de alojamiento					

Fuente: Elaboración propia a partir de Ajuntament de Barcelona

**Tabla 1.5 Turistas según sexo (%)**

En la tabla 1.5 muestra que desde los años 90 hasta el 2016 ha decaído el porcentaje de ingreso de hombres en comparación con las mujeres, pero aún sigue predominando la visita de los hombres a Barcelona.



	1990	2013	2014	2015	2016
Hombres	80.0 sr	58.3 sr	63.3 56.8	64.8 60.4	64.5 62.1
Mujeres	20.0 sr	41.7 sr	36.7 43.2	35.2 39.6	35.5 37.9
Turistas en hoteles					*sr: sin registro
Turistas en todo tipo de alojamiento					

Fuente: Elaboración propia a partir de Ajuntament de Barcelona

Con respecto al gasto del turista la estadística muestra (ver Tabla 1.6) el análisis del gasto promedio de los turistas que visitaron la ciudad de Barcelona en 2016, según los datos obtenidos del Ayuntamiento de Barcelona aquel año revelaron haber gastado unos 185 euros de media en el viaje de ida a la ciudad y alrededor de 100 en hoteles y 60 euros en otros tipos de alojamiento por persona cada noche. El resto de gastos durante el alojamiento en la capital catalana se incrementaron a un poco más de 75 euros.

**Tabla 1.6 Media de gasto según motivo del viaje (€)**

	Media	Vacacional - Ocio	Profesional	Personal y otros
Coste del transporte	184.6 235.9	166.4 215.5	250.3 272.4	162.8 215.6
Coste del alojamiento por persona y noche	101.5 60.7	83.7 50.1	133.2 109.1	91.2 34.4
Gastos durante la estancia por persona y noche	95.0 76.6	82.9 68.4	113.9 104.7	94.0 66.8
Turistas en hoteles				
Turistas en todo tipo de alojamiento				

Fuente: Elaboración propia a partir de Ajuntament de Barcelona

En cuanto a la procedencia según nacionalidades, cabe destacar que más de tres cuartas partes de los turistas que visitan Barcelona son internacionales. Sin duda, esta relación constata el magnífico posicionamiento y el interés que el destino Barcelona genera tanto en el plano europeo como internacional. Hay que tener en cuenta, también,

el peso que comienzan a tener los turistas que proceden de los llamados BRIC, países en crecimiento y expansión económica que cada año emiten un número mayor de nuevos turistas.

El hecho de que más de las tres cuartas partes del turismo que visita Barcelona sea internacional, y que este valor tienda al crecimiento y, por efecto, decrezca la proporción de turistas nacionales, ha permitido una mejor resistencia de la actividad turística en el contexto de crisis económica. Siguiendo la tónica general, el turista que se aloja en establecimientos hoteleros también representa unas proporciones parecidas, ya que más de tres cuartas partes del total proviene de mercados internacionales. Con respecto al gasto se puede evidenciar que el país que más gasta son los Estados Unidos de América con una media del coste del alojamiento por persona y noche es de 140 euros en hoteles y 95 en otro tipo de hospedaje.

**Tabla 1.7 Media de gasto según nacionalidad (€)**

	Media	Mercado Domestico	Principales mercados internacionales					
		España	Alemania	USA	Francia	Italia	Países Bajos	UK
Coste del transporte	235.9	87.8	129.2	547.1	86.7	98.0	122.0	119.2
	184.6	68.3	102.1	445.7	77.4	78.8	100.6	102.8
Coste del alojamiento por persona y noche	101.5	84.3	104.2	139.8	79.0	80.5	113.7	96.0
	60.7	38.1	62.4	94.8	49.5	48.7	71.3	71.0
Gastos durante la estancia por persona y noche	95.0	80.1	91.1	94.2	69.4	66.8	84.5	81.4
	76.6	61.9	68.2	85.8	59.7	55.6	67.3	72.0
Turistas en hoteles								
Turistas en todo tipo de alojamiento								

Fuente: Elaboración propia a partir de Ajuntament de Barcelona

### **1.6.7 El turismo en Barcelona**

A partir de los Juegos Olímpicos de 1992, Barcelona constituye un destino turístico de talla mundial. Durante los últimos años la ciudad ha vivido una repentina expansión del sector turístico y consecuentemente de toda la economía en general, la creación de nuevos hoteles y complejos turísticos inundan la Ciudad con miles de turistas que se aglutinan en las calles; y a este ritmo parece que nunca llegar a su fin.

Barcelona es un destino turístico desarrollado que recibe más de 27 millones de visitantes anuales, la mitad de los cuales generan al menos una pernoctación (Ajuntament de barcelona, 2014). La ciudad dispone de una vasta red de servicios y de infraestructuras de acogida turística: actualmente se contabilizan más de 360 hoteles y casi 10000 viviendas de uso turístico distribuidos por el conjunto de la ciudad (Terrones & Codera, 2007). Si bien en los últimos veinte años Barcelona ha estado embebida en una etapa de crecimiento acelerado de la oferta de servicios y producto turístico especialmente en el sector hotelero el cual se encuentra en una fase de desarrollo permanente.

La llegada masiva de turistas ha servido para que las grandes ciudades, que suelen acumular gran cantidad de patrimonio urbano con valor turístico potencial, dependan cada vez más de los espacios comerciales, culturales, de ocio y recreación, de servicios y equipamientos, y busquen su diferenciación de marca como principal elemento de atracción y competitividad internacional (Duro & Rodríguez, 2015). En la Tabla 2.1 se observa el crecimiento Barcelona que se encuentra dentro de las diez ciudades europeas con mejores perspectivas hoteleras del 2016 y 2017, ubicándola en octava posición con un 3,3% y un 5,5% en cuarta posición respectivamente.

Tabla 1.8 Ranking de previsión ingresos por habitación disponible (RevPAR) en las principales ciudades europeas del 2016 y 2017

2016	2016 RevPAR	2017	2017 RevPAR
Rome	19.2%	Dublin	8.2%
Dublin	9.1%	Lisbon	6.9%
Prague	6.6%	Porto	5.8%
Madrid	5.8%	Barcelona	5.5%
Lisbon	5.7%	Prague	4.9%
Porto	4.5%	Milan	4.1%
Moscow	4.0%	Moscow	3.9%
Barcelona	3.3%	Madrid	3.8%
Berlin	3.1%	Frankfurt	2.9%
Amsterdam	2.5%	Edinburgh	2.8%
Edinburgh	2.4%	Paris	2.7%
Frankfurt	2.2%	Berlin	2.6%
London	1.9%	London	2.2%
Vienna	1.7%	Brussels	2.1%
Zuich	1.1%	Amsterdam	2.1%
Paris	0.4%	Vienna	1.4%
Geneva	0.1%	Zurich	0.7%
Brussels	-0.8%	Geneva	-0.1%
Milan	-24.2%	Rome	-14.9%

Fuente: Datos obtenidos de la revista digital PwC de España

### 1.6.8 Principales atracciones turísticas en Barcelona

Orientarse por Barcelona no es complicado, pero debemos considerar presente algunos puntos de referencia: El eje central por excelencia de la ciudad lo marca la Plaza de Cataluña, por debajo de la cual se encuentra el casco viejo y casi la totalidad de los museos y demás lugares de interés histórico de la ciudad. La renombrada Rambla deslumbra desde la misma Plaza de Cataluña hasta la estatua de Colón, junto al puerto.

Si miramos hacia este de la Rambla se ubica el bello y romántico Barrio Gótico, mientras que al lado oeste se asienta el barrio del Raval. Desde el monumento a Colón, hacia el este, el Passeig Marítim atraviesa el Moll de la Fusta y el Port Vell, la llamativa área de la Barceloneta lleva hasta el Port Olímpic; hacia el oeste, la Av. del Paral.lel nos traslada a la Plaza de España, desde donde se alza Montjuïc, una de las montañas de Barcelona. Otra de las montañas que rodea la capital Catalana es Tibidabo, señala el límite norte de la ciudad. La también conocida avenida Diagonal es otro importante punto de ubicación para el turista, puesto que cruza diagonalmente toda la ciudad. Entre la Plaza de Cataluña y la Diagonal, encontramos prácticamente todo el barrio de l'Eixample, emergido del afamado "Pla Cerdà" y cuya finalidad era el de juntar el centro de Barcelona con las poblaciones cercanas, las cuales hoy en día conforman parte de Barcelona. Éstas, Gràcia, Les Corts, Sarrià-Sant Gervasi, etc. han sabido conservar con

## Projecte

los años su propia identidad histórica y cultural, este conjunto cuadrículado de manzanas, tiene como vía principal el Passeig de Gràcia en el cual se halla la célebre Pedrera de Gaudí o la Casa Batlló. Otros lugares de gran importancia son: El Parc de la Ciutadella, el Barri de la Ribera, La Sagrada Familia y L'Illa Diagonal. Este recorrido por los Barrios como se muestra en la Figura 2.1 nos llevan a recorrer los más destacados atractivos turísticos de la Ciudad que enumeramos a continuación:

1. La Sagrada Familia
2. Parque Güell
3. La Catedral
4. Paseo de Gracia
5. Casa Milá - La Pedrera
6. La Rambla
7. Montjuic
8. Monasterio de Pedralbes
9. Iglesia del Monte Tibidabo
10. Basílica de Santa María del Mar
11. Palacio de la Música Catalana
12. Playa de la Barceloneta



Figura 1.15 Mapa de Barrios de Barcelona  
Fuente: Tomada de Toulouse Business School, Barcelona

Además Barcelona como ciudad costera, tiene un clima cálido, húmedo y soleado que permite disfrutar de las actividades al aire libre e incluso bañarse en sus playas desde la primavera hasta el inicio del otoño. Las temperaturas extremas no son frecuentes; pero en invierno hay algunos días en que la temperatura puede bajar a 1 ó 2 °C. Es frecuente que visitantes extranjeros no sepan que Barcelona es una ciudad bilingüe donde el castellano y el catalán se intercambian con mucha frecuencia. El catalán es la lengua tradicional de la región y como el castellano, el francés, el italiano y otras lenguas mediterráneas, desciende del latín. Esto hace que no sea difícil de entender a un nativo de estas lenguas. Es frecuente que en primera instancia un barcelonés se dirija al visitante en catalán (su lengua materna), y que cambie rápidamente al castellano si se percata de que no es comprendido.

### **1.6.9 Políticas turísticas de Barcelona**

Las diversas políticas turísticas que se han llevado a cabo en Barcelona a lo largo de las décadas han sido deudoras de tiempos y necesidades concretas. La historia del destino turístico Barcelona inicia a principios del siglo XX, con la constitución del primer ente de impulso público-privado de la ciudad, precursor en el contexto catalán y modelo de referencia internacional. Se dedican grandes esfuerzos a la promoción turística de la ciudad, que tienen como consecuencia un importante aumento de la oferta y la demanda; de igual forma, se origina un uso intensivo de los iconos y espacios centrales de la ciudad, y modificaciones notables de su dimensión territorial. La revisión del modelo turístico de Barcelona y la consecuente definición de un nuevo modelo de gestión y política turística confirman la madurez turística de la ciudad. Así pues, la apuesta por la sostenibilidad turística, la intención de obtener un mejor encaje del vínculo entre turismo y ciudad, la decisión de nuevas pautas de financiación y la redistribución de la ocupación turística en el conjunto del territorio, constituyen varias de las actuaciones prioritarias de la nueva política turística local.

### **1.6.10 Ordenación y gestión del alojamiento turístico**

El aumento de la oferta turística en la ciudad de Barcelona ha estado limitado, en gran mayoría, por la expansión y bonanza económica de los últimos años. Una de las principales características de la oferta de alojamiento turístico del destino Barcelona es su calidad, diversificación y especialización, lo que sin duda incrementa el atractivo turístico de la ciudad, ya que permite satisfacer una gran variedad de segmentos de mercado.

