

2015

II BARÓMETRO DEL ALQUILER VACACIONAL en España

COMPARACIÓN DE RESULTADOS

DE LAS MUESTRAS NACIONALES DE USUARIOS
DE VIVIENDAS TURÍSTICAS Y HOTELES
DE FORMA *CONJUNTA E INDEPENDIENTES*



**VNiVERSiDAD
D SALAMANCA**

CAMPUS DE EXCELENCIA INTERNACIONAL

Proyecto realizado por el Instituto Multidisciplinar de la Empresa (*Universidad de Salamanca*) para la empresa HomeAway Spain, S.L., tal y como establece el contrato de prestación de servicios de fecha 12 de mayo de 2014, al amparo del Art. 83 de la Ley Orgánica de Universidades.

ÍNDICE

I	Introducción	▶ 03 ◀
II	Objetivos	▶ 05 ◀
III	Ficha Técnica:	▶ 07 ◀
	Metodología de trabajo y Perfil de la muestra	
IV	Resultados	▶ 13 ◀
V	Estimación de gasto	▶ 29 ◀
VI	Conclusiones.....	▶ 32 ◀
VII	Equipo	▶ 35 ◀



I INTRODUCCIÓN

INTRODUCCIÓN



En nombre de **HomeAway** y como su Director General para el Sur de Europa, es un placer presentaros el **Segundo Barómetro del Alquiler Vacacional**. Se trata del segundo estudio que realizamos para continuar ofreciendo una serie de datos que apoyen el conocimiento de este sector en nuestro país. De este modo, damos continuidad al primer barómetro que realizamos el año pasado, el primero que se realizaba en España de esta naturaleza y que ya despejó muchas dudas sobre el alquiler vacacional, al igual que estoy seguro de que lo hará esta segunda edición.

De nuevo, nos sentimos orgullosos de haber contado con la Universidad de Salamanca como principal socio para llevar a cabo un trabajo excepcional tras meses de esfuerzo con el fin de poder ofrecer una información relevante en este sector.

HomeAway es la plataforma **líder a nivel mundial en alquiler vacacional** con más de un millón de anuncios en 190 países y, por eso mismo, tiene el objetivo de liderar la implantación de un sector que va más allá de una tendencia coyuntural. Se trata de una forma de hacer turismo, implantada no solo en nuestro país, sino a nivel internacional, y que cada año cuenta con un mayor peso en el ámbito turístico.

Si nos remitimos a las cifras, podemos ver que la demanda nacional de este tipo de alojamiento viene creciendo en los últimos años. En concreto, según nuestros datos, un **25% más de españoles demandaron este servicio** a lo largo del año 2014. Cifras en consonancia con las que el verano ha arrojado: un incremento del 24% en la demanda nacional del alquiler vacacional.

Por todo esto, me alegra compartir esta segunda edición en la que hemos abordado nuevos ángulos respecto al alquiler vacacional y que continuarán sentando las bases de este sector en España. En este nuevo informe conoceremos en detalle las **motivaciones y percepciones de los usuarios del alquiler vacacional**, pero también los **hábitos de quienes combinan este modo de alojamiento con los hoteles**, evidenciando los aspectos que comparten ambas tipologías, su complementariedad, pero también sus especificidades propias.

Espero que os guste.

Cordialmente,



Juan Carlos Fernández Pérez-Crespo
Director General para el Sur de Europa



II OBJETIVOS

II OBJETIVOS

El objetivo perseguido por la encuesta es disponer de una **radiografía del usuario de viviendas de uso turístico en España** y **aportar resultados** que permitan una **comparación estadística** suficientemente representativa en el caso de algunas de las comunidades autónomas que son importantes destinos de este tipo de servicio turístico: Andalucía, Comunidad Valenciana e Islas (Baleares + Canarias), entre otras.

La radiografía presenta básicamente **tres novedades** en relación a la del año pasado:

- **Análisis** del destino turístico.
- Desagregación de los **gastos vinculados** a la estancia.
- Inclusión de la **valoración del hotel** y **comparación entre vivienda turística y hotel** en dos contextos de usuario: **(a)** usuarios que simultanean en el periodo analizado la utilización de vivienda turística y hotel y **(b)** usuarios que solo utilizan vivienda turística y usuarios que solo utilizan hotel. Esto nos permite hacer comparaciones de los cuatro tipos de datos resultantes; en concreto, viviendas turísticas frente a hoteles y según tipo de usuario: viviendas turísticas según sea usuario conjunto (con hoteles) o exclusivo (solo vivienda turística) y hoteles según se trate de usuarios que lo simultanean con viviendas turísticas o que solo han contratado hoteles.



A decorative graphic consisting of a central horizontal band with a light gray, textured background. The band is flanked by several colorful triangles in shades of green, orange, yellow, red, and blue, arranged in a symmetrical, overlapping pattern. The text "III FICHA TÉCNICA" is centered within the band, underlined.

III FICHA TÉCNICA

III FICHA TÉCNICA

METODOLOGÍA DE TRABAJO

El **público** objetivo de esta encuesta es el ciudadano residente en España que haya pernoctado en los últimos dos años al menos una vez en una **vivienda o en hotel** para pasar sus **vacaciones** o tiempo de ocio, tanto si es la persona que la alquiló, como si no lo es. En el caso de que corresponda a un viaje de varias etapas, se considerará la estancia principal, es decir, la que mayor número de pernoctaciones haya implicado.

De acuerdo a la definición incluida en la Ley de Arrendamientos Urbanos (LAU) en su **artículo 5, letra “e”**, define la vivienda turística como *“la vivienda que esté amueblada y equipada en condiciones de uso inmediato y que se comercialice o promocióne en canales de oferta turística con una finalidad lucrativa”*. A partir de esta definición, a efectos de esta encuesta consideramos **vivienda turística (VT)** como aquella vivienda privada cuyo propietario la cede a terceros a cambio de un precio. En las viviendas de uso turístico el titular de la actividad es siempre el propietario, que la arrienda habitualmente de forma completa, sea cual sea el número de días y siempre con carácter coyuntural y no permanente. Las viviendas de uso turístico se considerarán como tal independientemente del entorno en el que se ubiquen (ya sea urbano, en costa o en zonas de interior).

La **gestión del alquiler** podrá llevarse o no directamente por el propietario, pudiendo éste contratar a un tercero (empresa o no) la gestión de la oferta, contratación en alquiler temporal o mantenimiento de la vivienda en alquiler. Si la vivienda se utiliza de forma gratuita, por razones de propiedad, parentesco, amistad u otras, no se considerará a nuestros efectos vivienda turística.

Se entiende por **gasto turístico** los gastos realizados por los visitantes o por cuenta de los visitantes durante su estancia vacacional. Este tipo de gasto está destinado fundamentalmente al consumo final realizado por un visitante correspondiente al último destino principal en el que pernoctó. El objetivo es recoger el gasto individual del viaje, independientemente de quien lo haya pagado.

Para facilitar la identificación de los conceptos de gasto en el cuestionario y facilitar su contestación, se ha utilizado el desglose seguido por **EGATUR-FAMILITUR**. Aunque el **INE** en su avance de metodología sobre

Encuesta de Turismo de Residentes (2015) distingue solo siete apartados de gasto, lo que implica que en el futuro esa será la forma de tratar esta información.

Los datos correspondientes a la **identificación socio-demográfica** del encuestado son los que constan en la base de datos de panelistas de **SONDEA**.

En relación a la **comparación entre vivienda de uso turístico y hotel**, la elección del lugar y tipo de alojamiento depende de lo que esté buscando el viajero. A priori, viviendas turísticas y hoteles podrían ser tanto complementarios como sustitutivos, dependiendo del perfil del viajero, del objetivo del periodo vacacional, del precio del alojamiento, localización, número de días de estancia, número y tipo de personas alojadas. El grado de satisfacción se vincula por tanto a la comparación entre esas expectativas sobre el alojamiento y la realidad que experimenta durante el consumo del servicio de alojamiento. Igualmente, el gasto se ve influido por estas mismas variables.

La inclusión de la **comparación entre vivienda de uso turístico y hotel** implica la necesidad de distinguir tres grupos de encuestados sobre su alojamiento vacacional en los últimos dos años:

- Los que han utilizado tanto **viviendas turísticas como hoteles**
- Los que han utilizado **solo viviendas turísticas**
- Los que han utilizado **solo hoteles**

El primer grupo representa a aquellos que ven **ambos tipos de alojamiento** como complementarios, mientras que el **segundo y tercer grupo** representa a los que, por las causas que sea, son fieles **solo a uno de los dos tipos**. La comparación entre los resultados de los tres grupos permite aportar una representación completa de la **experiencia de elección y uso de viviendas** turísticas y hoteles por los residentes en España. Los resultados que a continuación se presentan corresponden a los tres grupos.

SELECCIÓN DE LA MUESTRA

Población objeto de estudio:

Personas residentes en España, de 18 a 65 años de edad.



18-65
años

Tipo de entrevista:

Auto-administrada a través del correo electrónico.

Fecha de recogida: 21/07/2015 hasta 29/07/2015, en total 8 días.



21/07/2015
29/07/2015

Muestreo:

El muestreo se ha realizado sobre una **muestra inicial** de 15.840 individuos de 18 a 65 años de edad, pertenecientes al panel de Sondea, seleccionados de forma intencional y proporcional a las cuotas de la población española según INE (Avance del Padrón a 1 de enero de 2014) en función del sexo, grupo de edad y CC.AA., a los que se les consultó previamente, a través de una encuesta electrónica inicial, sobre su estancia en hoteles y viviendas de alquiler completo por motivos de ocio durante los últimos dos años. A partir de los resultados declarativos de esta primera consulta, se seleccionaron a 1.377 individuos que respondieron que se habían alojado durante los últimos 2 años tanto en viviendas de alquiler completo como en hoteles por motivos de ocio. Esta muestra se compuso de forma intencional, atendiendo a los datos de destino por CC.AA. en función de los datos oficiales del INE reflejados en la "Encuesta de ocupación en alojamientos turísticos" de junio de 2015 por CC.AA., con el fin de que la muestra final de vivienda de alquiler vacacional no solo fuera representativa de la sociedad española por cuotas de sexo, edad y CCAA, sino también de la sociedad española en cuanto a la Comunidad Autónoma de destino del alquiler elegido; es decir, respetando el peso del alquiler de viviendas completas por ocio por CC.AA. según las estadísticas del INE.

