

UNIVERSITAT JAUME I
Facultad Ciencias Jurídicas y Económicas
Grado en Turismo

AIRBNB EN LA COMUNIDAD VALENCIANA COMPARATIVA CON OTRAS CCAA



Autora: Blanca Adalid Almenar

Tutora: Lidia Navas Esteller

Trabajo de Fin de Grado 2023-2024

INDICE

1.1 Objeto de Estudio	3
1.2 Justificación y motivación	3
1.3 Metodología	4
3. AIRBNB	6
3.1 Actividad principal	6
3.2 Historia y Evolución	8
3.3 AIRBNB en España	10
3.4 AIRBNB en la Comunidad Valenciana	11
3.4.1 Análisis AIRBNB en Castellón.....	13
3.4.2 Análisis AIRBNB en Valencia	17
3.4.3 Análisis AIRBNB en Alicante	22
3.5 Análisis AIRBNB en Cataluña centrado en Barcelona	26
3.6 Análisis AIRBNB en la Comunidad de Madrid	29
3.7 COMPARATIVA ENTRE COMUNIDADES	33
4. ECONOMÍA COLABORATIVA	38
4.1 Introducción	38
4.2 Historia y definición de la economía colaborativa	38
4.3 Ventajas e inconvenientes de la economía colaborativa	40
4.4 Economía colaborativa en el sector turístico	41
5. IMPACTOS NEGATIVOS DEL MODELO AIRBNB	43
6. REGULACIÓN GENERAL AIRBNB	46
7. CONCLUSIÓN	48
8. BIBLIOGRAFÍA	49

1. INTRODUCCIÓN

1.1 Objeto de Estudio

El objetivo principal del Trabajo de Fin de Grado es realizar una comparativa del modelo de negocio de la empresa Airbnb entre la Comunidad Valenciana y otras comunidades autónomas. En este trabajo se realizará una comparativa dentro de las provincias de la Comunidad Valenciana y luego una comparación de la Comunidad Valenciana frente a la Comunidad de Madrid y la de Cataluña concretamente centrándose el análisis en Barcelona ya que tanto Madrid y Barcelona son líderes en cuanto a recepción de turismo en España.

Para ello primero se hablará del turismo en España para poner en contexto la importancia del mismo, después se expondrá la definición de Airbnb, a que se dedica cuál es su actividad principal, como se desarrolla, cuál ha sido su evolución desde su inicio hasta la actualidad. Después se hará un análisis de la plataforma en la Comunidad Valenciana, Barcelona y Comunidad de Madrid, después de que se realice un análisis individual se llevará a cabo una comparación de los datos obtenidos.

Se expondrá también el concepto de economía colaborativa de cómo surgió el término y cuándo, las ventajas e inconvenientes de la misma, de la importancia de la economía colaborativa dentro del sector del turismo y cómo ha impactado al mismo y a qué se debe este impacto.

Por último, se hablará de los inconvenientes que ha generado y sigue generando los alquileres turísticos y las restricciones que han llevado a cabo algunos países y de la normativa vigente en España de los alquileres turísticos.

1.2 Justificación y motivación

El cambio continuo del sector del turismo es evidente desde hace algunos años, solo unos pocos podían permitirse el lujo de viajar, actualmente podemos encontrar billetes de avión dentro de Europa más económicos que los trenes nacionales.

El turismo va evolucionando y a su vez las industrias que lo componen, plataformas como Airbnb objeto de estudio en este trabajo, se dedican a exponer la oferta de alojamientos turísticos y gestionar la compra de los mismos actividad que genera unos beneficios que no son pequeños. Concretamente en 2021 Airbnb factura 5.99 millones de dólares, estos beneficios se obtienen por el cobro de la comisión de los anfitriones (dueños de la propiedad que quieren alquilarla turísticamente) y de cada reserva que se

realiza mediante la plataforma también cobran un porcentaje, de comisión. Airbnb lleva a cabo su actividad online es decir de no ser por el avance de la tecnología Airbnb no existiría. La evolución en la industria turística y el nacimiento de este tipo de plataformas como Airbnb genera mucha controversia en el mercado, por lo que es interesante estudiar los contrastes que genera. Por lo que ya solo el estudio de la evolución de la industria turística es interesante este tipo de plataformas lo es mucho más ya que se han hecho un gran hueco en el sector del turismo.

1.3 Metodología

El análisis para el desarrollo del trabajo se basará en la obtención de la información en las páginas oficiales concretamente en la página web de Airbnb, artículos relacionados con la evolución de las nuevas maneras de alojarse y las diferentes plataformas para realizarlo, artículos económicos, la plataforma AirDna una plataforma que realiza análisis de datos para los anfitriones de Airbnb, análisis como número de alojamientos en alquiler, precio medio en cada lugar... en la cual he tenido que crear una cuenta a la cual puedo acceder a algunos datos más generales. Para obtener datos más específicos la plataforma tiene un coste según la información que se quiera obtener, el coste varía entre 20,00€ y puede llegar hasta 1.000€ dependiendo de la información que se requiera.

2. EL TURISMO EN ESPAÑA

Antes de hablar del turismo en España haré una introducción del turismo y de los conceptos que lo engloban.

La Organización Mundial del Turismo (OMT), define el turismo como: "Turismo es todo aquel fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios".

Esta definición dicha por la OMT en 2019 engloba varios factores:

- El **entorno** habitual de una persona, el mismo que se define como la zona geográfica en la que una persona realiza sus actividades cotidianas habituales.
- El **motivo** del viaje, donde ya se incluyen como elementos motivadores del viaje las actividades personales como por ejemplo el ocio y el deporte o actividades de negocios o profesionales.
- El **visitante** como la persona que viaja a un destino principal distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a un año, con cualquier finalidad

principal (ocio, negocios u otro motivo personal) que no sea la de ser empleado por una entidad residente en el país o lugar visitado. Un visitante se clasifica como turista, si su viaje incluye una pernoctación, es decir que el turista duerma en el lugar visitado, o como visitante del día (o excursionista) si no pasara la noche allí.

- El **gasto turístico** que hace referencia a la suma pagada por la adquisición de bienes y servicios de consumo, y de objetos valiosos, para uso propio o para regalar, durante los viajes turísticos y para los mismos” (ONU, 2010).

España es un país receptor en cuanto a turismo, por lo que es una parte importante del PIB y proporciona una gran cantidad de empleo en el país. En la *tabla 1 Aportación del turismo a la economía española Año 2021* extraída del INE (Instituto Nacional de Estadística) se pueden ver los datos de los últimos años, teniendo en cuenta el gran crecimiento en el año 2019 y 2020 debido al descenso en el año posterior a causa de el Covid 19. En el año 2021 la actividad turística alcanzó 97.126 millones de euros, un 8,0% del PIB lo que supuso 2,27 millones de puestos de trabajo, el 11,4% del empleo total.

Aportación del turismo a la economía española. - Año 2021

	Valor	Porcentaje sobre el total
Aportación al PIB (millones de euros)	97.126	8,0
Aportación al empleo total (millones de puestos de trabajo)	2,27	11,4

Aportación al PIB (millones de euros).

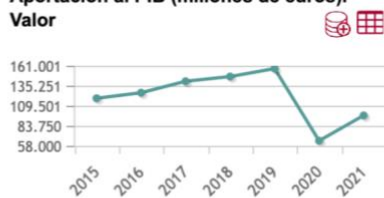


Tabla 1 Aportación del turismo a la economía española - Año 2021

Las características que atraen a los turistas a España son varias por ello se recibe turismo de todas partes del mundo, algunas de características son: la gran y variada oferta gastronómica, el clima que en la mayoría de España es sol de ahí nació el modelo turístico de sol y playa tan predominante en España ya que España posee mucha zona de costa, los atractivos arquitectónicos, así como culturales, artísticos y también históricos. España es el segundo país con más ciudades declaradas Patrimonio de la Humanidad, y el tercero declarado con más espacios naturales.

España es el principal modelo del turismo de masas en Europa, principalmente basado en el modelo de sol y playa y resort vacacional de costa, como se ha comentado anteriormente. Este modelo se caracteriza principalmente de productos de ocio en los que no se incluye prácticamente el entorno culturas y con actuaciones estandarizadas y normalmente estacionales. Dicho modelo ha llevado a España a ser líder mundial en competitividad turística (WEF, 2015) demostrando una gran capacidad de adaptación a las transformaciones sociales, económicas y tecnológicas que han afectado al turismo en las últimas décadas.

Por ello en España el turismo representa una gran importancia y por lo que vemos tenía antes de la pandemia una evolución creciente que se augura lo sea también en los próximos años durante estos años de auge. Por su parte la demanda como la oferta de los servicios turístico ha aumentado y variado concretamente en el sector del alojamiento, por lo que hoy en día podemos encontrar varios tipos de alojamiento turístico para suplir las necesidades del mercado.

Uno de esos tipos el alquiler de viviendas turísticas tipología a la que pertenece Airbnb ha crecido destacadamente ya no solo en España si no que en todo el mundo.

3. AIRBNB

3.1 Actividad principal

Airbnb se crea a través de la idea de darle vida a las segundas viviendas o incluso la vivienda habitual sin uso, de tal manera que Airbnb sirve de unión entre los propietarios de la vivienda a los cuales Airbnb le llama “anfitriones” y los huéspedes que requieren de esas viviendas como uso de alojamiento en su escapada turística. Airbnb se centra en publicitar a los anfitriones y el anfitrión le incentiva económicamente.

El beneficio económico se extrae en su mayoría de los anfitriones que pagan una comisión de servicio diga del 3% del subtotal de la reserva que se calcula sumando el precio por noche más los añadidos que el anfitrión quiera cobrar gastos de mantenimiento, limpieza... Los huéspedes pagan un 14% en concepto de comisión de servicio a Airbnb del subtotal de la reserva.

En resumen, Airbnb es una empresa que hace de intermediario entre anfitrión y viajero, el anfitrión ofreciendo la vivienda para el alquiler turístico.

Airbnb tiene tres tipos de anfitriones como bien define en su página web oficial:

- **El Propietario del anuncio:** es la persona que publica el anuncio a través de su cuenta de Airbnb. Por lo general, es el propietario o inquilino de la propiedad.
- **El Coanfitrión de acceso completo:** normalmente es un amigo o familiar, o alguien contratado, que ayuda al anfitrión a gestionar el alojamiento. Las coanfitriones con permisos de acceso completo pueden ser el anfitrión principal. El propietario del anuncio o una coanfitrión con acceso completo elegirá quién será el anfitrión principal del anuncio se necesita un permiso.
- **Equipo para el hospedaje:** es una empresa o un grupo de personas que gestiona alojamientos en nombre del propietario del anuncio. Pueden llevar a cabo diversas funciones, como establecer los precios, reunirse con los huéspedes a su llegada y gestionar el mantenimiento de la propiedad. El propietario de la cuenta de este equipo siempre figura como anfitrión principal.

Airbnb se da a conocer a través de página web, aplicaciones, redes sociales. A través de estos medios los propietarios e inquilinos temporales se registran y entre ambos se generan las relaciones cordiales. Aquí los propietarios explican las características completas de la vivienda, los días disponibles de cada apartamento o habitación e incluso los precios por noche o semana.

Además, cada estancia es registrada y Airbnb ofrece calificar el grado de satisfacción que ha tenido el inquilino durante la estancia.

Airbnb ofrece una serie de ventajas a los anfitriones las cuales vamos a nombrar a continuación.

- Verificación de la identidad de los huéspedes
- Análisis de las reservas
- Protección de 3 millones de dólares frente a daños.
- Seguro de responsabilidad civil de 1 millón de dólares
- Línea de protección 24 horas

Con el transcurso del tiempo, Airbnb ha ido creciendo, así pues, ofrece diferentes tipos de servicios:

- “Airbnb Experiencias”, en esta los invitados pueden elegir algunas de las experiencias de las que puedan disfrutar en los alrededores de la vivienda como por ejemplo clases de cocina o salidas a caballo.

- “Colecciones Airbnb”, en este podemos hallar aquellos alojamientos más especiales destinados a fiestas, trabajos, bodas entre otros.
- “Airbnb Plus”, es el servicio más elevado que ofrece la compañía. En este se encuentran aquellos huéspedes que buscan unas condiciones más específicas que el resto.

3.2 Historia y Evolución

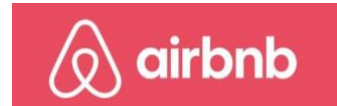
En la página web de la compañía se explica la historia y evolución a través de imágenes la cual se va a exponer a continuación.



La compañía nace en el año 2007 y es a través de unos compañeros de piso estadounidenses Joe Gebbia y Brian Chesky. Ambos vivían una situación económica muy crítica y no podían permitirse un alquiler en San Francisco.

- En octubre 2007 Brian y Joe se hospedaron por primera vez a través de Airbed & Breakfast.
- Marzo de 2008 Se presenta oficialmente Airbed & Breakfast en el evento South by Southwest (SXSW), donde se consiguen dos reservas.
- Agosto de 2008 se lanza el sitio web de Airbed & Breakfast, justo a tiempo para la Convención Nacional Demócrata, y 80 personas se animan a reservar una habitación también lanzan la plataforma de pagos a medida que en 2019 y llega a procesar alrededor de 70.000 millones de dólares en transacciones de viajeros y anfitriones más de 40 monedas.
- En marzo de 2009 Airbed & Breakfast cambia oficialmente su nombre de Airbnb y, además de habitaciones, empieza a ofrecer apartamentos, alojamientos enteros y alquileres vacacionales.
- En noviembre de 2010 lanzan la aplicación y la función reserva inmediata.

- Junio de 2011 comienza la expansión internacional al abrir una oficina en Alemania.
- Mayo de 2012 se crea la garantía para anfitriones de 1 millón de dólares.
- En noviembre de 2012 llevan a cabo una colaboración con el Ayuntamiento de Nueva York para dar alojamiento a las personas desplazadas a causa del huracán Sandy y lanzan su herramienta de ayuda en situaciones de emergencia.
- Junio de 2013 se inaugura la sede número 888 de Brannan Street, a pocas calles de Rausch Street, donde se encuentra el primer espacio donde se anunció la plataforma.
- Julio de 2014 se presenta el nuevo logotipo el belo.
- Marzo de 2015 Airbnb se convierte en proveedor oficial de alojamientos alternativos en los Juegos Olímpicos de Río de Janeiro de 2016.
- Abril de 2015 Airbnb empieza a funcionar en Cuba.
- Noviembre de 2016 Airbnb pone en marcha las experiencias.
- Febrero de 2017 se emite el anuncio de la campaña #weaccept durante la Super Bowl con el fin de protestar contra las medidas en materia de inmigración adoptadas en Estados Unidos.
- Marzo de 2017 presentan su marca china Aibiyang.
- Marzo de 2019 Airbnb adquiere oficialmente HotelTonight.
- Noviembre de 2019 Airbnb anuncia su colaboración con el Comité Olímpico Internacional durante un periodo de nueve años.
- En marzo de 2020 se crea el programa Alojamientos para la crisis del coronavirus, a través del cual los profesionales sanitarios y de emergencias pudieron encontrar espacios seguros donde alojarse durante la pandemia COVID-19.
- Abril de 2020 se entrenan las experiencias online como solución a las pérdidas de ingresos que sufren los anfitriones de experiencias a raíz de la pandemia.
- Junio de 2020 se presenta el protocolo de limpieza avanzada para que los anfitriones y los huéspedes puedan seguir hospedando y reservando con confianza durante la pandemia.
- Junio de 2020 anuncian el proyecto Lighthouse, una iniciativa para luchar contra la discriminación, en colaboración con Color of Change.