Sin embargo, la emergencia de nuevos modos de alojamiento turístico hace necesario su regulación, por lo cual, en el marco de la nueva gestión turística municipal, el gobierno de la ciudad asume la necesidad de regular la oferta turística de la ciudad, tanto en lo referente a su crecimiento y especialización, como también en cuestiones legales y de distribución territorial. La revisión del Plan de Usos de Ciutat Vella se convierte en una de las actuaciones más destacadas que el gobierno lleva a cabo en materia de regulación y ordenación de la oferta turística, ya que se efectúa con la voluntad de delimitar el crecimiento de los establecimientos de alojamiento turístico, tanto hoteleros como viviendas de uso turístico.

Asimismo, el Ayuntamiento ha puesto en marcha un Plan de Inspección de establecimientos turísticos, que se centra especialmente en albergues turísticos y viviendas de uso turístico (Habitatges d'Ús Turístic, HUT); con respecto a esta última tipología de establecimientos, los HUT, hay que tener en cuenta que el comportamiento de esta oferta se caracteriza por la concentración territorial: el Distrito del Eixample es el que tiene un mayor número de HUT (se contabilizan casi 5000), seguido de Ciutat Vella, Gracia y Sant Martí.

Precisamente, uno de los principales retos que se afronta en materia de regulación y control de los HUT es el relativo a las licencias, dado que se conoce la existencia de un número importante de apartamentos que actúan al margen de la legalidad, la mayoría los cuales se encuentran en el Distrito de Ciutat Vella. Se ha constituido el Grupo de trabajo Alojamientos turísticos que acompaña el esfuerzo municipal en materia de regulación y control de este tipo de oferta.

En el marco de las políticas de regulación y control de la oferta, el Ayuntamiento también ha acordado limitar el crecimiento en determinadas zonas de los establecimientos dedicados a la venta de souvenirs. (Ciutat Vella, Sagrada Família, Park Güell).

1. Regulación de las Viviendas de Uso Turístico (HUT).
2. Plan de usos de Ciutat Vella.
3. Plan de inspección de los alojamientos turísticos (HUT, albergue...).
4. Grupo de Trabajo de Alojamientos turísticos de la TPAC.
5. Plan de usos tiendas souvenirs.
6. Medida de Gobierno de viviendas de uso turístico (mayo de 2014).

En mayo de 2014, del Ayuntamiento de Barcelona impulsa una medida de gobierno para regular y ordenar la oferta de Viviendas de Uso Turístico (HUT) de la ciudad, y

anticiparse a posibles problemas potenciales de convivencia. Para poder elaborar este Plan, la Comisión de Gobierno ha acordado suspender las comunicaciones previas de inicio de actividad de las viviendas de uso turístico durante un período de un año, prorrogable por un año más, en un determinado ámbito territorial, para poder elaborar la normativa de toda la ciudad.

Las ofertas de alojamiento en Barcelona son muy diversas. Normalmente se puede encontrar alojamiento en cualquier momento del año, pero se suele encontrar un mayor número de ofertas durante los meses anteriores al inicio de las clases en los centros de educación superior, por tanto, os recomendamos iniciar la búsqueda en los meses de julio y agosto. En la siguiente relación de alojamiento, encontrarás pisos, residencias y colegios mayores. A continuación la tabla 1.9 muestra un listado de 30 barrios principales para el alquiler de pisos en Barcelona.

**Tabla 1.9 Precio de los pisos de alquiler en Barcelona por barrios (€)**

	Barrio	2016-2t	2016-1t	2015	2014	Diferencia
1	Pedralbes	1.660,43 €	1.572,56 €	1.729,95 €	1.473,83 €	0,13%
2	les Tres Torres	1.560,70 €	1.380,68 €	1.385,04 €	1.323,89 €	17,89%
3	Sarrià	1.197,62 €	1.195,68 €	1.109,66 €	1.041,15 €	15,03%
4	Sant Gervasi - Galvany	1.189,10 €	1.187,57 €	1.156,26 €	1.047,42 €	13,53%
5	la Vila Olímpica del Poblenou	1.151,48 €	1.136,00 €	1.104,48 €	1.003,24 €	14,78%
6	la Dreta de l'Eixample	1.120,40 €	1.104,26 €	1.012,51 €	945,88 €	18,45%
7	Vallvidrera, el Tibidabo i les Planes	1.117,72 €	933,95 €	1.006,53 €	1.134,25 €	-1,46%
8	Diagonal Mar i el Front Marítim del Poblenou	1.116,09 €	1.004,51 €	1.059,75 €	892,03 €	25,12%
9	Sant Gervasi - la Bonanova	1.096,73 €	1.116,51 €	1.046,44 €	942,56 €	16,36%
10	l'Antiga Esquerra de l'Eixample	960,80 €	947,30 €	911,14 €	843,86 €	13,86%
11	les Corts	912,53 €	892,70 €	856,34 €	782,88 €	16,56%
12	el Putxet i el Farró	891,63 €	827,82 €	799,69 €	760,35 €	17,27%
13	la Nova Esquerra de l'Eixample	842,53 €	811,62 €	783,84 €	732,13 €	15,08%
14	la Maternitat i Sant Ramon	821,20 €	777,86 €	756,62 €	760,26 €	8,02%
15	el Fort Pienc	808,08 €	800,08 €	768,12 €	723,33 €	11,72%
16	el Barri Gòtic	806,24 €	893,42 €	786,04 €	749,99 €	7,50%
17	Sant Antoni	793,64 €	805,89 €	765,61 €	711,37 €	11,56%
18	la Vall d'Hebron	786,32 €	692,35 €	696,29 €	699,39 €	12,43%
19	el Poblenou	785,11 €	719,12 €	735,04 €	654,35 €	19,98%
20	el Camp d'en Grassot i Gràcia Nova	780,36 €	802,69 €	725,40 €	683,32 €	14,20%
21	la Vila de Gràcia	773,66 €	764,02 €	733,12 €	681,71 €	13,49%
22	Sant Pere, Santa Caterina i la Ribera	773,62 €	759,16 €	723,45 €	685,14 €	12,91%
23	la Salut	772,96 €	684,47 €	705,21 €	668,51 €	15,63%
24	el Parc i la Llacuna del Poblenou	759,08 €	799,63 €	748,85 €	693,72 €	9,42%
25	Vallcarca i els Penitents	755,85 €	741,42 €	735,76 €	665,48 €	13,58%
26	la Font de la Guatlla	751,69 €	638,73 €	695,20 €	644,64 €	16,61%
27	la Sagrada Família	739,86 €	752,37 €	713,15 €	680,68 €	8,69%
28	Provençals del Poblenou	727,81 €	758,81 €	661,38 €	639,55 €	13,80%
29	Navas	704,45 €	665,34 €	672,02 €	623,78 €	12,93%
30	Sants - Badal	702,86 €	629,69 €	626,57 €	597,28 €	17,68%

Fuente: Elaboración propia a partir de Generalitat de Catalunya.



## CAPITULO II

### SEGMENTACION DEL MERCADO OBJETIVO

#### *2.1 Comportamiento del segmento del mercado inmobiliario*

La valoración de carácter masivo de un determinado parque inmobiliario, implica determinar múltiples valores particulares a partir de un análisis general. Estos procedimientos son complejos y suponen una modelización del mercado que permita construir una “opinión”, procesando adecuadamente la información disponible, que en ocasiones es poco transparente, ineficiente e incompleta (MORA & ESPARZA, 2008). Dicho lo anterior nos enfocaremos en determinar cuáles son las plazas urbanísticas más adecuadas para el alquiler de viviendas en Barcelona; hoy en día el alquiler de pisos y departamentos se ha convertido en una opción para los propietarios que disponen de una vivienda vacía.

El objetivo de esta investigación es identificar a aquellos propietarios cuya vivienda cumpla con los requisitos necesarios para ser considerada turística, consolidar varias viviendas y convertirnos en una empresa profesional gestora del mercado de alquileres. Si bien, el valor de mercado de una vivienda viene determinado por la tipología y zona en la que se encuentra. Si estudiamos el comportamiento de cada tipo de vivienda en cada zona de la ciudad vemos las tendencias de mercado de forma poco precisa, pero si analizamos los datos de forma microlocalizada, manzana a manzana y por cada categoría concreta de vivienda detectamos singularidades del mercado residencial interesantes

#### **2.2 Oferta de Alojamiento turístico en Barcelona**

Por lo que respecta a la oferta turística de la ciudad de Barcelona, entendiendo como tal el número de alojamientos y plazas ofertadas para dicha actividad, es necesario hacer referencia en este caso no sólo a los alojamientos tradicionales en el sector - hoteles, hostales y pensiones-, sino a las plazas ofertadas en apartamentos turísticos.

El atractivo turístico de la ciudad de Barcelona se ha convertido una presión fortísima en la ciudad en general, y por la ocupación de edificios residenciales en particular, una parte de los cuales han ido modificando progresivamente su uso hacia alojamientos turísticos.

Este apartado trata de explicar y de comprender el alojamiento turístico de Barcelona que se compone tanto para hoteles, hostales, albergues y viviendas destinadas a usos turísticos.

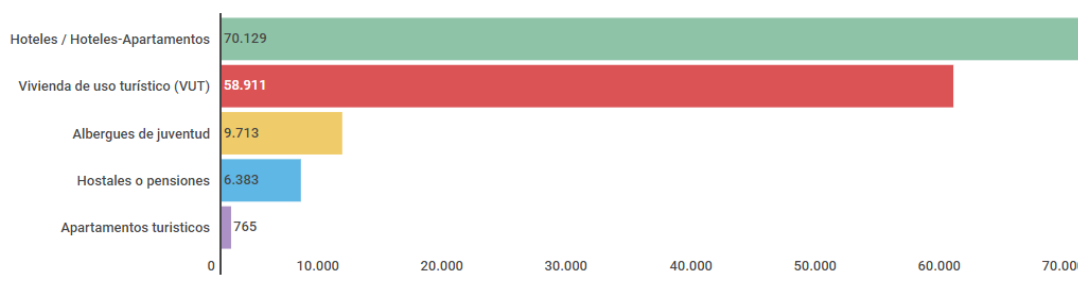


Figura 2.1 Establecimientos turísticos en Barcelona

Fuente: CCEAT: Censo de Establecimientos de Alojamiento Turístico vigentes con número de expediente municipal con datos a 31 de diciembre de 2017.

Lo que respecta a la oferta hotelera de la ciudad de Barcelona, a Diciembre de 2017 existen 650 hoteles, 38.970 habitaciones y 76.414 plazas, segunda ciudad en volumen de oferta en el país. La oferta de alojamiento turístico es absolutamente variada: si bien predomina la tipología de establecimientos hoteleros, lo cierto es que Barcelona dispone de un abanico muy plural de equipamientos de alojamiento, tales como pensiones, albergues, viviendas de uso turísticos y residencias.

Durante los últimos años la oferta de apartamentos turísticos ha experimentado un gran crecimiento, posicionándose como una de las principales modalidades de alojamiento vacacional, principalmente por la penetración en el mercado de las plataformas online de alquiler de viviendas turísticas, llegando a superar la oferta total de hoteles, hostales, albergues y campings, según afirma Exceltur (EXCELTUR, 2017).

Las viviendas de uso turístico son una tipología de alojamiento que ha crecido en los últimos tiempos. Actualmente, la oferta llega casi a 10.000 establecimientos; coincidiendo con la misma dinámica de la planta hotelera, los distritos del Eixample, Ciutat Vella y Sant Martí concentran la parte más importante de esta oferta de alojamiento.