A lo largo del **cuestionario** se entrevista a los individuos por su **experiencia con respecto al alojamiento** disfrutado, preguntando en el caso de las estancias en hotel por su última estancia, mientras que en el caso del alquiler de vivienda completa por motivos de ocio se pregunta por la contratada en la CC.AA. prefijada desde la administración de este estudio siempre dentro de los **últimos dos años**, a efectos de garantizar los pesos por CC.AA. de destino reflejados por el INE de 2015.

Del total de los 15.840 participantes de la muestra a los que se les envió la invitación para rellenar el cuestionario, se recogieron 2.402 encuestas, de las que fueron consideradas válidas 2.359 (han rellenado el cuestionario en su totalidad, cumplen con las cuotas establecidas y han superado los requisitos mínimos de calidad y tiempo de respuesta) lo que supone una tasa de respuesta del 14,9%; de estos, se seleccionaron a aquellos que contestaron que habían contratado en los dos últimos años tanto viviendas turísticas como hoteles para sus periodos vacacionales o de ocio, que fueron 1.377, distribuidas por CC.AA. y variables socio-demográficas de la forma que se señala en la **tabla (1)**. Por otra parte, también se seleccionaron a aquellos que contestaron que habían contratado en los dos últimos años, bien vivienda turística u hotel, pero no ambas cosas, para sus periodos vacacionales o de ocio, que fueron 320, en el caso de viviendas turísticas, y 556, en el caso de hoteles.

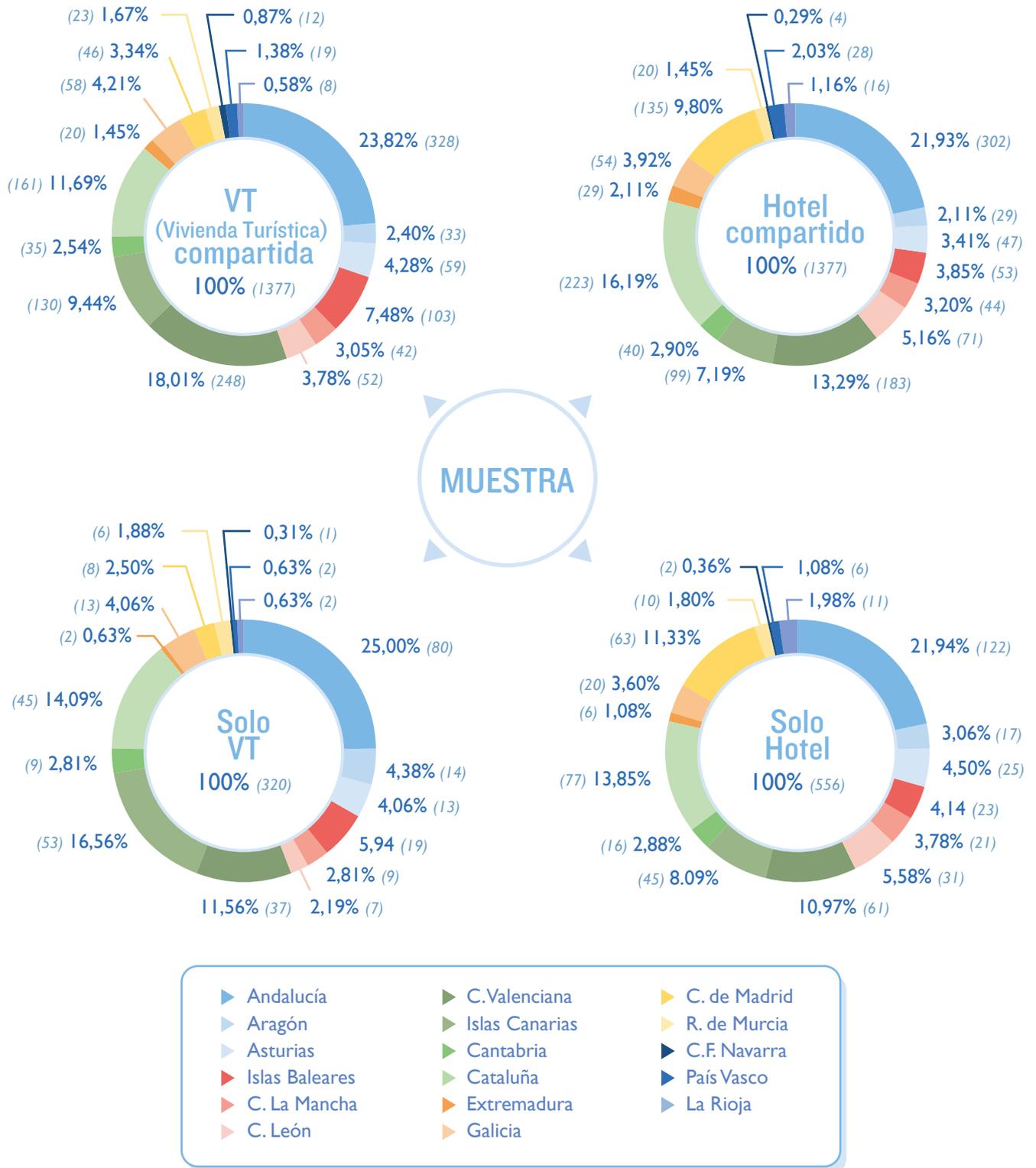
Error muestral:

En caso de aleatoriedad, y para un P y Q de máxima variabilidad o heterogeneidad (P es la probabilidad de ocurrencia de una de las situaciones relevantes por las que se pregunta en la encuesta y Q es el complementario: 1-P; la multiplicación de P x Q es la varianza estimada asociada a la ocurrencia de esa situación), una muestra de 1.377 personas corresponde a un error muestral de + / - 2,69%. Por otra parte, en el caso de las dos muestras de usuarios que utilizaron exclusivamente o VT u hotel la muestra de 320 personas corresponde a un error muestral de + / - 5,48% (usuarios que se han alojado en vivienda turística, pero no en hotel). Y en la muestra de usuarios solo de hoteles, que fue de 556 personas, el error muestral cometido es de + / - 4,16% (usuarios que se han alojado en hotel, pero no en vivienda turística).

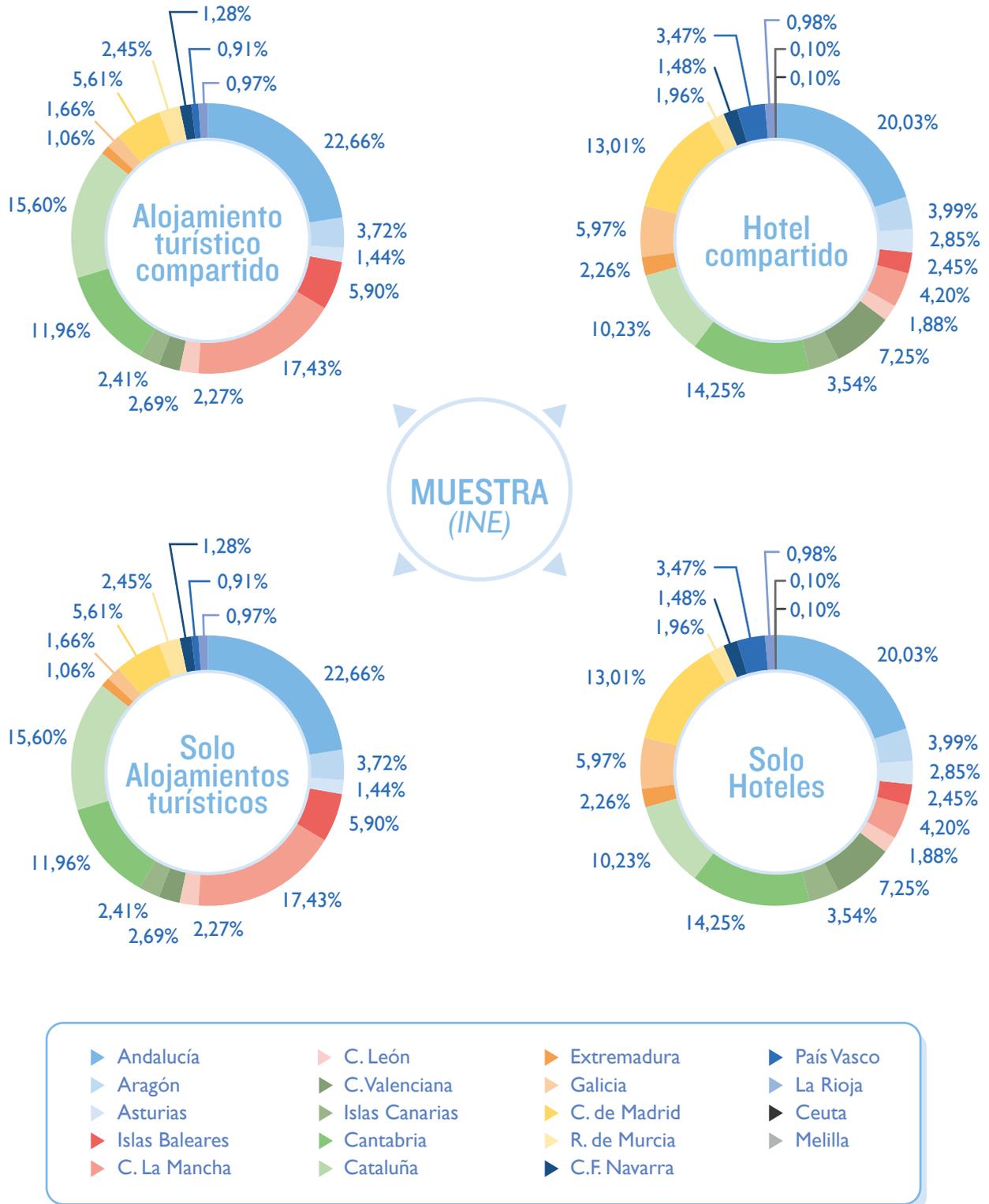
PERFIL DE LA MUESTRA

Las **diferencias entre la distribución porcentual de la muestra** (gráfica 1) y la facilitada por el **INE** (gráfica 2) sobre las personas alojadas en viviendas turísticas y hoteles en 2014 por Comunidades Autónomas son perfectamente asumibles, a efectos de la representatividad de la muestra. La **gráfica 3** recoge la distribución de la muestra en función de las demás variables sociodemográficas incluidas en el análisis.