- Septiembre 2020 crean el centro de recursos para municipios, un portal para ayudar a las administraciones locales a comprender y regular de forma responsable el home sharing.
- Diciembre de 2020 salen a bolsa y lo celebran con anfitriones de todo el mundo ya que consideran que ellos son la verdadera esencia de Airbnb.
- Mayo de 2021 anuncia el lanzamiento de Airbnb 2021: más de 100 novedades en sus servicios y productos para viajar y hospedarse sean aún más fáciles.

3.3 AIRBNB en España

El inicio de la plataforma Airbnb en España se ha observado de manera gradual y la información al respecto es distinta según que ciudades, aquellas cuya actividad turística predomina han sido las que Airbnb ha tenido una mayor oferta de alojamientos como son Madrid y Barcelona.

Por ello en este apartado se va a explicar la presencia de Airbnb en España teniendo en cuenta la información extraída de la plataforma AirDna.

AirDna es una plataforma de análisis de datos especificados del sector turístico concretamente en el mercado de alquileres vacacionales. En la página web oficial de Airbnb se puede ver como se patrocina esta plataforma y se recomienda utilizarla a los llamados anfitriones, se les aconseja que con la aplicación pueden maximizar sus ingresos ya que pueden obtener datos sobre precios, reservas, ocupación... de otras propiedades y de diferentes lugares por lo que pueden hacer una comparativa y así mismo pueden ver cuál es el rendimiento de su propiedad.

En la plataforma AirDna se puede encontrar varias secciones dedicadas a unas características específicas, por ejemplo la herramienta MarketMinder proporciona una visión detallada del rendimiento de la propiedad, la herramienta Smart Rates analiza cuál es la demanda a tiempo real y ofrece recomendaciones en cuanto a precio dependiendo también de la fecha, la herramienta Benchmarking de rendimiento se dedica a comparar la competencia, entre otras herramientas para obtener información y así lograr un mejor rendimiento de alojamiento turístico.

La plataforma AirDna es de pago y dependiendo de la información que se quiere obtener puede costar 20€ al mes o incluso puede llegar a los 1.000€. He podido encontrar un gráfico comparativo realizado por Statista del año 2018 el cual haremos un breve análisis más adelante cuando analicemos las principales comunidades en las que tiene más repercusión este tipo de alojamiento. Si hemos podido encontrar datos más

específicos y recientes en la aplicación AirDna ya que al registrarte te permite ver algunos datos.

En la imagen (*Imagen 1*) se puede observar un gráfico realizado con los datos obtenidos de la herramienta AirDna dónde se puede ver que Barcelona era la ciudad con más alojamientos activos en Airbnb en 2018, Madrid ocuparía la segunda posición y podríamos ver a Valencia en tercera posición, pero bastante alejada... Destaca la costa del mediterráneo donde se observan bastantes alquileres Airbnb.

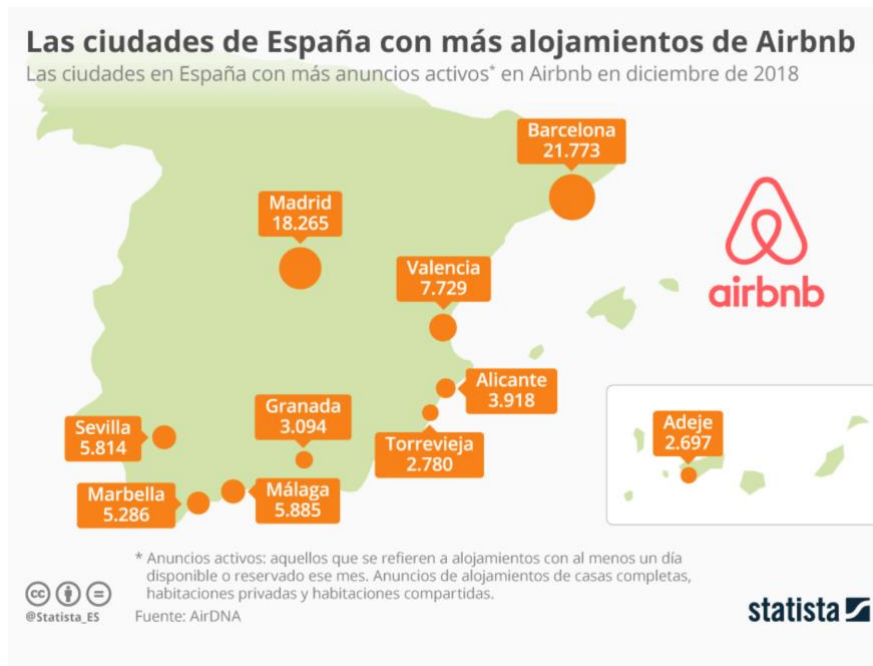


Imagen 1 Gráfico de las ciudades con más impacto Airbnb 2018

3.4 AIRBNB en la Comunidad Valenciana

Para poder analizar la presencia de AIRBNB en la Comunidad Valenciana es necesario analizar específicamente cada provincia para luego llegar a una conclusión generalizada por ello empezaré analizando Castellón, después Valencia y por último Alicante. Cabe destacar que todos los datos, gráficos... están extraídos de AirDna la herramienta la cual he comentado en el apartado anterior, estos datos se consiguen únicamente si te subscribes, por lo que hay otros datos que no he podido conseguir ya que la aplicación es de pago, los datos comprenden el periodo de tiempo de un año aproximadamente es decir de septiembre de 2022 a agosto de 2023 y con relación a los alquileres turísticos. Para analizar todos los datos y entender las imágenes es necesario saber y entender el vocabulario al que se refieren las mismas por lo que a continuación explicaré algunas

definiciones estas serán las mismas utilizadas para analizar las demás comunidades que se van a analizar.

- Market overview: visión general
- Market performing: comportamiento del mercado
- Market score: rendimiento del mercado
- Rental demand: Esta puntuación muestra la evolución de las reservas con respecto al mismo periodo del año anterior. Una puntuación alta significa una gran demanda de reservas.
- Revenue growth: crecimiento de los ingresos comparándolos con los del año pasado
- Seasonality: estacionalidad en qué manera afecta a las reservas una puntuación alta indica baja estacionalidad y reservas constantes.
- Regulation: regulación hasta qué punto están estrictamente regulados los RTS en este mercado una puntuación alta equivale a una regulación baja.
- Annual revenue: Ingresos anuales, ¿Cuál es el ingreso medio generado por una propiedad en este mercado en los últimos 12 meses?
- Occupancy rate: Índice de ocupación ¿Con qué frecuencia se ocupó de media un inmueble activo en los últimos 12 meses?
- Average Daily rate: Tarifa media diaria.
- RevPAR: Ingresos por alquiler disponible se calcula dividiendo los ingresos totales generados por el número de propiedades disponibles en el mercado.
- Market performance details: rendimiento del mercado
- Total, available listings: Total de anuncios disponibles
- Listings by rental channel: Listados por canal de alquiler
- Listings by rental size: Listados por tamaño de alquiler
- Rental growth in the last 3 years: Crecimiento de los alquileres en los últimos 3 años
- Listings by annual availability: Listados por disponibilidad anual
- Listings by rental type: Listados por tipo de alquiler
- Occupancy: Ocupación ¿Cuáles son las tendencias de reserva en este mercado? Aquí encontrará información sobre ocupación, plazos de reserva y duración de las estancias.

- Occupancy rate: tasa de ocupación
- What Percentage of the month was occupied?: porcentaje de ocupación en el mes
- Average monthly occupancy: ocupación media mensual
- Revenue: ingresos ¿Cuánto dinero se gana en este mercado? Los ingresos se calculan multiplicando el número de días reservados por la tarifa reservada, incluida la tarifa de limpieza.
- Average revenue: ingresos medios por año
- How much revenue did listings earn per month? cuando ascienden los ingresos mensuales
- Average revenue over the last 12 months: Ingresos medios en los últimos 12 meses
- Rates: tarifas
- Average daily rate: tarifa media diaria
- What was the average daily rate?: ¿Cuál fue la tarifa media diaria?
- Average daily rate over the last 12 months: tarifa media diaria en los últimos 12 meses

3.4.1 Análisis AIRBNB en Castellón

Lo primero que hay que analizar en la *Imagen 2* es la visión general de los alojamientos turísticos en Castellón, con esta imagen podemos decir que el comportamiento del mercado es bueno siendo este un 56%. Esta puntuación se ha extraído de cuatro componentes: 1) la demanda de alquiler, a la cual se refiere con la demanda de reservas existentes es de un 42% lo que sería un porcentaje no muy alto 2) el crecimiento de los ingresos 41% porcentaje no muy alto 3) la estacionalidad un 37% lo que supondría que es baja algo positivo y 4) la regulación 52%.

Por otro lado, se pueden observar cuatro gráficos el primero indica los ingresos anuales medios generados por una propiedad, el segundo gráfico indica la ratio de ocupación, el tercer gráfico el precio medio diario y el ultimo grafico Rev par. A continuación, analizaremos cada gráfico.

Market Overview: Castellon de la Plana

Save Share

Market Performance 0 Submarkets 550 Active STR Listings



Imagen 2: Market Overview: Castellón de la Plana

En la Imagen 3 se analiza un listado del rendimiento del mercado en Castellón, teniendo en cuenta un total de 447 anuncios disponibles un 5% más que el año anterior, en cuanto a los listados que se anuncian las viviendas turísticas un predominio total del 93% de Airbnb. Es por ello casi la totalidad de los datos que se analizan corresponden a la plataforma estudiada Airbnb, un listado de los alquileres disponibles en los cuales predominan con un 41% los alquileres de 1 habitación, el gráfico que indica el crecimiento de los alquileres turísticos en los últimos tres años con los que podemos observar que este ha aumentado un 10%. Los listados de disponibilidad anual los cuales la mayoría el 48% rondan entre 1-90 noches y por último el tipo de alquiler siendo la casa u apartamento... el predominante con un 71% frente al 29% de la habitación privada y no hay existencia de habitaciones compartidas en Castellón.

Market Performance Details: Castellon de la Plana

↻

Listings Occupancy Revenue Rates RevPAR

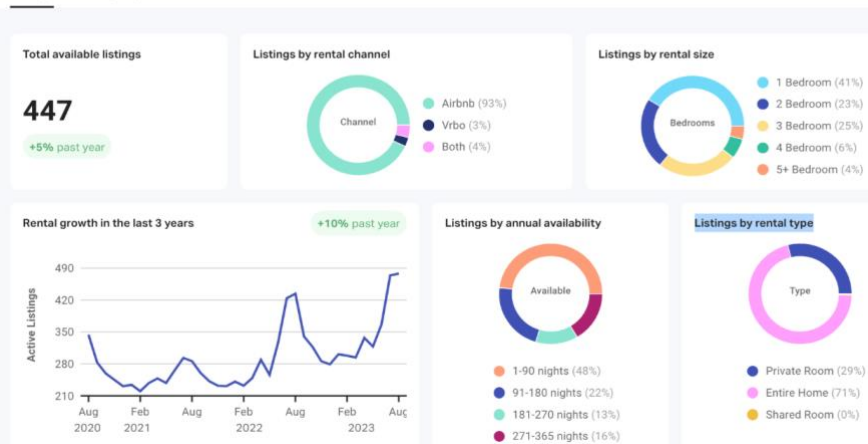


Imagen 3 Listing, Market Performance details: Castellón de la Plana

En la *imagen 4* se lleva a cabo una evaluación en cuando a la ocupación. Se puede observar como la tasa de ocupación es de un 48% esta ha sufrido una disminución en cuanto a la ocupación del año pasado que era un 1% mayor. Por otro lado, en el gráfico se puede observar como este año 2023 de momento el mes con más ocupación fue agosto con un casi 75% y el mes con menos ocupación fue enero con un aproximadamente 40% y como la ocupación media mensual ha disminuido en un 2% respecto al año pasado.

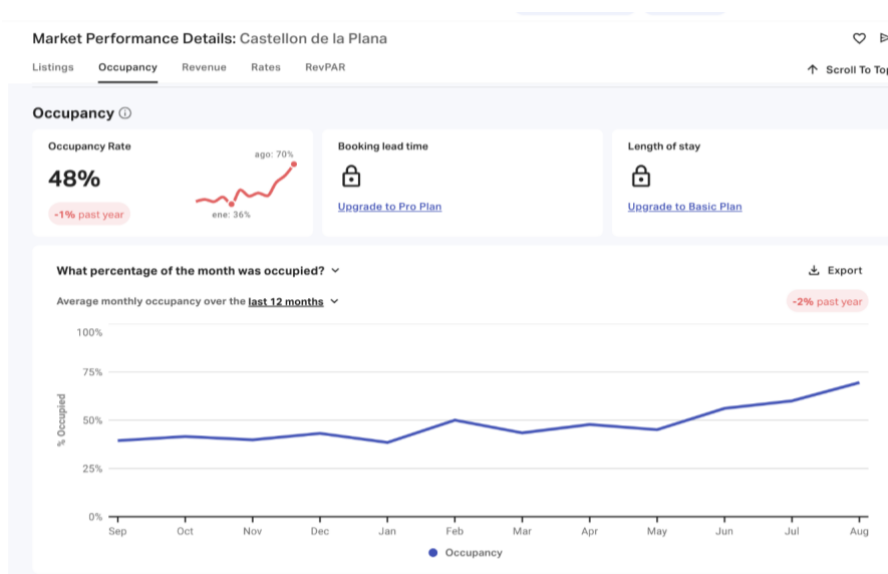


Imagen 4 Occupancy, Market Performance details: Castellón de la Plana

En la *Imagen 5* se analizan los ingresos calculando los mismos multiplicando la tarifa reservada incluyendo el servicio de limpieza por el número de días reservados, podemos observar que en Castellón los ingresos medios anuales son actualmente de 15.600€ los cuales se han visto incrementados en un 5% más que el año pasado. En el gráfico se pueden observar los ingresos medios mensuales siendo de momento en agosto de 2023 el mes con más ingresos mensuales más de 1.500€ y enero con menos ingresos medios mensuales siendo estos unos 700€ aproximadamente, los ingresos medios mensuales han aumentado un 10% respecto al año pasado.