En términos generales, se puede decir que la demanda creciente de alojamientos temporales en la ciudad ha dado como resultado la proliferación de una oferta muy variada de soluciones que tratan de captar una parte de esta población flotante y

temporal. A continuación y a partir de entrevistas con los diferentes agentes que actúan en este negocio se presenta el mapa de actores, sus características y modelo de negocio y algunas reflexiones y posturas respecto de la regulación que el Ayuntamiento quiere llevar a cabo. Hay que tomar esta información como una aportación más cualitativa a los datos analizados en este estudio, pero no tiene la estructura de una encuesta si pretende ser representativo más allá de haber hablado con los diferentes actores que conforman la oferta de alojamientos turísticos de la ciudad con especial énfasis en el grupo vinculado a Huts, su gestión y comercialización.

## **2.3 La vivienda de uso turístico: características generales**

El alojamiento turístico de la ciudad de Barcelona se compone tanto para hoteles, albergues, hostales y viviendas destinadas a usos turísticos. Este trabajo se centra en analizar los impactos económicos del alojamiento turístico en el mercado de la vivienda, por lo que el alojamiento turístico con el que se ha focalizado la atención son las viviendas donde se desarrollan usos turísticos.

En este apartado focalizaremos la atención en esta categoría. Por un lado, se trabajará con las viviendas de uso turístico que cuentan con licencia para desarrollar esta actividad (Huts). Por otro, sin embargo, existe una amplia oferta informal de viviendas para uso turístico, que no dispone de licencia, por lo que no está incluida en las estadísticas oficiales. Uno de los primeros retos pues, de este trabajo ha sido identificar el total del universo de las viviendas con uso turístico en la ciudad de Barcelona, independientemente de su oficialidad. Para determinarlo se ha trabajado con dos fuentes de información: registro de viviendas de uso turístico oficial (Huts) y las ofertas de la plataforma virtual Airbnb.

En el negocio de las Viviendas de uso turístico se pueden identificar principalmente tres actores: el propietario, el gestor y los comercializadores

### **2.3.1 Propietario**

Este trabajo pone el foco en el tipo de propietario y de propiedades en concordancia con la normativa vigente de los Huts donde se especifica que estos deben alquilar (ceder) enteros y que no puede haber nadie empadronado (156/2012).

El inversor o propietario tiene o ha adquirido la propiedad inmobiliaria para desarrollar esta actividad. Según fondo entrevistadas en muchos casos los Huts se han convertido

---

en un producto interesante para las family offices y otras inversiones de escala pequeña y que buscan rendimientos competitivos respecto a otros productos de bolsa, con menor riesgo y en este sentido, los Huts mejoran las rentas del alquiler tradicional. En este grupo también encontramos grupos de inversores o fondos de inversiones interesados en adquirir propiedades enteras y destinarlas en este uso una vez adecuadas y modernizadas. En definitiva por el sector del real estate, los edificios de Huts en exclusividad se han convertido en un producto inmobiliario más.

La disposición de los Huts genera todo tipo de situaciones: por un lado edificios en propiedad vertical, y por tanto de un solo propietario; edificios en propiedad horizontal pero especializados únicamente en este tipo de viviendas, son diferentes propietarios los que ocupan la finca; y por último, las propiedades horizontales diseminadas por diferentes fincas en manos de un mismo propietario. El atractivo del modelo de negocio respecto del propietario o inversor es claramente su rendimiento, aunque depende en gran medida del nivel de empleo.

En este sentido, nadie habla de diferencias superiores al 40% o menos, pero se reconoce la exención del IVA como uno de los temas que los diferencian claramente de los hoteles. Cuando mayor es la profesionalización, aunque la rentabilidad, no estamos hablando de cifras astronómicas sino un conjunto de ventajas que hacen más atractivo este producto: un precio más alto de alquiler que se compensa con el empleo intermitente, menor impacto sobre la vivienda y por lo tanto menos gastos de mantenimiento, menos fricción con los ocupantes ya que no hay problemas de impagos u otras cuestiones, disponibilidad de la propiedad para modificar su destino o uso en función del mercado ya que no pierde su condición de vivienda (Turisme de Barcelona, 2016).

### **2.3.2 Gestor (Administrador)**

Se podría decir que el gestor de los Huts es una especie de Api especializado en este nuevo producto inmobiliario. No han sido el resultado de las plataformas de comercialización como Airbnb, Booking u otros, sino que aparecieron mucho antes y ven en esta tipología de alojamiento una alternativa al hotel, por una demanda más plural como son los grupos y las familias. La distribución de su negocio la calculan sobre el 80% de familias y grupos y el 20% de turista de negocios donde entran directamente en competencia con los hoteles.

Hay principalmente de dos tipos, pero con un importante grado de especialización en ambos casos:

**Gestor especializado en edificios exclusivos de Huts:** las viviendas están concentradas en una única finca que posibilita mejorar los tiempos y los costes de gestión relativos a la limpieza y mantenimiento de las viviendas, acogida y salida de los huéspedes y en definitiva, cualquier incidencia que pueda tener lugar durante su estancia.

**Gestor con un elevado nivel de profesionalización** gestiona indistintamente diferentes propiedades que pueden estar dispersas en diferentes edificios. Se concentran en pequeños propietarios pero que tienen varias viviendas y por los datos que se han podido obtener de las plataformas digitales (Turisme de Barcelona, 2016)

### **2.3.3 Comercializadores**

Los portales y comercializadoras ponen en contacto oferta y demanda en un entorno controlado que permite dar garantías a ambas partes al mismo tiempo de la transacción.

La primera conclusión sobre los comercializadores y los portales digitales de los Huts es que Airbnb es el último en haber llegado, pero el que tiene más cuota de mercado y mayor penetración. También son destacables Booking o HomeAway, y todos conviven con otros portales más pequeños y locales, cuanto más tiempo que operan, algunos incluso desde 2003, y que tienen una clientela fuerza consolidada.

## **2.4 Viviendas de uso turístico con licencia**

En Barcelona existen 9.606 Huts según datos del PEUHUT (febrero 2016), mientras que las ofertas presentes en la plataforma Airbnb han variado desde abril de 2015 a Enero de 2016 entre las 12.000 y las 14.700 ofertas. Sin embargo, la plataforma Airbnb ofrece diversas tipologías de alojamientos turísticos, ya sea en habitación compartida, en habitación privada o un apartamento o casa entera. En este trabajo sólo se tendrá en consideración la tercera categoría, las casas o apartamentos enteros, que son los equiparables a Huts con licencia. Por otra parte, también hay que tener en cuenta que es la categoría que más anuncios reúne, representando más del 50% de las ofertas en todas las fechas analizadas.

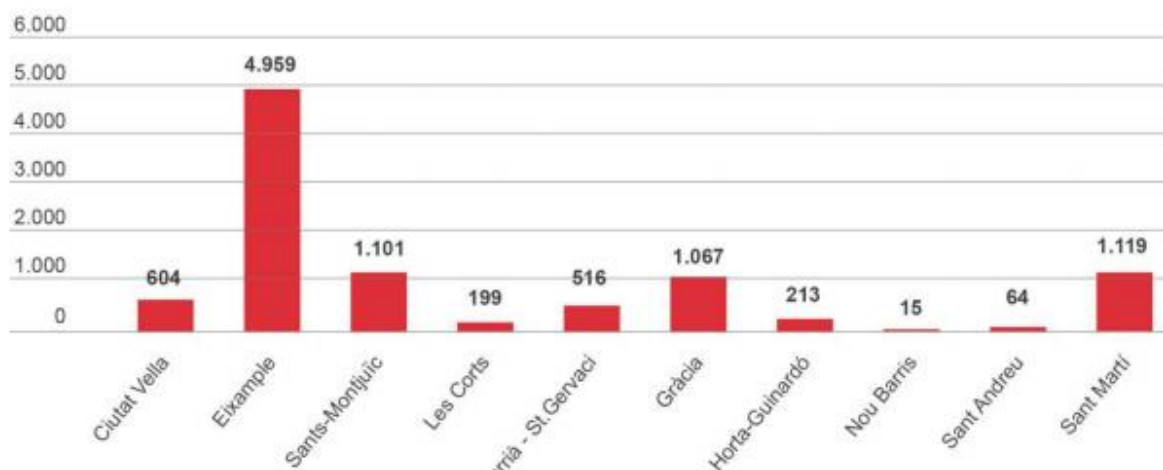


Figura 2.2 Habilitaciones de viviendas de uso turístico 2016

Fuente: Ayuntamiento de Barcelona

Hoy en día, el destino Barcelona capta un número muy elevado de visitantes que realizan estancias diurnas. Si nos fijamos con los barrios que acumulan más licencias de viviendas de uso turístico, el barrio que acumula un mayor número de Huts es el Eixample, con el 18,19% (4959 viviendas).

Data	Casa o apartament	Habitació privada	Habitació compartida	Total
03-gen-16	7.805	6.784	154	14.743
02-oct-15	7.816	6.566	157	14.539
04-set-15	7.818	6.713	149	14.680
17-jul-15	8.149	6.331	135	14.615
30-abr-15	7.113	4.892	28	12.033

Figura 2.3 Oferta de Alojamientos Turísticos

Fuente: Airbnb

Para determinar el universo de los alojamientos turísticos en viviendas en la ciudad de Barcelona se han incluido, además de los 9.606 Huts, la oferta más alta de Airbnb, de julio de 2015 (8149 viviendas), haciendo un total de 17.755 viviendas de uso turístico, ya sea con licencia o no.

## 2.5 Distribución territorial del alojamiento turístico

La distribución territorial de las viviendas de uso turístico se analizará a nivel de barrio. Se presentará la oferta del portal Airbnb (con y sin licencia) más la oferta registrada como HUTS.

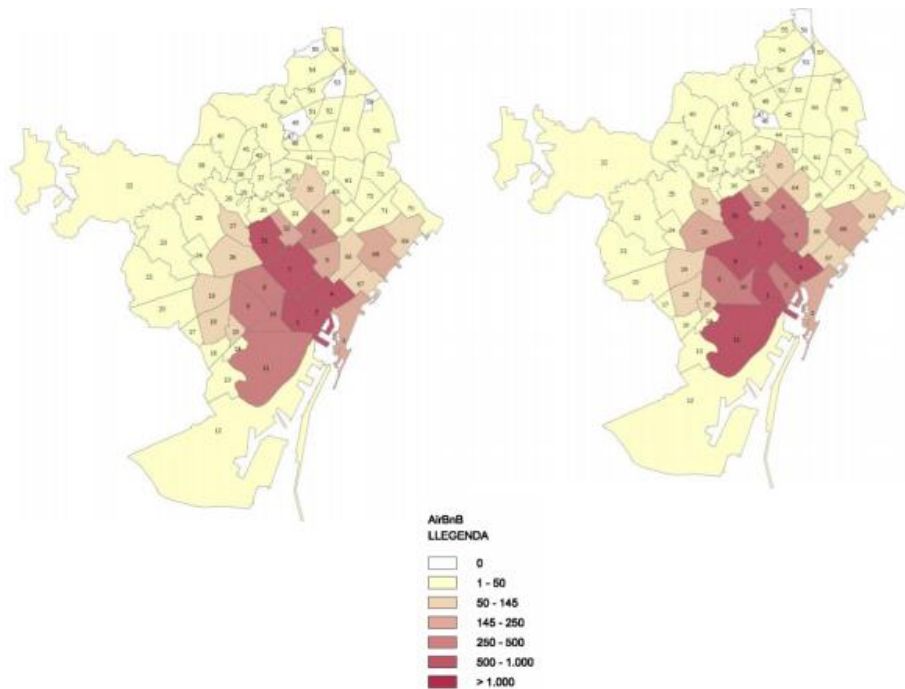


Figura 2.4 Viviendas de alojamiento Turístico según portal Airbnb abril vs julio 2016

Fuente: airbnb

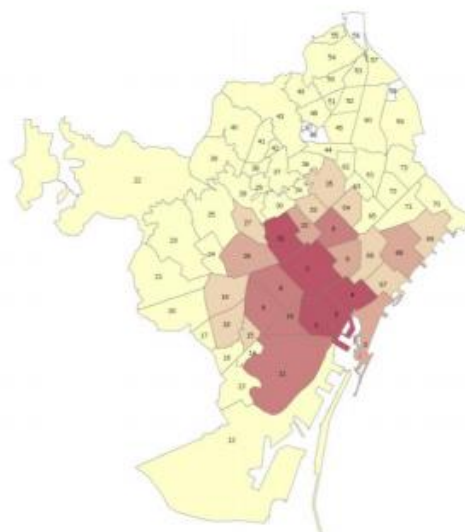


Figura 2.5 Viviendas de alojamiento Turístico según portal Airbnb octubre

Fuente: Airbnb

Si analizamos la distribución territorial de las viviendas de uso turístico ofrecida en la plataforma virtual de Airbnb, los resultados son diversos. Destacan, por ejemplo, El Raval, el Barrio Gótico y San Pedro, Santa Caterina y la Ribera que en este caso sí, son barrios con más de 500 viviendas ofrecidas para uso turístico (si bien en algunos meses el Barrio Gótico lo es de forma algo menos intensa, por debajo de los mil). Asimismo, los barrios limítrofes con el distrito 1, la Derecha el Eixample y Vila de Gràcia también se representan con unos niveles de intensidad más altos.

