

UNIVERSIDAD DE OVIEDO

Facultad de Comercio, Turismo y Ciencias Sociales Jovellanos

TRABAJO FIN DE GRADO GRADO EN COMERCIO Y MARKETING

**ECONOMÍA DE PLATAFORMAS DIGITALES: EL CASO DE *AIRBNB*
EN LA CIUDAD DE MADRID**

AUTOR: Julia Díaz Menéndez

Gijón, 23 de enero de 2025

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y ORIGINALIDAD DEL TRABAJO FIN DE GRADO

(de acuerdo con lo establecido en el artículo 8.3 del Acuerdo de 5 de marzo de 2020, del Consejo de Gobierno de la Universidad de Oviedo, por el que se aprueba el Reglamento sobre la asignatura Trabajo Fin de Grado de la Universidad de Oviedo)

D./D.ª Julia Díaz Menéndez

DECLARO QUE:

El Trabajo Fin de Grado titulado Economía de plataformas digitales: el caso de *Airbnb* en la ciudad de Madrid, que presento para su exposición y defensa, es original y he citado debidamente todas las fuentes de información utilizadas, tanto en el cuerpo del texto como en la bibliografía.

En Gijón, a 23 de enero de 2025

Firmado:

RESUMEN

El crecimiento de las plataformas colaborativas como *Airbnb* ha supuesto la transformación del mercado de la vivienda vacacional, provocando la turistificación de muchos barrios en un gran número de ciudades. Este trabajo analiza la oferta alojativa de *Airbnb* en la ciudad de Madrid. Esta investigación tiene como objetivos conocer y proporcionar información acerca de la situación real del Centro de Madrid, el estado de los *multi-host*, las consecuencias de su presencia y el porcentaje de propiedades que dispongan de licencia. Para la realización del estudio se han extraído datos de *InsideAirbnb*. Se utiliza información sobre el número de viviendas, segmentadas por la tipología de apartamento y ubicación geográfica, para así analizar los diferentes atributos que afectan a un anuncio. El estudio ha concluido que la oferta alojativa está controlada por los *multi-host*. Estos concentran la gran parte de su actividad en el Centro, aumentando las consecuencias negativas de la turistificación.

Palabras clave: Plataformas colaborativas; *Airbnb*; turistificación; Madrid; Centro; *multi-host*.

Digital platform economy: the case of Airbnb in the city of Madrid

ABSTRACT

The growth of collaborative platforms such as Airbnb has transformed the vacation housing market, driving the touristification of many neighborhoods in numerous cities. This paper analyzes the supply of Airbnb accommodations in the city of Madrid. The objectives of this research are to understand and provide detailed information about the current situation in the center of Madrid, the role of multi-hosts, the consequences of their presence, and the percentage of licensed properties. To conduct the study, data was extracted from InsideAirbnb. Information on the number of properties, segmented by type of accommodation and geographic location, was used to analyze the various attributes affecting listings. The study concludes that the supply of accommodations is largely controlled by multi-hosts, who concentrate most of their activity in the city center, exacerbating the negative consequences of touristification.

Key words: Collaborative platforms; Airbnb; touristification; Madrid; center; multi-hosts.

ÍNDICE

1.INTRODUCCIÓN.....	7
2. MARCO CONCEPTUAL	8
2.1. Concepto de la economía colaborativa.....	8
2.2. Ventajas e inconvenientes de la economía colaborativa.....	10
2.3. Motivos que explican la expansión de la economía colaborativa.....	11
2.4. La economía colaborativa en España	12
3. EL FENÓMENO AIRBNB	12
3.1. Origen y auge de <i>Airbnb</i>	12
3.2. <i>Airbnb</i> y la profesionalización de la economía colaborativa.....	14
3.3. <i>Airbnb</i> en España	16
4. CASO DE ESTUDIO: AIRBNB EN LA CIUDAD DE MADRID	20
4.1. Contexto.....	20
4.2. Datos	20
4.3. Número de viviendas anunciadas por tipo de alojamiento y ubicación geográfica	21
4.4.Características de las viviendas vacacionales por tipo de alojamiento y ubicación geográfica.....	25
4.4.1. Precios	26
4.4.2. Número de reseñas	27
4.4.3. Número de propiedades	30
4.4.4. Disponibilidad	32
4.4.5. Estancia Mínima	33
4.4.6 Licencia.....	35
5. CONCLUSIONES.....	38
BIBLIOGRAFÍA.....	40

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 3.1: Evolución de la popularidad de Airbnb en el mundo en internet (desde 1 de enero de 2011 hasta el 31 de julio de 2024).....	13
Figura 3.2: Evolución de los ingresos anuales de Airbnb en todo el mundo (2017-2023).....	14
Figura 3.3: Evolución de la popularidad de Airbnb España en internet (desde 1 de abril de 2011 hasta el 31 de septiembre de 2024).....	17
Figura 3.4: Histograma de las provincias españolas con mayor número de viviendas turísticas y su evolución en el periodo 2020-2024.....	19
Figura 4.5: Porcentaje de tipos de alojamiento en la ciudad de Madrid.....	22
Figura 4.6: Mapa de la distribución de alojamiento en la ciudad de Madrid.....	23
Figura 4.7: Mapa de la localización de los barrios del distrito Centro de Madrid y sus alrededores (Chamberí, Retiro y Atocha).....	24
Figura 4.8: Mapa de la distribución de alojamientos en el distrito Centro de Madrid. ..	25
Figura 4.9: Histograma de media de precios según tipología y ubicación geográfica de los anuncios.....	27
Figura 4.10: Histograma de los cinco primeros anuncios de habitaciones compartidas con mayor número de reseñas.....	30
Figura 4.11: Histograma de las diferencias existentes de los alojamientos con o sin licencia.....	37

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 4.1: Número de anuncios y porcentaje por tipo de alojamiento.	22
Tabla 4.2: Número de anuncios y porcentajes por zona de ubicación.	23
Tabla 4.3: Estadísticos descriptivos de los precios por tipología de alojamiento y ubicación geográfica.	26
Tabla 4.4: Estadísticos descriptivos del número de reseñas por tipología de alojamiento y ubicación geográfica.	28
Tabla 4.5: Ranking de los cinco primeros apartamentos enteros con más reseñas acumuladas.	29
Tabla 4.6: Ranking de las cinco primeras habitaciones compartidas con más reseñas acumuladas.	29
Tabla 4.7: Estadísticos descriptivos del número de propiedades por tipología de alojamiento y ubicación geográfica.	31
Tabla 4.8: Ranking de los cuatro primeros agentes con mayor número de anuncios de apartamento enteros.	32
Tabla 4.9: Estadísticos descriptivos de la disponibilidad por tipología de alojamiento y ubicación geográfica.	33
Tabla 4.10: Estadísticos descriptivos de la estancia mínima por tipología de alojamiento y ubicación geográfica.	35
Tabla 4.11: Número y porcentaje de anuncios con o sin licencia, según el tipo de alojamiento y ubicación geográfica.	37

1.INTRODUCCIÓN

La economía colaborativa, también conocida como *peer-to-peer economy* (en ocasiones abreviada como *P2P economy*), se define como el intercambio de bienes o servicios a cambio de una compensación pactada de antemano, ya sea económica o de otra índole. La expansión de la economía colaborativa ha dado lugar al nacimiento de las llamadas “plataformas colaborativas”, que crean un mercado abierto para el uso temporal de mercancías o servicios ofrecidos a menudo por particulares. Las plataformas cobraron especial relevancia tras la crisis del 2008, ya que las actividades colaborativas permitían generar una renta complementaria a aquellas familias más afectadas por la crisis económica y financiera. Las plataformas colaborativas más conocidas son las vinculadas al transporte (*Uber, BlaBlaCar*), a la venta de segunda mano (*Vinted, Wallapop*) y al alojamiento (*Airbnb*), aunque en los últimos años están proliferando en otros sectores.

El sector del turismo es uno de los que más se ha visto afectados por la economía colaborativa. Este trabajo centra la atención en el crecimiento e impacto de *Airbnb*, una plataforma de alojamiento colaborativo de gran popularidad que nació en 2009. La propia compañía se define a sí misma como un intermediario entre particulares para que estos alquilen o se hospeden en un lugar a cambio de una compensación económica pactada de antemano. *Airbnb* es uno de los casos de crecimiento más llamativos en el mundo empresarial. Actualmente cuenta con más de 8 millones de anuncios activos en todo el mundo; más de 5 millones de anfitriones alquilan sus propiedades a turistas a través de la plataforma, ingresando una media de unos 8.000 dólares al año (Airbnb, 2024). Este crecimiento es especialmente relevante en España, uno de los países que más turistas recibe del mundo.

El objetivo de este trabajo es analizar el fenómeno de *Airbnb* en España, se selecciona la ciudad de Madrid como caso de estudio. Se lleva a cabo un análisis descriptivo de la oferta de viviendas de *Airbnb* en los distintos distritos que configuran la ciudad de Madrid. En concreto, se utiliza información sobre el número de viviendas, segmentadas por dos características fundamentales. La primera es la tipología del alojamiento (apartamento entero, habitación compartida o habitación privada), y la segunda es su ubicación geográfica (distrito centro frente al resto). En base a esto, se analizan los diferentes atributos de las viviendas vacacionales publicitadas en *Airbnb*, como el precio por noche, el número de reseñas, el número de propiedades del anfitrión, la disponibilidad, la estancia mínima requerida y la licencia.