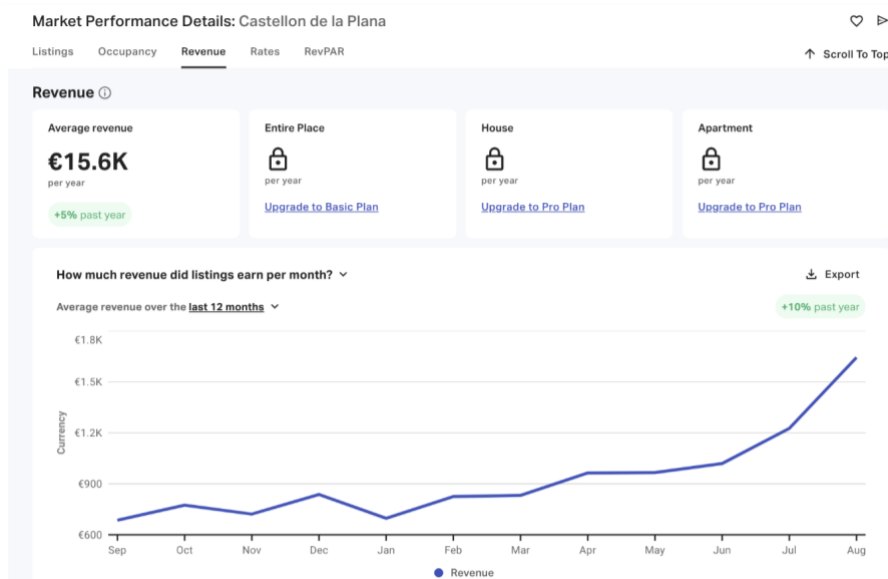


Imagen 5 Revenue, Market Performance details: Castellón de la Plana

En la Imagen 6 se analiza las tarifas se puede observar que la tarifa media es de 89€ la noche un precio un 13% superior en cuanto a datos del año pasado y también se puede observar el precio medio mensual siendo enero el más bajo un poco por debajo de 70€ la noche y agosto el precio medio más alto casi llegando a los 100€ por noche, el precio medio mensual se ha incrementado un 19% más respecto al año pasado.

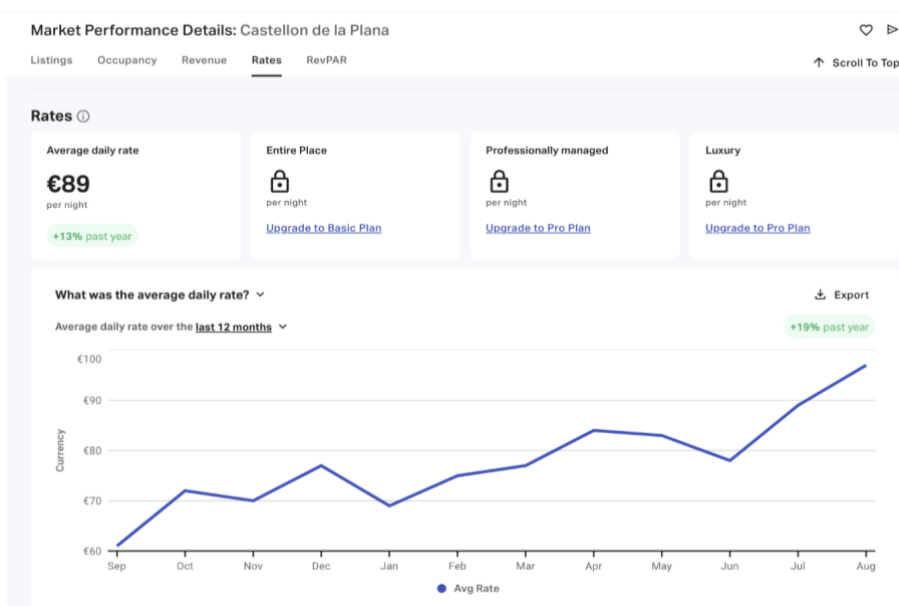


Imagen 6 Rates, Market Performance details: Castellón de la Plana

En la *imagen 7* se obtienen datos sobre el denominado RevPAR o ingresos por alquiler disponible se calcula dividiendo los ingresos totales generados por el número de propiedades disponibles en el mercado, siendo este un 48,60€ un 40% más que el año pasado, también se puede observar en el gráfico la evolución respecto al año pasado la cual ha aumentado en un 9%.

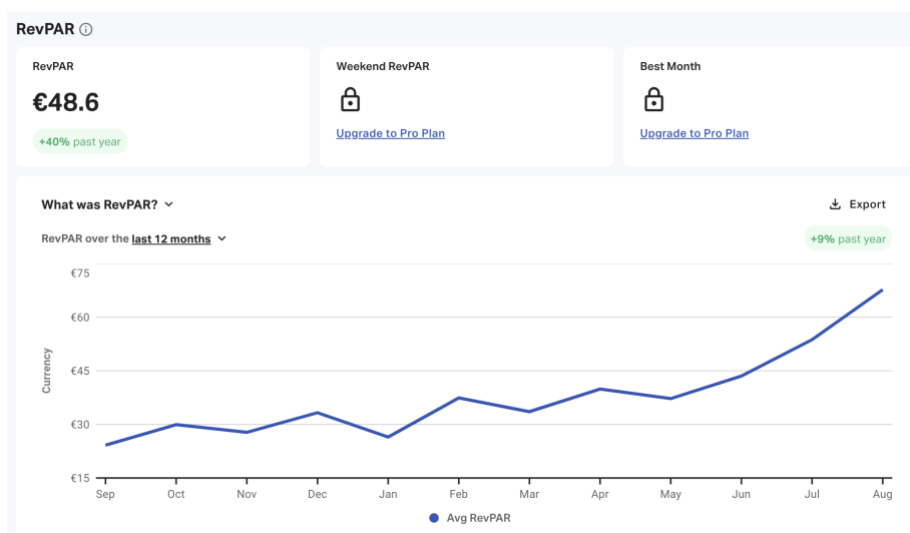


Imagen 7 RevPAR, Market Performance details: Castellón de la Plana

3.4.2 Análisis AIRBNB en Valencia

Lo primero que analizaremos respecto a Valencia en la *Imagen 8* es la visión general de los alojamientos turísticos. Con esta imagen podemos decir que el comportamiento del mercado es muy bueno de un 86% puntuación extraída de los cuatro componentes: 1) la demanda de alquiler, a la cual se refiere a la demanda de reservas existentes es de un 85% una demanda muy alta 2) el crecimiento de los ingresos 78% que también es bastante alta 3) la estacionalidad un 51% una estacionalidad media 4) la regulación 52%.

Por otro lado, se pueden observar cuatro gráficos. El primero indica los ingresos anuales medios generados por una propiedad, el segundo gráfico indica la ratio de ocupación, el tercer gráfico el precio medio diario y el ultimo grafico Rev par. Estos gráficos los analizaremos más detalladamente a continuación.

← back

Market Overview: Valencia

♡ Save ▶ Share

Market Performance 21 Submarkets 10.7K Active STR Listings

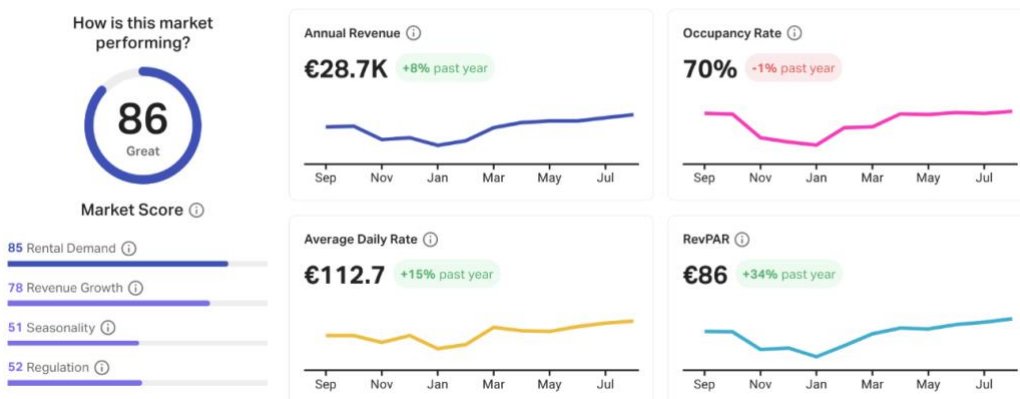


Imagen 8 Market Overview: Valencia

En la Imagen 9 se analiza un listado de rendimiento del mercado en Valencia. Este destino tiene un total de 8.126 anuncios disponibles, un 27% más que el año anterior, en cuanto a los listados en lo que se anuncian las viviendas turísticas un predominio del 90% de Airbnb es por ello casi la totalidad de los datos que se analizan corresponden a la plataforma Airbnb. En cuanto a los alquileres disponibles predominan con un 56% los alquileres de 1 habitación. El gráfico que indica el crecimiento de los alquileres turísticos en los últimos tres años con los que podemos observar que este ha aumentado un 25% en estos años.

Los listados de disponibilidad anual los cuales la mayoría el 42% rondan entre 1-90 noches y por último el tipo de alquiler siendo la casa o apartamento... el predominante con un 68% frente al 32% de la habitación privada y el 1% habitaciones compartidas en Valencia.

Market Performance Details: Valencia



Listings **Occupancy** Revenue Rates RevPAR



Imagen 9 Listing, Market Performance Details: Valencia

En la *imagen 10* se evalúa la ocupación, se puede observar como la tasa de ocupación es de un 70% un porcentaje grande, aunque ha sufrido una disminución de un 1% en cuanto al año anterior. Por otro lado, en el gráfico se puede observar como este año 2023 de momento el mes con más ocupación es agosto, pero por poco ya que los meses de abril a agosto tienen una ocupación muy similar y el mes con menos ocupación fue enero y en términos generales se puede observar un descenso también en la ocupación mensual respecto al año anterior un descenso de un 1%.

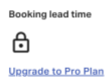
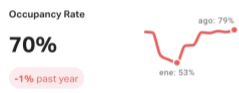
Market Performance Details: Valencia



Listings **Occupancy** Revenue Rates RevPAR

↑ Scroll To Top

Occupancy ⓘ



What percentage of the month was occupied? ▾

Export

Average monthly occupancy over the last 12 months ▾

-1% past year

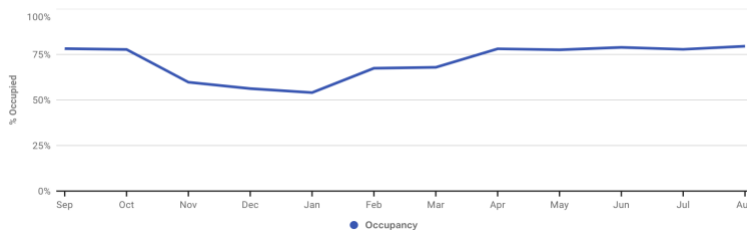


Imagen 10 Occupancy, Market Performance Details: Valencia

En la *Imagen 11* se analizan los ingresos calculando los mismos multiplicando la tarifa reservada incluyendo el servicio de limpieza por el número de días reservados. Podemos observar que en Valencia los ingresos medios anuales son actualmente de 28.700€ los cuales se han visto incrementados en un 8% más que el año pasado. En el gráfico se pueden observar los ingresos medios mensuales siendo de momento en 2023 agosto el mes con más ingresos mensuales unos aproximadamente 2.500. € y enero el mes con menos ingresos medios mensuales siendo estos unos 1.200€ aproximadamente, los ingresos medios mensuales se han incrementado en un 9% respecto al año pasado.

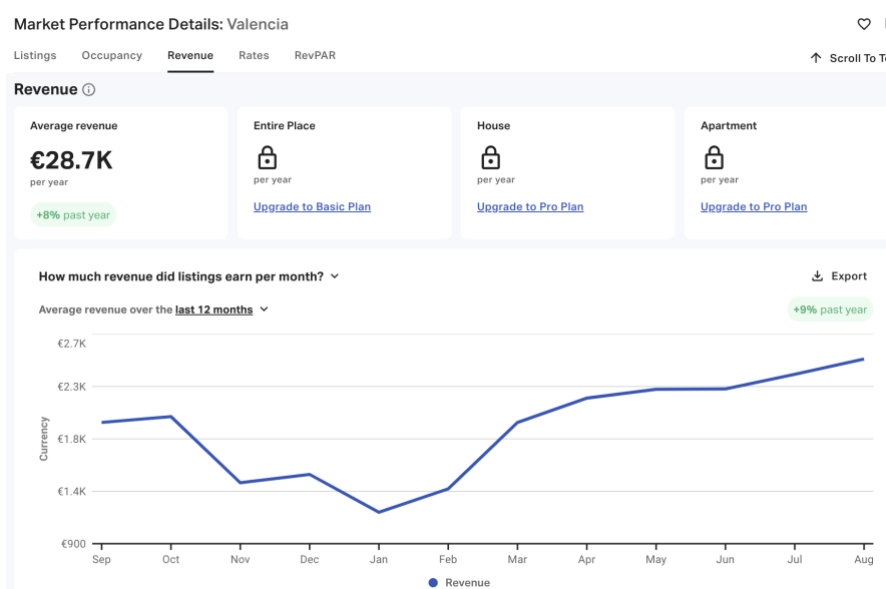


Imagen 11 Revenue, Market Performance Details: Valencia

En la *Imagen 12* se observan las tarifas. La tarifa media es de 112,70€ la noche un precio un 15% superior respecto al año pasado, se puede observar en la gráfica el precio medio mensual siendo enero el más bajo un poco inferior a 90€ la noche y agosto el precio medio más alto uno 125€ aproximadamente la noche. El precio medio mensual se ha incrementado un 16% respecto al año anterior.

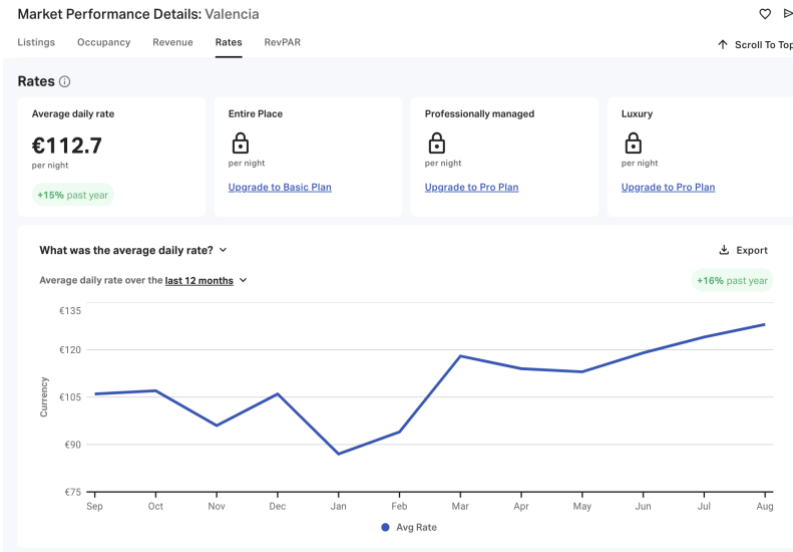


Imagen 12 Rates, Market Performance Details: Valencia

Por último, la imagen 13 permite analizar el mercado Valenciano respecto a los alquileres turísticos, en la imagen 13 obteniéndose datos sobre el denominado RevPAR explicado con anterioridad. Este con 86,00€ representa 34% más que el año pasado, también se puede observar en el gráfico la evolución respecto al año pasado la cual ha aumentado en un 7% y destacando como dato muy inferior en enero.