Districte	Barri	HUTs	Anuncis Airbnb <sup>8</sup>	Total	Percentatge
2	7 la Dreta de l'Eixample	1747	547	2294	14,4%
6	31 la Vila de Gràcia	768	524	1292	8,1%
2	6 la Sagrada Família	794	366	1160	7,3%
2	8 l'Antiga Esquerra de l'Eixample	727	396	1123	7,1%
3	11 el Poble Sec	546	396	942	5,9%
2	10 Sant Antoni	568	308	876	5,5%
1	1 el Raval	180	547	727	4,6%
1	4 St Pere, Sta Caterina i la Ribera	171	521	692	4,4%
2	9 la Nova Esquerra de l'Eixample	428	234	662	4,2%
10	68 el Poblenou	406	189	595	3,7%
Totals		9606	8149	6275	65,2%

Figura 2.6 HUTS y anuncios en Airbnb  
Fuente: Airbnb, Ayuntamiento de Barcelona

En Barcelona hay un total de 811.106 viviendas, por lo que los 17.755 viviendas para uso turístico representan el 1,95% del total. Con estos datos, el fenómeno de las viviendas para uso turístico no parece demasiado significativo. Ahora bien, tal y como hemos visto hasta ahora, su distribución por el territorio es desigual, y también lo es su impacto en el total de las viviendas para barrios. En 14 barrios, el porcentaje que suponen las viviendas de uso turístico respecto al total supera el 3% mientras que en 46 no llega al 1%. Si nos fijamos en los que supera el 3% veremos también diferencias significativas.

La Derecha del Eixample continúa siendo el barrio más destacado, donde las viviendas de uso turístico representan el 10,1% del total, mientras que el Barrio Gótico, San Pedro, Santa Caterina y la Ribera y la Villa Olímpica rondan el 5%. Es relevante resaltar que estos últimos barrios, si bien no figuraban entre los barrios con más viviendas de uso



turístico, estos representan un volumen significativo cuando se ponen en relación con el total de viviendas.

## **2.6 Legislación sobre alojamientos turísticos en Barcelona**

La economía colaborativa está legislada en la ciudad de Barcelona a través de una normativa, en la que se especifica las tasas y las condiciones que han de cumplirse de forma obligatoria y por cualquier persona para realizar la gestión de un piso o apartamento. En la actualidad, la mayoría de las comunidades autónomas cuentan con una regulación en activo para los arrendamientos de viviendas de uso turístico, la “pionera” en este sentido ha sido sin duda alguna la comunidad autónoma de Cataluña. Y ello, como consecuencia al elevado turismo registrado en la propia comunidad autónoma, con especial notoriedad en la ciudad de Barcelona, fenómeno que no solo ha fomentado la especulación y el encarecimiento del mercado inmobiliario, sino también ciertos problemas de convivencia.

De ahí que, en Cataluña, el alquiler de vivienda con uso turístico se encuentre explícitamente regulado por la Ley 13/2002, de 21 de junio, de Turismo de Cataluña (en adelante, la “Ley de Turismo de Cataluña”) y por el Decreto 159/2012, de 20 de noviembre, de establecimientos de alojamiento turístico y de viviendas de uso turístico (en adelante, el “Decreto de viviendas de uso turístico”), quedando, consecuentemente, inaplicable la Ley de Arrendamientos Urbanos.

Con anterioridad a destacar ciertos extremos de los alquileres de viviendas turísticas, es preciso definir el concepto de “viviendas de uso turístico”, también conocido como “VUT”. De conformidad con las disposiciones de la Ley de Turismo de Cataluña y el Decreto de viviendas de uso turístico, tienen la consideración de viviendas de uso turístico o VUT “aquellas que son cedidas por su propietario, directamente o indirectamente, a terceros, de forma reiterada y a cambio de contraprestación económica, para una estancia de temporada”.

En otras palabras, aquellas viviendas que se ceden en totalidad (y no por habitaciones), dos o más veces dentro del periodo de un año, durante un periodo igual o inferior de treinta y un días.

Una vez definidas las características principales de las VUT, caben señalar cuales son los requisitos que se han de cumplir para ceder estos inmuebles a personas con destino turístico, así como las obligaciones que nacen de dicha relación contractual.

En primer lugar, y en relación con los requisitos para iniciar la actividad de las VUT, establecer que los propietarios o, en su caso, sus gestores, deberán presentar una “comunicación previa de inicio de actividad” ante el Ayuntamiento en que se encuentre la vivienda, siempre y cuando se cumplan dos requerimientos: por un lado, que la vivienda disponga de cedula de habitabilidad; y, por otro lado, que la normativa sectorial o los estatutos de la comunidad (inscritos en el Registro de la Propiedad) no prohíban destinar la vivienda a un uso turístico.

En segundo lugar, y con respecto a las obligaciones de los propietarios (o sus gestores), decir que éstos se encuentran obligados a cumplir con las siguientes obligaciones:

- Incluir el número de Registro de Entrada en el Ayuntamiento de la “comunicación previa de inicio” en los anuncios de la VUT.
- Alojar al número de turistas que permita la cédula de habitabilidad, sin sobrepasar el máximo que ésta establezca.
- Destinar la vivienda a uso turístico con los muebles y enseres necesarios acordes al destino y a un uso inmediato.
- Proporcionar unas adecuadas condiciones de higiene.
- Facilitar al turista el teléfono para atender y resolver inmediatamente consultas e incidencias.
- Garantizar un servicio de asistencia y mantenimiento de la vivienda.
- No impedir la acción inspectora de las autoridades competentes.
- Disponer de hojas oficiales de queja, reclamación y denuncia del órgano competente en materia de consumo de la Administración de la Generalidad y ponerlas a disposición de las personas usuarias en un lugar adecuado dentro de la vivienda de uso turístico.
- Exhibir en la vivienda, en lugar visible para el turista: el número de Registro de Entrada en el Ayuntamiento de la “comunicación previa de inicio”; el rótulo informativo de la disponibilidad de las hojas oficiales de queja, reclamación y denuncia; y el número de teléfono del propietario (o su gerente).
- Remitir a la Dirección General de la Policía la información relativa a la estancia de las personas que se alojan en la vivienda, de acuerdo a la normativa de seguridad ciudadana.

- Emitir factura al turista en la que aparecerán, entre otros, los usuarios que han pernoctado, número de noches contratadas y el precio con desglose del IVA.
- Autoliquidar la tasa turística cada tres meses en la agencia tributaria. La tasa es de 0,75€ por persona y noche en la provincia de Barcelona y 0,50€ por persona y noche en el resto de Cataluña.

El incumplimiento de cualquiera de las citadas obligaciones constituye una infracción administrativa sancionada mediante advertencia, multa, suspensión de la actividad o cierre temporal o definitivo del establecimiento, en función de la gravedad de la infracción. A efectos de la Ley de Turismo, se considera infracción muy grave el hecho de prestar servicios turísticos sin disponer de la habilitación correspondiente.

A su pesar, está practica de arrendar pisos sin haber comunicado previamente la actividad está incrementando vertiginosamente por el exceso de visitantes y los beneficios que ello comporta. Es, por ello, que los ayuntamientos están comenzando a imponer multas elevadas y a cerrar los pisos turísticos ilegales.

## **2.7 PEUAT: la normativa para obtener licencias de pisos turísticos de Barcelona**

Desde hace tiempo el Ayuntamiento de Barcelona endureció las inspecciones y sanciones relativas a los pisos turísticos ilegales. Esta circunstancia ha desencadenado en grandes dificultades para conseguir una licencia de piso turístico en Barcelona. Durante un tiempo se dejaron de otorgar, y desde enero de 2017 el Consistorio de la ciudad catalana puso en marcha el Plan Especial Urbanístico de Alojamientos Turísticos (PEUAT), una normativa que pretende regular la implantación y la gestión de pisos turísticos en Barcelona.

El Plan Especial Urbanístico de Alojamientos Turísticos (PEUAT) es la normativa que regula la concesión de licencias de pisos y alojamientos turísticos en la ciudad de Barcelona. Con ayuda de esta normativa, el Ayuntamiento de Barcelona busca conciliar la implantación de alojamientos turísticos con un modelo urbano sostenible.

Para ello, el Consistorio de Barcelona ha dividido el municipio en 4 zonas valorando la cantidad y la distribución de los pisos turísticos dentro de una misma área, la proporción del número de plazas ofertadas por estos establecimientos, la población que reside actualmente, y la presencia de puntos de interés turístico.

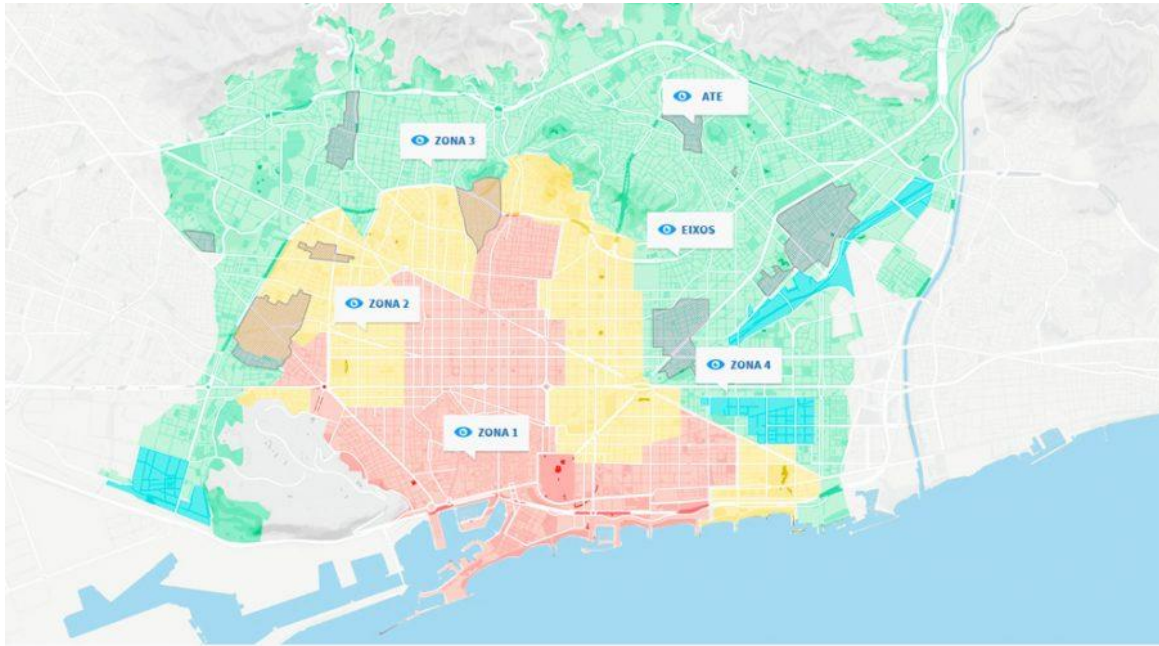


Figura 2.7 Distribución por zonas para los pisos turísticos en Barcelona  
Fuente: Marquez&Abogados

Se detalla a continuación las zonas afectadas por PUAT:

- **Zona 1:** no se conceden nuevas licencias

La PEUAT determina que no está permitida la implantación de ningún tipo de alojamiento turístico nuevo en esta área, ni tampoco es posible una ampliación del número de plazas de los establecimientos ya existentes. Por tanto, cuando cese la actividad de una vivienda turística, no será posible llevar a cabo la apertura de una nueva.

