

Según el estudio **“El impacto de las viviendas turísticas en el comercio de Andalucía”**, elaborado por la PAT

El 81% de los comercios de proximidad andaluces se beneficia del alquiler vacacional

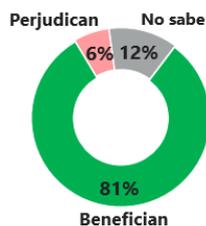
- El alquiler vacacional supone el 25% de los ingresos de los comercios de proximidad de Andalucía
- En temporada alta, el 43% de la facturación de los comercios proviene del usuario de alquiler vacacional
- El 61% de los comerciantes afirma que los usuarios de viviendas turísticas gastan más o igual que los usuarios de hoteles

Sevilla, 5 de junio de 2019.- La PAT (Asociación Española de Plataformas Digitales de Alquiler Temporal), integrada por HomeAway, Rentalia, Spain-Holiday.com y Niumba y que en la región agrupa más de 60.000 viviendas vacacionales, ha presentado el estudio “El impacto de las viviendas turísticas en el comercio de Andalucía”¹. Se trata del primer informe que evalúa la percepción y la repercusión económica del alquiler vacacional en el comercio de proximidad de la región.

En 2018 Andalucía recibió 5,1M de turistas alojados en viviendas turísticas². Según el *último Barómetro del Alquiler Vacacional*³, este tipo de turismo generó un impacto económico de 8.561M€ en la región y más de un tercio del gasto se realizó en los comercios del entorno.

Impacto para el comercio andaluz

Impacto de las viviendas turísticas en su negocio



Entre las principales conclusiones del informe destaca que un 81% de los comerciantes andaluces garantiza que la vivienda turística tiene un impacto beneficioso en su negocio. De hecho, el 51% afirma que el nivel de gasto de los turistas de alquiler vacacional en su establecimiento es bastante o muy elevado.

En este sentido, el nivel de gasto de las personas que se alojan en viviendas turísticas es superior en comparación con los turistas alojados en hoteles: un 61% de los comerciantes afirma que los usuarios de viviendas turísticas gastan más o igual que quienes optan por hoteles.

¹ Informe elaborado por IPSOS para la PAT. Metodología: 500 entrevistas a propietarios de comercios en zonas con elevada concentración de viviendas de alquiler turístico. El margen de error de la muestra es del 4,4%

² Datos de la Encuesta de Movimientos Turísticos en Fronteras y Encuesta de Turismo de Residentes (Instituto Nacional de Estadística)

³ Elaborado por HomeAway y la Universidad de Salamanca

Asimismo, más de la mitad de los comerciantes (un 55%) asocia directamente la mejoría de sus negocios con el aumento de las viviendas turísticas, y un porcentaje similar (un 53%) se muestra confiado en que su negocio va a mejorar en el próximo año.

Hasta un cuarto de la facturación en temporada baja

El 54% de los establecimientos declara tener clientes que son turistas los fines de semana y en periodos vacacionales. Entre semana, la cifra de clientes turistas se sitúa en el 39%. La mayoría de ellos proceden de otras regiones de España o de otras localidades de la propia Andalucía, siendo minoritaria la presencia de extranjeros.



Según las estimaciones de los propios comerciantes, las ventas a usuarios de alquiler vacacional suponen el 22% del total durante la temporada baja, y el 43% de su facturación en temporada alta. En el caso de una posible desaparición de las viviendas turísticas, consideran que perderían hasta un 25% de su negocio.

En conclusión, según se desprende del informe, el usuario de vivienda turística consume de modo diferente al turista que opta por otro tipo de alojamiento. De hecho, el turista que elige la modalidad de alquiler vacacional, tiene un impacto directo en el desarrollo y mantenimiento de las pequeñas y medianas empresas ubicadas en las zonas turísticas.

Miembros de la PAT:

HomeAway

HomeAway™, con sede en Austin (Texas), plataforma online experta en alquiler vacacional con una red de webs que representan más de dos millones de anuncios en 190 países, y forma parte del Grupo Expedia. A través de HomeAway, propietarios y gestores profesionales ofrecen una amplia selección de casas de alquiler vacacional que brindan a los viajeros experiencia memorables y beneficios, incluyendo más espacio para relajarse y más privacidad. La compañía también facilita a los propietarios y gestores profesionales anunciar y gestionar online sus propiedades. El porfolio de HomeAway agrupa a diversas marcas expertas en alquiler vacacional. Para más información sobre HomeAway, por favor visite <http://www.homeaway.es>

Spain-Holiday.com

Spain-Holiday.com es una plataforma española e independiente especializada en el alquiler vacacional en España, disponible en 13 idiomas y cuya versión en español es Vacaciones-España.es. Con sede en Málaga desde su fundación, en el año 2002, Spain-Holiday.com es una de las plataformas de referencia para los viajeros proveniente de los países escandinavos, Reino Unido, Holanda y Francia. Actualmente ofrece más de 18.000 viviendas vacacionales en España, cuenta con una plantilla de 35 trabajadores y en 2018 obtuvo una facturación de 2,2 millones de euros.

Rentalia

Rentalia, plataforma española con más de 15 años de recorrido, forma parte del grupo idealista desde 2012. Ofrece 135.000 alojamientos en el sur de Europa y recibe más de 15 millones de visitas anuales. El portal ofrece un buscador de casas muy completo que permite al viajero reservar su alojamiento ideal sin pagar ninguna comisión.



Nota de Prensa

Niumba

Niumba nació en 2005 y desde 2013 es propiedad de TripAdvisor, la web de viajes más grande del mundo. Se trata de uno de los portales líderes de alquiler vacacional en España y cuenta con una red de más de 65.000 propiedades. Niumba gestiona más de 3,5 millones de solicitudes de reserva al año y ofrece a sus viajeros un sistema seguro para alquilar alojamientos con total tranquilidad. Más información en www.niumba.com

Contacto de prensa PAT

Bárbara González / barbara@bg10.es M. +34 603 578 654