

# **Geopublic la solución inteligente que empodera a las Administraciones y Ayuntamientos para identificar VUTs con precisión**

**Geopublic es la herramienta inteligente e integral desarrollada por InAtlas-Infoma con un enorme potencial y ventajas en materia de viviendas de uso turístico, al empoderar a las Administraciones Públicas (AA.PP.) en su tarea de detectar las VUTs registradas diferenciándolas de las ilegales**

Este software, específico para la AA. PP, de Analítica de Localización y Visualización de Geodatos tiene un amplio abanico de utilidades y aplicaciones en diferentes ámbitos. En materia de viviendas de uso turístico permite, entre otras cuestiones, identificar: qué viviendas son de uso turístico en los canales de comercialización, cuáles están registradas, qué tipo de comercialización tienen y, por último, identificar al propietario y al operador, si es autónomo o empresa, y sus datos de contacto.

Con el auge de las plataformas de comercialización de alojamiento turístico en viviendas, la oferta y demanda de este tipo de alojamiento ha crecido considerablemente en los últimos años. Según el INE, en 2023, el 9,28% (26.486.085) de la suma de turistas nacionales y extranjeros alojados en España lo hicieron en viviendas de uso turístico (VUTs), sus pernoctaciones representaron el 17,48% del total, y realizaron un gasto de 30.797 millones de euros, alcanzando el 20,90% del gasto total de los turistas.

Las VUTs no paran de crecer y adquirir protagonismo dentro del turismo. El INE, para analizar y estimar las VUTs, ha puesto en marcha la estadística experimental "Medición del número de viviendas turísticas en España y su capacidad" seleccionando las viviendas comercializadas de las tres principales plataformas del sector: Airbnb, Booking y Vrbo/Expedia. Según esta, en febrero de este año, el número de VUTs comercializadas en España era de 351.389, es decir, 46.253 viviendas más que el mismo mes del año anterior, o lo que es lo mismo, un incremento del 15,15%. Lo mismo ocurre con el número de plazas en VUTs comercializadas en dicha fecha. Las plazas ofertadas eran 1,751.263. En este caso, el incremento es del 13,32%, respecto al mismo mes del año anterior.

Las VUTs están en el centro del debate público, formando parte de uno, aún más amplio, sobre los impactos del turismo en la sociedad local y en el propio medio ambiente. Su regulación en materia turística es competencia de las CC. AA. y su ordenación urbanística de los Ayuntamientos, que han actuado a lo largo de los años con distintos resultados. La dispersión de la normativa ha dificultado un criterio nacional unificado ante el fenómeno, no es posible una comparación de la eficiencia de cada una de ellas y unas métricas homogéneas, al tiempo que ha producido una inseguridad jurídica para todos los actores implicados.

La complejidad y envergadura del fenómeno, es tal, que el Ejecutivo central se ha reunido con las CC.AA. para intentar abordarlo de forma coordinada. Apoyado en el último Reglamento (UE) 2024/1028 del Parlamento Europeo y del Consejo, sobre las VUTs, se ha comprometido a poner en marcha una plataforma para unificar datos de registro y datos de demanda en materia de pisos

turísticos con el objetivo de evaluar la situación, realizar diagnósticos, acometer acciones estratégicas y ayudar en la persecución de aquella oferta ilegal o fraudulenta.

La dificultad técnica y legal de identificar y expedientar la oferta ilegal es muy alta. Este es el motivo por el cual las CC AA, y los Ayuntamientos han de implementar herramientas inteligentes para dar soluciones eficientes y precisas, que ayuden en todo el proceso de inspección. En este sentido tiene cabida Geopublic, un software de analítica de localización y visualización de geodatos, específico para Administraciones Públicas (AA. PP.) y desarrollado por inAtlas-Infoma.

