

## **EL TIEMPO COMPARTIDO**

### **• CONCEPTO Y TIPOLOGIAS.**

El tiempo compartido es un derecho de uso y disfrute, de un periodo de tiempo de vacaciones cada año, de una unidad de alojamiento en un complejo turístico, durante un nº determinado de años,

En España se ha denominado erróneamente a este concepto bajo el término MULTIPROPIEDAD rechazado actualmente por la Legislación vigente. La 1ª diferencia que existe entre multipropiedad y el término legal de tiempo compartido es que la unidad de alojamiento es propiedad de la persona física, y en el 2º no. La 2ª es que este derecho se adquiere a través de títulos de un club o acciones de una sociedad la 1ª a través de la inscripción en el Registro de la propiedad.

### **TIPOLOGÍAS:**

- De Club: en la que se compre un título de pertenencia a un club, no un inmueble, y de disfruta del complejo turístico durante el tiempo por el que se haya adquirido.
- De Sociedad: una sociedad ofrece a sus socios el disfrute vacacional por un periodo de tiempo determinado en un complejo turístico.
- Aprovechamiento por turnos : Los clientes del tiempo compartido se ponen de acuerdo para ocupar la unidad de alojamiento según la posibilidad.

### **• ORIGEN Y EVOLUCIÓN.**

En cuanto a la evolución de este segmento, hay que decir, que se ha convertido en una de los sectores que más rápido han crecido, llegando en 1993 a 6392mll de \$, en 1997 5997mll de \$ y en 1998 a 6400 mll de \$ de facturación, teniendo en cuenta estas cifras, se prevé que se superen los 7000 mll de\$ según un estudio de la ANETC ( Asociación Nacional de Empresarios de Tiempo compartido).

En los últimos 25 años, las rentas se han multiplicado por 1000 por lo que el ritmo de ventas está creciendo cada vez más.

### **• EL TIME SHARING EN ESPAÑA.**

España es el 2º país del mundo, tras EE.UU. en nº de complejos de tiempo compartido, existen aprox 500 complejos repartidos de la siguiente forma:

Canarias, Costa del Sol, Baleares y el resto del país.

### **• COMERCIALIZACIÓN**

Se distinguen varias formas de comercialización algunas de ellas son las siguientes:

- ◆ On site (OPC): ventas directas desde donde está ubicado el complejo. Persuadir al cliente en el mismo lugar del complejo.
- ◆ Off site: ventas en el mercado emisor.
- ◆ la Asociación de consumidores de tiempo compartido, como por ejm la CECU ( Confederación de consumidores y usuarios) se han creado como consecuencia de que en otros tiempos existió una gran desconfianza por la aparición de empresas estafadoras.

## • LOS AGENTES DEL T.C.

A. LOS PROMOTORES del complejo tienen el deber de dar forma al complejo, dotándolo de infraestructuras adecuadas y los derechos de los propietarios bajo la legalidad de cada país.

B. MARKETING Y VENTAS: el RCI (Resort Condominiums International), el club de intercambio más grande del mundo, dice que, el tiempo compartido es un producto que hay que vender a través del marketing.

C. GESTIÓN MANTENIMIENTO DEL COMPLEJO: su gestión ha de llevarse a cabo a través de un Comité de propietarios, o por una empresa especializada o por el mismo promotor.

D. EL INTERCAMBIO: las empresas de intercambio ofrecen a los consumidores la posibilidad de intercambiar su tiempo compartido por otro. De ello se encargan las 2 empresas más fuertes a nivel mundial. El RCI e Interval International.

- ◆ RCI fundada en 1974 con sede en Indianópolis EE.UU, actualmente es la más grande del mundo con más de 2ml de familias socias y más de 3000 complejos afiliados en 90 países del mundo. Alcanza en 70% del mercado mundial tanto en nº de socios como en complejos y de operaciones de semanas intercambiadas.

El proceso de intercambio del RCI es el clásico, a través de la venta de semanas, mientras que Interval lo hace a través del sistema de puntos. Otra diferencia es que RCI tiene su propia AAVV (RCI Travel Club) minorista.

### \* EL SISTEMA DE PUNTOS (GLOBAL POINTS NETWORK)

Consiste en que el cliente obtendrá o comprará puntos en lugar de semanas, lo que proporciona una gran flexibilidad. Para utilizarlo existe un mecanismo de valoración de complejos según la temporada del año. El cliente dispone de una tabla de conversión para saber a que puede tener derecho con los puntos que acumula, dichos puntos se podrán canjear por otros productos que no sean días de vacaciones, como billetes de avión, alquiler de coches, noches de hotel etc.