1 Distribución de la muestra por comunidades autónomas en el que se ubica la vivienda turística y el hotel de destino.

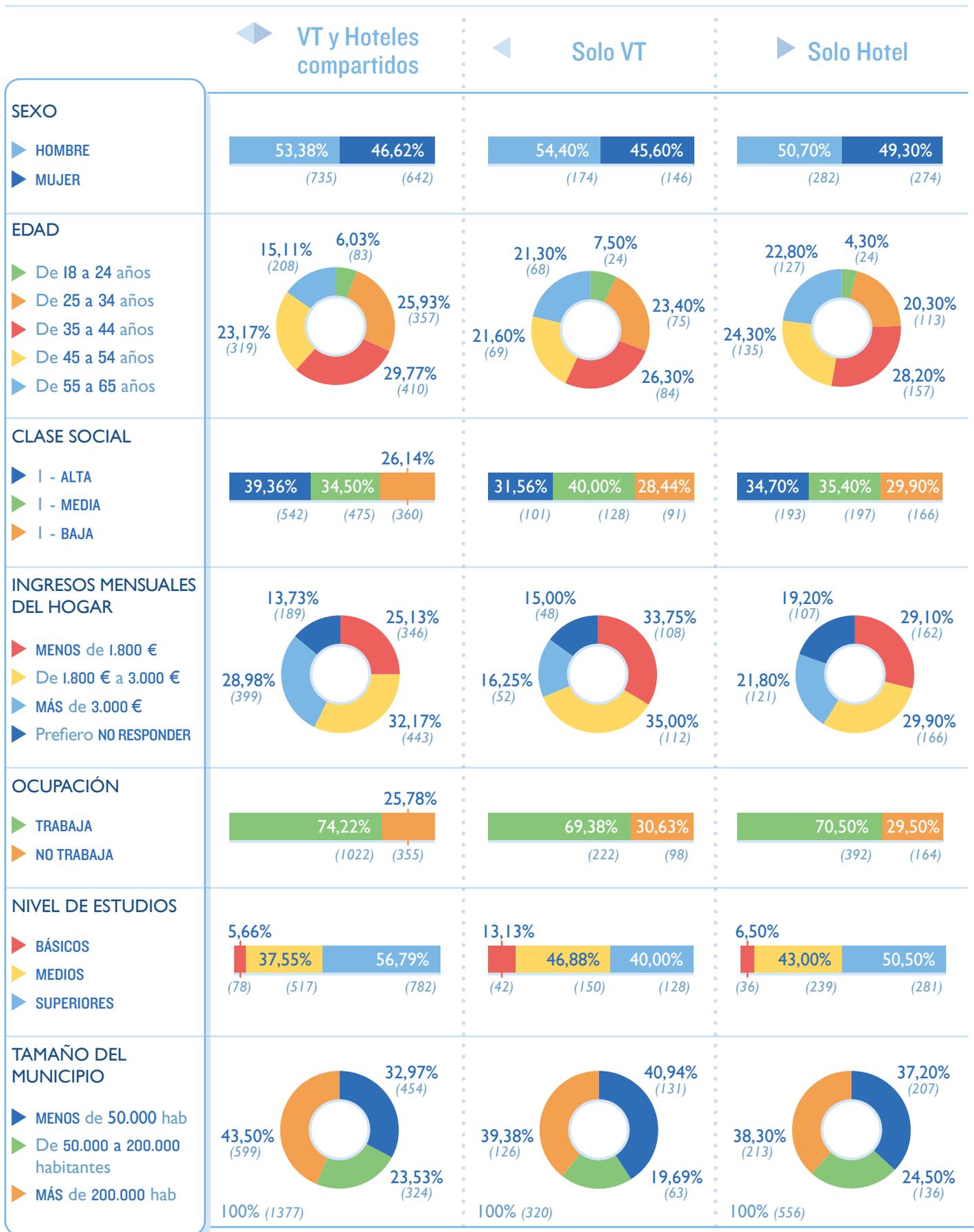


2 Distribución del número de usuarios de alojamientos de residentes en España por Comunidades Autónomas.



> INE: Encuesta de Ocupación en Alojamientos Turísticos. Año 2014. (junio de 2015)
 > INE (2015): Encuesta de ocupación hotelera 2014 (julio 2014).

3 Distribución de la muestra por variables sociodemográficas del encuestado.



A decorative graphic consisting of several overlapping triangles in various colors (orange, yellow, green, red, blue) arranged in a roughly horizontal shape. In the center, there is a white rectangular box with a blue border containing the text "IV RESULTADOS".

IV RESULTADOS

IV RESULTADOS

1. UTILIZACIÓN DE ALOJAMIENTOS VACACIONALES O DE OCIO EN LOS ÚLTIMOS DOS AÑOS.

De media el **número veces que ha contratado alojamientos vacacionales** en esos dos años (*junio 2013 a junio 2015*) es claramente mayor en el caso de usuarios que contratan tanto VT como hoteles (6,75) y menor en el caso de usuarios que solo han contratado VT, que son los de menores rentas y nivel de estudios, frente a los primeros que son los que tienen mayores rentas y nivel de estudios. La mayor contratación de viviendas turísticas corresponde a los usuarios que contratan conjuntamente VT y hoteles, por encima de los que solo han contratado VT.

Entre los usuarios de VT son más fieles a este formato de alojamiento los que solo han contratado VT frente a los que lo simultanean con la contratación de hoteles, ya que casi la mitad de estos usuarios (47,81%) solo se plantearon contratar este tipo de alojamiento frente al 36% de los que simultanean VT y hotel. La conclusión es que el **hotel es una alternativa real para una parte muy significativa de usuarios de VT**, por tanto valoran como alternativa alojarse en un hotel y deciden contratar la VT en función de su conveniencia o como alternativa si encuentran el hotel sin plazas.

A Número veces que ha contratado alojamientos vacacionales (*junio 2013 a junio 2015*).



B Hotel como alternativa por parte de quienes han contratado VT.



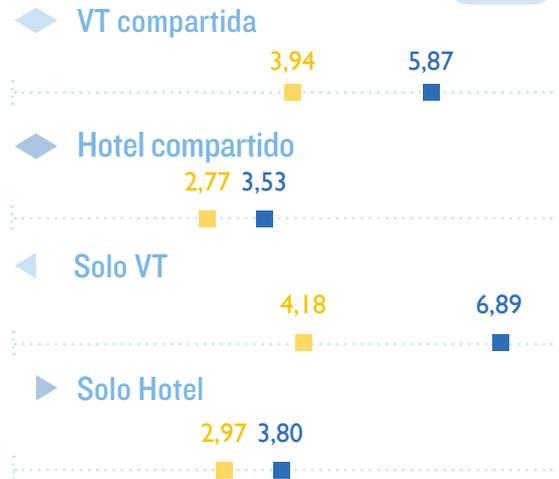
- ▶ NO, SOLO me interesaba alojarme en una VIVIENDA DE USO TURÍSTICO
- ▶ SÍ, valoré también contratar un hotel, PERO ESTABA COMPLETO y me decidí por la vivienda de uso turístico
- ▶ SÍ, valoré también contratar un hotel, PERO finalmente me DECIDÍ POR LA VIVIENDA DE USO TURÍSTICO

2. DURACIÓN DE LA ESTANCIA Y PERSONAS ALOJADAS.

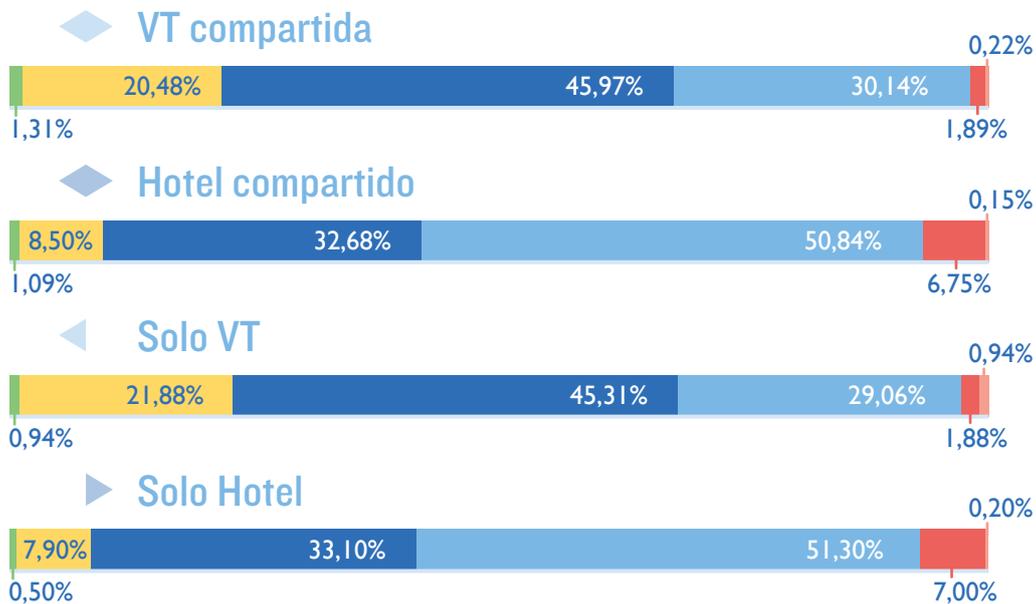
Quienes se alojan en VT contratan un mayor **número de noches** y el **número de personas** que se alojan es mayor que los que contratan hoteles. La estancia más larga y el mayor número de personas alojadas corresponde a los que solo han utilizado en el pasado VT, 6,89 noches y 4,18 personas; esta circunstancia posiblemente llevará a menores costes de alquiler por persona alojada o por apartamento contratado. Cuanto mayor es la edad, mayor es el número de noches contratadas tanto en VT como en hotel.