Barrios incluidos: Hostafrancs, Vila de Gràcia, Eixample, Sant Antoni, Poble Sec, Ciutat Vella, Vila Olímpica y Poblenou.

- **Zona 2:** mantenimiento del número de licencias turísticas

La normativa de pisos turísticos de Barcelona ha dictaminado el mantenimiento tanto del número de plazas como del de establecimientos ya existentes para esta zona. Dicho de otro modo, cuando se produzca la baja en el censo de algún establecimiento, se podrá implantar uno nuevo con el mismo número de plazas.

Barrios incluidos: Les Corts, Sants, Font de la Guatlla, Sant Antoni, Baix Guinardó, Fort Pienc, Poblenou y Diagonal Mar.

- **Zona 3:** se conceden nuevas licencias de pisos turísticos

Siempre y cuando no se supere la densidad máxima de plazas, sí que estará permitido la implantación de nuevos establecimientos turísticos en las áreas que se encuentran dentro de la Zona 3. Actualmente, sólo se puede obtener licencia si se sabe de alguien que la ceda.

Barrios incluidos: Les Corts, Sarrià, Vallcarca, Horta, El Guinardó, La Sagrera, La Verneda y Nou Barris.

- **Zona 4:** regulación propia

Está previsto que estos distritos de Barcelona tengan su propia regulación, ya que se caracterizan por ser unas áreas que se encuentran inmersas en plena transformación urbanística.

Barrios incluidos: La Marina del Prat Vermell, La Sagrera y 22@ Nord.

- **Áreas de Tratamiento Específico (ATE)**

La nueva normativa de pisos turísticos de Barcelona determina que ciertas áreas contarán con un tratamiento específico, ya que requieren unas características de implantación diferentes debido a su morfología.

Zonas afectadas: los cascos antiguos de Sants, Les Corts, Sarrià, Horta, Sant Andreu, Clot-Camp de l'Arpa, Farró, Sant Ramon Nonat y Vilapicina.

- **Ejes**

El PEUAT establece una regulación específica para los principales ejes de la ciudad, independientemente de la regulación de la zona en la que se encuentran. Asimismo, se establece una condición de densidad lineal de 150 metros entre establecimientos turísticos.

Zonas afectadas: Tarragona, Avenida Josep Taradellas, Vía Augusta, Ronda del Mig, Diagonal, Meridiana y Gran Vía.

Esta nueva normativa de pisos turísticos afecta a todas las viviendas de uso turístico (HUT) cuyo propietario haya decidido ceder temporalmente a terceros de una manera reitera y a cambio de una contraprestación económica. Los alojamientos que el PEUAT cataloga como viviendas de uso turístico son hoteles, hostales, pensiones, apartahoteles, pisos turísticos, albergues de juventud y residencias colectivas de alojamiento temporal.

## 2.8 Proceso de obtención de licencias en Barcelona

Los pasos a seguir para obtener una licencia para pisos turísticos son los siguientes:

1. **Solicitud:** rellenar y presentar la ficha de solicitud de licencia. Puede obtenerse información detallada en la Oficina de atención ciudadana (OAC) de los distritos del Ayuntamiento de Barcelona.
2. **Licencia de uso del edificio:** si se quiere destinar un piso a vivienda turística y este se encuentra en un bloque de viviendas, es necesario cambiar la licencia de uso de todo el edificio. Esto implica que todos los vecinos tendrían que estar de acuerdo en ese cambio y el fin al cual estaría destinado el edificio si saliera favorable. La tasa municipal que se ha de pagar para realizar el cambio de uso del edificio en la ciudad de Barcelona es de 227€.
3. **Informe previo del Ayuntamiento de Barcelona:** solicitar un informe previo al Ayuntamiento de Barcelona para que realice las comprobaciones sobre el piso que se quiere destinar al uso turístico y determinar la ubicación en la que se encuentra. Como requisitos básicos, se tiene en cuenta los pisos turísticos que hay alrededor, la densidad de la población, el estado de la vivienda, el uso del edificio y la obligatoriedad de que todo el edificio se dedique al mismo fin. Este informe previo tiene una tasa de € 57.
4. **Licencia libre:** si en la zona que queremos obtener una licencia turística no se otorgan nuevas licencias, es el mismo propietario el responsable de localizar alguna persona que quiera dar de baja su licencia turística y quiera cederla. No existe un listado público con las licencias turísticas dadas de baja, por lo que localizar directamente a un propietario es la única manera de poder obtener una licencia nueva. Una vez hayamos localizado la licencia turística, se ha de

verificar ante notario que una licencia se da de baja y como consecuencia otra se dará de alta.

5. **Alta de licencia:** si tras todo el proceso y solicitud, el Ayuntamiento de Barcelona nos otorga la licencia de piso turístico, deberemos abonar una tasa de 227€ en concepto de Alta de Licencia. Es importante tener en cuenta que las licencias turísticas no caducan, aunque se ha de estar atento a los cambios de la normativa para seguir cumpliendo con todos los requisitos.

## 2.9 Gestión de Viviendas de Uso Turísticos – VUT

Las VUT, tienen que disponer de cédula de habitabilidad, como cualquier otra vivienda, y no puede ser ocupada con más plazas que las indicadas en la cédula. También deben que satisfacer, en todo momento, las condiciones técnicas y de calidad exigibles a las viviendas en general, además de estar lo suficientemente amueblada y dotada de los aparatos y utensilios necesarios para su ocupación inmediata, y en perfecto estado de higiene, a continuación se recomienda los siguientes conceptos:

### Concepto propuesto:

#### Pequeño hotel de lujo con formato de apartamento

- Edificio de obra nueva o antiguo pero con calidad constructiva.
- Reforma inteligente y respetuosa con el original.
- Equipamiento completo, decoración de calidad.

### Factores clave de éxito

- Buen producto: reforma o adecuación bien pensada y bien hecha.
- Buena situación en relación con los focos de atracción turística y las comunicaciones.
- Diferenciación por calidad:
  - Frente a hoteles: espacio, capacidad, cocina.
  - Frente a otros edificios de apartamentos: servicios (limpieza diaria, reception desk, TV sat., parking concertado, terraza o piscina).
- Personal de cara al público preparado y motivado.
- Precios competitivos, con tendencia al alza.

### Equipamiento necesario:

#### Apartamentos

- 1, 2 ó 3 dormitorios.
- Aire acondicionado + calefacción
- Camas individuales de gran calidad y armarios en cada habitación.
- Salón amplio y confortable.
- TV, DVD, base para ipod.
- Cocina equipada con material suficiente y de calidad.
- Caja fuerte.
- Cuidado interiorismo (iluminación, cortinas, cabeceros, baños, revestimientos, cuadros).
- Red de teléfono / datos.
- Antena(s) Sat. TV
- Acceso con cerraduras electrónicas.

### **Zonas comunes**

- Acceso al edificio con cerradura electrónico.
- Lounge.
- Reception desk.
- Piscina o terraza ajardinada y amueblada son muy recomendables.
- Zona de almacenamiento para material.
- Lavadora / secadora.

### **Modelo de comercialización:**

#### **La comercialización seguiría el modelo hotelero**

- Teniendo en cuenta los precios de la competencia, el posicionamiento relativo de nuestro producto respecto a los competidores, las ventas y el histórico de demanda.

#### **La distribución tendría 4 pilares**

- Grandes distribuidores hoteleros (Booking.com, Expedia, Tui, Orbitz, HRS), integrados con Aspacios mediante un software de channel management.
- Web propia del edificio referenciada en Tripadvisor
- Fidelización y boca-oreja, facilitados por un servicio excelente y diversas herramientas de marketing pensadas para generar recomendaciones.

### **Servicio al cliente:**

#### **Incluidos en el precio de la reserva**

- Check-in 24/7.



**Projecte**

---

- Sabanas y toallas de gran calidad.
- Kit de bienvenida: botella de vino, snacks, agua mineral, café leche y te para 1er desayuno.
- Otro equipamiento de pisos: kit cosmético, kit de limpieza.
- Limpieza diaria de habitaciones (cambio de sabanas cada 3 noches; toallas a demanda).
- Atención diaria en reception desk.
- Internet wire & wireless.
- Buffet libre de cafes, infusiones y snacks.
- Prensa y revistas.
- Flores frescas.

**Opcionales (se facturan aparte)**

- Pack desayuno, pack gourmet.
- Kit toddlers: cuna, trona, cubiertos de plástico, batidora.
- Airport transfer.
- Parking externo concertado.
- Gimnasio externo concertado.
- Otros servicios concertados: entradas, bicicletas.
- Lavandería, tintorería.
- Fax, fotocopias.

## **CAPITULO III**

### **ESTUDIO DE VIABILIDAD**

#### **3.1 Introducción**

La gestión de un piso o apartamento turístico en Barcelona, una de las ciudades más importantes de Cataluña, implica una serie de tareas similares al trabajo que genera cualquier otro alojamiento turístico ubicado en otras ciudades y provincias. La verdadera diferencia radica en el elevado número de turistas que anualmente visitan la ciudad catalana, que supone una mayor demanda de viviendas vacacionales y, por lo tanto, la posibilidad de que la propiedad cuente con huéspedes de forma recurrente para estancias cortas (escapadas) y largas (semanas).

Que el piso o apartamento turístico tenga demanda es el objetivo. Sin embargo, en ocasiones el propietario desconoce exactamente el trabajo que conlleva la gestión de un alojamiento turístico en una ciudad como Barcelona.

En el presente capítulo se analizarán los factores gastos en los que debe incurrir la empresa para poder gestionar los apartamentos, administrar los mismos y ser rentable.

Se tomará en cuenta para el cálculo y análisis de la viabilidad financiera el servicio de gestión completa, que incluye: desde la entrega de llaves hasta la limpieza y mantenimiento de la casa vacacional.

El estudio financiero, analiza desde el punto de vista contable, financiero y económico, la capacidad de una empresa para ser sustentable, viable y rentable en el tiempo. Es una parte fundamental de la evaluación de un proyecto ya que permite analizar los resultados de las actividades a emprender de un proyecto, sea una organización nueva o en marcha (ZONA ECONOMICA, 2017)

#### **3.2 Presupuesto de ingresos, costos y gastos**

Se denomina a todos los importes que la empresa debe incurrir para llevar a cabo su actividad, los mismos que se incorporan a la economía y ese es el aporte de la unidad económica al producto nacional. Los recursos que se incluyen en este concepto son las materias primas, productos intermedios, materiales, suministros, combustibles etc.

### 3.3 Costos de alquiler

En el caso de este proyecto se tomará en cuenta el costo promedio de alquiler de los pisos en las diferentes zonas, se toma un costo promedio de alquiler por noche.

### 3.4 Costo de la mano de obra directa

Para poder llevar a cabo la gestión de los 48 departamentos, será necesario contratar tres personas que se encarguen del servicio de limpieza de los pisos, adicional se necesita una persona que lleve a cabo la gestión de los mismo.