Las principales conclusiones que extraemos del trabajo se pueden resumir de la siguiente manera: 1) La mayor parte de la oferta alojativa anunciada en Airbnb está controlada por

agentes especializados (fundamentalmente agencias inmobiliarias, y medianas y grandes empresas); 2) La turistificación ha provocado una concentración de la oferta alojativa en el distrito Centro, donde además los precios son sensiblemente superiores; y 3) La mayor parte de la oferta de los apartamentos enteros está controlada por los *multi-host*, es decir, aquellos anfitriones que tienen más de una vivienda ofertada en el mercado de *Airbnb*.

El trabajo se estructura de la siguiente manera. En la sección 2, explicamos el concepto de economía colaborativa, sus ventajas e inconvenientes, los motivos que explican su expansión y, por último, describimos la economía colaborativa en España. En la sección 3, abordamos el fenómeno de *Airbnb* en el mundo, en España y más concretamente en las principales ciudades españolas. En la sección 4, realizamos el caso de estudio de *Airbnb* en la ciudad de Madrid. Aquí se describe primero la situación actual de la oferta en la ciudad y los datos que se utilizan, para seguidamente realizar un análisis descriptivo del número de viviendas anunciadas por tipo de propiedad, ubicación, y en función de las características de las viviendas vacacionales. En la última sección se discuten las principales conclusiones del estudio.

2. MARCO CONCEPTUAL

En esta sección se realiza una revisión de la literatura académica sobre la economía colaborativa, se describen sus ventajas e inconvenientes, se discuten los factores que han contribuido a su expansión, y finalmente se describe la economía colaborativa en España.

2.1. Concepto de la economía colaborativa

A lo largo de los años, la economía colaborativa ha recibido multitud de definiciones. Felson y Spaeth (1978) fueron los primeros en hablar del concepto de “consumo colaborativo”. Definían este fenómeno como “aquellos eventos en los que una o más personas consumen bienes o servicios económicos en proceso de participar en actividades conjuntas con una o más personas”. Realmente, el término de economía colaborativa nace del concepto de consumo colaborativo (Cerdá et al., 2021).

Algar (2007) analiza el impacto del consumo colaborativo y la transformación del consumo. Describe que internet permite conectarse y formar una “multitud sabia”, que consecuentemente hace aprovechar la sabiduría colectiva para buscar, comprar, revisar, seleccionar, y consumir una amplia gama de productos y servicios. Es un contexto que permite a los individuos tener mayor acceso a la información y mayor poder de negociación.

Algar (2007) también destaca que el consumo colaborativo permite a los consumidores en línea obtener mejores precios. Acosta (2020), por su parte, explica que el consumo colaborativo cobró especial relevancia en la sociedad tras la crisis económica del 2008.

Sin embargo, fueron Botsman y Rogers (2010) quienes popularizaron el concepto con la publicación del libro *What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative*. Botsman participó ese mismo año en un encuentro TEDx en Sídney, donde explicaba cómo los consumidores a través del trueque, el alquiler o la venta se intercambiaban bienes y servicios online. Una actividad de cambio que pueda servir de colchón en situaciones de crisis financiera y donde prima por encima de todo la confianza entre el comprador y el vendedor.

El consumo colaborativo puede definirse como la actividad entre iguales o entre pares (*peer-to-peer* en inglés, en lo sucesivo P2P). Se basa en obtener, dar o compartir el acceso a bienes y servicios, coordinados a través de comunidades online de colaboración (Hamari et al., 2016). De acuerdo con Heo (2016), la economía colaborativa ha agregado en su operativa la fórmula P2P de manera masiva en multitud de sectores, como el alojamiento (*Airbnb, TripAdvisor*), el transporte (*BlaBlaCar, Uber*), o la alimentación (*Too Good To Go*).

La Comisión Europea (2016) define formalmente la economía colaborativa como “aquellos modelos de negocio en los que se facilitan actividades mediante plataformas colaborativas que crean un mercado abierto para el uso temporal de mercancías o servicios ofrecidos a menudo por particulares. La economía colaborativa implica a tres categorías de agentes:

- A) Prestadores de servicios que comparten activos, recursos, tiempo y/o competencias. Pueden ser particulares, que ofrecen servicios de manera ocasional (pares), o prestadores de servicios, que actúen a título profesional (prestadores de servicios profesionales).
- B) Usuarios de dichos servicios.
- C) Intermediarios que, a través de una plataforma en línea, conectan a los prestadores con los usuarios y facilitan las transacciones entre ellos (plataformas colaborativas). Por lo general, las transacciones de la economía colaborativa no implican un cambio de propiedad, y pueden realizarse con o sin ánimo de lucro.

De acuerdo con Doménech (2015), la economía colaborativa es la expresión utilizada en castellano para designar en inglés lo que se conoce como *sharing economy, peer to peer economy, mesh, collaborative economy o collaborative consumption*. Todas ellas hacen referencia a la producción de bienes y servicios, que surge a principios del S.XXI, y que aprovecha las posibilidades abiertas por los recientes avances de las tecnologías de la información (TICS), para intercambiar y compartir dichos bienes y servicios. No es un fenómeno nuevo, pero la novedad radica en el uso y aprovechamiento de las TICS.

Independientemente de la definición utilizada, es evidente que el nacimiento de los sistemas de economía colaborativa está revolucionando múltiples actividades de producción, consumo de bienes y servicios, e incluso a la propia sociedad. Por un lado, abaratan y facilitan el consumo o transporte (*Wallapop, Blablacar*). Por otro lado, precarizan el trabajo (*Glovo, Deliveroo, Uber Eats*), no pagan impuestos (*Uber*) o dificultan la vida vecinal en el centro de las ciudades (*Airbnb*) (Morales, 2022).

2.2. Ventajas e inconvenientes de la economía colaborativa

Con el surgimiento de la economía colaborativa, multitud de autores han investigado y debatido acerca de las ventajas que proporciona la economía colaborativa. Estas ventajas se enumeran a continuación:

- A) Consumo más individualizado, de mayor calidad y variedad (Sundararajan, 2014).
- B) Da una segunda vida a aquellos bienes infrutilizados mediante el intercambio o alquiler (vehículos, ropa, segundas residencias, electrodomésticos, etc.) (Sundararajan, 2024).
- C) Reducción de las asimetrías de la información entre oferentes y demandantes (Doménech, 2015).
- D) Creación de nuevas oportunidades laborales para particulares que participan en estos negocios, potenciando el trabajo independiente (CNMC, 2016).
- E) Aumento de la competencia a través de la entrada de nuevos proveedores de bienes y servicios (Allen y Berg, 2014).
- F) Reducción en los costes de transacción (Doménech, 2015).
- G) Promueve el emprendimiento gracias a los bajos costes y riesgos que tiene un negocio online (Sundararajan, 2014).
- H) Promueve la innovación para diferenciarse de la competencia, y captar nuevos clientes y consumidores (Sundararajan, 2014).
- I) Aumenta la eficiencia en el empleo de los recursos naturales y medioambientales (Firkorn y Müller, 2011).
- J) Permite el surgimiento de nuevos negocios con facilidades de acceso y precios más asequibles para aquellos individuos con un nivel de renta más bajo (Fremstad, 2014; Schor, 2014).

No obstante, otros autores han defendido que la práctica de las economías colaborativas también tiene efectos negativos sobre la sociedad, que además son cada vez más visibles. Entre ellos, destacan:

- A) Conflictos entre los negocios tradicionales y los negocios de economía colaborativa, porque la legislación actual no contempla la jurisprudencia de estos últimos (CNMC, 2016).
- B) El uso de las plataformas digitales supone un riesgo para la privacidad del usuario al tener que revelar ciertos datos personales (Teubner y Flath, 2016; Hawlitschek et al., 2016).
- C) La consideración de la reputación como diferenciador entre los distintos competidores. En ocasiones los individuos pueden aprovecharse de esto para incentivar de manera favorable su propio negocio o los que desee, y perjudicar a determinados usuarios a través de valoraciones falsas que dañen su imagen (Slee, 2013).
- D) El crecimiento incontrolado de algunas plataformas de economía colaborativa (*Airbnb*) está produciendo problemas relevantes de gentrificación en varias ciudades del mundo (Cheung y Yiu, 2022).
- E) En sectores donde la regulación es muy exhaustiva, se producen ineficiencias en dicho mercado y facilitan la entrada de nuevos negocios de economía colaborativa (CNMC, 2016).
- F) La irrupción de esta nueva forma de consumo puede producir una menor demanda de bienes y retroceso en la producción, lo que puede reducir la actividad económica. Por ejemplo, si los individuos pueden compartir vehículo, no tendrán la necesidad de tener uno para su uso propio (Slee, 2013).
- G) Las plataformas de consumo colaborativo, como *Uber* o *Airbnb*, están provocando que muchos de los propietarios están concentrando gran cantidad de riqueza debido a los altos beneficios que se obtienen de (Schneider, 2014).

2.3. Motivos que explican la expansión de la economía colaborativa

De acuerdo con Doménech (2015), la principal causa del auge y crecimiento de la economía colaborativa es el rápido desarrollo que han sufrido las tecnologías de la información. Estas han permitido que se abaratasen los costes de actividades como el almacenamiento, procesamiento, o la comunicación. Otra razón que explica su expansión en los últimos años es la mayor preocupación por el medio ambiente. Muchos modelos de economía colaborativa permiten usar de manera más eficiente los recursos naturales.

