**Los alquileres vacacionales después de la pandemia**

En los próximos dieciocho meses, un 78 % de viajeros reservaría con más probabilidad este tipo de alojamiento

Desde el reinicio gradual de los viajes en el mundo, uno de los tipos de alojamiento con más demanda ha sido el de los alquileres vacacionales (casas, apartamentos, villas y otros). Para saber si esta tendencia continuaría más allá de la pandemia, la aseguradora internacional de viajes Europ Assistance encuestó a 8700 personas de Francia, España, Portugal, Bélgica, Alemania, Italia, Estados Unidos y Reino Unido.

De acuerdo con el estudio, **un 78 % de viajeros señala que en los próximos dieciocho meses es más probable que reserve este tipo de alojamiento que otros**. Además, entre ellos, un 86 % indicó que incluso lo seguiría utilizando una vez superada la emergencia sanitaria global.

En este **video de Turismo In**, conoce más sobre el comportamiento de los viajeros que elegirían este tipo de alojamientos.

Fuente: *Vacation rental barometer* – Europ Assistance (mayo, 2021)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Tiempo** | **Locución** | **Sobreimpresión** | **Imagen** |
| 6’’ | Entre la diversidad de alojamientos, los alquileres vacacionales han sido algunos de los más demandados en los últimos meses. | Los alquileres vacacionales han presentado gran demanda | Aparece una casa en pantalla. A su lado se muestra un hotel y un hostal. |
| 5’’ | Como, por ejemplo, las casas, en especial las de campo, los apartamentos y las villas. | casas  apartamentos  villas | El hotel y el hostal desaparecen y al lado de la casa se materializa un apartamento y una villa. |
| 8’’ | De hecho, esta popularidad continuaría aún después de la pandemia, de acuerdo con un estudio de la aseguradora internacional de viajes Europ Assistance. | Fuente: *Vacation rental barometer* | Aparece una flecha verde, que se dispara hacia arriba y seguimos su trayecto. Al costado aparece un almanaque, que va sumando meses. |
| 8’’ | Dicho estudio fue elaborado en base a encuestas a 8700 viajeros de Francia, España, Portugal, Bélgica, Alemania, Italia, Estados Unidos y Reino Unido. | 8700 encuestas virtuales a viajeros de Francia, España, Portugal, Bélgica, Alemania, Italia, Estados Unidos y Reino Unido. | Aparecen las banderas de los países mencionados |
| 8’’ | Y en él, se afirma que un 78 % de viajeros cree que en los próximos dieciocho meses es más probable que reserve este tipo de alojamiento que otros. | 78 % reservaría alquileres vacacionales en lugar de otro alojamiento | Vemos una pizarra de corcho donde hay dos fotografías de una familia. Ambas han sido tomadas en el mismo lugar, pero en diferente estación (verano-otoño). |
| 7’’ | Incluso, entre ellos, un 86 % afirma que seguiría utilizándolo para sus vacaciones aún después de superada la pandemia. | 86 % los reservaría incluso después de la pandemia | Vemos a la familia en frente de una casa vacacional. Se toman una fotografía (es invierno) parecida a la del corcho. Están sin mascarilla. |
| 7’’ | Según Europ Assistance, las tres principales razones de esta elección serían la comodidad, tranquilidad y privacidad que ofrece esta alternativa. | comodidad  tranquilidad  privacidad | Se observa al papá y a la mamá en un ambiente vacío. Conforme se narra, aparece un sillón (comodidad), una mampara que muestra campos abiertos sin ruidos (tranquilidad) y unas cortinas que se cierran (privacidad). |
| 5’’ | Además, la posibilidad de reducir el contacto con desconocidos también jugaría un papel importante. | reducir el contacto con desconocidos | Ahora vemos el exterior de la casa de campo y a lo lejos, otra. |
| 8’’ | Si bien los alquileres vacacionales se suelen reservar para viajes de ocio, Europ Assistance señala que también hay un interés en utilizarlos por razones laborales. | Hay interés en utilizar los alquileres vacacionales para trabajar | La “cámara” hace *zoom in* sobre la casa más alejada y vemos que llega un auto. El carro reinicia la marcha y tras él se observa a una mujer vestida de sastre que carga un maletín y tiene una maleta de viaje a sus pies. |
| 8’’ | Así, tenemos que un 22 % quiere reservarlos para trabajar. Esta demanda estaría liderada por los viajeros de negocios y los nómadas digitales. | 22 % quiere reservarlos por razones laborales:  9 % viajes de negocio  13 % nómadas digitales | La mujer es reemplazada por una *laptop* que, en su pantalla, muestra un gráfico de Excel. Luego, conforme continúa la narración, se desprende de esta dos íconos que representan viaje de negocios (una persona de traje en una mesa) y nómadas digitales (una persona vestida de manera informal con una *laptop* en un jardín). |
| 5’’ | Con miras al futuro, el estudio brinda datos a tomar en cuenta sobre quienes se alojarían en alquileres vacacionales. | - | Vemos unas manos sosteniendo un celular. En la pantalla se muestran unas representaciones parecidas a perfiles o biografías de personas. |
| 4’’ | Un 47 % viajaría entre julio y septiembre del 2021. | 47 % viajaría entre julio y septiembre del 2021 | Aparecen unos boletos de avión y un calendario |
| 4’’ | Un 34 % estaría dispuesto a realizar un viaje internacional en los próximos dieciocho meses. | 34 % estaría dispuesto a realizar un viaje internacional | Vemos un avión despegando desde una parte del mundo y aterrizando en otra |
| 4’’ | Para un 25 % sería la primera vez que reservaría este tipo de alojamiento. | 25 % reservaría este tipo de alojamiento por primera vez | Vemos a una persona con un celular. Sobre el celular aparece un *check* verde y, al instante, se materializa un departamento a su lado. |
| 11’’ | Con el potencial repunte mundial de las reservas en los próximos meses, las nuevas modalidades de trabajo y el ímpetu de las personas por volver a viajar, los alquileres vacacionales serán una de las alternativas de mayor interés. | Repunte de reservas + teletrabajo + ímpetu por volver a viajar = mayor demanda | Volvemos a ver la flecha verde. Mientras sube van apareciendo íconos que representan a las sobreimpresiones: unos boletos, una computadora, maletas y un alquiler vacacional. |
| 10’’ | Por ello, las empresas del sector deben construir ofertas, productos y servicios en torno a esta demanda que les permitan aprovechar esta tendencia que continuaría incluso después de la pandemia. | Construir servicios en torno a esta demanda | El alquiler vacacional se mantiene en medio de la pantalla y a su alrededor empiezan a girar íconos como un auto (transporte), ofertas (una etiqueta de descuento), comida, recorridos turísticos (un panfleto) y seguros de viaje (un documento). |
| 4’’ | Para más información, visita wwww.turismoin.pe | - | Claqueta de cierre |

Tiempo estimado: 2:00’