En VT, tanto si se corresponde con los contratados por los que simultanean con hotel o por los que solo han contratado en el pasado este tipo de alojamientos, el **tipo de personas que comparten el alojamiento** son principalmente familias (45%) y en menor medida parejas (30%); en cambio en hoteles son principalmente parejas (51%) y en menor medida familias (33%). Las personas que viajan solas prefieren claramente alojarse en hoteles.

D Número de noches y número de personas



E Personas con las que compartió.



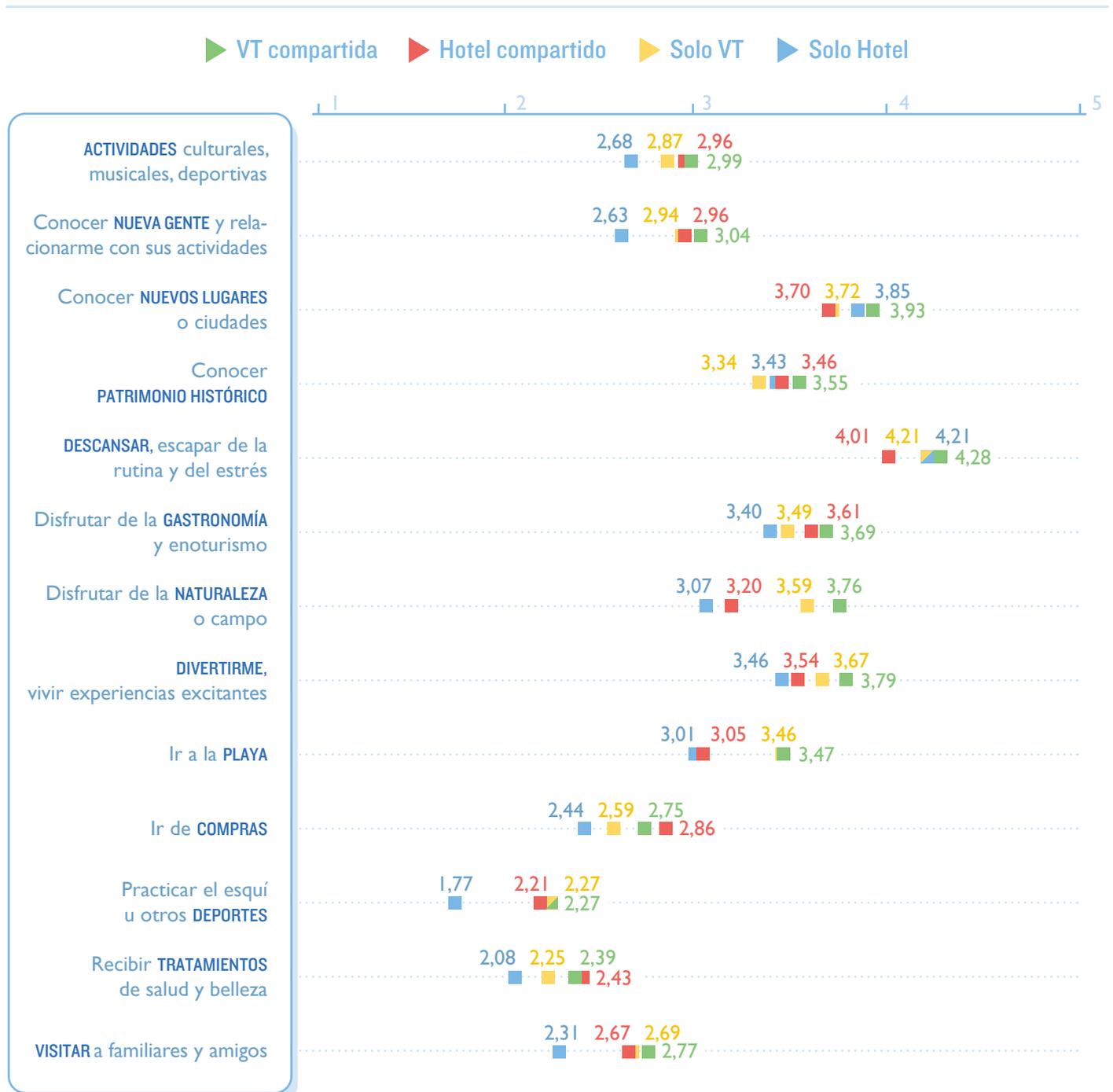
- ▶ COMPAÑEROS del trabajo o de estudio
- ▶ En PAREJA
- ▶ Con amigos o AMIGOS Y MÁS PERSONAS (pareja, hijos, etc)
- ▶ SOLO
- ▶ En FAMILIA (pareja e hijos y/o otros familiares)
- ▶ OTROS

3. MOTIVACIÓN DE LA ESTANCIA.

Hay una casi total coincidencia en la relevancia que los tres colectivos dan a los distintos **motivos vacacionales**. El motivo más perseguido a la hora de elegir destino y establecimiento vacacional es “Descansar, escapar de la rutina y del estrés” y los menos buscados son: practicar el esquí u otros deportes, ir de compras, recibir tratamientos de salud y belleza, y visitar a familiares y amigos. Este planteamiento vale tanto para VT como para la contratación de hoteles, tanto si son contratados por quienes van también a hoteles, como si lo son por personas que solo van a uno o a otro alojamiento.



F Motivos vacacionales por tipo de alojamiento.



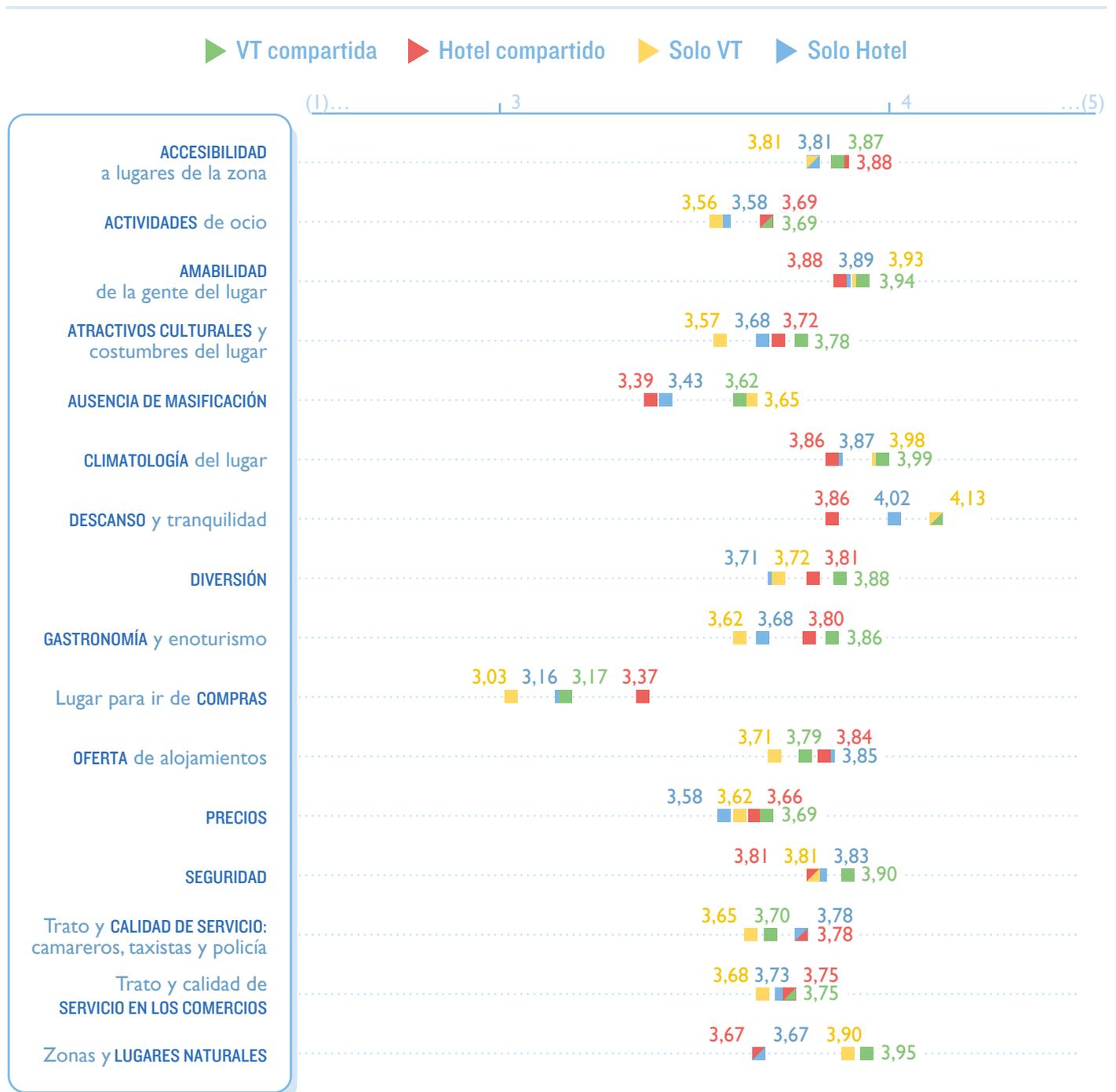
4. VALORACIÓN DE LA SATISFACCIÓN CON EL DESTINO TURÍSTICO.