Asimismo, la crisis económica del 2008 provocó un importante deterioro económico en la mayoría de los países occidentales, lo que supuso un estímulo para que la gente invente, desarrolle, ponga en marcha o participe en actividades de economía colaborativa. Por

último, muchas plataformas de economía colaborativa han conseguido satisfacer las necesidades de socialización de una comunidad inmensa formada por consumidores de todo el mundo.

2.4. La economía colaborativa en España

En España, este término comenzó a utilizarse entre el 2012 y 2013, y su uso destacó especialmente en el sector turístico (Cerdá et al., 2021). A pesar de que la economía colaborativa se está aplicando en una multitud de sectores, es el turismo el más afectado por la economía colaborativa (Tussyadiah y Pesonen, 2015). Según la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (2019), 3 de cada 10 españoles usan plataformas de economía colaborativa para adquirir productos o servicios. Un 16% de internautas emplea estas plataformas para alojarse en la vivienda de otro particular.

En la siguiente sección, se describe el concepto de *Airbnb* y su auge y crecimiento en España, para seguidamente abordar el caso de estudio.

3. EL FENÓMENO AIRBNB

3.1. Origen y auge de *Airbnb*

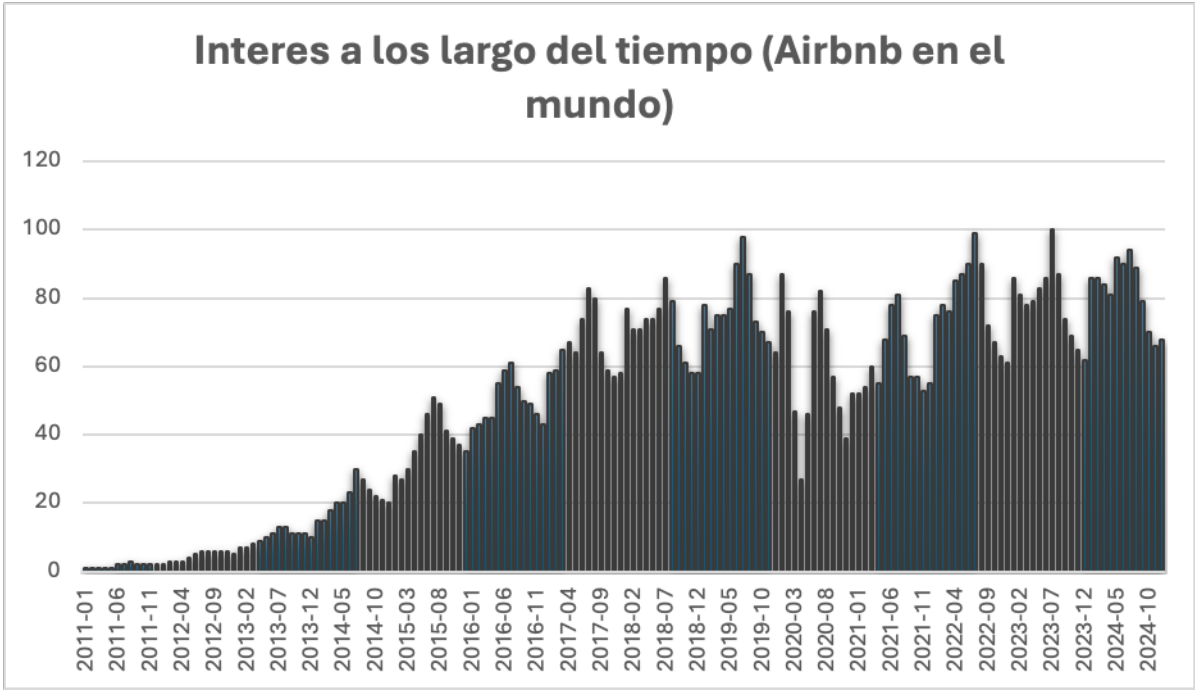
Nació en el año 2007 bajo el nombre *Air Bed & Breakfast*. Se creó porque sus fundadores (Joe Gebbia, Brian Chesky y Nathan Blecharczyk) comenzaron a usar su propio apartamento como alojamiento, e incluso ofrecían desayunos para así ganar unos dólares adicionales y pagar el alquiler. Se localizaban en una de las ciudades más concurridas y turísticas, San Francisco. Su modelo de negocio no fue un éxito inmediato. La plataforma experimentó varios altibajos, ya que inicialmente los inversores no creían en el proyecto. En el año 2009, *AirBed & Breakfast* se convirtió en *Airbnb* tal y como lo conocemos actualmente (Airbnb, 2024).

Airbnb no posee ninguna propiedad. Simplemente actúa como intermediario entre aquellos que quieren alquilar un espacio y quienes buscan un lugar donde hospedarse. Opera a través de una aplicación y una página web, donde los titulares de la vivienda y los interesados en alquilarla se registran y acceden de manera gratuita. El funcionamiento es muy simple: los propietarios cuelgan las imágenes de la vivienda junto con la información que consideren necesaria y el precio por noche; los huéspedes visitan el perfil de cada vivienda y reservan aquella que mejor se adapte a sus gustos y su presupuesto (Airbnb, 2024).

Para entender mejor la penetración que ha tenido *Airbnb* en el mercado del alojamiento vacacional, la Figura 3.1 muestra el interés a lo largo del tiempo en términos de búsquedas mundiales del término *Airbnb* en Google, desde el 1 de enero de 2011 hasta el 21 de julio de 2024. Podemos ver cómo ha crecido la popularidad de *Airbnb*, y cómo se ha asentado en el mercado de la vivienda vacacional. Desde el 2011 hasta el 2019, las búsquedas han crecido de forma sostenida, si bien es verdad que existe una elevada estacionalidad.

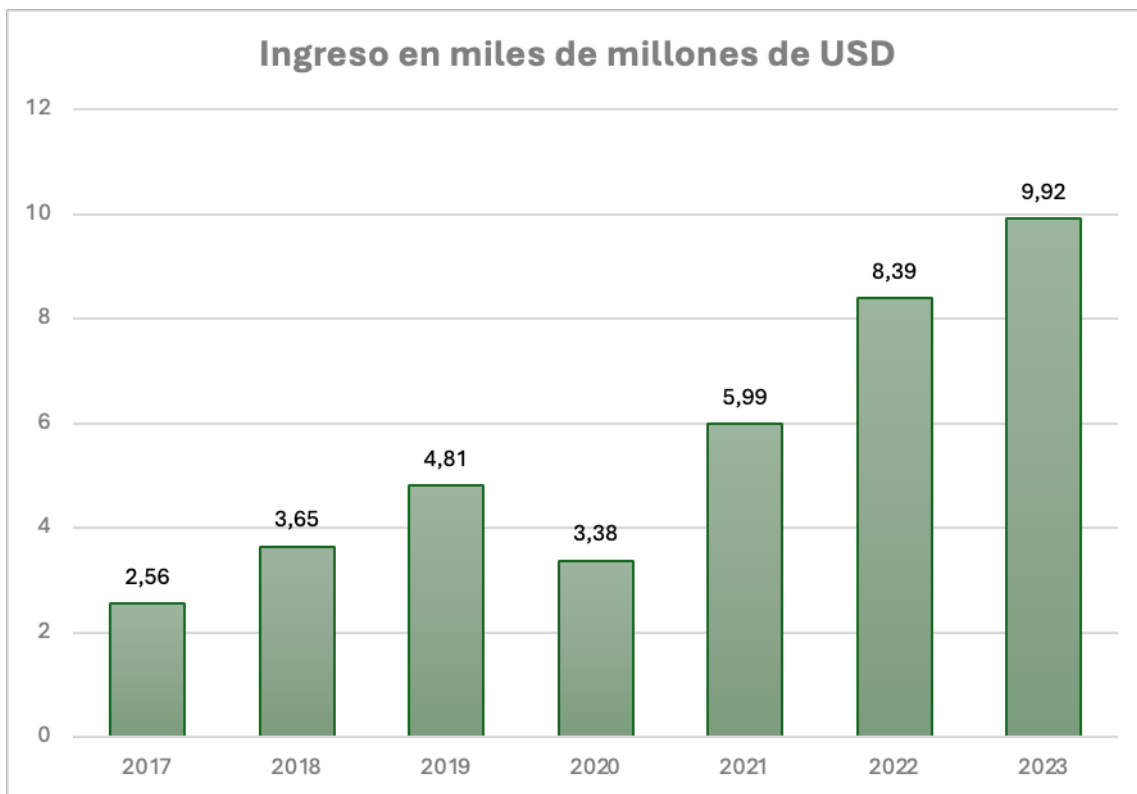
A finales del 2019 y principios del 2020, la crisis mundial del COVID-19 obligó a paralizar la actividad económica y supuso un importante shock para el sector turístico. Como se ve en la Figura 3.1, durante los meses de verano de 2020 hay un repunte en las búsquedas, aunque no llega a los niveles de interés prepandémicos. No es hasta bien entrado el 2021 cuando se volvió a alcanzar los niveles anteriores a la pandemia, incluso superándolos en julio de 2023.