El salario que actualmente percibe un trabajador en Barcelona es EU 735.90, sin embargo se considera un sueldo de 950,00 para cada persona; en el caso del administrador este percibirá un sueldo de EU 1800.00

**Tabla 3.1 Análisis Salarial**

DETALLE	N. EMPL EADOS	SUELD O ANUAL	DÉCIM O TERCER	DÉCIMO CUARTO	APORTE PATRONAL	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	TOTAL POR PERSONA AÑO 1	TOTAL AÑO 1
<b><u>Sueldos y Salarios – Administración</u></b>									<b><u>69058,70</u></b>
Administrador	1,00	18600,00	1550,00	735,90	5793,90	1550,00	775,00	26679,80	26679,80
personal de limpieza	3,00	9600,00	800,00	735,90	2990,40	800,00	400,00	14126,30	42378,90
<b><u>TOTAL SUELDOS Y SALARIOS</u></b>									<b><u>69058,70</u></b>

**Elaborado por:** el autor

### 3.5 Costos y Gastos Variables

A continuación se presenta un resumen de los costos y gastos variables en los que debe incurrir la empresa durante sus 5 primeros años de funcionamiento. Se presentan los costos y gastos simulando una ocupación del 90,75 y 60%

**Tabla 3.2 Costos y Gastos Variables**

<b>DETALLE DE OCUPACIÓN</b>					
<b>DETALLE</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Ocupación al 90%	43	44	46	47	48
Ocupación al 75%	36	37	38	39	40
Ocupación al 60%	29	30	30	31	32
<b>OCUPACION AL 90%</b>					
<b>DETALLE</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
ocupacion al 90%	43	44	46	47	48
ropa de cama y utensilios de aseo	582,29	596,09	610,22	624,68	639,49
Útiles de limpieza	447,92	458,53	469,40	480,52	491,91
luz, agua, gas	6020,00	6162,67	6308,73	6458,25	6611,31
<b>Costo total arriendos</b>	<b>7050,21</b>	<b>7217,30</b>	<b>7388,35</b>	<b>7563,45</b>	<b>7742,71</b>
<b>OCUPACION AL 75%</b>					
<b>DETALLE</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
ocupación al 75%	36	37	38	39	40
ropa de cama y utensilios de aseo	\$ 487,50	\$ 596,09	\$ 610,22	\$ 624,68	\$ 639,49
Útiles de limpieza	\$ 375,00	383,89	392,99	402,30	411,83
luz, agua, gas	\$ 5.040,00	5159,45	5281,73	5406,90	5535,05
<b>costo total arriendo</b>	<b>5902,50</b>	<b>6139,43</b>	<b>6284,93</b>	<b>6433,88</b>	<b>6586,37</b>
<b>OCUPACION AL 60%</b>					
<b>DETALLE</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
ocupación al 60%	29	30	30	31	32
ropa de cama y utensilios de aseo	\$ 392,71	\$ 596,09	\$ 610,22	\$ 624,68	\$ 639,49
Útiles de limpieza	\$ 302,08	309,24	316,57	324,07	331,76
luz, agua, gas	\$ 4.060,00	4156,22	4254,72	4355,56	4458,79
<b>costo total arriendo</b>	<b>4754,79</b>	<b>5061,56</b>	<b>5181,52</b>	<b>5304,32</b>	<b>5430,03</b>

**Elaborado por:** el autor

Para realizar esta proyección de costos, se tomó en cuenta la tasa de inflación registrada para España durante los años 2018 al 2022.

### 3.6 Resumen de Costos y Gastos

**Tabla 3.3 Costos y gastos ocupacion al 90%**

RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS OCUPACION AL 90%					
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
costos variables	\$ 7.050,21	\$ 7.217,30	\$ 7.388,35	\$ 7.563,45	\$ 7.742,71
Gastos de Administración	\$ 862.547,29	\$ 888.992,49	\$ 909.938,38	\$ 931.380,68	\$ 953.331,16
Gastos de Ventas	\$ 454,50	\$ 465,27	\$ 476,30	\$ 487,59	\$ 499,14
Gastos Financieros	\$ 553,08	\$ 414,81	\$ 276,54	\$ 138,27	
<b><u>TOTAL COSTOS Y GASTOS</u></b>	<b><u>\$ 870.605,08</u></b>	<b><u>\$ 897.089,87</u></b>	<b><u>\$ 918.079,56</u></b>	<b><u>\$ 939.569,98</u></b>	<b><u>\$ 961.573,01</u></b>

Elaborado por: el autor

**Tabla 3.4 costos y gastos ocupacion al 75%**

RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS OCUPACION AL 75%					
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
costos variables	\$ 5.902,50	\$ 6.139,43	\$ 6.284,93	\$ 6.433,88	\$ 6.586,37
Gastos de Administración	\$ 862.547,29	\$ 888.992,49	\$ 909.938,38	\$ 931.380,68	\$ 953.331,16
Gastos de Ventas	\$ 454,50	\$ 465,27	\$ 476,30	\$ 487,59	\$ 499,14
Gastos Financieros	\$ 553,08	\$ 414,81	\$ 276,54	\$ 138,27	\$ -
<b><u>TOTAL COSTOS Y GASTOS</u></b>	<b><u>\$ 869.457,37</u></b>	<b><u>\$ 896.012,00</u></b>	<b><u>\$ 916.976,15</u></b>	<b><u>\$ 938.440,42</u></b>	<b><u>\$ 960.416,67</u></b>

Elaborado por: el autor

**Tabla 3.5 costos y gastos ocupacion al 60%**

RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS OCUPACION AL 60%					
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
costos variables	\$ 4.754,79	\$ 5.061,56	\$ 5.181,52	\$ 5.304,32	\$ 5.430,03
Gastos de Administración	\$ 862.547,29	\$ 888.992,49	\$ 909.938,38	\$ 931.380,68	\$ 953.331,16
Gastos de Ventas	\$ 454,50	\$ 465,27	\$ 476,30	\$ 487,59	\$ 499,14
Gastos Financieros	\$ 553,08	\$ 414,81	\$ 276,54	\$ 138,27	\$ -
<b><u>TOTAL COSTOS Y GASTOS</u></b>	<b><u>\$ 868.309,66</u></b>	<b><u>\$ 894.934,13</u></b>	<b><u>\$ 915.872,73</u></b>	<b><u>\$ 937.310,85</u></b>	<b><u>\$ 959.260,33</u></b>

Elaborado por: el autor

### 3.7 Ingresos del proyecto

Para determinar los ingresos que se desprende del proyecto se toma en cuenta el arriendo promedio por noche de los departamentos, se considera un estimado de arriendo de EU 85 por noche por departamento, para 26 noches de arriendo mensual

**Tabla 3.6 Ingresos por alquiler de departamentos por porcentaje de ocupación**

DETERMINACIÓN DE INGRESOS POR ALQUILER					
DETALLE	2018	2019	2020	2021	2022
<b>OCUPACION AL 90%</b>					
<b><u>INGRESOS POR ALQUILER</u></b>					
OCUPACION AL 90%	43	44	46	47	48
PRECIO PROMEDIO ARRIENDO	26520,00	27148,52	27791,94	28450,61	29124,89
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>1145664,00</b>	<b>1204482,28</b>	<b>1266320,27</b>	<b>1331333,03</b>	<b>1399683,54</b>
<b>OCUPACION AL 75%</b>					
<b><u>INGRESOS POR ALQUILER</u></b>					
OCUPACION AL 75%	36	37	38	39	40
PRECIO PROMEDIO ARRIENDO	26520,00	27148,52	27791,94	28450,61	29124,89
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>954720,00</b>	<b>1003735,23</b>	<b>1055266,90</b>	<b>1109444,19</b>	<b>1166402,95</b>
<b>OCUPACION AL 60%</b>					
<b><u>INGRESOS POR ALQUILER</u></b>					
OCUPACION AL 60%	29	30	30	31	32
PRECIO PROMEDIO ARRIENDO	26520,00	27148,52	27791,94	28450,61	29124,89
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>763776,00</b>	<b>802988,18</b>	<b>844213,52</b>	<b>887555,35</b>	<b>933122,36</b>

Elaborado por: el autor

Los ingresos y gastos están determinados para los tres porcentajes de ocupación indicados anteriormente.

### 3.8 Inversión

Es un término económico que hace referencia a la colocación de capital en una operación, proyecto o iniciativa empresarial con el fin de recuperarlo con intereses en caso de que el mismo genere ganancias (Definición ABC, 2017)

#### 3.8.1 Activos fijos

Es un bien de una empresa, ya sea tangible o intangible, que no puede convertirse en líquido a corto plazo y que normalmente son necesarios para el funcionamiento de la empresa y no se destinan a la venta (Glosario Contable, 2017).

**Tabla 3.7 Inversiones**

<b>DETERMINACIÓN DE INVERSIONES</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>SUBTOTAL</b>	<b>TOTAL</b>	
<b><u>Inversiones Tangibles - Activos Fijos</u></b>			<b><u>4000,00</u></b>
<b><u>Inversiones Tangibles - Activos Fijos - Operacionales</u></b>		<b>4000,00</b>	
muebles y enseres	4000,00		
<b><u>Inversiones Intangibles</u></b>		<b>5200,00</b>	<b><u>5200,00</u></b>
Constitución de la empresa	3000,00		
seguro de responsabilidad civil (anual)	1000,00		
Trámites (anual)	1200,00		
<b><u>Capital de Trabajo</u></b>		<b>21444,93</b>	<b><u>21444,93</u></b>
Capital de Trabajo - Administrativo	21433,68		
Capital de Trabajo - Ventas	11,25		
<b>TOTAL INVERSIONES</b>			<b><u>30644,93</u></b>

Elaborado por: el autor

### 3.9 Financiamiento

El presente proyecto se financiará con recursos propios en un 40% y con un préstamo bancario el 60%.

La institución financiera con la que se gestionará el préstamo es el BBVA a una tasa de interés del 9,72% a un plazo de 5 años.

El monto del préstamo es de EU 18386,96

**Tabla 3.8 Gasto Financiero**

<b>PERIODO</b>	<b>SALDO</b>	<b>INTERÉS</b>	<b>PAGO DE CAPITAL</b>	<b>DIVIDENDO</b>
<b>1</b>	\$ 14.709,57	\$ 1.429,77	\$ 3.677,39	\$ 5.107,16
<b>2</b>	\$ 11.032,18	\$ 1.072,33	\$ 3.677,39	\$ 4.749,72
<b>3</b>	\$ 7.354,78	\$ 714,88	\$ 3.677,39	\$ 4.392,28
<b>4</b>	\$ 3.677,39	\$ 357,44	\$ 3.677,39	\$ 4.034,83
<b>5</b>	\$ -	\$ -	\$ 3.677,39	\$ 3.677,39

Elaborado por: el autor

### 3.10 Estado de Resultados

El Estado de Resultados muestra el nivel de actividad de la empresa, donde se puede evidenciar si la misma ha tenido excedentes al término del período fiscal. En el caso de nuestro proyecto, la determinación de nuestros ingresos y gastos nos permitirá tener una visión más cercana para realizar los cálculos de la factibilidad de la implementación

de nuestro proceso. Ya que en sí mismo dicho proceso no generará rentabilidad de manera independiente, los resultados de los estados financieros nos facilitarán conocer cuál es el impacto.