La **satisfacción con el destino turístico** puede realizarse observando cada uno de los factores que identifica dicho destino, o de forma sintética a través de indicadores generales de la misma, como la satisfacción global o el deseo de recomendar y de volver a dicho destino. Ambas son aproximaciones que se complementan, por ello presentamos ambas aproximaciones en este epígrafe.

4.1 Valoración desagregada por factores de satisfacción.

La satisfacción con el destino turístico es alta en casi todos los aspectos que se mencionan. El valor que alcanza la puntuación más alta es “Descanso y tranquilidad” en consonancia con el principal motivo vacacional comentado en el epígrafe anterior: “Descansar, escapar de la rutina y del estrés”.

G Factores de satisfacción con el destino turístico.



4.2 Valoración de la satisfacción general.

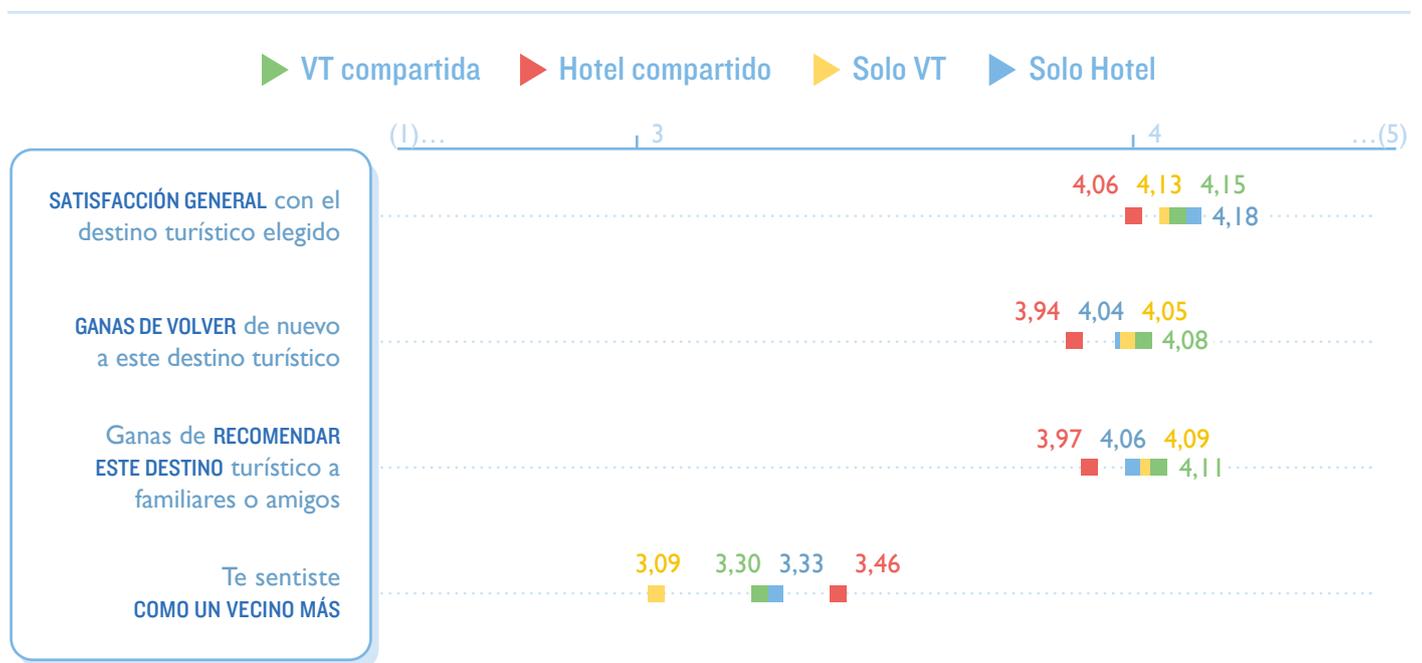
El **grado de satisfacción con el destino turístico** es alto tanto en VT como en hoteles de acuerdo a los tres indicadores que se suelen utilizar para medirla: la satisfacción general, las ganas de repetir ese destino y de recomendarlo a familiares y amigos. En las tres las puntuaciones alcanzan o superan el 4 en una escala de 5 puntos.

Entendiendo que lo que busca el alojado es integrarse y sentirse como una persona más en dicho destino turístico, los que más integrados se han sentido han sido los que han utilizado VT y que se corresponden con aquellos que en el pasado se alojaron exclusivamente VT.



Un cuarto indicador que puede añadirse a los tres anteriores es la valoración sobre si en esa experiencia vacacional con el destino turístico se sintió como un vecino más (1) o, al contrario, como un turista (5).

H Satisfacción con el destino turístico.



5. UTILIZACIÓN DE WEBS ESPECIALIZADAS EN ALOJAMIENTOS VACACIONALES.

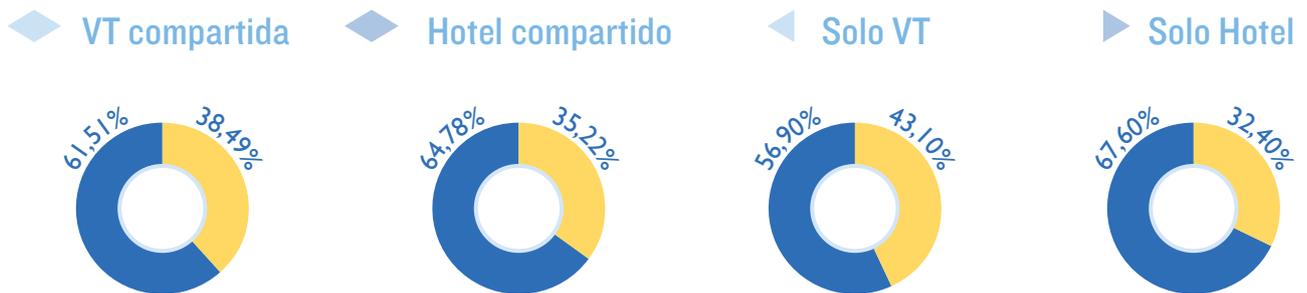
La **utilización de webs de alojamientos turísticos para informarse de la oferta de alojamiento o para contratar** a través del mismo es mayoritaria en cualquiera de las opciones de VT y de hotel consideradas; si bien, debe destacarse que la contratación de VT por parte de las personas que en el pasado solo han utilizado este tipo de alojamiento, es el que alcanza el valor más bajo, casi un 57%. Esto puede deberse a que utilizan otros canales como la relación personal con el propietario o en la medida en que acudan a las mismas VTs a lo largo del tiempo.

De los que accedieron a estas webs especializadas, más de un 90% lo hicieron a través de ordenador y una minoría a través de un dispositivo móvil, siendo de nuevo el colectivo de usuarios que solo han contratado VT en el pasado los que menor utilización hacen de los dispositivos móviles (6%).



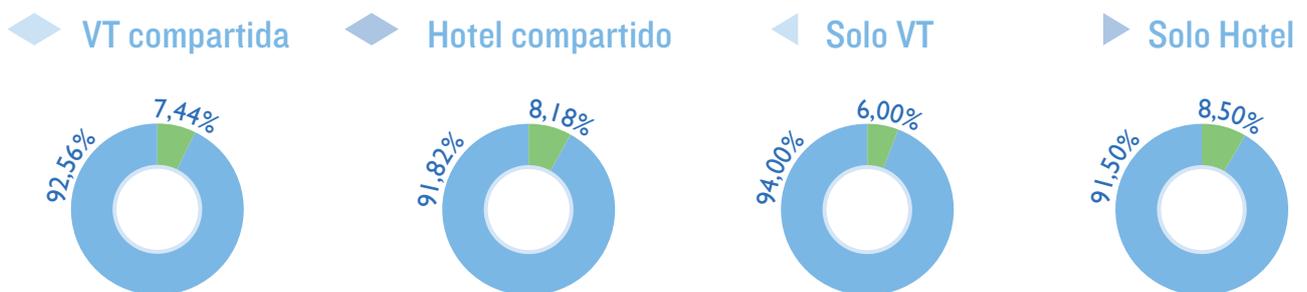
Utilización de webs especializadas en alojamientos turísticos.

▶ Sí
▶ NO



Tipos de dispositivos utilizados por quienes acceden a webs especializadas en alojamientos turísticos.

▶ Un DISPOSITIVO MÓVIL (teléfono móvil/tableta)
▶ Un ORDENADOR



6. FACTORES DISTINTIVOS DEL ALOJAMIENTO VACACIONAL ELEGIDO.

Los **usuarios valoran las alternativas de alojamiento disponibles** y finalmente seleccionan la que consideran más idónea de acuerdo a los criterios de selección que consideran que son importantes (sí o sí tienen que estar presentes) y discriminantes (ayudan a distinguir entre alternativas). Los tres factores principales que más se han valorado a la hora de elegir la VT y hotel son: precio y ubicación en la zona y, en menor medida, entorno y alrededores de la VT u hotel. Por tanto, cualquier oferta de alojamiento, tanto si es VT como hotel, debe estar valorada de forma importante en estos tres factores para que pueda ser considerada como alternativa por parte del potencial usuario.

El que menos puntuación tiene es la posibilidad de viajar con animales; si bien hay que tener en cuenta que es un dato medio que viene condicionado por el hecho de que el usuario tenga o no animales de compañía con los que desee viajar. Esta valoración es más baja entre usuarios de hoteles que entre usuarios de VT.