Figura 3.1: Evolución de la popularidad de *Airbnb* en el mundo en internet (desde 1 de enero de 2011 hasta el 31 de julio de 2024).



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de *Google Trends*.

Figura 3.2: Evolución de los ingresos anuales de *Airbnb* en todo el mundo (2017-2023).



Fuente: Elaboración propia a partir de datos extraídos de *Statista* (2024).

Actualmente *Airbnb* cuenta con más de 5 millones de anfitriones que han compartido sus alojamientos con más de 2.000 millones de personas en casi todos los países del mundo. Los ingresos de *Airbnb* a nivel mundial se situaron en torno a los 9.900 millones de dólares estadounidenses en 2023, lo que supuso un incremento de unos 1.500 millones con respecto a 2022. La Figura 3.2 ilustra estas cifras.

3.2. *Airbnb* y la profesionalización de la economía colaborativa

De acuerdo con Guttentag (2015), el crecimiento de la plataforma puede ser explicada bajo la teoría de la innovación. *Airbnb* permite satisfacer aquellas necesidades que las empresas de alojamiento convencional no son capaces de cubrir, y que posiblemente a la larga termine convirtiéndose en el referente principal del alojamiento turístico. Inicialmente, *Airbnb* se presentó ante la sociedad como un recurso capaz de generar rentas económicas complementarias a aquellas familias que estaban en un situación económica y financiera desfavorable. Pero con el paso del tiempo se ha demostrado que esto no es así. Primero, porque las familias con una mala situación económica no cuentan con una segunda residencia o espacio suficiente para alquilar una habitación. La segunda razón es que

aquellos que sí pueden alquilar conciben el alquiler como una actividad puramente comercial.

Gil (2018) señala que existen distintos tipos de anfitriones:

- A) Anfitriones esporádicos: alquilan su primera residencia de manera puntual a lo largo del año.
- B) Anfitriones permanentes: personas que alquilan su primera residencia de manera continua a lo largo del año.
- C) Anfitriones profesionales: personas que alquilan viviendas en el mercado residencial, para subalquilar las habitaciones o la vivienda por *Airbnb*.
- D) Anfitriones inversores: personas que extraen vivienda del mercado residencial para alquilarla en *Airbnb*.

El principio de economía colaborativa se basa en que aquel recurso que se va a movilizar sea un bien temporal infrautilizado (Botsman y Rogers, 2010). En el caso de *Airbnb* sería alquilar la vivienda personal o la segunda residencia de manera temporal, cuando éstas no se utilicen. Este sería el caso de los anfitriones esporádicos y permanentes. No obstante, no todas las ofertas de hospedaje de *Airbnb* cumplen este principio (Gil, 2018). Sería el caso de los anfitriones profesionales e inversores, cuya principal actividad consiste en extraer vivienda del mercado residencial para introducirla en *Airbnb* y alquilarla de manera continua. Se trataría de un negocio propio, formado principalmente por empresas especializadas, inmobiliarias, grandes y medianas empresas (Gil y Sequeral, 2018).

Como resultado, las viviendas residenciales se extraen del mercado residencial para ser alquiladas de forma permanente en *Airbnb* (Wachsmuth y Weisler, 2018; Yrigoy, 2017). Esto produce lo que se conoce como proceso de “*airbnbificación*”, esto es, situaciones en las que el alquiler turístico se produce de manera masiva, beneficia principalmente a los grandes propietarios, estrangulando la oferta de alquiler residencial, con el consecuente encarecimiento de precios (Horn y Merante, 2017). En este sentido, el rápido crecimiento y penetración de la plataforma *Airbnb* en la mayoría de las ciudades del mundo está generando fuertes conflictos y un malestar generalizado entre la población residente (Gil y Sequera, 2018; Martínez-Caldentey et al., 2020).

Airbnb ha tenido un fuerte impacto en Norteamérica y Europa, sobre todo en aquellas ciudades donde la actividad turística tiende a concentrarse en los centros urbanos (Cerdá-Mansilla, et al., 2022). Es en estas ciudades donde más se observa el proceso de turistificación, entendido como la transformación funcional del espacio, con proliferación de las actividades vinculadas directa o indirectamente al consumo de los visitantes (Knafou et al., 1996). La turistificación da lugar a la *gourmetización* de los negocios, desapareciendo los

comercios de proximidad como pescaderías o fruterías, las formas de vida del barrio y el vaciamiento de los mismos. Este proceso de turistificación provoca los siguientes efectos en los barrios y ciudades:

- A) Aumento de la tensión en el mercado mobiliario (Pixová y Sládek, 2016).
- B) Desplazamiento espacial de la población (Pixová y Sládek, 2016).
- C) Promoción de nuevas formas de ocio hedonista, mercantilizado y juvenil en horario nocturno que aumenta las tensiones vecinales (Nofre et al., 2018).
- D) La desaparición paulatina de la venta al por menor, reemplazada por negocios meramente turísticos (González y Waley, 2013).

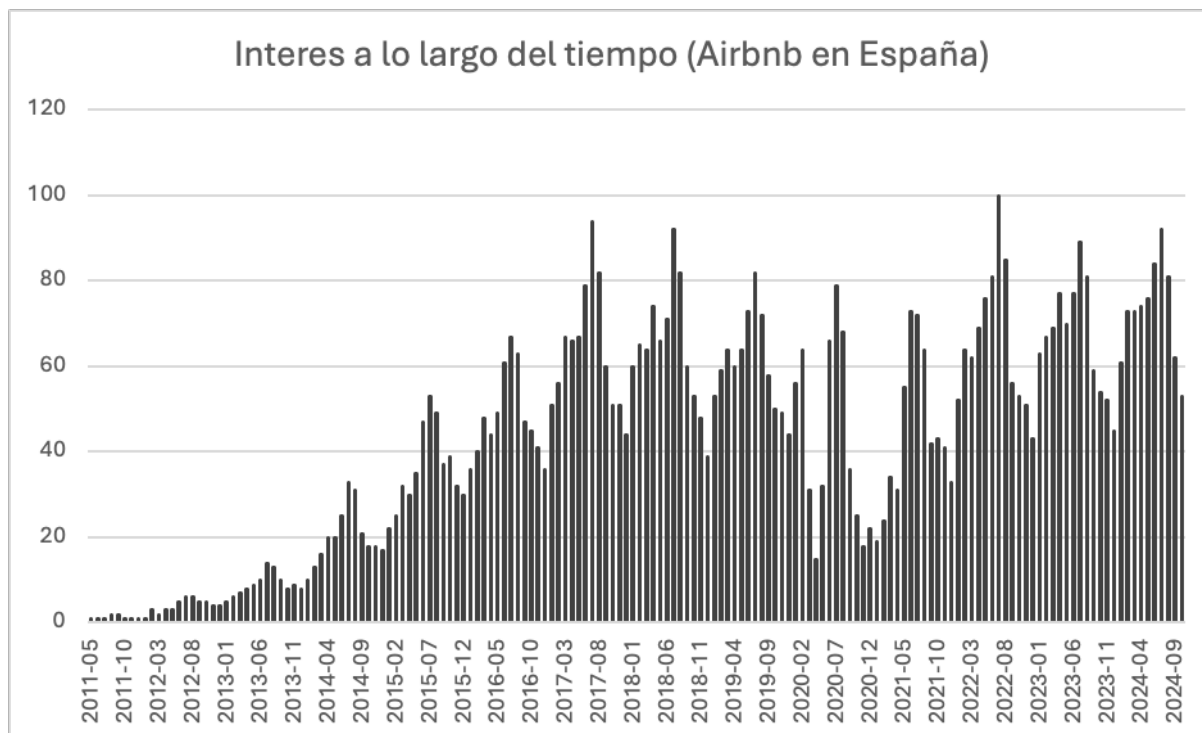
3.3. Airbnb en España

La actividad turística alcanzó en 2022 en España los 155.946 millones de euros, lo que representa un 11,6% del PIB. Esto supone 3,9 puntos más que en 2021. En términos de empleo, el sector del turismo generó más de 1,9 millones de puestos de trabajo, el 9,3% del empleo total (INE, 2024).

La gran importancia del sector turístico en España (es el segundo país más visitado del mundo con más de 85 millones de visitantes anuales) es una de las razones que explica el auge y crecimiento de la economía colaborativa en España (Bankinter, 2024). Otra razón es el hecho de que en España existe una gran preferencia por la propiedad privada, lo que hace que exista un excedente de viviendas disponibles para alquilar en el mercado vacacional (casas, segundas residencias, habitaciones vacías en zonas urbanas y complejos vacacionales) (Moreno Izquierdo, et al., 2016).

La Figura 3.3 muestra las búsquedas de *Airbnb* en España a lo largo del tiempo a partir de la información proporcionada por *Google Trends* (desde el 1 de abril de 2011 hasta el 31 de septiembre de 2024). Al igual que en la Figura 3.1, se observa un crecimiento continuado a lo largo del tiempo, con oscilaciones estacionales. Los picos de búsqueda se producen en la temporada de verano, periodo de demanda alta en muchas regiones españolas especializadas en el turismo de sol y playa. Al igual que en la Figura 3.1, el interés descendió notablemente en la época de la pandemia del Covid-19.

Figura 3.3: Evolución de la popularidad de *Airbnb* España en internet (desde 1 de abril de 2011 hasta el 31 de septiembre de 2024).