Geopublic, además de ser clave en el proceso de eliminación de la oferta ilegal de VUTs, monitoriza el impacto del turismo en el territorio: alojamientos turísticos geolocalizados, número de camas, tasa de ocupación de la oferta de alojamiento, restauración, recursos turísticos, presencia o gasto medio diario de los turistas. Datos que analizados, aportan una información precisa a las Administraciones Públicas para conocer la carga turística, tomar decisiones al respecto y llevar a cabo estrategias adecuadas por portal.

inAtlas, a través de Geopublic, ofrece a las CC. AA. y a los Ayuntamientos la posibilidad de realizar un análisis exhaustivo del sector de las VUTs, a través de las principales plataformas comercializadoras que operan en el sector. A modo de ejemplo, señala Luis Falcón, director general de inAtlas, tomando un destino insular de sol y playa, en junio de 2024 existían en las tres plataformas principales, 29.705 anuncios de alojamientos turísticos. De ellos, el 10,38% pertenecían a unidades de alojamiento (habitaciones) de otro tipo de alojamiento registrado (hoteles, hoteles boutique, apartamentos turísticos o casas rurales). En total, había 26.621 anuncios de VUTs, de los cuales sólo eran válidos el 69,11%. El 30,89% restante eran anuncios duplicados entre las plataformas. Así, sólo 18.389 eran anuncios de VUTs válidos. De estos últimos, el 64,67% tenían número de registro válido y publicado en el anuncio. El 35,33% restante eran identificados como anuncios de VUTs ilegales.

Entre las ventajas de Geopublic para las AA. PP., afirma Luis Falcón, se pueden encontrar:

Conocer las viviendas de uso turístico que un operador tiene en diferentes plataformas, identificando la oferta real (únicas), además de proporcionar las URL de las duplicadas para esa misma VUT.

Localizar y diferenciar aquellas viviendas que están registradas y las que no lo están, para identificar las ilegales.

Ayudar a identificar mediante nota simple al propietario y, mediante la base de datos de empresa y autónomos, al operador, y si este es un autónomo o empresa. Una vez identificados, puede ofrecer los datos de contacto del mismo a efectos de solucionar las deficiencias detectadas en el registro de la tipología de vivienda, o iniciar expediente sancionador para los no registrados.

Geopublic contempla desarrollos personalizados para el diseño e integración de módulos a medida sobre las bases de datos sectoriales elegidas por el cliente. El análisis permanente de datos reales, así como el conocimiento preciso facilitará que las Comunidades Autónomas y los Ayuntamientos

establezcan las medidas y estrategias necesarias para lograr un equilibrio social, económico y sostenible entre la actividad turística y la convivencia con los residentes. Son imprescindibles en la gestión territorial porque, bien analizados, aportan un incalculable valor y conocimiento sólido con los que establecer las directrices y medidas para optimizar los recursos, mejorar los servicios y garantizar una mayor eficacia. El camino a seguir pasa por la apuesta de un modelo sostenible e inteligente de ciudad y territorio, y por un turismo regenerativo y responsable.

inAtlas: empresa especializada en soluciones de Geomarketing y Location Analytics que ofrece soluciones estratégicas de negocios basadas en la ubicación. Ha creado una tecnología propia que aumenta la velocidad de cálculo de datos geoespaciales, permitiendo una alta flexibilidad de personalización, visualización e integración continua de bases de datos diversas. Desarrolla soluciones tecnológicas para gobiernos y para empresas privadas de bancos y seguros, telecomunicaciones, energía, hostelería, comercio, concesionarios, fabricantes, así como modelos analíticos a medida para la búsqueda de prospectos espejos, lugares óptimos de expansión, oportunidades de ventas. Desde 2021 es empresa participada por Informa D&B, líder en España y Portugal en la oferta de Información comercial y financiera de empresas, y partner de la red mundial de Dun&Bradstreet. inAtlas ofrece una competitiva herramienta de Geomarketing disponible tanto para el territorio ibérico, como a nivel internacional en más de 200 países, que permite descubrir los patrones de comportamientos y dinámicas de proximidad entre clientes, proveedores y competidores, optimizar las acciones de marketing dirigidas para captación de nuevos clientes y su retención y detectar las mejores ubicaciones para procesos de expansión.

**Datos de contacto:**

En Ke Medio Broadcasting S.L  
DG  
912792439

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional](#) [Inmobiliaria](#) [Inteligencia Artificial y Robótica](#) [Viaje Turismo](#) [Software](#) [Urbanismo](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>