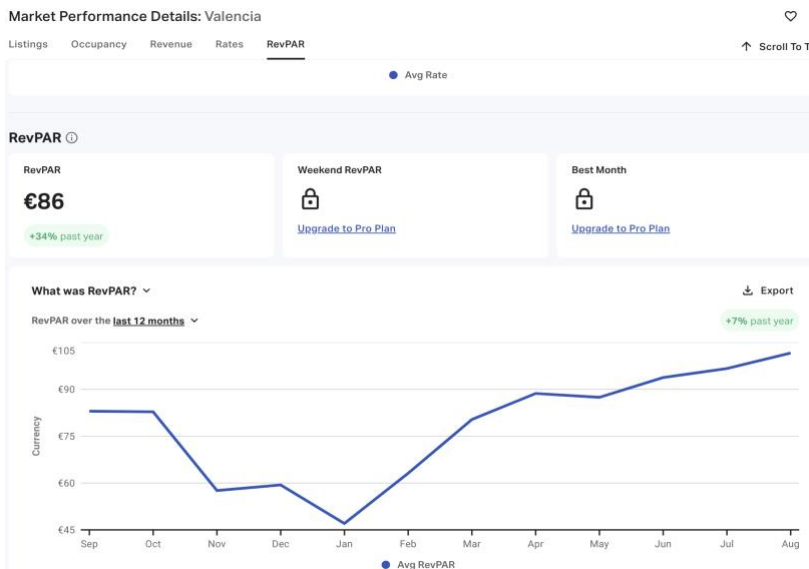


Imagen 13 RevPAR, Market Performance Details: Valencia

3.4.3 Análisis AIRBNB en Alicante

Se analizará en primer lugar la visión global *Imagen 14* en Alicante, con esta imagen refleja que el comportamiento del mercado es muy bueno de un 76%. Esta puntuación se ha extraído de cuatro componentes: 1) la demanda de alquiler, a la cual se refiere con la demanda de reservas existentes es de un 75% una puntuación alta 2) el crecimiento de los ingresos 62% 3) la estacionalidad un 46% lo que supondría que no es muy alta algo positivo y 4) la regulación 50%. Por otro lado, se pueden observar los cuatro gráficos que analizaremos a continuación.

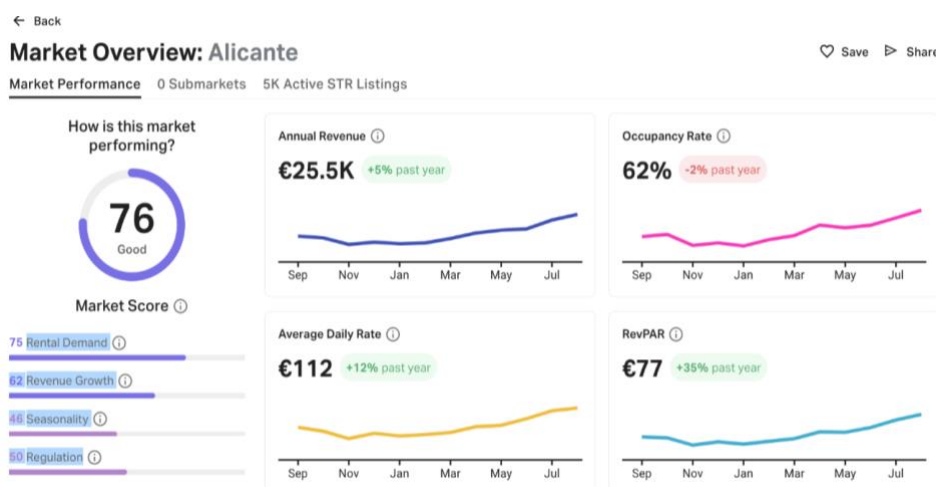


Imagen 14 Market Overview: Alicante

En la *Imagen 15* se puede ver un listado de rendimiento del mercado en Alicante, Este destino tiene un total de 3840 anuncios disponibles, un incremento del 14% respecto al año anterior, Airbnb predomina como canal en el que se anuncian las viviendas de uso turístico con un 88%, predominan las viviendas de unos turístico de 1 habitación en un 48%, el gráfico que indica el crecimiento de los alquileres turísticos en los últimos tres años ha aumentado un 16% en estos años. Los listados de disponibilidad anual los cuales la mayoría el 43% rondan entre 1-90 noches y por último el tipo de alquiler siendo la casa, apartamento... es decir vivienda privada consta de un 75% frente al 25% de la habitación privada y no hay oferta de alojamiento turístico en habitación compartida en Alicante.

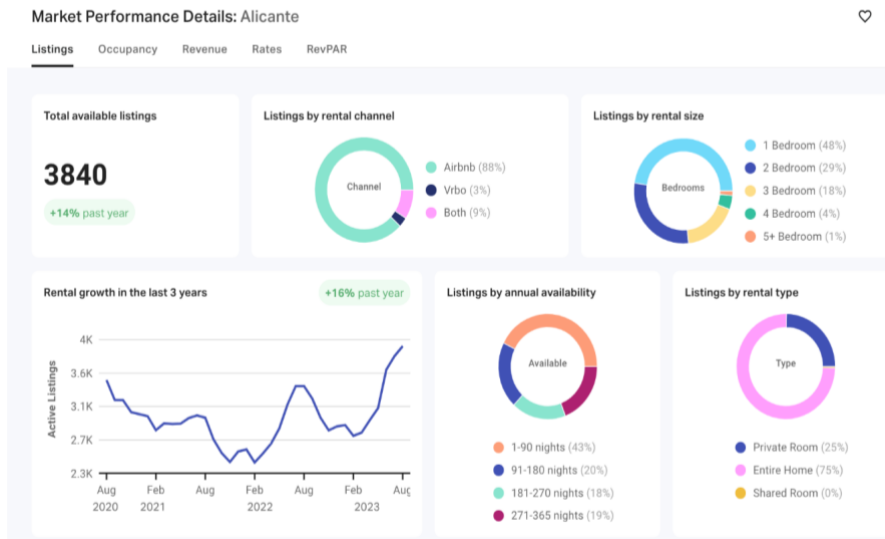


Imagen 15 Listings, Market Performance details: Alicante

En la imagen 16 se observan datos sobre la ocupación, la tasa de ocupación es de un 62% la cual ha sufrido una disminución de un 2% en relación con el año anterior. Por otro lado, en el gráfico se puede observar como este año 2023 de momento el mes con más ocupación es agosto el mes con menos ocupación fue enero y en términos generales se puede observar un descenso también en la ocupación mensual respecto al año anterior un descenso de un 3%.

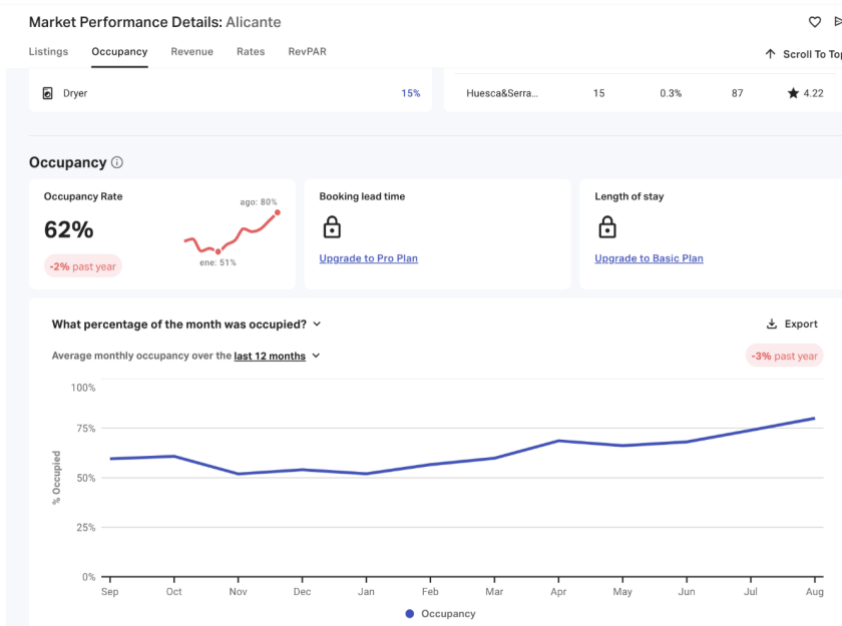


Imagen 16 Occupancy, Market Performance details: Alicante

En la *Imagen 17* se analizan los ingresos calculados como se ha indicado anteriormente en Alicante los ingresos medios anuales son actualmente de 25.500 los cuales se han visto incrementados en un 5% respecto el año pasado. En el gráfico se pueden observar los ingresos medios mensuales siendo de momento en 2023 agosto el mes con más ingresos mensuales unos aproximadamente 2.500€ y noviembre el mes con menos ingresos medios mensuales aproximadamente 1.100€, los cuales se han incrementado en un 6% respecto al año anterior.

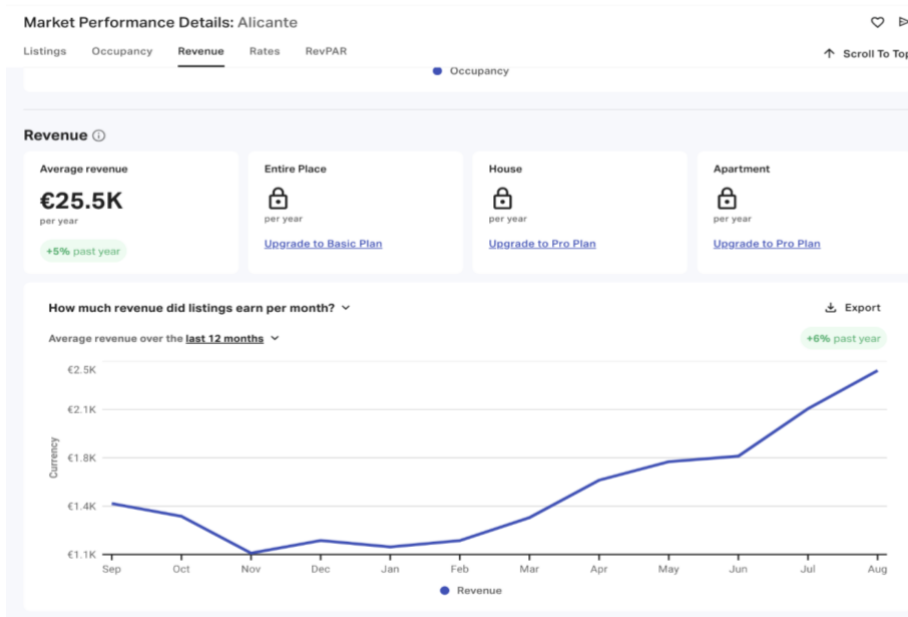


Imagen 17 Revenue, Market Performance details: Alicante

En la *Imagen 18* se observan las tarifas, la tarifa media es de 112€ la noche un precio un 12% superior respecto al año pasado. En la gráfica el precio medio mensual el más bajo en noviembre con unos 80€ la noche y agosto el precio medio más alto uno 130€ aproximadamente la noche. El precio medio mensual se ha incrementado un 14% respecto al año pasado

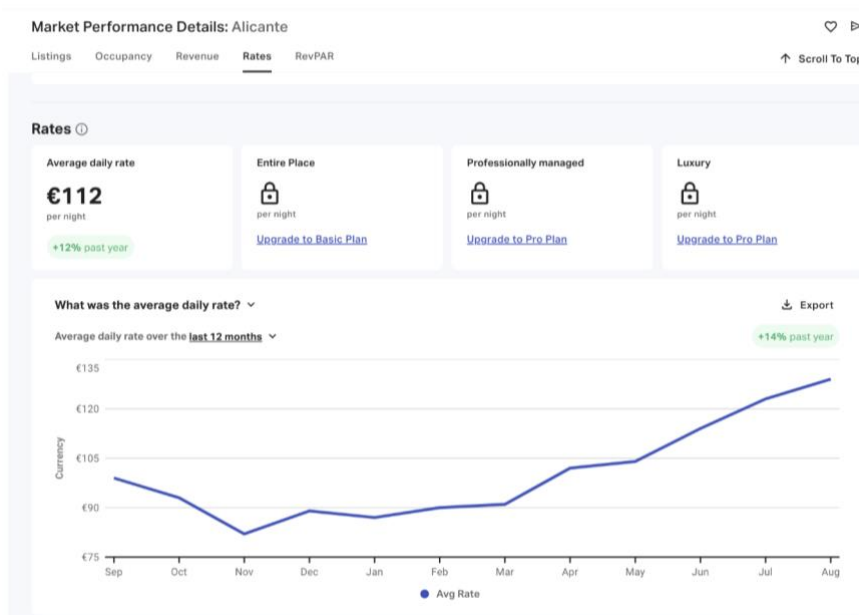


Imagen 18 Rates, Market Performance details: Alicante

La última imagen para analizar el mercado de Alicante, en la *imagen 19* se obtienen datos sobre el denominado RevPAR un 77€ lo que supone un 35% más que el año anterior. También se puede observar en el gráfico la evolución respecto al año anterior la cual ha aumentado en un 3% y destacando como dato muy inferior en noviembre.

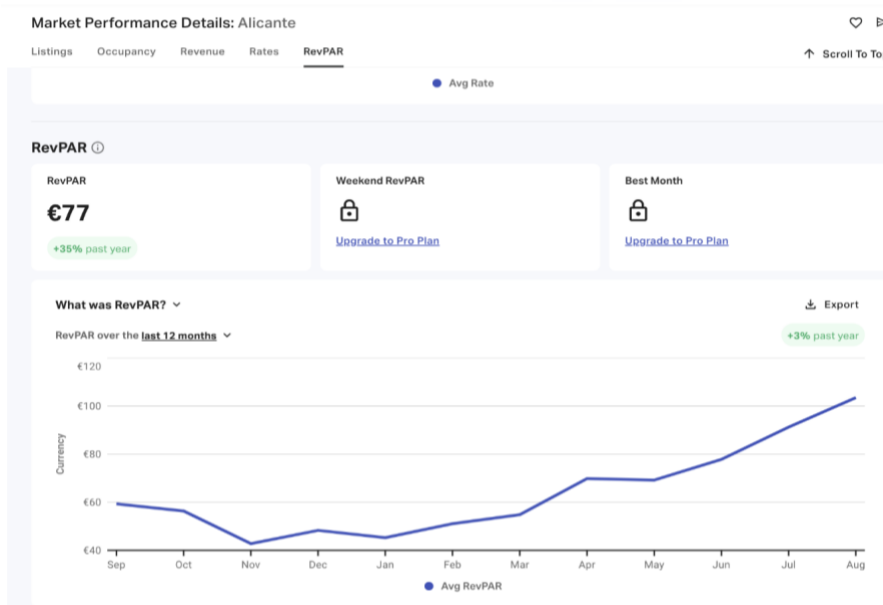


Imagen 19 RevPAR, Market Performance details: Alicante

3.5 Análisis AIRBNB en Cataluña centrado en Barcelona

Puesto que encontrar datos de la comunidad de Cataluña en general ha sido complicado me he centrado en Barcelona.

La visión global que encontramos del mercado de Barcelona en la *Imagen 20* es un muy buen comportamiento del mercado un 92%. Analizando los cuatro componentes que engloba este buen comportamiento encontramos 1) la demanda de alquiler, con una puntuación alta de 78% 2) el crecimiento de los ingresos 90% muy alto también 3) la estacionalidad un 57% que indicaría Barcelona como un destino estacional y 4) la regulación 58%. A continuación, analizaré de manera detallada los cuatro gráficos anteriores.