**Tabla 3.9 Estado de Resultados con una ocupación al 90%**

ESTADO DE RESULTADOS OCUPACION AL 90%					
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos por alquiler	1145664,00	1204482,28	1266320,27	1331333,03	1399683,54
(-) Costo de Ventas	7050,21	7217,30	7388,35	7563,45	7742,71
<b>(=) Utilidad Bruta en Ventas</b>	<b>1138613,79</b>	<b>1197264,98</b>	<b>1258931,93</b>	<b>1323769,58</b>	<b>1391940,83</b>
(-) Gastos Administrativos	857347,29	883792,49	904738,38	926180,68	948131,16
(-) Gastos de Ventas	454,50	465,27	476,30	487,59	499,14
<b>(=) Utilidad Operacional</b>	<b>280812,00</b>	<b>313007,21</b>	<b>353717,25</b>	<b>397101,32</b>	<b>443310,53</b>
(-) Gastos Financieros	1429,77	1072,33	714,88	357,44	
(-) Depreciaciones y Amortizaciones	5920,00	5920,00	5920,00	5920,00	5920,00
<b>(=) Utilidad antes de Impuestos</b>	<b>273462,23</b>	<b>306014,88</b>	<b>347082,37</b>	<b>390823,87</b>	<b>437390,53</b>
(-) Participaciones trabajadores	27346,22	30601,49	34708,24	39082,39	43739,05
<b>(=) Utilidad antes de Impuestos</b>	<b>246116,01</b>	<b>275413,40</b>	<b>312374,13</b>	<b>351741,49</b>	<b>393651,48</b>
(-) Impuesto a la Renta	46762,04	52328,55	59351,08	66830,88	74793,78
<b>(=) Utilidad/Pérdida del Ejercicio</b>	<b><u>199353,97</u></b>	<b><u>223084,85</u></b>	<b><u>253023,05</u></b>	<b><u>284910,60</u></b>	<b><u>318857,70</u></b>

**Tabla 1010 Estado de Resultados con ocupación al 75%**

ESTADO DE RESULTADOS OCUPACION AL 75%					
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos por alquiler	954720,00	1003735,23	1055266,90	1109444,19	1166402,95
(-) Costo de Ventas	7184,58	7354,86	7529,17	7707,61	7890,28
<b>(=) Utilidad Bruta en Ventas</b>	<b>947535,42</b>	<b>996380,37</b>	<b>1047737,73</b>	<b>1101736,58</b>	<b>1158512,67</b>
(-) Gastos Administrativos	901575,89	929301,96	951326,41	973872,85	996953,63
(-) Gastos de Ventas	606,00	620,36	635,06	650,12	665,52
<b>(=) Utilidad Operacional</b>	<b>45353,52</b>	<b>66458,05</b>	<b>95776,25</b>	<b>127213,62</b>	<b>160893,51</b>
(-) Gastos Financieros	1481,53	1111,15	740,77	370,38	0,00
(-) Depreciaciones y Amortizaciones	5920,00	5920,00	5920,00	5920,00	5920,00
<b>(=) Utilidad antes de Impuestos</b>	<b>37951,99</b>	<b>59426,90</b>	<b>89115,48</b>	<b>120923,24</b>	<b>154973,51</b>
(-) Participaciones trabajadores	3795,20	5942,69	8911,55	12092,32	15497,35
<b>(=) Utilidad antes de Impuestos</b>	<b>34156,79</b>	<b>53484,21</b>	<b>80203,94</b>	<b>108830,91</b>	<b>139476,16</b>



Proyecto

(-) Impuesto a la Renta	6489,79	10162,00	15238,75	20677,87	26500,47
<b>(=) Utilidad/Pérdida del Ejercicio</b>	<b>27667,00</b>	<b>43322,21</b>	<b>64965,19</b>	<b>88153,04</b>	<b>112975,69</b>

**Tabla 3.11 Estado de Resultados con ocupación al 60%**

<b>ESTADO DE RESULTADOS OCUPACION AL 60%</b>					
<b>DETALLE</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Ingresos por alquiler	763776,00	802988,18	844213,52	887555,35	933122,36
(-) Costo de Ventas	7184,58	7354,86	7529,17	7707,61	7890,28
<b>(=) Utilidad Bruta en Ventas</b>	<b>756591,42</b>	<b>795633,33</b>	<b>836684,35</b>	<b>879847,74</b>	<b>925232,08</b>
(-) Gastos Administrativos	901575,89	929301,96	951326,41	973872,85	996953,63
(-) Gastos de Ventas	606,00	620,36	635,06	650,12	665,52
<b>(=) PERDIDA DEL EJERCICIO</b>	<b>-145590,48</b>	<b>-134288,99</b>	<b>-115277,13</b>	<b>-94675,22</b>	<b>-72387,08</b>

En las tablas 3.9, 3.10 y 3.11 observamos el estado que con una ocupación al 90 y 75% la empresa genera utilidades, no ocurre lo mismo si la ocupación disminuye al 60%, en este caso el ejercicio genera pérdidas desde el primer año.

### 3.11 Flujo de Caja Proyectado

Los flujos de caja son las variaciones de entradas y salidas de caja o efectivo, en un período dado para una empresa.

El flujo de caja es la acumulación neta de activos líquidos en un periodo determinado y, por lo tanto, constituye un indicador importante de la liquidez de una empresa. Para continuar con el ejercicio, se presenta el flujo de caja con una ocupación al 75 solamente.

### 3.12 Evaluación Financiera

“El objetivo de la evaluación de proyectos es establecer las bondades de la decisión tomada por los inversionistas de asignar los recursos generalmente escasos a una inversión específica, sin embargo, hay que distinguir dos tipos de evaluaciones diferentes, aquella que dirige su accionar a la inversión social en el campo social y la otra, la que está directamente relacionado con el empresario privado, es decir en el campo de la microeconomía”<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> Econ. LUIS BARRENO, “Manual de formulación y evaluación de proyectos”, Año 2007, p. 99.

Tabla 3.12 Flujo de caja con una ocupación al 75%

DETALLE	PREOPE RATIVO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>I. INGRESOS OPERACIONALES</b>		\$ 954.720 ,00	\$ 1.003.7 35,23	\$ 1.055.2 66,90	\$ 1.109.4 44,19	\$ 1.166.4 02,95
Ventas		\$ 954.720 ,00	\$ 1.003.7 35,23	\$ 1.055.2 66,90	\$ 1.109.4 44,19	\$ 1.166.4 02,95
<b>II. EGRESOS OPERACIONALES</b>		\$ 909.366 ,48	\$ 937.277 ,18	\$ 959.490 ,64	\$ 982.230 ,57	\$ 1.005.5 09,44
Costos de Producción		\$ 7.184,5 8	\$ 7.354,8 6	\$ 7.529,1 7	\$ 7.707,6 1	\$ 7.890,2 8
Gastos de Administración		\$ 901.575 ,89	\$ 929.301 ,96	\$ 951.326 ,41	\$ 973.872 ,85	\$ 996.953 ,63
Gasto de Ventas		\$ 606,00	\$ 620,36	\$ 635,06	\$ 650,12	\$ 665,52
<b>III. (I-II) FLUJO DE CAJA OPERACIONAL</b>		\$ 45.353, 52	\$ 66.458, 05	\$ 95.776, 25	\$ 127.213 ,62	\$ 160.893 ,51
<b>IV. INGRESOS NO OPERACIONALES</b>	\$ 31.754,4 0	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Aporte de Accionistas	\$ 12.701,7 6					
Crédito	\$ 19.052,6 4					
Recuperación de Activos Fijos						
Recuperación de Capital de Trabajo						
<b>V. EGRESOS NO OPERACIONALES</b>	\$ 31.754,4 0	\$ 68.346, 57	\$ 76.476, 78	\$ 83.159, 33	\$ 94.370, 68	\$ 106.341 ,11
Inversiones Tangibles	\$ 4.000,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Inversiones Intangibles	\$ 5.200,00	\$ 1.023,7 0	\$ 1.047,9 6	\$ 1.072,8 0	\$ 1.098,2 2	\$ 1.124,2 5
Capital de Trabajo	\$ 22.554,4 0	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Gastos Financieros		\$ 1.481,5 3	\$ 1.111,1 5	\$ 740,77	\$ 370,38	\$ 0,00
Pago Amortización del Crédito		\$ 3.810,5 3	\$ 3.810,5 3			
Pago 15% Participación Trabajadores		\$ 22.889, 60	\$ 26.017, 39	\$ 30.016, 89	\$ 34.281, 21	\$ 38.825, 41

## Proyecto

Pago 22% Impuesto a la Renta		\$ 39.141,21	\$ 44.489,75	\$ 51.328,88	\$ 58.620,86	\$ 66.391,45
<b>VI. (IV-V) FLUJO NO OPERACIONAL</b>	\$ 0,00	<b>-\$ 68.346,57</b>	<b>-\$ 76.476,78</b>	<b>-\$ 83.159,33</b>	<b>-\$ 94.370,68</b>	<b>-\$ 106.341,11</b>
<b>VII. (III + VI) FLUJO DE CAJA NETO GENERADO</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>-\$ 22.993,05</b>	<b>-\$ 10.018,73</b>	<b>\$ 12.616,92</b>	<b>\$ 32.842,94</b>	<b>\$ 54.552,40</b>
<b>VIII. SALDO INICIAL</b>	\$ -	\$ -	\$ - 22.993,05	\$ - 33.011,78	\$ - 20.394,85	\$ 12.448,09
<b>IX. SALDO FINAL</b>	\$ -	\$ - 22.993,05	\$ - 33.011,78	\$ - 20.394,85	\$ 12.448,09	\$ 67.000,48

Elaborado por: el autor

### 3.12.1 Costo de Oportunidad

La tasa de descuento o costo de oportunidad se puede definir como la tasa mínima de rentabilidad por un inversor dado el nivel de riesgo del proyecto. Es el coste de la no realización de la inversión, y se mide por la rentabilidad esperada de los fondos invertidos en el proyecto.

“Es aquel valor o utilidad que se sacrifica por elegir una alternativa A y despreciar una alternativa B. Tomar un camino significa que se renuncia al beneficio que ofrece el camino descartado” (gerencie.com, 2014).

**Tabla 3.13 Costo de Oportunidad**

% RECURSO PROPIO	40%
TASA PASIVA REFERENCIAL	5,47%
% RECURSO AJENO	60%
TASA ACTIVA REFERENCIAL	9,72%
TAXES	27,10%
(1-T)	72,90%
TASA LIBRE DE RIESGO	9,26%

Para obtener el Costo de Oportunidad del Capital se realizan los siguientes cálculos:

**Costo de Oportunidad=** (%Recursos Propios\*Tasa Pasiva Referencial) + (%Recursos Ajenos\*Tasa Activa Referencia\*(1-Tasa Marginal de Impuestos))+Tasa de Libre Riesgo (TLR) esta tasa de obtiene de la fuente del Banco Central correspondiente al Riesgo País.

Obteniéndose un Costo de oportunidad de:

$$\text{Costo de Oportunidad} = 15,70\%$$

El costo de oportunidad calculado, nos servirá como base para el cálculo de los indicadores financieros faltantes.

### 3.12.2 Valor Actual Neto

El Valor Actual Neto (VAN), es un indicador financiero que mide los flujos de los futuros ingresos y egresos que tendrá un proyecto, todo llevado al valor presente. Se define como la sumatoria de los flujos netos anuales actualizados menos la Inversión Inicial. Este indicador de evaluación representa el valor del dinero actual que va reportar el proyecto en el futuro, a una tasa de interés y un periodo determinado.

Antes de proceder al cálculo del VAN es necesario considerar lo siguiente:

#### Criterios de evaluación:

- ✓ Si el VAN > 0, entonces el proyecto es viable
- ✓ Si el VAN = 0, entonces es indiferente realizar el proyecto
- ✓ Si el VAN < 0, entonces el proyecto no es viable

Para el cálculo del VAN se realizó el siguiente procedimiento:

Se procede al cálculo del factor de multiplicación (FSA) mediante la siguiente fórmula:

$$FSA = \frac{1}{(1+k)^n}$$

Donde, k representa el costo de oportunidad calculado en el punto 5.10.1 de 15,70%, y n representa el número de años calculados.