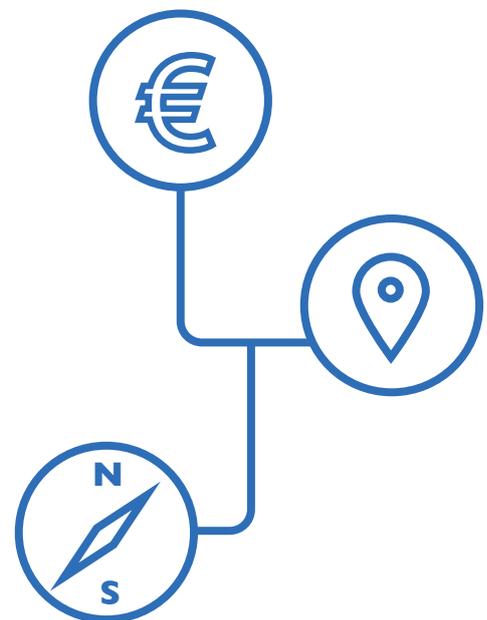
La percepción acerca de la superioridad de la VT que finalmente se contrató es diferente según se trate de chalet-villa o de apartamento-bungalow. Los que contrataron chalet o villa dan mayores puntuaciones que los que seleccionaron apartamento o bungalow en los factores que no son los más importantes, los que podemos denominar secundarios: aspecto y equipamiento tanto exterior como interior del edificio y la posibilidad de viajar con animales. En consecuencia, las ventajas de la opción elegida apreciadas por parte de los que contratan VT son muy similares cuando nos referimos a los criterios determinantes de esta elección: precio, ubicación y entorno, y difieren en los aspectos secundarios que son en los que el usuario observa mayor variabilidad en la oferta y por tanto a partir de los cuales puede construirse la diferenciación de oferta por parte de los propietarios de estos alojamientos: aspecto, equipamiento y posibilidad de ir con los animales de compañía. En consecuencia, podemos considerar que en la elección del alojamiento, sea cual sea el tipo de VT, el cliente debe llegar a la conclusión de que en términos de precio, ubicación y entorno el alojamiento cumple como mínimo con las expectativas del usuario; luego, para seleccionar de entre las alternativas que cumplan esta condición, entran en juego otros factores (los que hemos denominado secundarios).

Los usuarios de solo hoteles presentan en general los menores valores que los otros grupos de alojamiento; esto quiere decir que la percepción sobre la superioridad del establecimiento hotelero elegido es menos clara en este caso que en el caso de los que simultanean la contratación de hotel junto con VT o para los que solo han contratado VT en el pasado.

Los que solo han utilizado en el pasado VT perciben que el alojamiento elegido tiene una menor valoración en términos de los “comentarios o valoraciones de anteriores usuarios en Internet”; por tanto, serían los que perciben que es menor el grado de diferenciación en relación a otras VT alternativas.

K Valoración de los factores distintivos del alojamiento vacacional elegido.

...> pag. 21



Valoración de los factores distintivos del alojamiento vacacional elegido.



7. GRADO DE SATISFACCIÓN CON EL ALOJAMIENTO VACACIONAL UTILIZADO.

7.1. Valoración desagregada por factores de satisfacción.

Las **valoraciones de todos los factores explicativos de la satisfacción con la experiencia vacacional** tanto en VT como en hoteles se sitúan en torno a los 4 puntos de una escala de 5. De hecho, el grado de satisfacción general expresada a través de una pregunta directa también se sitúa tanto en VT como en hoteles algo por encima de los 4 puntos. Por tanto, debemos concluir que la experiencia vacacional es satisfactoria.

Una medida adicional del grado de satisfacción es la **existencia o no de quejas por vecinos (VT) o por otros alojados (hoteles)**. Pese a que las quejas son nominalmente algo mayores en el caso de hoteles si tenemos en cuenta la comparación entre las respuestas de quienes simultanean hotel y VT (3,20 de hotel frente a 2,98 de VT), al igual que si tenemos en cuenta la comparación entre quienes solo han utilizado hotel en el pasado y quienes solo han utilizado VT (1,60 en el caso de usuarios de solo hoteles frente a 1,30 de usuarios de solo VT), las diferencias no son suficientemente amplias como para ser estadísticamente significativas.

Factores de satisfacción con el alojamiento utilizado.



M Existencia de problemas con los vecinos de VT y alojados en hoteles.



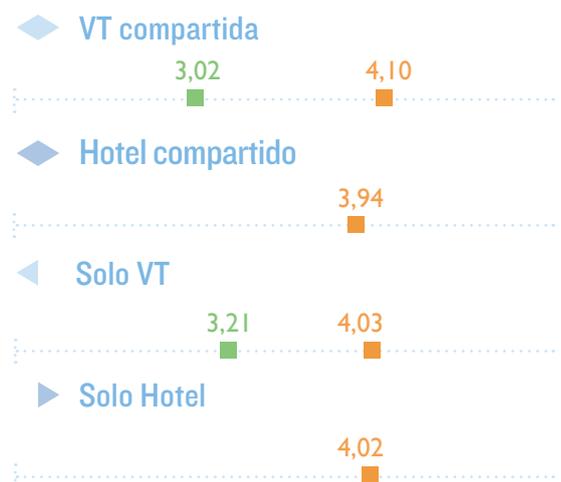
7.2. Valoración de la satisfacción general.

Además de la valoración general de la satisfacción a partir de una pregunta directa, se consideran dos aspectos que se deberían desprender del nivel de satisfacción, como son la **recomendación y la repetición del alojamiento** en otro momento posterior.

La recomendación alcanza un valor alto en VT y en hoteles, cercano o por encima de 4 puntos en una escala de 5 puntos, en consonancia con el nivel de satisfacción antes señalado. El deseo de recomendar es significativamente mayor en VT que en hoteles para quienes simultanean ambos tipos de alojamiento; en cambio, no presenta diferencias significativas entre quienes solo utilizan VT o solo utilizan hoteles.

Finalmente, en el caso de que en el destino vacacional al que se desea ir no hay disponibles VT, no hay una intención clara de cambiar a otro lugar en el que haya oferta de VT por parte del colectivo de personas que simultanean VT y hotel; pero sí que hay una mayor tendencia al cambio por parte de quienes solo han contratado en el pasado VT; posiblemente por la mayor fidelidad que tienen a esta forma de alojamiento y por tanto el menor deseo de contratar otro tipo de alojamiento que no sea VT; de hecho el 43,2% de estas personas cambiaría de lugar para encontrar una VT y un 24,4% se mantendría en el mismo destino y buscaría otra forma de alojamiento.

N Recomendación del alojamiento.

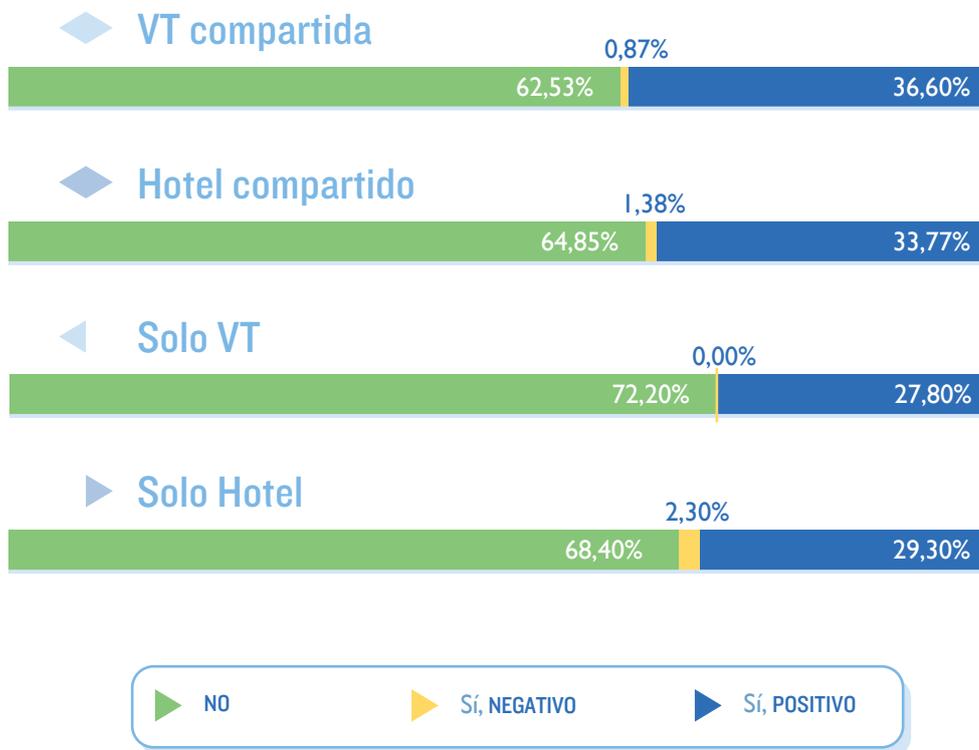


- ▶ **RECOMENDACIÓN DEL ALOJAMIENTO a un familiar o amigo**
- ▶ **Seguiría yendo a ese lugar y BUSCARÍA OTRA FORMA DE ALOJAMIENTO**

Otra de las medidas que corroboran el grado de satisfacción es ver el **grado de implicación del usuario en difundir su experiencia** con el alojamiento utilizado **a través de alguna de las webs públicas especializadas o en redes sociales**. El porcentaje de personas que ha puesto un comentario es importante, aproximadamente un tercio de los mismos; la inmensa mayoría son positivos. El porcentaje de mensajes negativos es mayor en el caso de usuarios de solo hoteles que en el caso de usuarios de solo VT y aunque también la diferencia existe entre quienes simultanean ambos tipos de alojamiento, ésta no es significativa.



Ñ Publicación de comentarios en Internet por parte de los usuarios del alojamiento.