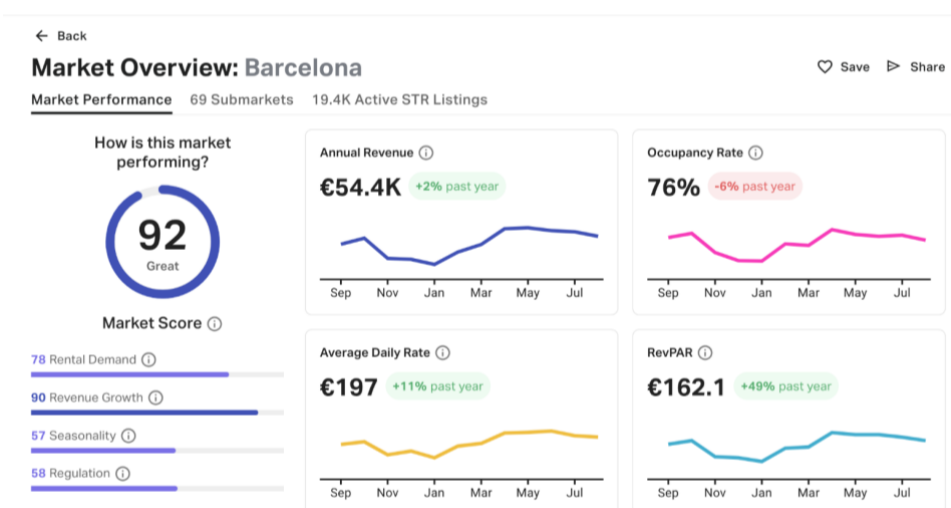


Imagen 20 Market Overview: Barcelona

En la *Imagen 21* listado de rendimiento del mercado en Barcelona, con 14.161 anuncios de viviendas turísticas, un incremento del 14% respecto al año anterior, Airbnb predomina como canal con una cuota de mercado del 90%, predominan las viviendas de unos turístico de 1 habitación con un 52%. El gráfico que indica el crecimiento de los alquileres turísticos en los últimos tres años ha aumentado un 14%. Los listados de disponibilidad anual la mayoría el 41% rondan entre 1-90 noches también hay un porcentaje del 35% considerable que rondan entre 271 y 365 noches lo cual me atrevo a decir que es a causa del coste elevado del alojamiento en Barcelona y por último el tipo de alquiler siendo la vivienda privada consta de un 62% frente al 37% de la

habitación privada y apenas un 1% de habitaciones compartidas como modo de alojamiento.

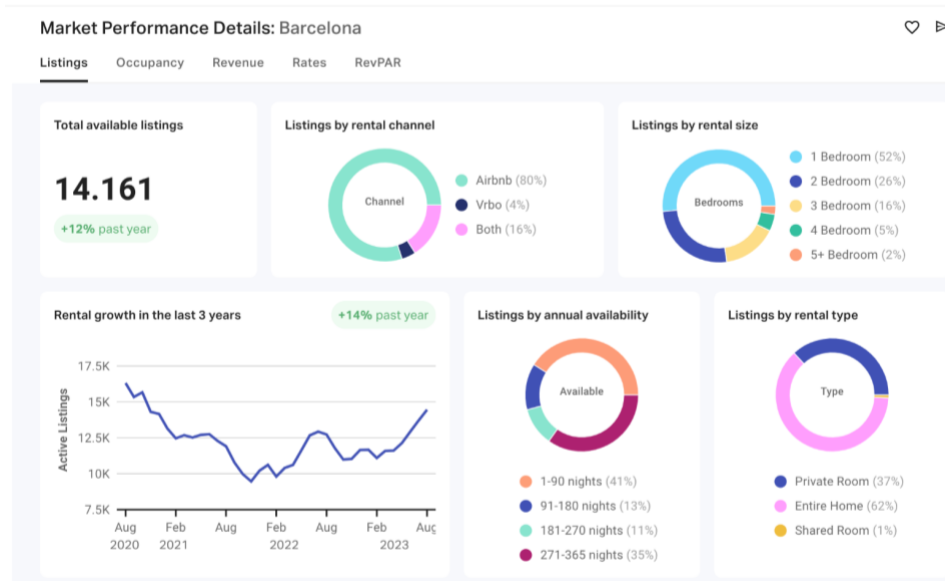


Imagen 21 Listing Market Performance Details: Barcelona

En la imagen 22 la ocupación, la tasa de ocupación es de un 76% la cual ha sufrido una disminución de un 6% en relación con el año anterior. Por otro lado, en el gráfico se puede observar como este año 2023 de momento el mes con más ocupación es abril el mes con menos ocupación fue enero y en términos generales se puede observar un descenso en la ocupación mensual respecto al año anterior un descenso de un 6%



Imagen 22 Occupancy, Market Performance Details: Barcelona

En la *Imagen 23* los ingresos. Así respecto a los ingresos medios anuales de Barcelona son 543.00€ viéndose incrementados en un 2% respecto al año pasado. En el gráfico se pueden observar los ingresos medios mensuales siendo de momento Abril con una media de 5.000 € y enero el mes con menos ingresos medios mensuales siendo estos unos 2.300 € aproximadamente, los ingresos medios mensuales se han incrementado en un 1% respecto al año anterior.

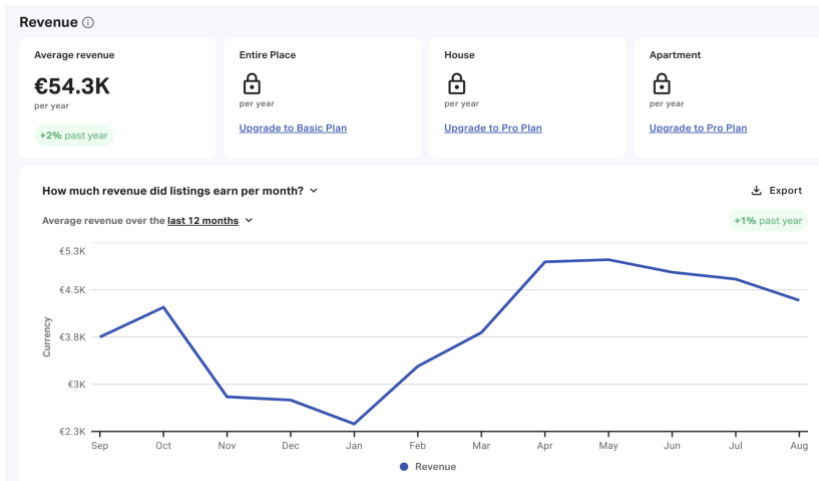


Imagen 23 Revenue, Market Performance Details: Barcelona

En la *Imagen 24* las tarifas, la tarifa media es de 198€ la noche un precio un 11% más que el año pasado, en la gráfica el precio medio mensual el más bajo en enero con unos 150€ la noche y junio el precio medio más alto 230€ aproximadamente la noche. El precio medio mensual se ha incrementado un 11% respecto al año anterior

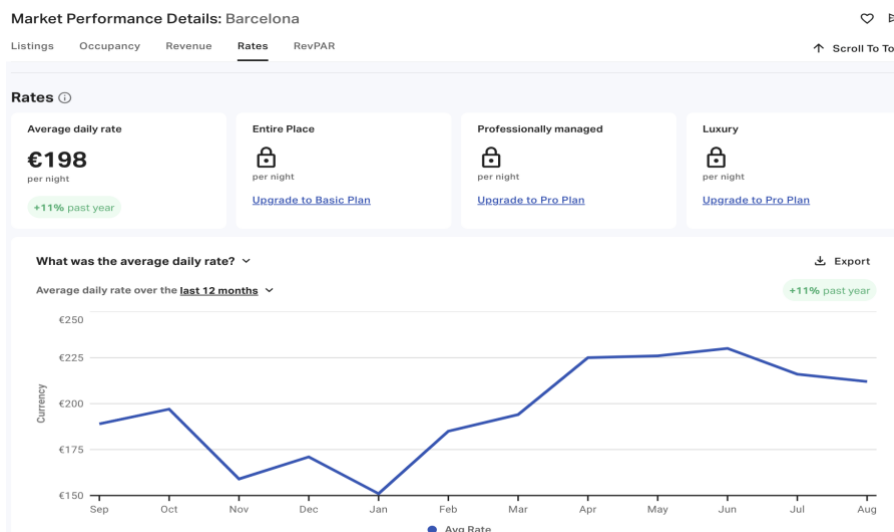


Imagen 24 Rates, Market Performance Details: Barcelona

La última imagen para analizar el mercado de Barcelona se corresponde a la *imagen 25* obteniéndose datos sobre el denominado RevPAR actualmente a un 162,10€ un 49% más que el año pasado, también se puede observar en el gráfico la evolución respecto al año pasado la cual ha disminuido en un 3% y destacando como dato muy inferior en enero.

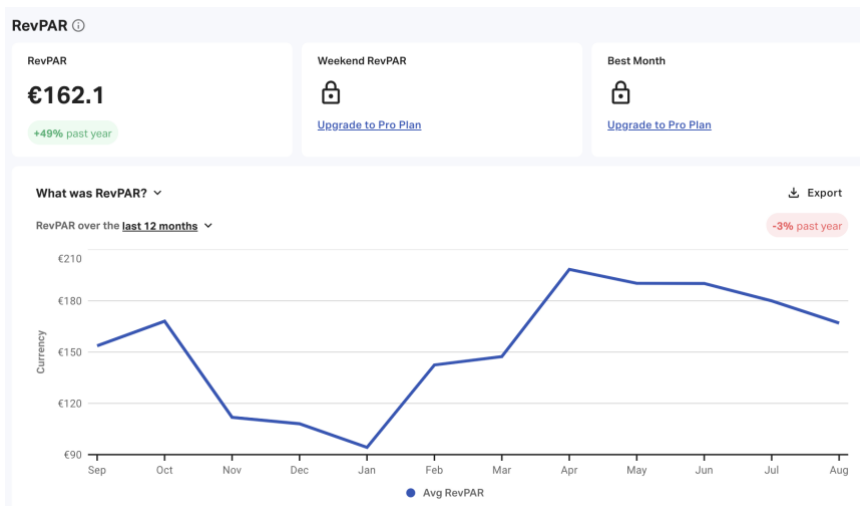


Imagen 25 RevPAR, Market Performance Details: Barcelona

3.6 Análisis AIRBNB en la Comunidad de Madrid

La visión global que encontramos del mercado de Madrid, en la *Imagen 26* es comportamiento del mercado un 100%, analizando los cuatro componentes que engloba este comportamiento encontramos 1) la demanda de alquiler, con una puntuación alta de 89% 2) el crecimiento de los ingresos 78% muy alto también 3) la estacionalidad un 82% que indicaría Madrid es un destino muy estacional y 4) la regulación 57%. A continuación, analizaré de manera detallada los cuatro gráficos anteriores.

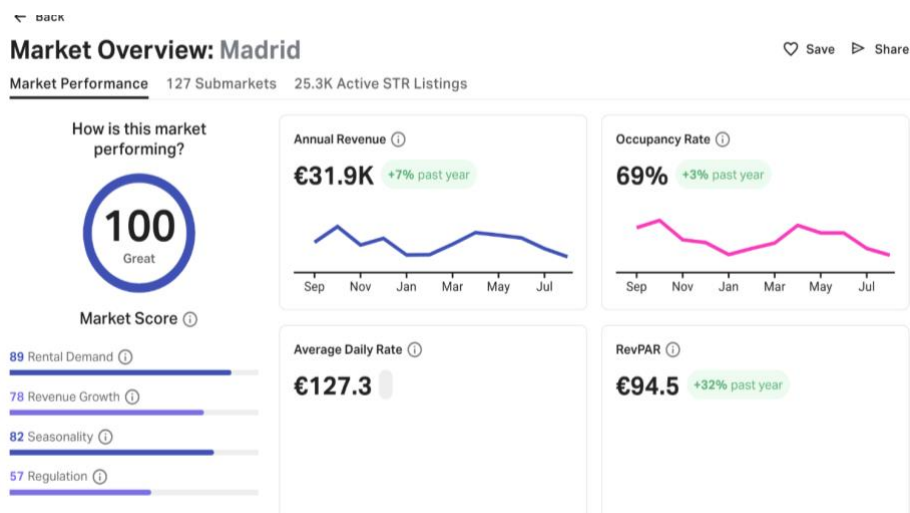


Imagen 26 Market Overview: Madrid

En la Imagen 27 listado de rendimiento del mercado de Madrid, con 19.438 anuncios de viviendas turísticas, un incremento del 17% respecto al año anterior, Airbnb predomina como canal con una cuota de mercado del 87%, predominan las viviendas de uso turístico de 1 habitación con un 66%, el gráfico que indica el crecimiento de los alquileres turísticos en los últimos tres años ha aumentado un 18%. Los listados de disponibilidad anual la mayoría el 39% rondan entre 1-90 noches también hay un porcentaje del 29% considerable que rondan entre 271 y 365 noches lo cual también considero que es por el elevado coste del alquiler en Madrid y por último el tipo de alquiler siendo la vivienda privada consta de un 68% frente al 31% de la habitación privada y apenas un 1% de habitaciones compartidas como modo de alojamiento.

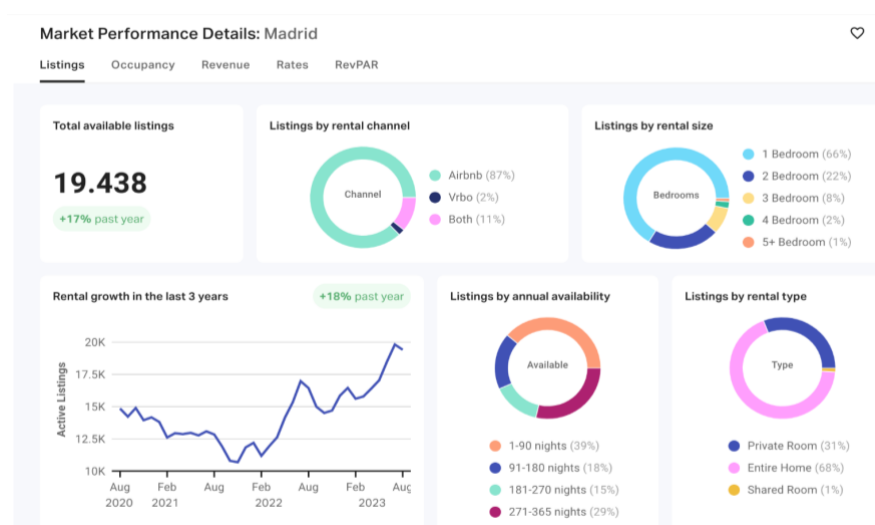


Imagen 27 Listing, Market Performance Details: Madrid

En la *imagen 28* refleja la tasa de ocupación. Esta es de un 69% con un aumento del 3% en relación con el año anterior. Por otro lado, en el gráfico se puede observar como este año, de momento el mes con más ocupación es abril, aunque si tenemos en cuenta los datos del año pasado es mes con más ocupación sería octubre el mes con menos ocupación fue enero y en términos generales se puede observar un aumento en la ocupación mensual respecto al año anterior de un 2%.