Una vez calculados los FSA, se procede a multiplicar el flujo neto generado de cada año por el FSA, es decir flujo neto generado año 1 por el FSA del año uno, y así respectivamente hasta completar la proyección de 5 años.

Finalmente el van es el resultado de la sumatoria de todos los flujos netos generados actualizados.

**Tabla 3.14 Valor Actual Neto**

VALOR ACTUAL NETO (VAN) DIRECTO						
	0	1	2	3	4	5
DETALLE	PREOPERATORIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Flujos netos generados	-12701,76	- 22993,0 5	- 10018, 73	12616, 92	32842, 94	54552, 40

## Proyecto

FSA	1,00	0,86	0,75	0,65	0,56	0,48
Flujos de caja netos generados (Actualizados)	-12701,759	- 19873,0 7272	- 7484,2 6771	8146,2 68687	18328, 02566	26312, 1236
<b>VAN</b>	<b>12727,32</b>					

El VAN calculado dio como resultado un valor de USD 12727,32 aplicando los criterios de evaluación mencionados, podemos concluir que el proyecto será viable, pues el VAN es mayor a cero.

### 3.12.3 Tasa Interna de Retorno

La tasa interna de rendimiento o de retorno (TIR) es una de las técnicas más usadas de las técnicas de elaboración de presupuesto de capital. La tasa interna de rendimiento (TIR) es la tasa de descuento que iguala el VPN de una oportunidad de inversión con \$0 (debido a que el valor presente de las entradas de efectivo es igual a la inversión inicial); es la tasa de rendimiento que ganará la empresa si invierte en el proyecto y recibe las entradas de efectivo esperadas (Lawrence J. Gitman & Chad J. Zutter, 2012)

#### Criterios de Evaluación:

- ✓ **TIR > Tasa de descuento COP**, el proyecto es factible
- ✓ **TIR < Tasa de descuento COP**, el proyecto no es factible
- ✓ **TIR = Tasa de descuento COP**, el proyecto es indiferente

El TIR se calcula en función a la siguiente fórmula:

- ✓  **$TIR = k_i + (k_s - k_i) * ((VAN_s)/(VAN_s/VAN_i))$**
- ✓ Dónde:
- ✓  $k_i/t_m$  = Tasa menor del intervalo.
- ✓  $k_s/t_M$  = Tasa mayor del intervalo.
- ✓  $VAN_s / VAN_{tm}$  = Valor presente neto a tasa menor del intervalo.
- ✓  $VAN_i / VAN_{tM}$  = Valor presente neto a tasa mayor del intervalo

Se obtuvo un TIR de 31,66%. Si consideramos los criterios de evaluación podemos concluir que como el TIR es mayor a la tasa de descuento (15,70%), el proyecto es factible. Adicional es indispensable señalar que por cada dólar invertido se obtendrá un 31,66% de rentabilidad, es decir, 0,31 centavos por cada dólar invertido.

### 3.12.4 Período de Recuperación de la Inversión (PRI)

El PRI, es un instrumento que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial. Es decir, establece en cuanto tiempo se recuperará el total de la inversión, por lo que revela el año en el cual se cubre la inversión inicial del proyecto.

El período de recuperación de la inversión para el siguiente proyecto es a partir del cuarto año.

**Tabla 3.15 Período de Recuperación de la inversión**

PERIODO DE RECUPERACION DE LA INVERSION PRI DIRECTO						
DETALLE	PREOPERATORIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Flujos de caja netos generados (Actualizados)	-12701,76	-19873,07	- 7484,27	8146,27	18328,03	26312,12
Flujos de caja netos generados (Actualizados- ACUMULADOS)	-12701,76	-32574,83	- 40059,10	- 31912,83	- 13584,81	12727,32

**Elaborado por:** el autor

### 3.13 Conclusiones de la Evaluación Financiera

El siguiente cuadro muestra los indicadores de evaluación financiera:

**Tabla 3.16 Resumen de la evaluación financiera**

INDICADOR	VALOR	CONCLUSIÓN
<b>VAN</b>	12727,32USD	Viable
<b>TIR</b>	31,66%	Viable
<b>PRI</b>	4 años	Viable

**Fuente:** Flujo de Caja, Estado de Resultados

**Elaborado por:** el autor

En conclusión, el proyecto cuenta con bases sólidas que garantizan su rentabilidad, por lo tanto, se lo considera como VIABLE.

## CAPITULO IV

# CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 4.1 Conclusiones

- Respecto el análisis de la evolución y la comparativa, quisimos corroborar en primer lugar la trayectoria desde los inicios del número de visitantes, haciendo uso de acontecimientos a nivel mundial que pudiesen justificar un descenso o un incremento de la demanda turística; y en segundo lugar, comparamos dicha evolución con otros países europeos y con España en términos generales, para comprobar si el crecimiento en Barcelona es significativo, o es simplemente es síntoma de la buena marcha del turismo mundial.
- Las cifras que hablan de la labor emprendida por el Ayuntamiento de Barcelona, indicó que los hoteles de la ciudad han pasado de tener un 50% ocupación media a un 75% en los últimos diez años, teniendo en cuenta además que en este periodo la planta ha crecido notablemente.
- Barcelona en cuando a los turistas representan un 0,6% de las personas que duermen cada noche en la ciudad. Datos como 7,1 millones de euros diarios de impacto del turismo, o que cada euro invertido en esta materia en la ciudad genera hasta 237 euros.
- Durante el tiempo que hemos estado trabajando en nuestro proyecto, nos hemos encontrado con pequeñas dificultades; por ejemplo, inicialmente nuestro trabajo iba encaminado hacia el gran auge del turismo de negocios en Barcelona, ya que los medios y noticias de actualidad, nos daban a entender una reciente explosión. Una vez analizado, comprobamos que la ciudad desde siempre había sido considerada un importante núcleo de negocios y lo que sucede en la actualidad con la importante movilización en las infraestructuras barcelonesas es el interés en promocionar el minoritario turismo de congresos ya que estos reportan tres y cuatro veces más ingresos que el turismo convencional.
- En cuanto al análisis de la gestión, promoción y organización del turismo en Barcelona, actualmente encontramos una serie de organismos (como el

Consorcio de Turismo de Barcelona) que están llevando a cabo una ardua tarea, pero de forma inmejorable y con excelentes resultados.

- Con los índices de evaluación podemos comprobar que el proyecto es viable ya que demuestra un Costo de Oportunidad del 15.70%, un VAN de € 138604.43, una TIR del 31.66%, y un PRI de 4 años

## 4.2 Recomendaciones

- Aunque la competencia en este segmento de mercado es fuerte, existen espacios que no han sido cubiertos aún, es por ello que es recomendable analizar minuciosamente estos sectores para así determinar la ubicación donde se puede administrar los pisos en Barcelona, al poseer varios competidores alrededor de la ubicación es necesario que se caracterice no solamente por la calidad de sus edificaciones y prestaciones del mismo sino también por su servicio personalizado al turista.
- Para los turistas que más tradicionales que prefieren ir a las zonas buscando alguien que le alquile, otros son más prácticos, van a una agencia directamente y revisan sus ofertas. Y en el medio está esa generación, existe la opción que está en auge que es la de buscadores de piso por internet.
- Se recomienda pasear antes de ir a la zona, es bueno preguntar a los vecinos; investigar qué hay cerca, servicios, transporte y zonas verdes. Nunca quedarse con el primero que se vea, salvo que no pueda ver otro piso igual. En Barcelona hay mucha oferta y se podrá encontrar siempre un lugar barato y de igual calidad.
- En cuanto a los administradores, preguntar va a permitir que evalúes mejor al asesor, su conocimiento del piso, de los propietarios y del barrio. Un administrador te dará respuesta o te dirá que preguntar al propietario, lo que te demuestra también el estado de la relación que hay entre ellos.



## BIBLIOGRAFÍA

- Ajuntament de barcelona. (2014). *La actividad turística en barcelona: desarrollo y gestión*. Barcelona.
- Bankiter. (2014). *Análisis: El mercado inmobiliario en España*. Madrid.
- BBVA Research. (09 de 04 de 2018). *Situación Cataluña*. Obtenido de bbvaresearch: [https://www.bbvaresearch.com/wp-content/uploads/2018/03/Situacio\\_CATALUNYA\\_1S18\\_CAS.pdf](https://www.bbvaresearch.com/wp-content/uploads/2018/03/Situacio_CATALUNYA_1S18_CAS.pdf)
- Bigné, J. E. (2000). El valor y fidelización de clientes: propuesta de modelo dinámico de comportamiento. En J. E. Bigné, *La investigación en valor percibido desde el marketing* (pág. 232). Valencia: Facultad de Economía.
- CEDDET. (23 de Mayo de 2005). *Fundación CEDDET*. Obtenido de Creación y diseño de productos y destinos turísticos : <http://www.ceddet.org/219/>
- Definición ABC. (7 de Mayo de 2017). *Definición ABC*. Obtenido de [www.definicionabc.com/economia/inversiones.php](http://www.definicionabc.com/economia/inversiones.php)
- Duro, J. A., & Rodríguez, D. (2015). Barcelona como municipio turístico: algunos datos evolutivos y elementos de futuro. *EDUCAR Uab de barcelona*, 32.
- El Independiente. (7 de 02 de 2018). *S&P advierte de la desaceleración del mercado de la vivienda de Cataluña en 2018*. Obtenido de <https://www.elindependiente.com/economia/2018/02/07/sp-advierde-de-la-desaceleracion-en-el-mercado-de-la-vivienda-de-cataluna-en-2018/>
- EXCELTUR. (02 de 10 de 2017). Obtenido de [www.exceltur.com](http://www.exceltur.com)
- Glosario Contable. (7 de Mayo de 2017). *Glosario Contable*. Obtenido de <https://debitoor.es/glosario/activo-fijo>
- Gómez Encinas, L. G. (2015). *Análisis sociológico del consumo turístico en España*. Madrid: UNED.
- Gonzales, P. R., & Molina, O. M. (2009). El comportamiento turístico de los españoles. Segmentación en función de criterios objetivos específicos. En M. L. Rodríguez, I. P. Cañaverall, & J. L. Paniza, *El Turismo en el Mediterráneo: Posibilidades de desarrollo y cohesión* (pág. 596). Madrid, España: Universitaria ramon Areces.
- González, P. R., & Molina, O. M. (2007). *La Segmentación de la demanda turística Española*. Madrid.
- Idealista. (9 de Abril de 2018). *Idealista.com*. Obtenido de <https://www.idealista.com/news/inmobiliario/vivienda/2017/08/04/747520-10-graficos-para-entender-como-ha-cambiado-el-sector-inmobiliario-desde-el-boom>
- megabolsa. (9 de abril de 2018). *megabolsa.com*. Obtenido de <http://www.megabolsa.com/2017/05/11/informe-el-sector-inmobiliario-en-espana-1a-parte/>
- Molina, A. (2014). *Análisis de la rentabilidad del mercado inmobiliario como alternativa de inversión en España*. Valencia: ADE.
- MORA, G., & ESPARZA, J. (2008). *Modelos de valoración automatizada*. Madrid: Catastro.
- Santesmases, M. (2009). *Fundamentos de Marketing*. Madrid: Piramide.

Terrones, B. E., & Codera, C. I. (2007). *¿POR QUÉ BARCELONA? ANÁLISIS DE LA EVOLUCIÓN DEL TURISMO EN LA CIUDAD*. Barcelona: Universitat Pompeu Fabra.

Turisme de Barcelona. (Septiembre de 2016). Impacto del alquiler vacacional en el mercado de alquiler residencial de Barcelona. Barcelona.

ZONA ECONOMICA. (2 de Febrero de 2017). *ZONA ECONOMICA*. Obtenido de <http://www.zonaeconomica.com/estudio>