8. GASTO DE ALQUILER Y ESTANCIA EN EL ALOJAMIENTO VACACIONAL.

El **importe total del alquiler del alojamiento vacacional** depende de varios factores: del número de noches contratadas, del número de personas, del tipo de alojamiento y de los servicios incluidos como parte de la contratación. Los hoteles suelen contratarse con regímenes diferentes (*SA, AD, MP, PC, TI*) algo que el usuario incluye como parte del importe del alquiler ya que muchas veces no llega a conocer la desagregación entre alquiler en sí y servicios incluidos. De hecho, según esta encuesta, el 21% de aquellos usuarios que combinan hotel con VT y el 23,6% de aquellos que solo contratan hotel, eligen para sus vacaciones régimen de alojamiento, aunque la forma de contratación más frecuente es alojamiento y desayuno para el 29,27% de viajeros que combinan las dos modalidades de alojamiento (hotel y VT) y para el 35,30% que sólo opta por el hotel en sus días de descanso. El 50% y el 60% restante, según estemos ante un tipo u otro de usuario, incluye en la contratación de sus vacaciones almuerzo, cena u otros servicios.

Los comentarios que se señalan a continuación se hacen teniendo en cuenta esta dificultad para hacer comparaciones homogéneas entre VT y hoteles. Primero nos fijaremos en los valores absolutos reflejados en las tablas que acompañan este epígrafe y luego pasaremos a hacer un análisis por persona y por noche, teniendo en cuenta el número de personas que ocuparon el alojamiento y el periodo de estancia.

El gasto en alquiler es más bajo en hoteles por quienes simultanean hotel y VT. Pero si lo calculamos por persona y noche, los hoteles son claramente más caros, tanto si se contratan por quienes simultanean con VT como por quienes solo contratan hoteles. Hay que tener en cuenta no obstante, que pueden estar incluidos en este alquiler los importes de algunos servicios distintos al meramente de alojamiento, como las comidas.

Los gastos de estancia tanto por persona como los de todos los usuarios incluidos dentro de la contratación del alojamiento son claramente mayores en VT frente a hoteles, lo que implica un gran potencial de arrastre de la economía de la zona en la que se localizan las VT. Esta misma conclusión se obtiene si consideramos los gastos totales a lo largo de los días de estancia junto con los de alquiler. Si lo calculamos por persona y noche las diferencias se atenúan, correspondiendo el importe más bajo de los gastos de estancia a los que solo contratan VT (62,81€) y el más alto a los que solo contratan hotel (105,67€) y ello debido al mayor número de noches por el que se suelen contratar las VT en relación al menor número de noches en los hoteles.

Entrando en los apartados de este gasto por persona durante su estancia vacacional en VT, el gasto claramente más importante es en comidas, tanto las que se hacen fuera del alojamiento

como la que se compra para consumir en el alojamiento, seguido de gastos de diversión nocturna y en comercios distintos de alimentación. Estos mismos epígrafes son también los de mayor gasto en usuarios de hoteles, aunque se aprecia un comportamiento no homogéneo entre el gasto en hoteles por quienes lo simultanean con VT y quienes solo contratan hoteles. Los primeros tienen un gasto menor en cada una de las partidas anteriormente mencionadas que el segundo, lo que indica que no son perfiles semejantes los que contratan uno y otro tipo de hoteles. Algo que también se aprecia en el mayor importe gastado en alquiler del hotel por quienes solo contrataron hoteles frente a aquellos que lo simultanean con la contratación de VT.

A partir de estos datos es posible hacer estimaciones de gasto total conjunto de todas las personas alojadas, gasto total por persona y gasto total por persona y noche en VT y hoteles (véase tabla O):

Gasto por contratación de alojamientos vacacionales.

...> pag. 26



○ Gasto por contratación de alojamientos vacacionales.

	VT compartida	Hotel compartido	Solo VT	Solo Hotel
VECES que ha CONTRATADO alojamientos vacacionales DURANTE LOS 2 AÑOS	2,23	3,33	1,75	3,6
VECES que ha CONTRATADO alojamientos vacacionales POR AÑO	1,12	1,67	0,88	1,8
Número de PERSONAS ALOJADAS	3,94	2,77	4,18	2,97
<hr/>				
Gasto en ALQUILER durante toda la estancia	493,36 €	446,4 €	481,26 €	491,73 €
Gastos de ESTANCIA de todos los usuarios	1.953,67 €	972,23 €	1.808,94 €	1.192,57 €
GASTO TOTAL en alquiler y estancia de todos los usuarios del alojamiento	2.447,03 €	1.418,63 €	2.290,20 €	1.684,30 €
Gasto en ALQUILER POR PERSONA durante toda la estancia	125,23 €	160,96 €	115,13 €	165,57 €
Gastos de ESTANCIA POR PERSONA	497,27 €	330,92 €	432,76 €	401,54 €
GASTO TOTAL en alquiler y estancia POR PERSONA durante toda la estancia	622,49 €	491,87 €	547,89 €	567,11 €
<hr/>				
Número NOCHES DE LA ESTANCIA	5,87	3,53	6,89	3,8
Gasto en ALQUILER POR PERSONA Y NOCHE	21,33 €	45,63 €	16,71 €	43,57 €
Gasto de ESTANCIA POR PERSONA Y NOCHE	84,71 €	93,82 €	62,81 €	105,67 €
Gasto TOTAL en alquiler y estancia POR PERSONA Y NOCHE	106,05 €	139,45 €	79,52 €	149,24 €
<hr/>				
GASTO POR PERSONA Y AÑO en alojamiento vacacional	697,19 €	821,42 €	482,15 €	1.020,79 €

Para un usuario que considere sustitutivos VT y hoteles, considerando el gasto por persona y noche a efectos de homogeneizar la comparación, le resultaría favorable elegir la VT ya que tanto por el componente del gasto en alquiler como por el de gastos de estancia, el gasto es menor que en hotel. No obstante, al haber una mayor frecuencia de utilización del hotel a lo largo del año en relación a la VT, el gasto total generado por una persona a lo largo del año, teniendo en cuenta todas las veces que los utiliza, es mayor en hotel que en VT.

A la hora de valorar el impacto económico en la zona en la que se encuentra el alojamiento de las estancias en VT y en hoteles, es preciso tener en cuenta que casi entre un 23% y un 25% de la contratación de hoteles se hace dentro de un paquete turístico; es decir, corresponde a un pago centralizado en la agencia o el canal de comercialización del hotel y de forma previa al desarrollo

de la estancia. Una parte de ese paquete incluye generalmente el pago por manutención y por actividades en la zona. En este sentido, se constata que dependiendo del tipo de usuario que lo contrata, **entre el 9% y el 14% declara que la contratación del hotel es con “todo incluido” y que entre un 13% y 14% es con “pensión completa”**, acumulado que se corresponde con el dato de contratación de paquetes turísticos antes señalado. Una parte sustancial de los hoteles pertenecen a cadenas de ámbito nacional o internacional, que gestionan los ingresos y gastos de forma centralizada. En cambio, **las VT pertenecen a particulares que gestionan ingresos y gastos en la**

misma zona en la que se ubica el alojamiento, lo que implica que son actividades con una mayor vinculación local en comparación con las cadenas hoteleras; aspecto que hay que tener en cuenta a la hora de valorar el efecto económico de la contratación de ambos tipos de alojamiento en el ámbito local.

P Gastos de estancia de alojamientos vacacionales.

	VT compartida	Hotel compartido	Solo VT	Solo Hotel
Gasto en ALQUILER DURANTE TODA LA ESTANCIA	493,36 €	446,40 €	481,26 €	491,73 €
Asistencia como ESPECTADOR a actividades deportivas	9,10 €	7,99 €	9,17 €	4,72 €
Realización de ACTIVIDADES DEPORTIVAS	10,50 €	5,13 €	8,26 €	3,19 €
ALQUILER DE BARCOS DE RECREO u otro tipo de equipos	12,33 €	6,68 €	6,44 €	4,73 €
VISITAS CULTURALES (museos, iglesias, pueblos, monumentos, ...)	23,02 €	18,48 €	15,88 €	17,81 €
Asistencia a ESPECTÁCULOS CULTURALES , musicales, ...	15,80 €	13,63 €	9,09 €	10,15 €
Servicios tipo BALNEARIOS , talasoterapia, spa	11,41 €	10,38 €	8,05 €	8,67 €
PARQUES temáticos	14,60 €	9,82 €	13,98 €	11,39 €
CASINOS y salas de juegos	5,99 €	5,20 €	,93 €	3,71 €
Actividades de DIVERSIÓN NOCTURNA , copas, discotecas, clubs, ...	54,27 €	35,26 €	43,56 €	40,77 €
EXCURSIONES fuera del lugar donde estaba alojado	23,13 €	13,45 €	17,73 €	19,41 €
Alquiler de un VEHÍCULO EN ORIGEN	10,39 €	6,37 €	8,09 €	4,27 €
Alquiler de un VEHÍCULO EN DESTINO	16,57 €	9,69 €	9,08 €	19,07 €
TRANSPORTE PÚBLICO local, gasolina, aparcamiento y peajes en destino	37,27 €	30,95 €	35,68 €	39,42 €
Contratación de SERVICIOS COMO LIMPIEZA , cuidado de niños, arreglos de la vivienda o de su equipamiento, etc.	4,78 €	3,36 €	2,27 €	1,22 €
COMIDAS Y CONSUMICIONES fuera del alojamiento: restaurantes, cafeterías, bares, etc.	127,01 €	88,77 €	120,48 €	121,15 €
Comestibles, bebidas y otros PRODUCTOS DE CONSUMO COTIDIANO para consumir principalmente en el alojamiento	69,16 €	25,18 €	86,33 €	28,01 €
COMPRAS DE OTROS PRODUCTOS : ropa, joyas, vino, artesanías, productos típicos, regalos, etc.	44,14 €	36,39 €	32,33 €	60,31 €
EXTRAORDINARIOS : reparación de vehículos, enfermedad, accidentes, etc.	7,78 €	4,18 €	5,40 €	3,24 €
Gastos de ESTANCIA POR PERSONA EN VIVIENDA TURÍSTICA	497,27 €	330,92 €	432,76 €	401,54 €

Q Régimen de alojamiento en hotel.