Imagen 28 Occupancy Market Performance Details: Madrid

En la *Imagen 29* los ingresos, los ingresos medios anuales de Madrid son 31.800 € los cuales se han visto incrementados en un 7% respecto al año pasado. En el gráfico se pueden observar los ingresos medios mensuales siendo de momento Abril con una media de 2.600 € y enero junto a febreros los meses con menos ingresos medios mensuales siendo estos unos 1.700 € aproximadamente, los ingresos medios mensuales se han incrementado en un 7% respecto al año pasado.



Imagen 29 Revenue, Market Performance Details: Madrid

En la Imagen 30 las tarifas, la tarifa media es de 127,90€ la noche un precio un 8% más que el año pasado, en la gráfica el precio medio mensual más bajo en enero junto a febrero con unos 120€ aproximados la noche y octubre el precio medio más alto 144€ aproximadamente la noche. El precio medio mensual se ha incrementado un 8% respecto al año pasado.

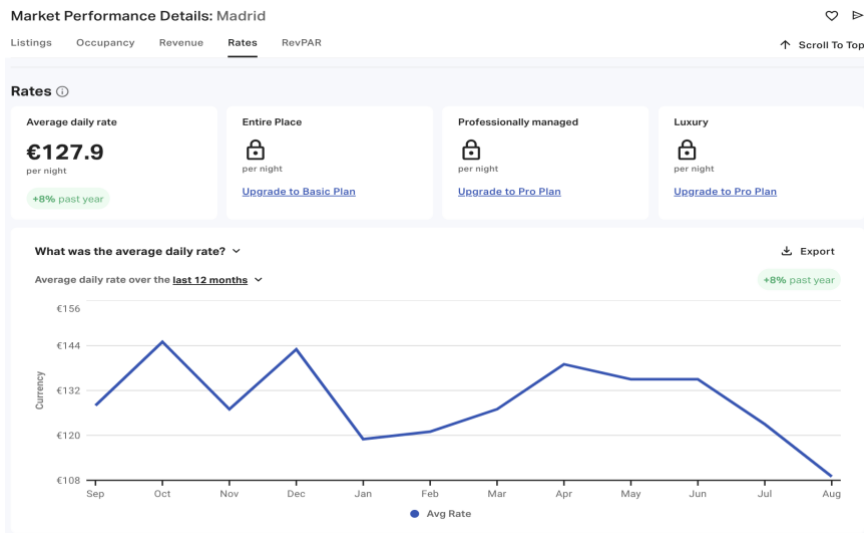


Imagen 30 Rates, Market Performance Details: Madrid

La última imagen para analizar el mercado de Madrid, en la imagen 31 se obtienen datos sobre el denominado RevPAR actualmente a un 94,50€ un 32% más que el año anterior,

también se puede observar en el gráfico la evolución respecto al año pasado con un aumento del 3% y destacando como dato muy inferior en enero y agosto.

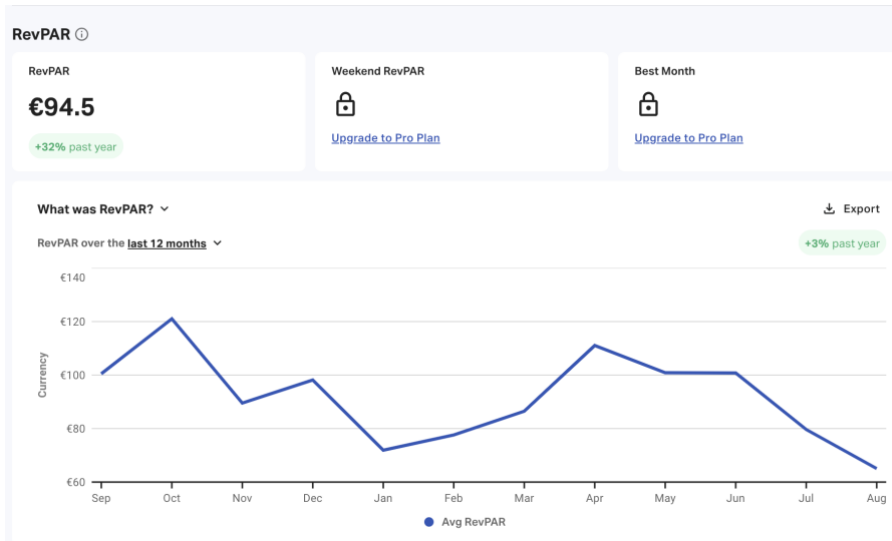
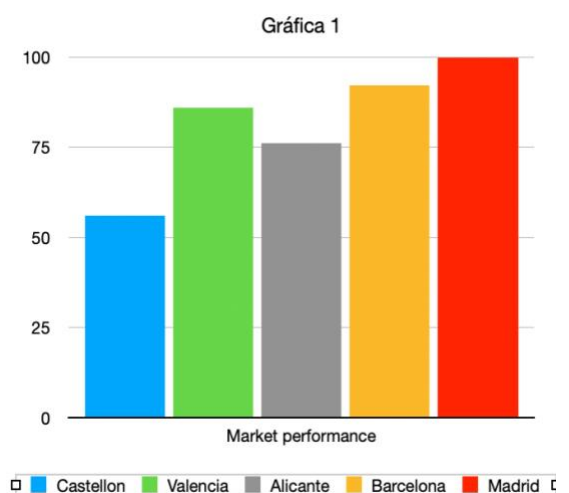


Imagen 31 RevPAR, Market Performance Details: Madrid

3.7 COMPARATIVA ENTRE COMUNIDADES

La Comunidad Valencia se compone por las provincias de Castellón, Valencia y Alicante y se han analizado los datos anteriores de manera individual ya que consideró que es la manera más correcta de llevarlo a cabo. Así analizaré primero las diferencias entre las provincias para luego compararlas con las ciudades de Madrid y Barcelona que son las principales comunidades en las que tiene presencia Airbnb. He de comentar que todos los gráficos son de elaboración propia en base a los datos extraídos de AirDna.

El primer punto por analizar lo podemos ver en la Gráfica 1, donde se ve cuál es el rendimiento del mercado en base a 100 esta sería la puntuación máxima. Este rendimiento depende del comportamiento del mercado en cuanto a demanda, del aumento de los ingresos, estacionalidad, regulación y capacidad de inversión.



Fuente: Elaboración propia

Lo que podemos observar es que dentro de la Comunidad Valenciana el comportamiento del mercado tiene una mejor puntuación en Valencia y una peor puntuación en Castellón y por otro lado tanto Barcelona como Madrid tendrían una mejor puntuación que la Comunidad Valenciana en general.

Importante tener en cuenta la cantidad de anuncios de viviendas, habitaciones turísticas que tiene cada comunidad u provincia anunciados información que se puede ver en la “tabla 1”. La primera columna corresponde a la cantidad de anuncios y la segunda al % de anuncios de la plataforma analizada Airbnb, Castellón tendría el % más alto de cantidad de anuncios, pero la cantidad de anuncios sería la más baja, sin embargo, Madrid cantidad de anuncios más alto y Barcelona % de anuncios de Airbnb más bajos.

Tabla 1

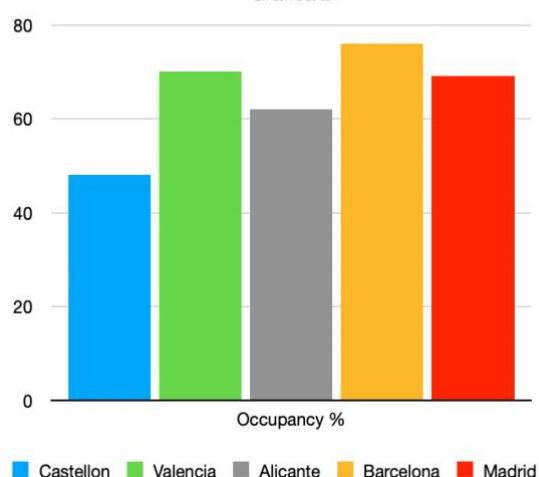
	Cantidad de anuncios	% Airbnb
Castellon	447	93
Valencia	8.126	90
Alicante	3.840	88
Barcelona	14.161	80
Madrid	19.438	87

Fuente: Elaboración propia

El segundo punto por analizar es la ocupación. Tal y como se puede observar en la Gráfica 2 dentro de la Comunidad Valenciana la provincia con más alta ocupación es Valencia la cual incluso supera a Madrid. Pero si tenemos en cuenta una media de la ocupación en la Comunidad Valenciana esta quedaría por debajo de Madrid, sea como fuese lo que está claro es que la comunidad que tiene la mayor ocupación es Barcelona.

También me gustaría comentar que tanto Castellón Valencia y Alicante han sufrido una disminución de su ocupación respecto a datos del año anterior entre un 1% y un 2%, pero Barcelona es la más afectada en cuanto a disminución de la ocupación en un 6%. Madrid sin embargo tendría una ocupación un 3% mayor respecto al año pasado un dato sin duda buena.

Gráfica 2

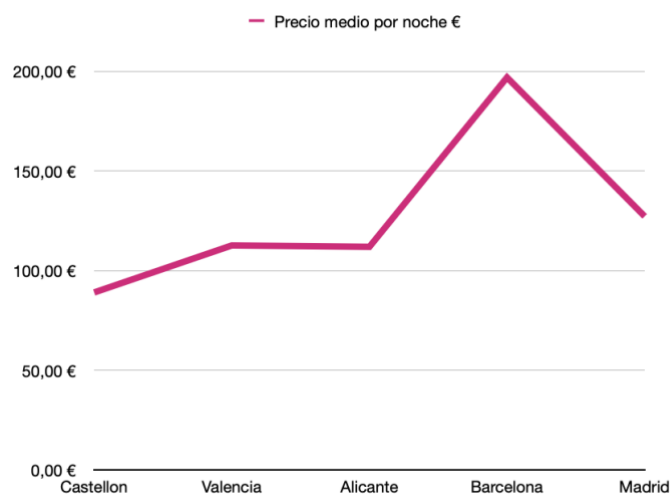


Fuente: Elaboración propia

Los últimos datos por analizar se corresponden al precio medio y los ingresos ambos en la gráfica 3. El precio medio por noche y gráfica 4 los ingresos medios anuales, analizándolos un poco correlativos ya que el precio medio determina los ingresos dependiendo estos de la cantidad.

En cuanto al precio medio de la Comunidad Valenciana se destaca que es similar entre las provincias de Valencia y Alicante aproximadamente 112€ por otro lado comprándolo con las demás comunidades el precio mayor sin ninguna duda sería Barcelona con 197 de media por noche.

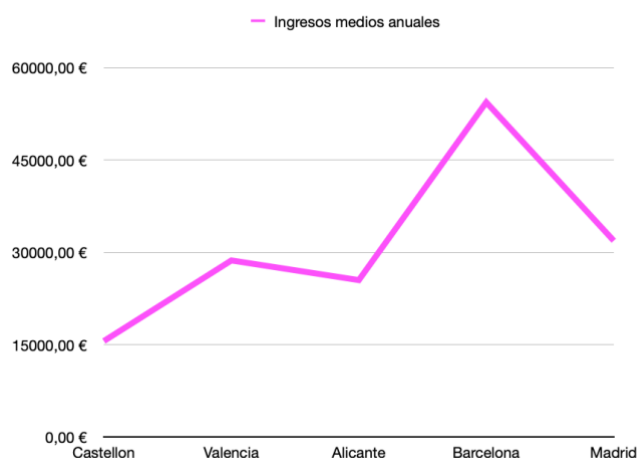
Gráfica 3



Fuente: Elaboración propia

Los ingresos medios anuales en la Comunidad Valenciana, los ingresos más altos son en Valencia y los más bajos en Castellón y en comparación definitivamente Barcelona tiene unos ingresos medios anuales muy por encima con unos 54.400€.

Gráfica 4



Fuente: Elaboración propia

Es comprensible que realice un análisis particular centrándome en Madrid y Barcelona, ya que ambas ciudades son destinos turísticos de renombre a nivel europeo y mundial. Según el informe sobre el Índice Global de Ciudades Destino, que mide la afluencia de turistas y el gasto por pernoctaciones de visitantes internacionales, Madrid y Barcelona destacan entre las principales ciudades europeas en cuanto a turismo. El alto nivel de recepción de turistas y el gasto turístico en estas dos ciudades las convierte en puntas clave en el mercado de alquiler a corto plazo incluyendo plataformas como Airbnb, dado que Madrid y Barcelona son destinos turísticos líderes, es natural que también tengan una gran presencia en plataformas de alquiler vacacionales como Airbnb, lo que puede influir e influye en una mayor disponibilidad de alojamientos a través de esta plataforma.

La popularidad de estas dos ciudades como destinos turísticos también puede plantear cuestiones específicas en cuanto a la regulación y el equilibrio entre los beneficios económicos del turismo y la protección de los intereses de las comunidades locales, lo cual expondré en los puntos siguientes. El análisis de la oferta alojativa en Airbnb en Madrid y Barcelona es relevante para comprender mejor el impacto de las plataformas de alquiler a corto plazo en estas ciudades y cómo se pueden abordar los desafíos relacionados con la turistificación y la regulación del sector.

Por otro lado, con relación a la Comunidad Valenciana también me gustaría analizar los datos que nos proporciona la Generalitat Valenciana sobre la actividad turística en la Comunidad Valenciana en el año 2021 ya que no hay informes más recientes ofrecen una visión interesante de la afluencia de turistas a las provincias de Alicante, Valencia y

Castellón, resumo los aspectos clave de las actividades turísticas en cada una de las provincias:

Castellón:

- En 2021, la provincia de Castellón recibió un total de 3,3 millones de turistas.
- El motivo principal de la visita fue el ocio recreo y vacaciones
- La estancia media en Castellón fue de cinco días. La estancia media más corta de todas.
- Es gasto total medio por viaje fue de 236,80€ y el gasto medio diario de 45,50€

Valencia:

- En 2021, la provincia de Valencia registró 7,9 millones de turistas.
- El motivo principal de la visita también fue el ocio, recreo y vacaciones.
- La estancia media en la ciudad fue de ocho días.
- El gasto medio por viajes 1002,50€ y el gasto medio diario 125,90€

Alicante:

- En 2021, la provincia de Alicante recibió un total de 9,5 millones de turistas
- El motivo principal de la visita fue el ocio recreo y vacaciones
- La estancia media de los turistas fue de doce días.
- El gasto medio por viaje se estimó en 113,70€ y el gasto medio diario fue de 93,50€

Datos que reflejan la importancia del turismo en la Comunidad Valenciana y van ligados a los datos extraídos por AirDna. La provincia de Alicante destaca principalmente por su turismo en la zona de costa Jávea, Altea, Benidorm...la cual atrae muchísimo turismo principalmente de sol y playa, la provincia de Valencia tiene muchos recursos turísticos entre ellos Ciudad de las Artes y la Ciencias, Oceanográfico... Castellón comparado con Valencia y Alicante sería la provincia que menos turismo recibe pero cabe destacar sus numerosos lugares como Morella la Organización Mundial del Turismo ha incluido entre los 44 mejores pueblos turísticos del planeta, Benicàssim, Oropesa, Peñíscola como destinos de costa.