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de *Google Trends*.

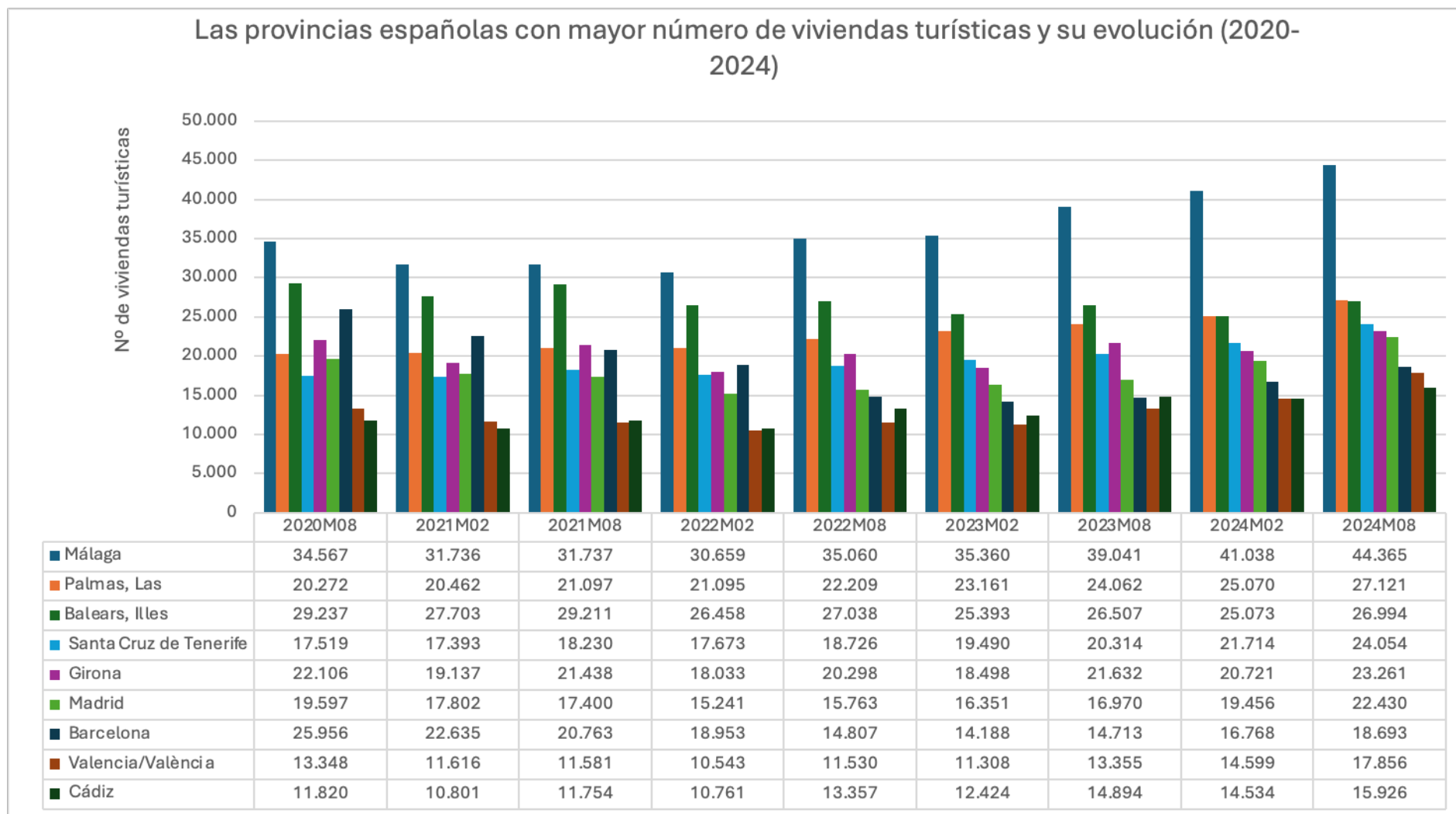
La Figura 3.4 representa las nueve provincias españolas con mayor número de viviendas vacacionales, ordenadas de mayor a menor. Los datos proceden del INE. Para cada provincia, se muestran los datos para los meses de febrero y agosto en los años 2020, 2021, 2022, 2023 y 2024. La mayoría de estas provincias (a excepción de Madrid) tienen playa y están especializadas en turismo de sol y playa. Describimos a continuación los aspectos más destacados de cada provincia.

- Málaga: En septiembre de 2020, había registradas un total de 34.567 viviendas turísticas. Esta cifra se redujo en el 2021 y febrero de 2022 (período de fuertes restricciones de movilidad asociadas a la pandemia), para aumentar en 4.401 viviendas con respecto a 2020 en el verano de 2022. Actualmente, Málaga cuenta con 44.365 viviendas, lo que suponen 9.798 alojamientos más (+28.27%) que en 2020.
- Las Palmas de Gran Canaria y Santa Cruz de Tenerife son otros destinos que reciben multitud de turistas a lo largo del año. En 2020, Las Palmas contaba con 20.272 viviendas. En 2024, el stock de viviendas vacacionales ha aumentado en un 33,79%. Por su parte, las viviendas vacacionales en Tenerife han aumentado en un 27,3%. El caso de las Islas Baleares es diferente. Al contrario que en las otras islas,

las viviendas vacacionales han disminuido un 7,67% en 2024 con respecto a las cifras del año 2020.

- En agosto de 2020, Girona contaba con 22.106 viviendas. A lo largo de los años el número de viviendas registrados ha sido muy oscilante. En agosto de 2024, el número de viviendas es de 23.261, lo que supone 1155 alojamientos más (+5.22%) con respecto a agosto de 2020.
- Madrid contaba con 19.597 viviendas registradas en 2020. Entre los años 2021 y finales de 2022, esta cifra descendió hasta alcanzar 15.241 viviendas. A partir de ese momento, el número de registros no ha parado de crecer. Actualmente, la capital cuenta con 22.430, esto es, 2.833 alojamientos más (+14.45%) que en 2020.
- Por último, está Barcelona, uno de los iconos turísticos del país. En 2020, contaba con 25.956 viviendas. En los años siguientes, las viviendas han ido descendiendo hasta alcanzar su mínimo en febrero de 2023 (14.188). Desde entonces, el número de viviendas ha aumentado hasta alcanzar las 18.693.

Figura 3.4: Histograma de las provincias españolas con mayor número de viviendas turísticas y su evolución en el periodo 2020-2024.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos extraído del INE.

4. CASO DE ESTUDIO: AIRBNB EN LA CIUDAD DE MADRID

4.1. Contexto

La reciente turistificación de los barrios del centro histórico de muchas ciudades europeas se basa en la expansión (in)formal del alojamiento turístico (Gottlieb, 2013), que está provocando un fuerte cambio en aspectos sociales, espaciales y económicos. El centro de Madrid es un buen ejemplo de ello, ya que ha sufrido grandes transformaciones debido a los impactos negativos de la turistificación. Sitios como *Gran Vía*, *Callao* y *Sol* se han convertido en zonas comerciales en horario diurno, mientras que barrios como *La Latina*, *Malasaña* y *Chueca* han pasado a ser zonas de ocio nocturno (Martínez-Caldentey et al., 2020).

Madrid se caracteriza por ser una de las ciudades con mayor porcentaje de multi-propietarios sobre el total de viviendas ofertadas, en comparación con otras grandes ciudades como *San Francisco*, *Copenhague*, *Ámsterdam*, o *Berlín*, etc. En Madrid, la oferta de *Airbnb* está controlada por muy pocos actores (inmobiliarias, empresas especializadas, grandes y pequeños propietarios), que extraen un elevado porcentaje de viviendas del mercado de alquiler a largo plazo para alquilarlas a turistas (Santos y Sequera, 2018). De acuerdo con Ardura et al., (2020), existe una fuerte asociación entre el crecimiento de la llegada de turistas, el asentamiento de nuevos residentes con mayor poder adquisitivo y los precios del alquiler.

Ante esta problemática, el Ayuntamiento de Madrid aprobó en 2019 el *Plan Especial de regulación de uso de servicios terciarios en la clase de hospedaje* (PEH), que afecta a los distritos de *Centro*, *Arganzuela*, *Retiro*, *Salamanca*, *Chamartín*, *Tetuán*, *Chamberí*, *Moncloa-Aravaca*, *Latina*, *Carabanchel* y *Usera* (Boletín oficial de la Comunidad de Madrid, 2019). Los propósitos del PEH son la descentralización de la ciudad que la delimita espacialmente en tres sectores en forma de anillos concéntricos. Estos anillos se establecen en función del grado de saturación de los alojamientos turísticos que presentan los distintos distritos y barrios de Madrid (Cerdá et al., 2021).

A continuación, se realiza un análisis descriptivo de la oferta de viviendas turísticas anunciadas en *Airbnb* en la ciudad de Madrid.

