Publicado en Madrid / Barcelona el 30/08/2019

# [Las familias españolas prefieren los hoteles a los apartamentos de alquiler según AIS Group](http://www.notasdeprensa.es)

## Las familias navarras fueron las que más dinero dedicaron al alojamiento en hoteles, con un total de 1.340€. Les siguen los hogares catalanes y asturianos, que de media destinaron en unos 1.260€. Tras ellos aparecen los aragoneses, con una media de 1.250€, seguidos de las familias valencianas, vascas y cántabras

 Las familias españolas prefieren los hoteles a los apartamentos de alquiler. Según un informe de la consultora AIS Group, el 28% de las familias españolas se alojaron fuera de casa en 2018 y destinando una media de 1.165 euros en hospedarse en un hotel, apartamentos vacacionales u otros establecimientos como los campings. Una cifra ligeramente por debajo de los casi 1.180€ que invirtieron en 2017, según el Informe sobre el gasto de las familias en hostelería, elaborado en base a los indicadores Habits Big Data por AIS Group, consultora especializada en la creación de indicadores y modelos predictivos de marketing. No obstante, los datos reflejan la pérdida de interés por el alojamiento en apartamentos frente a los hoteles con respecto al año pasado. El 81% eligió alojarse en hoteles, con un gasto medio de algo más de 930€. Del total de los 18,6 millones de familias que componen la sociedad española, sólo 5,1 millones utilizaron algún servicio de alojamiento, apenas un punto porcentual más que en 2017, lo que se traduce en casi 214.000 familias más que en el año anterior. Los hoteles, destino elegido por la mayoría de las familiasDe los 5,1 millones de familias que se alojaron fuera de casa durante 2018, el 81% eligió hacerlo en hoteles, con un gasto medio de algo más de 930€. Las familias navarras fueron las que más dinero dedicaron a esta partida, con un total de 1.340€. Les siguen los hogares catalanes y asturianos, que de media destinaron en unos 1.260€. Tras ellos aparecen los aragoneses, con una media de 1.250€, seguidos de las familias valencianas, vascas y cántabras. Los hogares que realizaron el menor gasto medio en hoteles fueron los de Baleares, unos 350€, los de Murcia, algo menos de 650€, y los de la Comunidad de Madrid, alrededor de 730€. Madrileños y catalanes, las dos caras de la monedaSegún el informe, en 2018 las familias madrileñas usuarias de estos alojamiento fueron las que más crecieron en número, 170.00 más que en 2017, superando las 947.000 familias, si bien su media de gasto es la que más ha bajado, un 33%, de los 1.100€ en 2017 a los 730€ de 2018. Por su parte, los hogares catalanes muestran un comportamiento opuesto. Son los que más han descendido en cuanto a volumen de familias que presentan gasto en hoteles, perdiendo casi 90.000 familias en el último año. No obstante, su gasto medio creció por encima del 28% en este periodo, pasando a invertir de media de 985€ a algo más de 1.260€. Los apartamentos vacacionales pierden tirónEn 2018, 1,8 millones de familias españolas eligieron los apartamentos de alquiler para sus vacaciones, cien mil menos que en 2017. En esta modalidad, donde más se ha notado este descenso es entre las familias catalanas, de las que el pasado año 170.000 utilizaron esta modalidad, frente a las 270.00 de 2017. Una evolución similar se ha dado entre los hogares de Andalucía, donde se han reducido en 95.000 las familias que optan por hospedarse en apartamentos. El caso opuesto se da en comunidades como Madrid, donde el número de familias que eligen este tipo de alojamiento creció en 71.200 en 2018, hasta situarse en más de 363.000. El gasto medio en apartamentos es más bajo que el gasto en hoteles. Así, el año pasado quedó unos céntimos por debajo de los 670€, lo que supone un ascenso del 3,3% frente a 2017 (algo más de 20€). Las familias que presentaron un gasto medio mayor en 2018 fueron las aragonesas, 1.325€. Luego las de Castilla y León con uno 1.220€ y las de Comunitat Valenciana con unos 1.045€. Datos e Inteligencia Artificial, claves para el negocioSegún José Manuel Aguirre, director comercial de AIS Group, “datos como el relativo al gasto de las familias en alojamiento sirven de base para poder construir modelos basados en estadística e inteligencia artificial y predecir tendencias”. Los indicadores Habits Big Data recogen información sociodemográfica y económica de las familias españolas y de las características específicas de todas las zonas del territorio, enriqueciendo los datos propios de organizaciones, instituciones y empresas. “El objetivo – señala José Manuel Aguirre- es generar valor a partir de los datos para tomar decisiones que contribuyan a alcanzar los objetivos de negocio: aumentar ventas, aumentar facturación, expandirse, lanzar nuevas líneas”. La inteligencia artificial (IA) y las técnicas estadísticas son capaces de analizar y explotar esos Big Data de modo que aporten la información necesaria para construir modelos como los de propensión de compra, de recomendación de productos o servicios a cada cliente de acuerdo a su perfil, de previsión de fuga, de predicción de la demanda. “Si queremos que realmente el Big Data tenga aporte al negocio, hay que dar un paso más”, concluye el director comercial de AIS Group. Acerca de AISAIS Group es una empresa de consultoría estratégica, financiera y tecnológica con operaciones a nivel internacional. Su especialidad es generar valor a partir de los datos. Para ello desarrolla sistemas de soporte a la toma de decisiones basados en la modelización estadística para previsión, matemática para optimización, así como en el uso de técnicas Big Data y Machine Learning. Entre sus principales líneas de negocio está la construcción de modelos de orientados a marketing (propensión de compra, venta cruzada, recomendación de acciones comerciales), el cálculo de indicadores sociodemográficos y en general todo aquello que suponga transformar datos en conocimiento para alcanzar los objetivos de negocio de las entidades o mejorar el servicio de las administraciones a los ciudadanos, como en los aspectos relacionados con smart cities. AIS Group lleva desde 1987 trabajando en España y en otros 15 países en el mundo, especialmente en América Latina. Entre sus clientes se cuentan entidades como Grupo BBVA, Solvia, Generali, Auchan Retail España y el Ayuntamiento de Barcelona (Barcelona Serveis Municipals).

**Datos de contacto:**

Maria de la Plaza

620 059 329

Nota de prensa publicada en: [https://www.notasdeprensa.es/las-familias-espanolas-prefieren-los-hoteles-a](http://www.notasdeprensa.es/educalivecom-disfruta-de-cursos-presenciales-y-clases-particulares-a-traves-de-internet)

Categorias: Nacional Finanzas Sociedad Madrid Cataluña Entretenimiento Turismo Restauración Consumo Innovación Tecnológica



[**http://www.notasdeprensa.es**](http://www.notasdeprensa.es)