Cada provincia atrae a turistas de diferentes perfiles y presupuestos, los datos son importantes para comprender la dinámica turística en cada región.

4. ECONOMÍA COLABORATIVA

4.1 Introducción

La economía colaborativa ha experimentado un auge significativo, transformado las convencionales prácticas comerciales y pautas de consumo.

En contraste con los modelos de negocio tradicionales en los que las empresas producen bienes y servicios para que los clientes los adquieran, en la economía colaborativa, los bienes y servicios se comparten a través de interacciones entre pares (peer to peer). Este acto de compartir no es en absoluto un concepto nuevo; de hecho, tiene raíces ancestrales en la historia de la humanidad. Por lo tanto, la economía colaborativa no puede considerarse como una idea completamente innovadora. Además, la colaboración entre empresas ha sido una estrategia de crecimiento ampliamente empleada desde la década de 1970, y en el caso de las organizaciones no gubernamentales (ONG), sin ninguna duda las alianzas colaborativas están en aumento, aunque puede haber diferentes grados de predisposición entre ellas para colaborar.

Sin embargo, lo que marca la diferencia en la actualidad con respecto a épocas anteriores es la difusión generalizada y el uso intensivo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) como facilitadoras clave de este proceso.

Las nuevas tecnologías permiten reducir los costes de las transacciones y a su vez los precios lo que lleva a una mayor eficiencia en el sistema. Entre estas tecnologías destaca Internet y todas aquellas relacionadas con las telecomunicaciones. Estas tecnologías han facilitado la creación, difusión e intercambio de información sobre productos y servicios, lo que ha posibilitado un intercambio más eficiente. Esto ha dado lugar a nuevas formas de compartir bienes y servicios entre los propietarios, productores y consumidores, fomentando la economía colaborativa.

Partiendo de esta base en este apartado del trabajo se pretende explicar la historia del concepto economía colaborativa, la definición de esta, las ventajas e inconvenientes de la misma, su expansión en el ámbito del turismo en España principalmente en los sectores del transporte y el alojamiento.

4.2 Historia y definición de la economía colaborativa

Actualmente nos encontramos en un ambiente económico en el que los hábitos de los consumidores están en continuo cambio, el sentido de la propiedad ha cambiado y para

los consumidores ya no es tan importante el hecho de poseer un bien o servicio si no que es suficiente poder acceder a él y con estos cambios por parte del consumidor vienen ligada la transformación del sector turístico que se ve obligado a reinventarse.

Con estos cambios aparece el concepto de la economía colaborativa la cual surge respaldada por la transformación digital y conlleva a la modificación de la oferta y demanda en el sector turístico.

El primer concepto que inicia el termino economía colaborativa, aparece en el año 1878 con el libro *“Community Structure and Collaborative Consumption: A routine activity approach”* los autores Joe L. Spaeth y Marcus Felson en el libro ambos debatían sobre el consumo colaborativo.

Ray Algar aportó en 2007 con su artículo *“Collaborative Consumption”* la definición de consumo colaborativo siendo esta: “un movimiento en el que los usuarios colaboran en línea para intercambiar bienes y servicios, compartir experiencias y unir su poder adquisitivo colectivo para obtener activos de alto valor, a través de plataformas. Sin embargo, el concepto de economía colaborativa, tiene su auge con una publicación de los autores de Rachel Botsman y Roo Rogers, los cuales tratan de establecer el concepto de economía colaborativa como como un posible cambio derivado de una crisis financiera internacional, en la que los individuos teniendo un sentimiento de comunidad, hostiles a un consumo desenfrenado y comprometidos con el medioambiente modifican su intervención en el mercado en el cual la confianza en el producto o servicio prevalece por encima de precio. Este fenómeno se definió como consumo colaborativo, pero no fue suficiente ya que la economía colaborativa es más que el término consumo.

Así como ultima definición y más completa mencionaré la definición que nos aporta la *La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (2016, p.17)* que define la economía colaborativa como “un conjunto heterogéneo y rápidamente cambiante de modos de producción y consumo por el que los agentes comparten, innovadoramente, activos, bienes o servicios infrautilizados, a cambio o no de un valor monetario, valiéndose para ello de plataformas digitales y, en particular, de Internet”,

Hoy en día existen numerosas definiciones del término “economía colaborativa”, pero cabe destacar que la gran mayoría de ellas incorporan algunas o todas de las siguientes características: uso temporal, relaciones entre consumidores, plataformas online. Estas definiciones sostienen que la economía colaborativa se impulsa gracias a factores

tecnológicos, económicos y sociales y tienen la capacidad de generar un nuevo modelo de negocio basado en las plataformas digitales es decir en Internet.

4.3 Ventajas e inconvenientes de la economía colaborativa

Internet ha desempeñado un papel fundamental en los modos de intercambio tanto en los modos tradicionales como en los nuevos. En poco tiempo han surgido diferentes tipos de modelos de intercambio, los cuales se han desarrollado en diferentes sectores. Varios autores como Owyand et al., 2013; Beck, 2014; EU Innovation Observatory, 2014; Cheng, 2015 han llevado a cabo investigaciones para delimitar las ventajas e inconvenientes de la economía colaborativa.

La economía colaborativa ofrece una serie de beneficios:

1. Reducción de la necesidad de poseer bienes individualmente
2. Disminución de precios
3. Aumento del uso de los recursos desaprovechados y una reducción del exceso de capacidad.
4. Mayor disponibilidad de recursos económicos para los consumidores, lo que les permite aumentar su consumo de otros bienes y servicios
5. Reducción de la contaminación
6. Fomento de la conciencia sobre la importancia de la sostenibilidad
7. Mejora en la prestación de servicios públicos, derivada de nuevos modelos de negocio como los viajes y el uso compartido de medios de transporte.
8. Aumento de la competencia aumentó el número de empresas lo que se traduce en una mayor variedad de oferta.
9. Reducción del desequilibrio de información entre proveedores y consumidores
10. Innovación en los servicios y métodos de pago.
11. Reducción de los costes de la búsqueda de información y transacciones.
12. Mejor eficiencia y aumentos de la competitivas de la economía debido a una utilización más efectiva de los recursos disponibles.

De otro modo es cierto que la implementación del modelo de economía colaborativa no está exenta de conflictos y desafíos por resolver.

Entre estos inconvenientes se incluyen:

1. La oposición de las empresas con modelos tradicionales que ven en la economía colaborativa una amenaza a sus modelos de negocio
2. La presión que se lleva a cabo a los gobiernos para regularizar las actividades colaborativas
3. Las empresas de marketing tradicional obtienen una reducción de ingresos y beneficios ya que la economía colaborativa a menudo se basa en recomendaciones personales y reseñas de usuarios en lugar de la publicidad tradicional.
4. La preocupación de los consumidores derivada de una falta de confianza en la calidad o fiabilidad de los servicios o productos prestados.
5. Falta de aspectos legales, regulaciones, competencias y seguros.
6. Posibles robos de datos de los consumidores

Es innegable que la economía colaborativa ha experimentado una expansión significativa a nivel mundial y los pronósticos indican que seguirá creciendo en un futuro cercano, Esto se debe a su capacidad para aprovechar de manera eficiente los recursos disponibles. Incluso la Comisión Europea ha reconocido que la economía colaborativa ofrece oportunidades para mejorar la eficiencia, estimular el crecimiento económico y crear empleo al permitir a los consumidores tomar decisiones con más información, sin embargo, ha destacado que deben llevarse a cabo nuevas regulaciones al respecto (European Parliamentary Research Service, 2015).

4.4 Economía colaborativa en el sector turístico

La economía colaborativa se ha extendido y se está extendiendo a diversos sectores económicos, abarcando las producciones de bienes, servicios profesionales, servicios financieros, educación, salud, o la logística entre otros, en un futuro muy próximo nuevos sectores participaran de la economía colaborativa formando así nuevos modelos de negocio.

Cabe destacar que el sector turístico es diverso y cuenta con una amplia variedad de actividades que ofrecen diversas empresas, sin duda el sector del alojamiento y el de transporte son los sectores en los que la economía colaborativa ha tenido más impacto.

En los últimos años los viajes que realizan los turistas han experimentado un cambio significativo, el avance tecnológico ha impulsado la competitividad en la industria del

turismo dando lugar a la aparición de nuevos modelos de negocio, plataformas y sistemas de intercambio lo que efectivamente se conoce por economía colaborativa.

Este fenómeno ha transformado la forma en que las personas planifican y disfrutan de sus viajes al ofrecer opciones más accesibles y flexibles, permitiendo a los viajeros compartir experiencias y recursos de manera innovadora.

Esto ha venido ligado a un cambio en los gustos de los consumidores, es cierto que los turistas modernos buscan y esperan experiencias nuevas y diferentes, explotar nuevas formas de alojamiento, sumergirse en la cultura local, experimentar las costumbres y descubrir una forma fresca de vivir el turismo, alejándose del modelo turístico tradicional. Como señalaron Henche y Salvaguardas en 2017, el enfoque actual es vivir la ciudad como un conjunto integral y disfrutar de todas sus facetas, lo que implica una inmersión más profunda y auténtica en el destino de viaje. Esta tendencia refleja la creciente demanda de experiencias únicas y significativas en lugar de simples itinerarios turísticos convencionales.

Con el cambio de modelo de consumo por parte de los turistas y a su vez la aparición de continuas tecnologías la sociedad cada vez más acostumbra a comunicarse y buscar información mediante las tecnologías, los beneficios económicos de estas plataformas son altos y esto es debido a la demanda por parte de los turistas, ya que los turistas desde hace ya algunos años planifican contratan, compran sus propios viajes por internet puesto que disponen de la herramientas y confían en las misma para poder gestionar ellos mismos sus propios viajes sin ningún inconveniente. para ello también tienen en cuentas las opiniones de otros usuarios que han utilizado los servicios y webs especializadas. La confianza de los usuarios en las compras online y su buen funcionamiento ha logrado la implantación de la economía colaborativa en el turismo.

Airbnb es un claro ejemplo de economía colaborativa y que lleva a cabo la colaboración e intercambio de recursos entre personas ha dado lugar a un nuevo modelo de alojamiento en el sector del alojamiento turístico. Esta plataforma estimula el consumo, aumenta la productividad, promueve la innovación y fomenta el emprendimiento individual sin requerir inversiones adicionales en infraestructura, aunque podrían darse todo esto depende de los anfitriones.

Además de su impacto en el sector turístico, Airbnb fomenta el turismo, y genera un impacto social cuando los anfitriones comparte su espacio con los huéspedes ya que se

lleva a cabo un intercambio cultural con personas de todo el mundo, lo que lleva a nuevas experiencias y a generar y establecer nuevas relaciones personales.

5. IMPACTOS NEGATIVOS DEL MODELO AIRBNB

El turismo de las ciudades basado en la expansión del sector del alojamiento turístico ha provocado y sigue provocando un fuerte impacto social, espacial y económico.

El rápido crecimiento y la amplia adopción de la plataforma Airbnb en muchas ciudades de todo el mundo han generado una serie de conflictos y preocupaciones, uno de los problemas más destacados es el aumento de los impactos negativos de la turistificación en algunas áreas urbanas. La turistificación alude al impacto que tiene la masificación turística en el tejido comercial y social de determinados barrios o ciudades como los alquileres de corta duración a través de plataformas como Airbnb, puede tener consecuencias negativas en las comunidades locales y en el mercado inmobiliario.

Algunos de los impactos negativos asociados al crecimiento de Airbnb y la turistificación incluyen:

1. **Aumento de los precios de alquiler:** La creciente demanda de viviendas para alquiler a corto plazo puede llevar a un aumento en los precios del alquiler a largo plazo.
2. **Escasez de viviendas:** la conversión de unidades residenciales en alojamientos turísticos puede reducir la oferta de viviendas y también puede llevar a la gentrificación. “La gentrificación sucede cuando un proceso de renovación y reconstrucción urbana se acompaña de un flujo de personas de clase media o alta que suele desplazar a los habitantes más pobres de las áreas de intervención”.
3. **Cambios en las tradiciones de la comunidad:** la llegada constante de turistas puede cambiar las costumbres y tradiciones de la comunidad con menos interacción entre residentes y una pérdida de sentido de comunidad.
4. **Regulaciones y cumplimiento:** La falta de regulación adecuada puede llevar a problemas de cumplimiento y a desafíos legales en relación con impuestos, normativas de seguridad y otros aspectos.
5. **Impacto en la calidad de vida:** El aumento del turismo puede generar congestiones en las áreas urbanas, afectando la calidad de vida de los residentes locales
6. **Pérdida de empleos en el sector hotelero:** El auge de Airbnb ha llevado a la competencia con la industria hotelera tradicional lo que a su vez ha generado preocupación sobre pérdida de empleos en este sector.

Estos problemas han llevado a un debate público sobre la regulación de plataformas como Airbnb en muchas ciudades, con el objetivo de equilibrar los beneficios económicos de la economía colaborativa con la protección de los intereses de las comunidades locales

Como comenté en el apartado anterior en Airbnb existen varios tipos de anfitriones, nos centraremos en el equipo para el hospedaje que son los anfitriones profesionales los cuales extraen vivienda del mercado residencial para alquilarla en Airbnb.

El principio fundamental de la economía colaborativa es que los recursos movilizados deben ser bienes temporalmente infrautilizados, es decir, bienes que están temporalmente ociosos. En el caso de Airbnb esto implicaría alquilar una vivienda personal cuando no está siendo utilizada o cuando el propietario se encuentra de vacaciones o una habitación de la misma vivienda. Sin embargo, no todas las ofertas de hospedaje en Airbnb cumplen este principio.

Los anfitriones “propietarios del anuncio” y los “con anfitriones” la clasificación que da Airbnb a sus anfitriones si cumplen con este principio ya que realizan esta actividad en su residencia principal o secundaria para obtener un ingreso adicional. De otro modo los anfitriones profesionales e inversores no cumplen con este principio básico de la economía colaborativa ya que su actividad implica sacar viviendas del mercado residencial para alquilarlas de manera continua a lo largo del año, en este caso no se trata de generar ingresos adicionales sino de crear un negocio propio.

Este contraste entre los anfitriones que siguen el modelo colaborativo y los que operan de manera comercial plantea cuestiones importantes en términos de regulación y política.

La distinción entre ambos tipos de anfitriones puede influir en las normativas y políticas que se aplican a la plataforma como Airbnb con el objetivo de equilibrar los beneficios económicos de la economía colaborativa con la protección de los intereses de las comunidades locales y el mercado del alquiler residencial.

No toda actividad realizada desde Airbnb se ajusta al modelo peer-to-peer (P2P) de intercambio entre particulares, sino que también involucra un modelo de hospedaje comercial donde actúan inmobiliarias, empresas especializadas, propietarios de viviendas.... un modelo de hospedaje comercial desarrollado en una plataforma destinada al hospedaje entre particulares.

La distinción entre la actividad en Airbnb que responde al modelo P2P y la que responde al modelo comercial es fundamental ya que su impacto en los procesos de turistificación varía significativamente, cuanto mayor sea el peso del modelo comercial en una ciudad, mayor será su impacto en la turistificación y en cambio cuanto mayor sea el peso del modelo P2P en una ciudad, menor será su impacto en los procesos de turistificación.