4.2. Datos

Para los propósitos del presente trabajo, se ha utilizado una base de datos del número de viviendas en *Airbnb* en la ciudad del Madrid procedente del portal digital *Inside Airbnb* (<https://insideairbnb.com>), compuesta por un total de 23.524 anuncios. Madrid es

seleccionada como caso de estudio por ser una de las ciudades españolas donde más ha aumentado la profesionalización de estos servicios de alojamiento turístico y el número de multi-propietarios. Los datos se refieren al mes de junio de 2023, los últimos disponibles a fecha de inicio de este proyecto. Si comparamos esta cifra con los datos ofrecidos por el INE (véase Figura 3.4) correspondientes a septiembre de 2023, vemos que la cifra de junio (23.524) es ciertamente superior a la del mes de septiembre (16.970). Esta discrepancia puede deberse a factores estacionales o a cómo se contabilizan los anuncios de habitaciones individuales dentro de la misma vivienda por *Inside Airbnb* y por el INE.

La base de datos proporciona información acerca de numerosas características de las viviendas. En lo que sigue prestaremos atención a dos de las más importantes. La primera es el tipo de apartamento, distinguiendo entre “entero”, “compartido” y “habitación privada”. Los apartamentos “enteros” son los constituidos por al menos un dormitorio, un cuarto de baño, cocina, y entrada independiente. En estas viviendas todo el espacio disponible es disfrutado por el cliente/es que lo haya alquilado. En el caso de las habitaciones privadas, el huésped dispone de un dormitorio privado, un baño (con la posibilidad de que sea compartido), y acceso a una zona común (el salón, cocina). Finalmente, en viviendas compartidas el huésped comparte todas las zonas de la casa con más gente, incluidas las habitaciones.

La segunda característica hace referencia a la ubicación geográfica de la vivienda. En la base datos tenemos información de los 21 distritos donde se ubican los apartamentos, a saber: *Arganzuela, Barajas, Carabanchel, Centro, Chamartín, Chamberí, Ciudad Lineal, Fuencarral- El Pardo, Hortaleza, Latina, Moncloa- Aravaca, Moratalaz, Puente de Vallecas, Retiro, Salamanca, San Blas- Canillejas, Tetuán, Usera, Vicálvaro, Villa de Vallecas, Villaverde*. Por simplicidad, se distingue entre viviendas en el distrito centro y viviendas fuera del centro. El distrito Centro está a su vez subdividido en los barrios de *Palacio, Embajadores, Cortes, Justicia, Universidad y Sol*, y tiene una superficie de 5,23 kilómetros cuadrados y una población de 149.718 habitantes (Ayuntamiento de Madrid, 2024). El resto de los distritos fuera del centro tienen una superficie total de 122 kilómetros cuadrados y una población de 3.046.403 (Comunidad de Madrid, 2024).

4.3. Número de viviendas anunciadas por tipo de alojamiento y ubicación geográfica

La Tabla 4.1 muestra el número de anuncios (y el correspondiente porcentaje) de cada tipo de alojamiento. Como se puede observar, hay un predominio de los apartamentos enteros, que constituyen el 63% del total. Las habitaciones privadas representan un 35% del total.

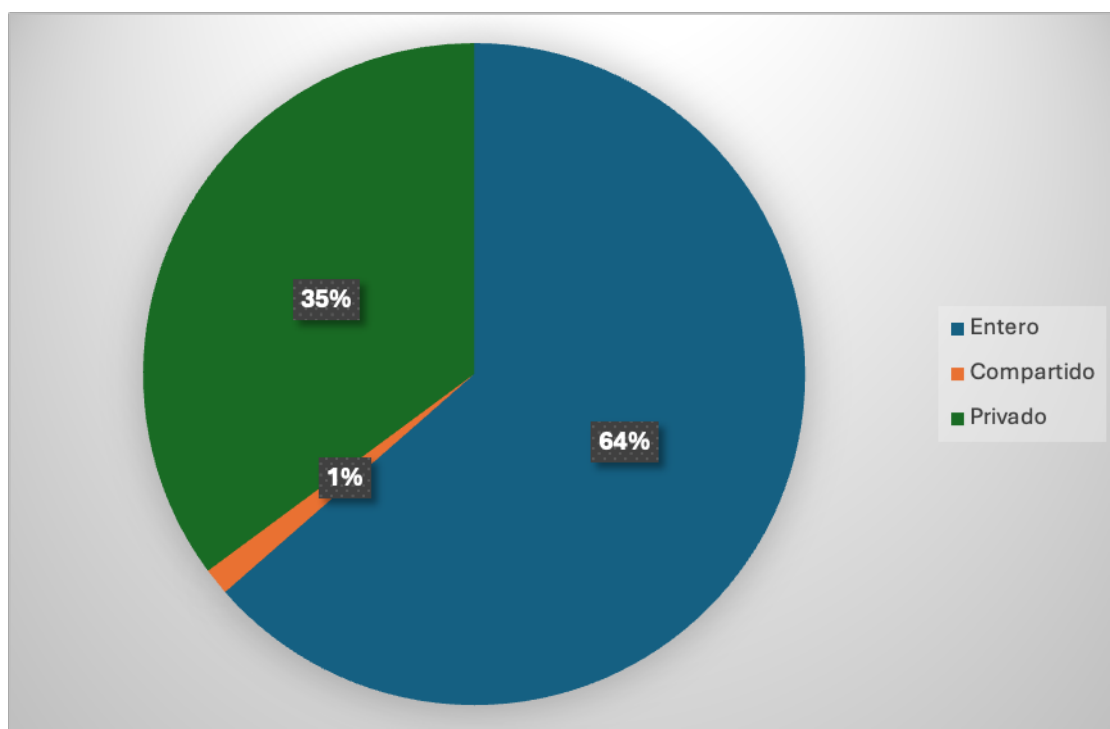
Las habitaciones compartidas son claramente minoritarias y representan únicamente el 1% de la oferta. Con fines ilustrativos, la Figura 4.5 muestra gráficamente estos porcentajes.

Tabla 4.1: Número de anuncios y porcentaje por tipo de alojamiento.

	N.º	%
Todos	23.524	100%
Entero	14.872	63%
Compartido	308	1%
Privado	8.220	35%

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de *Inside Airbnb*.

Figura 4.5: Porcentaje de tipos de alojamiento en la ciudad de Madrid.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de *Inside Airbnb*.

La Tabla 4.2 muestra el número de anuncios (y el porcentaje) según su ubicación. En este caso, aunque el porcentaje de viviendas fuera del centro es ligeramente superior, si consideramos las diferencias de tamaño y población, existe una mayor densidad de viviendas vacacionales en el distrito Centro. En concreto, existen 7 viviendas anunciadas en *Airbnb* por cada 100 habitantes y 1.949,9 viviendas por kilómetro cuadrado en el distrito Centro, frente a las 0,4 viviendas por cada 100 habitantes y 109,24 viviendas por kilómetro cuadrado en el resto de los distritos.

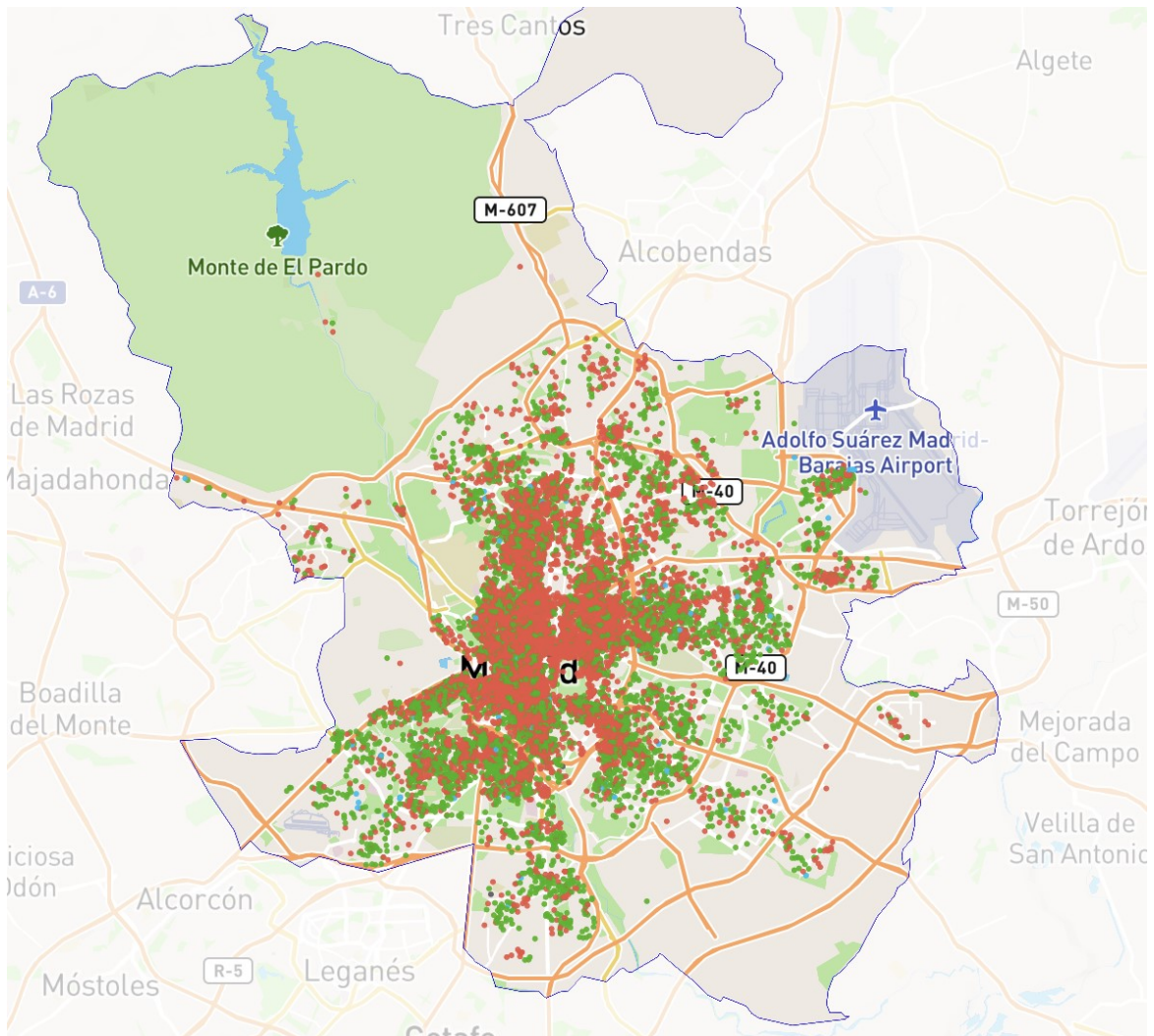
Tabla 4.2: Número de anuncios y porcentajes por zona de ubicación.