◆ Hotel compartido



▶ Solo Hotel

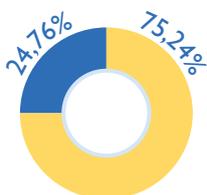


▶ ALOJAMIENTO Y DESAYUNO	▶ PENSIÓN COMPLETA	▶ TODO INCLUIDO
▶ MEDIA PENSIÓN	▶ SOLO ALOJAMIENTO	

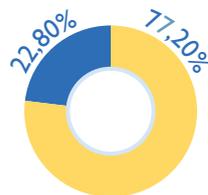
R Contratación del hotel a través de paquetes turísticos.

▶ SÍ
▶ NO

◆ Hotel compartido



▶ Solo Hotel





V ESTIMACIÓN DE GASTO

V ESTIMACIÓN DE GASTO

ESTIMACIÓN DEL GASTO TOTAL EN VIVIENDAS DE USO TURÍSTICO EN ESPAÑA.

Considerando la **estimación de gasto en alquiler y en otros gastos de estancia por persona a lo largo de los dos años** considerados en la encuesta (*junio 2013 – junio 2015*) y teniendo en cuenta el número de veces que declaran haber contratado en este periodo VT tanto por los que contratan este tipo de alojamiento de forma conjunta con hoteles, como aquellos que declaran haberlas contratado de forma exclusiva (solo han contratado VT y no hoteles) en ese periodo de tiempo, podemos hacer una estimación del gasto total en España en VT por parte de la población residente.

De cada 100 residentes en España que contratan VT, el 81,14% contratan tanto VT como hoteles y el 18,86% contratan solo VT. Si consideramos el número de contrataciones de VT que se generan al cabo del año por estos usuarios, el 84,58% corresponde a los que contratan tanto VT como hoteles, mientras que el 15,48% restante corresponde a usuarios que contratan solo VT.

1 Estimación del gasto total en VT en España.

...> pag. 31

Nuestra estimación es que aproximadamente siete millones de viajeros han contratado VT en los dos últimos años; 5,9 millones lo habrían hecho conjuntamente con hoteles y 1,1 millones contratando solo VT.

La VT ha generado un impacto económico de 4.300 M de € en los dos últimos años de los cuales 3.408 millones se destinaron a ocio y alimentación durante la estancia, repercutiendo directamente en los negocios del entorno.



1 Estimación del gasto total en VT en España.

Estimación del gasto en VT residentes en España en los últimos dos años (junio 2013 – junio 2015)	Gasto total bruto acumulado 2 años	2014 importe anual	2013 importe anual	Gasto total ctes. acumulado 2 años
Población RESIDENTE EN ESPAÑA DE 18 A 65 años 2014 (1)	30.511.654			
% USUARIOS VT conjuntamente CON HOTELES	8,6932%			
% USUARIOS SOLO VT últimos 2 años	2,0202%			
Nº USUARIOS DE VT conjuntamente CON HOTELES últimos 2 años	2.652.434			
Nº USUARIOS SOLO DE VT últimos 2 años	616.397			
Nº VECES ALOJADOS EN VT conjuntamente CON HOTELES	2,23			
Nº VECES ALOJADOS SOLO EN VT	1,75			
Nº CONTRATACIONES DE VT conjuntamente CON HOTELES	5.914.927			
Nº CONTRATACIONES SOLO VT	1.078.695			
GASTO MEDIO por persona en ALQUILER VT conjuntamente CON HOTEL	125,23 €			
GASTO MEDIO por persona en ALQUILER SOLO VT	141,31 €			
GASTO MEDIO por persona en OTROS GASTOS VT conjuntamente CON HOTEL	497,27 €			
GASTO MEDIO por persona en OTROS GASTOS SOLO VT	432,76 €			
GASTO TOTAL en ALQUILER DE VT conjuntamente CON HOTEL	740.726.287 €			
GASTO TOTAL en OTROS GASTOS de alojados en VT conjuntamente con hotel	2.941.315.667 €			
TOTAL GASTOS alojados en VT conjuntamente con hotel	3.682.041.954 €			
GASTO TOTAL en alquiler de SOLO VT	152.430.368 €			
GASTO TOTAL en OTROS GASTOS de alojados solo en VT	466.815.978 €			
TOTAL GASTOS alojados de solo VT últimos 2 años	619.246.346 €			
GASTO TOTAL EN ALQUILER DE VT últimos 2 años	893.156.655 €	446.578.328 €	429.154.649 €	875.732.976 €
GASTO TOTAL en OTROS GASTOS de alojados en VT últimos 2 años	3.408.131.645 €	1.704.065.823 €	1.707.480.784 €	3.411.546.607 €
TOTAL GASTOS alojados en VT últimos 2 años	4.301.288.300 €	2.150.644.150 €	2.136.635.433 €	4.287.279.583 €
ÍNDICE DE PRECIOS de Apartamentos Turísticos		4,06		
IPC general tasa media anual		-0,20%		

(1) INE: datos definitivos del Padrón de población cerrados a 20 de enero de 2015.

A decorative graphic consisting of a central horizontal banner with a light gray, textured background. The banner is flanked by several colorful triangles in shades of green, orange, yellow, red, and blue, arranged in a symmetrical, geometric pattern. The text "VI CONCLUSIONES" is centered on the banner in a bold, blue, sans-serif font, underlined by two thin blue horizontal lines.

VI CONCLUSIONES

VI CONCLUSIONES

1

Alojamientos complementarios:

5,9 MILLONES DE VIAJEROS españoles entre 18 y 65 años se han alojado conjuntamente en un hotel y en una vivienda vacacional al menos 1 vez **EN LOS 2 ÚLTIMOS AÑOS**, mientras que 1,1 millones lo han hecho exclusivamente en una VT.

2

Del **100% DE VIAJEROS** que se alojaron **EN VT POR MOTIVOS DE OCIO O VACACIONES** en los dos últimos años, el 85% lo ha hecho conjuntamente con la contratación de hoteles y el 15% contratando exclusivamente VT.

3

Las **PERSONAS QUE CONTRATAN TANTO VT COMO HOTELES** son los que **MÁS VIAJES REALIZAN AL AÑO** por ocio o vacaciones, en comparación con los que contratan exclusivamente VT o con los que contratan exclusivamente hoteles.



4

La estancia **MEDIA EN VT** es de **6,03 NOCHES** con un grupo medio compuesto por **3,98 PERSONAS**, frente a las 3,61 noches y 2,83 personas de media en los hoteles.

5

LA VT HA GENERADO UN IMPACTO ECONÓMICO DE 4.300 M DE € en los dos últimos años de los cuales 3.408 millones se destinaron a ocio y alimentación durante la estancia, repercutiendo directamente en los negocios del entorno.

6

- FAMILIAS (45,86%)
- PAREJAS (29,97%)
- GRUPOS DE AMIGOS (20,70%)

son los **PRINCIPALES USUARIOS DE VT**, mientras que en hoteles predominan las parejas (51,97%) y las familias (32,80%), y los grupos de amigos son menos relevantes (8,33%).



7

Los **USUARIOS DE VT Y DE HOTELES COMPARTEN LA PRINCIPAL MOTIVACIÓN** para la estancia de vacaciones: "Descansar, escapar de la rutina y del estrés".



8

Los tres **FACTORES PRINCIPALES** a la hora de elegir un alojamiento para las vacaciones **SON LOS MISMOS TANTO PARA USUARIOS DE VT COMO DE HOTELES**: precio, ubicación y entorno del alojamiento.



10

LOS USUARIOS DE VT SE SIENTEN EN MAYOR GRADO COMO VECINOS del destino, en vez de turistas, que quienes se alojan en hoteles.

9

La satisfacción supera los 4 puntos sobre 5 para ambos tipos de usuarios, tanto los de VT como de hoteles. Por lo tanto, las **EXPECTATIVAS QUE TIENEN AMBOS USUARIOS SE CUMPLEN EN EL MISMO GRADO**.

En consonancia con la satisfacción, el deseo de recomendación también se encuentra por encima de los 4 puntos sobre 5 en los usuarios de los dos tipos de alojamiento.

11

Las **VT NO GENERAN UN NIVEL DE CONFLICTIVIDAD MAYOR QUE EN LOS HOTELES**: el 97,02% de usuarios de VT no ha tenido problemas con los vecinos, frente al 96,80% de los usuarios de hoteles que no han tenido problemas con otros huéspedes.



12

MÁS DE UN TERCIO DE LOS USUARIOS QUE SE ALOJARON TANTO EN VT COMO EN HOTEL PUBLICA COMENTARIOS sobre el alojamiento **EN INTERNET**. De los comentarios publicados sobre la estancia en VT únicamente el 2,33% fueron negativos, mientras que en el caso de los hoteles los comentarios negativos supusieron un 3,93%.



13

El 36,31% de usuarios de VT que simultanean con la contratación de hotel en sus estancias de ocio y vacaciones, cambiaría de destino en busca de este tipo de alojamiento. Esta **FIDELIDAD A LA VT ES MAYOR EN** el caso de los **USUARIOS QUE SOLO HAN CONTRATADO VT EN ESTOS DOS ÚLTIMOS AÑOS**, aumentando hasta el 43,75%.





VII EQUIPO

Elaboración del estudio

Universidad de Salamanca
(Campus de Excelencia Internacional):

- Dr. Pablo Muñoz
- Dra. Rosa M. Hernández
- D. Marta Nieto
- Óscar González Benito

Trabajo de campo y tratamiento de datos

Instituto de Investigación de Mercados Sondea:

- David Martín
- Sonia Gómez
- Sandra del Real

Iniciativa y dirección

Departamento de Comunicación de HomeAway:

- Joseba Cortázar
- Laura Rivera-Casares

Comunicación y diseño

The Blueroom Project:

- Alejandro Pérez-Ferrant
- María Redondo
- Sergio Flecha
- Susana Álvaro

© HomeAway Spain SL, Se prohíbe la reproducción total o parcial del presente estudio sin citar las fuentes y el nombre del barómetro.