Los estudios previos que han analizado el impacto de Airbnb a nivel internacional indican que el mercado de Airbnb está dominado principalmente por anfitriones que siguen el modelo comercial, estos anfitriones son a menudo multipropietarios que gestionan múltiples ofertas en la plataforma y en muchos casos no utilizan sus propiedades como su residencia principal, en lugar de ello, su actividad consiste en retirar viviendas del mercado residencial para ponerlas a disposición en Airbnb.

Las ofertas que siguen el modelo P2P son una minoría en comparación con las comerciales (Gil 2018). Este desequilibrio en la plataforma plantea desafíos significativos en términos de regulación y políticas para abordar los efectos de la turistificación en las ciudades.

5.1 La “prohibición” de Airbnb en Nueva York

En Nueva York, actualmente como alcalde se encuentra Eric Adams el cual lleva varios años en una lucha constante con la regulación de los alquileres de corta duración, las estimaciones por parte del ayuntamiento sostienen que existen alrededor de 10.800 alquileres ilegales de corta duración en toda la ciudad lo que convierte esta cuestión es uno de los principales focos de atención en términos de regulación.

Desde el cinco de septiembre de 2023, las autoridades municipales han intensificado la aplicación de la normativa relacionada con los alquileres a corto plazo. En junio de 2023, se aprobó la Ley local 18 en la ciudad, que ahora requiere que los anfitriones de plataformas registren sus propiedades en la oficina de ejecución especial de la alcaldía de Nueva York para poder llevar a cabo alquileres. Esta regulación pionera en la ciudad también establece la posibilidad de sanciones civiles de hasta 5.000 dólares por infracciones. Independientemente de que los anfitriones se registren en el servicio municipal la normativa prohíbe el alquiler de apartamentos completos para estancias de menos de un mes, si se quisiera alquilar la vivienda menos de un mes el propietario tendría que estar presente en ese momento es decir podría alquilar una habitación o dos ya que solo se puede alojar a dos huéspedes como máximo, pero no una vivienda completa lo que lleva a la prohibición de los alquileres a corto plazo.

Según informes de la revista Forbes especializada en el mundo de los negocios y las finanzas, los alquileres a corto plazo en la ciudad de Nueva York generaron unos ingresos netos anuales a la plataforma Airbnb de 85 millones de dólares, más del 1% de los ingresos anuales de la empresa Airbnb, aproximadamente en Nueva York existían 30.000 viviendas registradas en Airbnb que tenían una mayor libertad legal.

En otras ciudades ya se han aplicado regulaciones de los alquileres turísticos. Por ejemplo, Dallas ha restringido los alquileres turísticos en áreas específicas con el objetivo de evitar fiestas molestas y situaciones peligrosas. Otras ciudades como las provincias canadienses de Quebec y Memphis ahora requieren una serie de permisos para este tipo de alojamientos. En San Francisco, se ha limitado la cantidad de tiempo de alquiler de la vivienda completa a través de Airbnb a noventa días al año, en Ámsterdam se establece un límite de treinta noches al año, en París se permite ciento veinte días al año. Berlín, por su parte, había prohibido la mayoría de oferta de Airbnb en el pasado, aunque revocó la decisión en 2018. Cada ciudad intenta abordar de manera específica los inconvenientes que plantea el alquiler turístico en su localidad.

Se ha agudizado una crisis de vivienda debido al aumento de los alquileres turísticos. Esto ha resultado en un aumento de los precios de la vivienda y de los alquileres, especialmente en el centro de las ciudades, lo que ha llevado a que los residentes tengan que buscar viviendas en las afueras donde los precios son más asequibles. ¿Provocarán estas inconvenientes restricciones en todas las ciudades en las que Airbnb esté presente? ¿Será el fin de este modelo de negocio? me pregunto entre otras cuestiones, pero lo cierto es que, a pesar de las leyes, normativas, restricciones... para regular los alquileres a través de Airbnb, la compañía continúa experimentando un crecimiento sólido. En el segundo trimestre de 2023, Airbnb registró ganancias de 2.500 millones de dólares, un 18% más que el año anterior. A pesar de los desafíos regulatorios, Airbnb sigue siendo una fuerza significativa en la industria de los alojamientos y experiencias turísticas.

6. REGULACIÓN GENERAL AIRBNB

La normativa que regula las actividades de alquiler de viviendas y habitaciones a través de plataformas como Airbnb en España puede variar según la comunidad autónoma y el municipio en el que se encuentre la propiedad. La regulación específica puede incluir restricciones en cuanto a la duración de las estancias, el número de huéspedes

permitidos, los requisitos de seguridad, el pago de impuestos y las licencias necesarias. A continuación, proporcionaré una visión general de la normativa en España, pero es importante consultar con las autoridades locales y profesionales legales para obtener información actualizada y específica para cada ubicación.

- **Licencias para ejercer la actividad:** muchas ciudades y jurisdicciones requieren que en este caso los anfitriones adquieran una licencia antes de iniciar su actividad en el sector. Prácticamente la mayoría de los gobiernos locales tienen en una página web oficial el proceso para obtener licencias comerciales y la información y formularios que hay que rellenar para poder ejercer la actividad.
- **Regulación de vivienda y urbanización:** La mayoría de los gobiernos locales y, en general, muchas administraciones jurídicas tienen leyes sobre los requisitos mínimos para la construcción, mantenimiento de propiedades, diseño, estándares de ocupación, salud y seguridad entre otros. Es posible que se apliquen a su anuncio como anfitrión de una propiedad ciertas reglas relativas a usos residenciales y no residenciales. Inclusive algunos gobiernos locales pueden exigir inspecciones a las propiedades para asegurarse de que se cumplen los criterios mencionados anteriormente.
- **Normativa de urbanismo:** en la mayoría de las ciudades los ayuntamientos se rigen por leyes que regulan el propósito para el cual puedes hacer uso de tu vivienda. Esta normativa se puede encontrar en los códigos de planificación o zonificación de cada ciudad, es un requisito indispensable que se tenga conocimiento de estas leyes para poder comprobar si las viviendas cumplen con estos requisitos urbanísticos existentes.
- **Licencias especiales:** algunas administraciones pueden requerir licencias específicas para alquilar una vivienda.
- **Impuestos:** en algunas administraciones se exige que los anfitriones cobren impuestos por cada noche de estancia las llamadas "tasas turísticas" y los remitan al ayuntamiento o entidad correspondiente. En algunas zonas Airbnb ha creado acuerdos con los gobiernos y está obligada por la ley a recaudar y remitir los impuestos locales por parte de los anfitriones, así lo hace en Alemania, Portugal, EE. UU entre otros.
- **Leyes municipales de alquiler:** si hospeda a huéspedes a largo plazo, lo más probable es que deba cumplir con las leyes municipales de alquiler, estas son distintas dependiendo de cada normativa local. Estas regulaciones pueden

imponer obligaciones financieras específicas y por consiguiente conceder a los huéspedes sus correspondientes derechos.

También es posible que se apliquen otro tipo de leyes en relación con la propiedad.

Airbnb se compromete con las autoridades locales para promover que las personas puedan alquilar sus viviendas siempre respetando la jurisprudencia vigente.

7. CONCLUSIÓN

A modo de conclusión el análisis de la plataforma de Airbnb, un “fenómeno revolucionario” que ha cambiado el modo de alojamiento turístico, analizar su evolución y desarrollo a lo largo de los años me ha permitido observar la transformación del sector turístico, el cambio de comportamientos, gustos entre otros de los consumidores y también me ha llevado al concepto de economía colaborativa. La economía colaborativa en el ámbito turístico ha introducido formas innovadoras de viajar, alojarse y participar en la cultura local a un coste menor como el caso de Airbnb que se ha convertido en un referente en la industria turística con más de 10 millones de reservas desde su creación en 2008.

La falta de datos disponibles y la ausencia de información completa me ha complicado realizar un análisis del impacto de Airbnb en las distintas Comunidades Autónomas de España, por lo que me he centrado en analizar la Comunidad Valenciana, la Comunidad de Madrid y la ciudad de Barcelona, debido a su importancia en el sector turístico y a las preocupaciones sobre la turistificación en estas áreas.

La elección de Barcelona y la Comunidad de Madrid son lógicas ya que han sido ambas epicentro de debate en cuanto a la turistificación y el papel de Airbnb en este fenómeno. Airbnb ha sido objeto de polémica en relación con su impacto en el mercado de alquiler residencial y la presión sobre los recursos en áreas turísticas.

A pesar de las limitaciones, el análisis enfocado en ciudades clave, proporciona información sobre el impacto de Airbnb y la economía colaborativa en el turismo y la vivienda en España.

España es, sin lugar a duda, un gigante en la industria del turismo a nivel mundial. Su rica herencia cultural, paisajes variados, playas espectaculares, ciudades vibrantes y un clima atractivo han atraído a millones de turistas de todo el mundo durante décadas. La popularidad de España como destino turístico ha contribuido al auge de plataformas como Airbnb.

Es cierto que el alto índice de propiedad de viviendas en España, en comparación con la media europea, ha desempeñado un papel importante en el éxito de Airbnb en el país.

La disposición de los propietarios a alquilar sus viviendas a corto plazo a través de la plataforma ha creado una oferta diversa y abundante de alojamientos en toda España, lo que ha beneficiado tanto a los turistas como a los propietarios.

La combinación de la popularidad de España como destino turístico y la disposición de los propietarios a participar en la economía colaborativa ha convertido a Airbnb en una fuerza significativa en el mercado turístico español. Esta tendencia ha planteado desafíos y oportunidades en términos de regulación, impacto en la vivienda local y la gestión del turismo, lo que requiere una atención constante por parte de las autoridades y las partes interesadas.

En mi opinión dada su importancia en el turismo, es fundamental que España continúe supervisando y regulando adecuadamente el mercado de alquiler vacacional, garantizando que los beneficios económicos se equilibren con la protección de los intereses de las comunidades locales y la sostenibilidad a largo plazo del sector turístico en el país.

8. BIBLIOGRAFÍA

- *Análisis de la economía colaborativa en el Turismo Urbano. Estudio de la implantación de Airbnb en Madrid y Barcelona* disponible en: <https://revistas.um.es/turismo/article/view/474481/305331>
- *Artículo: El alojamiento colaborativo: Viviendas de uso turístico y plataformas virtuales*, Ana María De la Encarnación disponible en: <https://revistasonline.inap.es/index.php/REALA/article/view/10350/10927>
- *Artículo: El turismo de los Millennials; Airbnb y la economía colaborativa*, Ricardo Rolando Fonseca Saldaña y Adán Humberto Estela disponible en: <https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/administrativas/article/view/19158/16074>
- P2P mass tourism phenomenon: The Airbnb case in Spain through three cases studies. *Sustainability (Cartagena)*, 10(8), 2933.
- *Tipologías y antecedentes de la actividad turística* Ibáñez, R., & Rodríguez, I. (2012).
- *AirDna*, disponible en <https://app.airdna.co/data/es/30836?tab=performance>
- *Airbnb*, Web oficial disponible en: <https://news.airbnb.com/es/about-us/>
- *Airbnb informe sobre la comunidad de Madrid*, disponible en: https://asiri.es/wp-content/uploads/2018/11/Spain-Madrid_ActivityReport-Airbnb.pdf

- *Así es la nueva clasificación de categorías de Airbnb, Portal el Inmobiliario, disponible en: <https://inmobiliario.do/asi-es-la-nueva-clasificacion-de-categorias-de-airbnb/>*
- *Análisis de la competencia entre Airbnb y otras alternativas de negocio (trabajo fin de grado Universidad de Madrid), Lucia Sánchez Montaña Herrero, Disponible en: <https://repositorio.comillas.edu/rest/bitstreams/145881/retrieve>*
- *Ciudades españolas en contra del Airbnb, Artículo Businessinsider, disponible en: <https://www.businessinsider.es/ciudades-espanolas-luchan-airbnb-regulaciones-1063299>*
- *La pasividad del Ayuntamiento y la Comunidad ante el crecimiento de Airbnb. El País. Disponible en: <https://elpais.com>*
- *Los hoteles de alta gama no perciben las plataformas de turismo, como Airbnb, como una amenaza, Artículo Universidad de Catalunya, disponible en: <https://www.uoc.edu/portal/es/news/actualitat/2022/301-airbnb-hoteles-barcelona.html>*
- *Turismo colaborativo: ¿Está Airbnb transformando el sector del alojamiento?, Artículo Universidad de Alicante, disponible en: https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/73628/1/2016_Moreno-Izquierdo_etal_Economistas.pdf*
- *Impacto social y desarrollo Airbnb destinos turísticos residenciales, Coord. Guadalupe Ortiz, Antonio Aledo, José Andrés Domínguez Gómez Universidad de Alicante, disponible en: https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/132059/1/Jimeno_etal_Impactos-fenomeno-Airbnb-destinos-turistico-residenciales.pdf*
- *Legislación Empresas Turísticas de la Comunitat Valenciana, disponible en: https://www.turisme.gva.es/opencms/opencms/turisme/es/contents/legislacion/empresa_turistica/empresa_turistica.html*
- *Legislación de la Comunidad de Madrid, disponible en: http://www.madrid.org/wleg_pub/secure/normativas/contenidoNormativa.jsf?opcion=VerHtml&nmnorma=8631&cdestado=P#no-back-button*
- *INE página web oficial del Instituto Nacional de Estadística, Viviendas turísticas en España, disponible en: https://www.ine.es/experimental/viv_turistica/experimental_viv_turistica.htm*
- *Reservas de Airbnb superan el máximo prepandemia, Artículo Statista, Mónica Mena Roa, disponible en: <https://es.statista.com/grafico/26863/numero-de-noches-y-experiencias-reservadas-en-airbnb/>*

- CIRIEC-España, *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, N.º 88, diciembre 2016, pp. 259-283, disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/174/17449696009.pdf>
- *Expansión de la ciudad turística y nuevas resistencias. El caso de Airbnb en Madrid* Javier Gil y Jorge Sequera disponible en: <https://www.redalyc.org/journal/2971/297165396001/297165396001.pdf>
- *Nueva York 'se libra' de Airbnb a partir de septiembre con una ley que limita los alquileres de corta duración* Raúl Novoa González, disponibles en: <https://www.elsaltodiario.com/vivienda/nueva-york-libra-airbnb-septiembre-ley-limita-alquileres-corta-duracion>
- *Nueva York prohíbe los apartamentos turísticos y altera a Airbnb*, *Las provincias*, disponible en: <https://www.lasprovincias.es/economia/vivienda/nueva-york-prohibe-apartamentos-turisticos-20230908163423-nt.html>
- *Evolución de la actividad turística provincia de Alicante*, *Generalitat Valenciana* Disponible en: https://www.turisme.gva.es/tcv/tcv2021/2_Alicante_2021c.pdf
- *Evolución de la actividad turística provincia de Castellón*, *Generalitat Valenciana* Disponible en: https://www.turisme.gva.es/tcv/tcv2021/3_Castellon_2021c.pdf
- *Evolución de la actividad turística provincia de Valencia*, *Generalitat Valenciana* Disponible en: https://www.turisme.gva.es/tcv/tcv2021/4-Valencia_2021c.pdf