	Nº	%
Centro	10.198	43,33%
Fuera del centro	13.327	56,63%

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de *Inside Airbnb*.

La Figura 4.6 muestra la ubicación geográfica de las distintas viviendas publicadas en *Airbnb*. Los puntos rojos indican que son habitaciones enteras. Los puntos verdes se refieren a habitaciones privadas. En azul estarían marcados los alojamientos compartidos. Dado que estos últimos solo representan el 1%, son casi imperceptibles en la Figura 4.6.

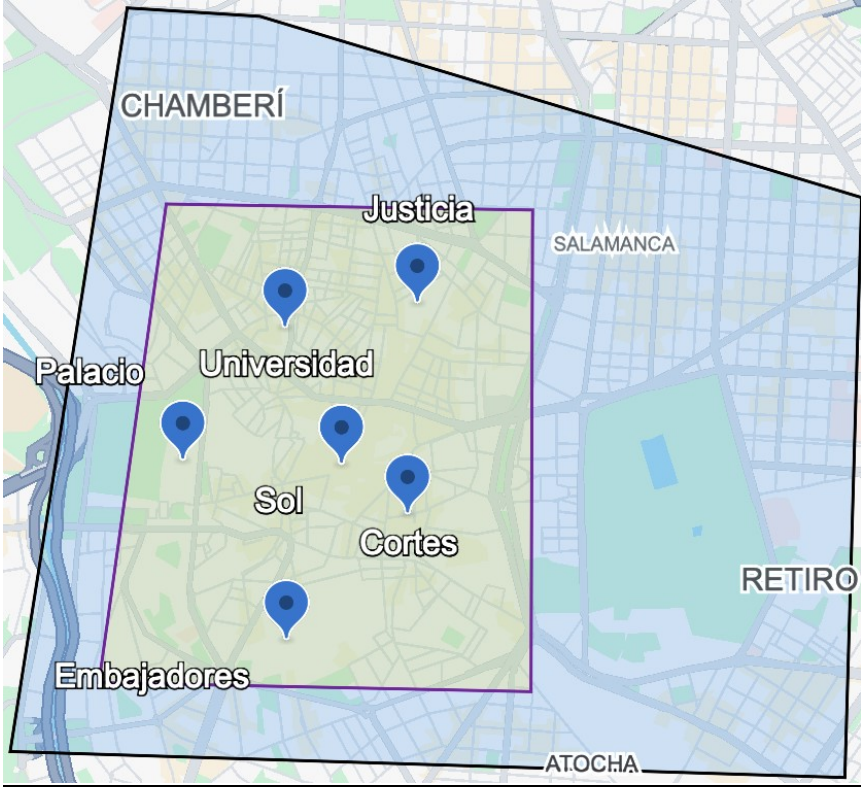
Figura 4.6: Mapa de la distribución de alojamiento en la ciudad de Madrid.



Fuente: Extraído de *Inside Airbnb*.

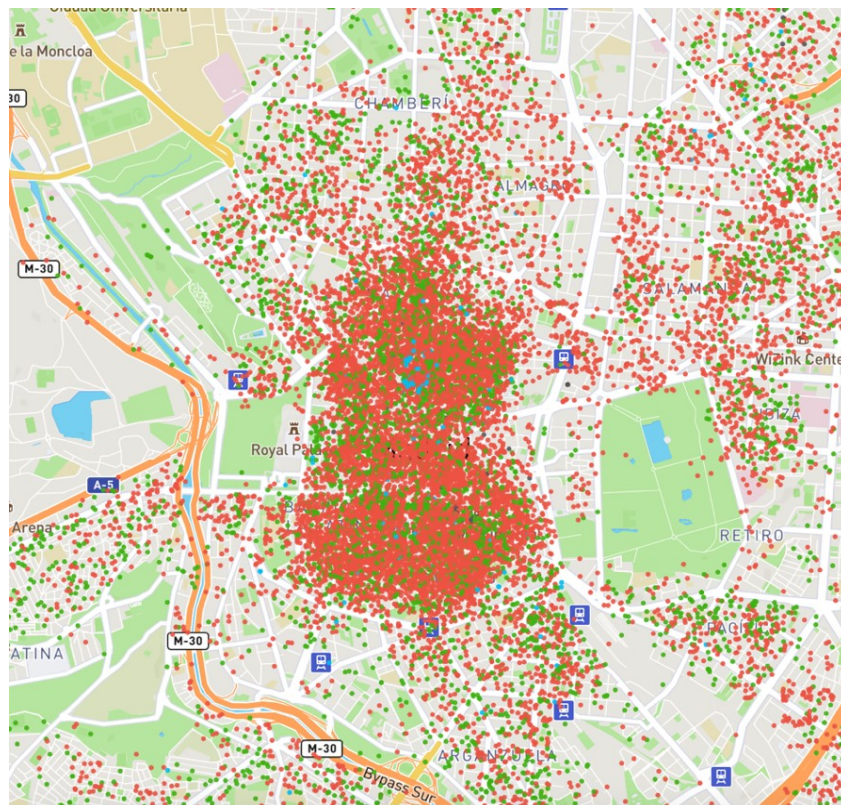
En La Figura 4.7 se puede observar la ubicación geográfica de los barrios que configuran el distrito Centro de Madrid y los distritos cercanos a este. Se utilizan dos colores para dividir y diferenciar las áreas. El color azul representa aquella zona que rodea al distrito centro y donde están presentes otros distritos como *Chamberí, Retiro y Atocha*. El color verde es el distrito Centro, donde se ubican los distintos barrios. La Figura 4.8 muestra la ubicación geográfica de los distintos hospedajes publicados en *Airbnb* en el distrito Centro y sus alrededores, pero no nos permite descifrar cuales son los barrios más afectados. Comparando las Figuras 4.7 y 4.8, podemos observar que existe una gran conglomeración de viviendas vacacionales en el distrito Centro, especialmente en el barrio de Sol.

Figura 4.7: Mapa de la localización de los barrios del distrito Centro de Madrid y sus alrededores (Chamberí, Retiro y Atocha).



Fuente: Elaboración propia a partir de *Google Earth*.

Figura 4.8: Mapa de la distribución de alojamientos en el distrito Centro de Madrid.



Fuente: Extraído de *Inside Airbnb*.

4.4. Características de las viviendas vacacionales por tipo de alojamiento y ubicación geográfica

En esta sección se presenta un análisis descriptivo de los diferentes atributos de las viviendas vacacionales, distinguiendo por tipología de alojamiento y por su ubicación geográfica. Las variables objeto de interés son las siguientes:

- Precios: esto se refiere al precio anunciado por noche de cada alojamiento en euros.
- Número de reseñas: número de comentarios recibidos por cada alojamiento hasta junio de 2023.
- Número de propiedades del anfitrión: número de anuncios de viviendas diferentes publicados por el dueño de cada propiedad.
- Disponibilidad: se refiere a cuántos días al año la vivienda está disponible para ser alquilada.
- Estancia mínima requerida: el período de tiempo mínimo que se requiere para alquilar un alojamiento determinado.
- Licencia: el Ayuntamiento de Madrid exige que los alojamientos tengan una licencia para operar de manera legal. Se dispone de información si la vivienda vacacional tiene licencia o no.

4.4.1. Precios

La determinación de precios en la economía colaborativa se caracteriza porque no es de carácter unilateral, sino que el precio depende en gran medida del huésped y el anfitrión a través de opiniones y valoraciones que ambos realizan (González Morales et al., 2019). La Tabla 4.3 muestra estadísticos descriptivos de los precios en función de la tipología de alojamiento y ubicación geográfica de los anuncios. El precio medio es de 149€ y la desviación típica toma un valor elevado; esto se interpreta como una gran dispersión de precios en torno a ese valor medio. Según por tipología de vivienda, los apartamentos enteros son los más caros (183 €), existiendo una diferencia de 95€ con las habitaciones privadas y de 78€ con las compartidas. La diferencia de precios se produce porque los multi-host controlan la mayoría de los apartamentos enteros y también por los servicios que incluyen estos, donde se tiene un uso exclusivo de la cocina, salón y baños. Sin embargo, entre las habitaciones privadas y compartidas hay una diferencia de 17€. Llama la atención que las compartidas sean más caras ya que constituyen una menor privacidad para los huéspedes.