### ◆ INTERVAL INTERNATIONAL.

Fundada en 1976 y con sede en Miami, cuenta con 30 oficinas en 22 países, cerca de 1800 complejos en 75 países, y más 1500 empleados en todo el mundo. La diferencia con el RCI, es que en España, Interval no tiene el nº suficiente de socios para construir su propia AAVV, por lo que los servicios adicionales lo gestiona a través de un Convenio con Viajes Iberia que le ofrece los precios más baratos.

E. LA REVENTA: los propietarios del T.C tienen derecho a vender, a alquilar o incluso a incluirlo en su herencia. Cualquier excepción debe constar en la documentación del programa.

F. PROPIETARIOS DE T.C: aquellos que decidan optar por dicha fórmula deben realizar previamente una inversión inicial considerable.

## • REGULACIÓN DEL SISTEMA DE T.C

La Directiva Comunitaria de tiempo compartido de la UE, entró en vigor el 29 de ABRIL de 1997 y estableció disposiciones comunes para proteger a los consumidores de tiempo compartido de los países de la UE, trabaja con los gobiernos a nivel nacional y europeo para crear legislaciones que fomenten el desarrollo positivo del sector. Los objetivos principales son:

\_ Periodo de reflexión: todos los compradores de tiempo compartido tienen un periodo de reflexión de 10 días

durante el cual pueden cancelar el contrato de venta.

\_ Prohibición de pagos por adelantado: durante el periodo de reflexión los vendedores no pueden recibir pagos adelantados de los posibles compradores.

\_ La Legislación Nacional: en el caso de España el BOE nº 300 de 16 de diciembre de 1998 publicó la Ley sobre aprovechamiento por turnos de bienes inmuebles, de uso turístico y normas tributarias en las que se rechaza el término multipropiedad.

#### • EL PERFIL DEL USUARIO

- ◆ Suele coger entre 2 y 3 periodos de vacaciones al año.
- ◆ Suele tener 2 puentes o largos fines de semana al año.
- ◆ La calidad es el principal factor al elegir sus vacaciones.
- ◆ Le gustan las vacaciones en la playa, en la ciudad y en el campo.
- ◆ Edades: entre 30–39 años y entre 40–49 años.
- ◆ La mayoría no tiene hijos menores de 16 años viviendo en casa.
- ◆ Viaja en grupos de 3/4 personas.
- ◆ El socio es propietario de una semana o 2.
- ◆ El 66% de los socios solo puede viajar en determinados periodos.
- ◆ Hay una fuerte relación entre edad y nº de semanas en propiedad.
- ◆ Sólo el 7'9% de los socios españoles están jubilados, ( Reino Unido 34'5%).
- ◆ Los jubilados españoles tienden a tener más semanas en propiedad que la media europea.
- ◆ En España, cuantos más hijos hay en casa menor es el interés de tener más de 1 semana de tiempo compartido, al revés que en el resto de Europa.
- ◆ Los españoles con hijos son los europeos con más restricciones para viajar.

#### • LAS CADENAS HOTELERAS Y EL TIEMPO COMPARTIDO.

Algunas de las empresas que han invertido en esta fórmula han sido:

Barceló, Confortel, Hesperia, Occidental, Hotetur, Riú, Sol Meliá y Tryp , las cuales han elegido las Américas ( México, República Dominicana etc) como destino de inversión. Sólo 2, Riú y Trip se han aventurado a invertir en España, por otro lado ha sido Hotetur la que ha invertido en los 2 destinos. Pero a pesar de esto, aún siguen siendo novatos en este segmento.

Por otro lado, no hace mucho tiempo el sector hotelero veía esta fórmula como competencia, un estorbo para ocupar plazas de avión y un mal negocio por su mala prensa ( según palabras del director comercial de la cadena Allegro perteneciente a Occidental Hoteles), pero ahora esto ha cambiado y lo ven de la siguiente forma:

- \_ Una nueva línea de negociación muy rentable.
- \_ Complemento al negocio hotelero tradicional.
- \_ Herramienta de fidelización de clientes ( vacation club).
- \_ Diversificación de la oferta.
- \_ Magnifico generador de Cash Flow.
- \_ Confianza en la industria, grandes marcas y legislación clara.

- **NOVEDADES Y FUTURO.**

La inclusión del tiempo compartido en el sector hotelero aporta una imagen de confianza y seriedad que aumenta la fiabilidad del cliente.

La diversificación: el T.C amplía sus posibilidades de obtención de días de vacaciones, además de en complejos turísticos, a barcos- vivienda, un catamarán en el Caribe o en parques de caravanas, todo ello va ligado cubrir las exigencias y necesidades de los consumidores.

Por último el PICTE apuesta por la calidad de este segmento ofreciendo una mejora de la imagen y los estándares de calidad del tiempo compartido.