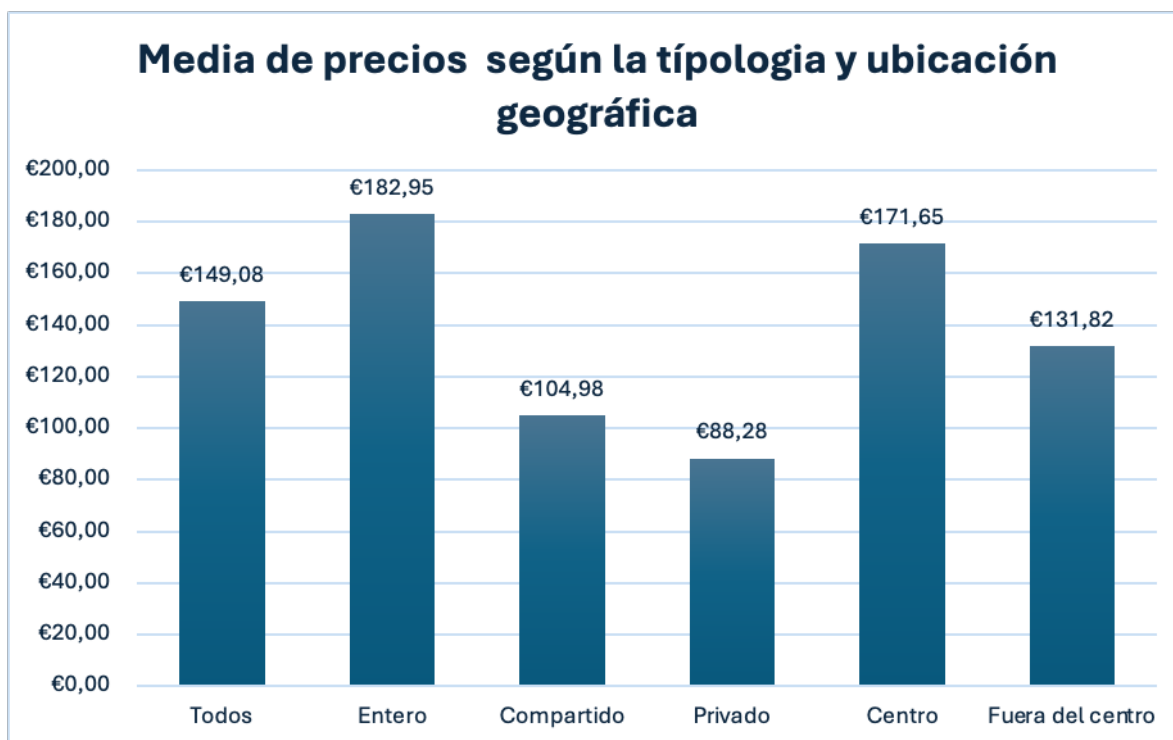
Los alojamientos enteros son los que tienen la dispersión más elevada, ya que el precio depende, entre otras cosas, de las características propias de cada apartamento. Algunos ejemplos de estas características son la categoría de la vivienda (de diseño, lujo, obra nueva, etc.), número de habitaciones, la ubicación geográfica, o las opiniones de otros usuarios. En lo relativo a las diferencias geográficas, existe una diferencia media de 40€ la noche entre el Centro y el resto. La Figura 4.9 muestra un gráfico de barras con los valores medios de los precios de los alojamientos por tipología de vivienda y ubicación geográfica con fines ilustrativos.

Tabla 4.3: Estadísticos descriptivos de los precios por tipología de alojamiento y ubicación geográfica.

	Media	DT	Min	Max
Todos	149,08€	973,97	8€	85.110€
Entero	182,95€	1165,46	9€	85.110€
Compartido	104,98€	270,24	10€	3.000€
Privado	88,28€	497,66	8€	40.714€
Centro	171,65€	1355,47	10€	85.110€
Fuera del centro	131,82€	517,69	8€	40.714€

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de *Inside Airbnb*.

Figura 4.9: Histograma de media de precios según tipología y ubicación geográfica de los anuncios.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos *Inside Airbnb*.

En cuanto a los precios máximos y mínimos, también existen grandes diferencias. La primera es que el precio máximo es de 85.110€, correspondiente a un apartamento entero, incluido en la categoría de lujo y ubicado en el distrito Centro (barrio de Sol). Por otro lado, el precio mínimo es de 8€, y corresponden a cuatro anuncios de habitaciones privadas gestionadas por particulares y ubicadas “fuera del centro”.

4.4.2. Número de reseñas

Las reseñas tienen como objetivo principal ofrecer una evaluación crítica y detallada de aquellas viviendas vacacionales en las que los usuarios se han alojado. Estas evaluaciones sirven de guía para que los clientes puedan confiar en que las fotos publicadas se correspondan con el alojamiento físico, que este opere de manera legal, y si el trato del propietario/s ha sido favorable. Las reseñas son especialmente influyentes en plataformas de economía colaborativa, como *Airbnb*, *BlaBlaCar*, *Vinted*, o *TaskRabbit*. Como se ha señalado anteriormente, las opiniones y valoraciones afectan directamente a la hora de determinar los precios. Lógicamente al ir acumulando reseñas positivas, aumenta el interés de los consumidores. Aquellos anfitriones que concentran una determinada cantidad de opiniones positivas pueden obtener la categoría denominada “*Superhost*”, que incluye una

serie de ventajas como mayor visibilidad, mejor posicionamiento, descuentos y una etiqueta de confianza (Airbnb, 2024).

La Tabla 4.4 muestra estadísticos descriptivos del número de reseñas en función de la tipología y ubicación geográfica. En el conjunto total de los datos el promedio es de 41,83 reseñas por anuncio, con una desviación típica de 78,69. El mínimo es de 0 reseñas; esto se explica porque el alojamiento no ha sido alquilado todavía al tratarse de un anuncio reciente. El número máximo asciende a 913 reseñas. Por tipología, los apartamentos enteros presentan más reseñas por anuncio (50,3) que las habitaciones privadas (27) y compartidas (24). En cuanto a la desviación típica, los alojamientos enteros también presentan el valor más alto (85,42), lo que indica una mayor dispersión.

Tabla 4.4: Estadísticos descriptivos del número de reseñas por tipología de alojamiento y ubicación geográfica.

	Media	DT	Min	Max
Todos	41,83	78,69	0	913
Entero	50,30	85,42	0	908
Compartido	23,79	63,44	0	755
Privado	27,38	63,49	0	913
Centro	61,43	96,50	0	908
Fuera del centro	26,82	57,32	0	913

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de *Inside Airbnb*.

A continuación, se presentan dos tablas. La Tabla 4.5 recoge los cinco primeros apartamentos enteros con más reseñas, teniendo en cuenta su nombre, ubicación, tipo de alojamiento, número de reseñas y fecha de la última reseña. La Tabla 4.6 muestra las cinco primeras habitaciones compartidas en cuanto a número de reseñas, considerando su nombre, ubicación, tipo de alojamiento y fecha de la última reseña. En ambas tablas, el nombre del particular o de la empresa se ha mantenido confidencial mediante el uso de seudónimos. Su finalidad es mostrar las diferencias que existen en las reseñas en función de la tipología de alojamiento.

En las Tablas 4.5 y 4.6, vemos que hay una similitud destacable: la gran mayoría de estos alojamientos se ubican en el centro. Sin embargo, lo más relevante son las desigualdades que existen entre el número de reseñas de los apartamentos enteros y las habitaciones compartidas. Mientras que *Lola* (Tabla 4.5) acumula 908 reseñas, "*The Urban Stay Madrid*" (Tabla 4.6) cuenta con 755 reseñas, lo que supone una diferencia de 153. Aún mayor es la diferencia (555 reseñas) entre el último alojamiento de la Tabla 4.5 (*Verónica*) y el último de

la Tabla 4.6 (*Basilio*). Se ve claramente que los apartamentos enteros son los que tienen mayor número de reseñas, lo que podría venir explicado porque se alquilan con más frecuencia.

Tabla 4.5: Ranking de los cinco primeros apartamentos enteros con más reseñas acumuladas.

Nombre	Ubicación	Tipo	N.º de reseñas	Última reseña
<i>Lola</i>	Centro	Apartamento Entero	908	1/6/23
<i>La Fortuna</i>	Tetuán (Fuera del centro)	Apartamento Entero	840	4/6/23
<i>Casemiro</i>	Centro	Apartamento Entero	818	1/6/23
<i>Ismael</i>	Centro	Apartamento Entero	802	26/5/23
<i>Verónica</i>	Centro	Apartamento Entero	747	2/6/23

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de *Inside Airbnb*.

Tabla 4.6: Ranking de las cinco primeras habitaciones compartidas con más reseñas acumuladas.

Nombre	Ubicación	Tipo	N.º de reseñas	Última reseña
<i>The Urban Stay Madrid</i>	Centro	Habitaciones compartidas	755	26/5/23
<i>Elevator Hostel</i>	Centro	Habitaciones compartidas	671	25/5/23
<i>Elena</i>	Puente de Vallecas	Habitaciones compartidas	198	10/03/23
<i>Basilio</i>	Centro	Habitaciones compartidas	192	27/11/22
<i>Raúl</i>	Carabanchel	Habitaciones compartidas	121	05/06/23

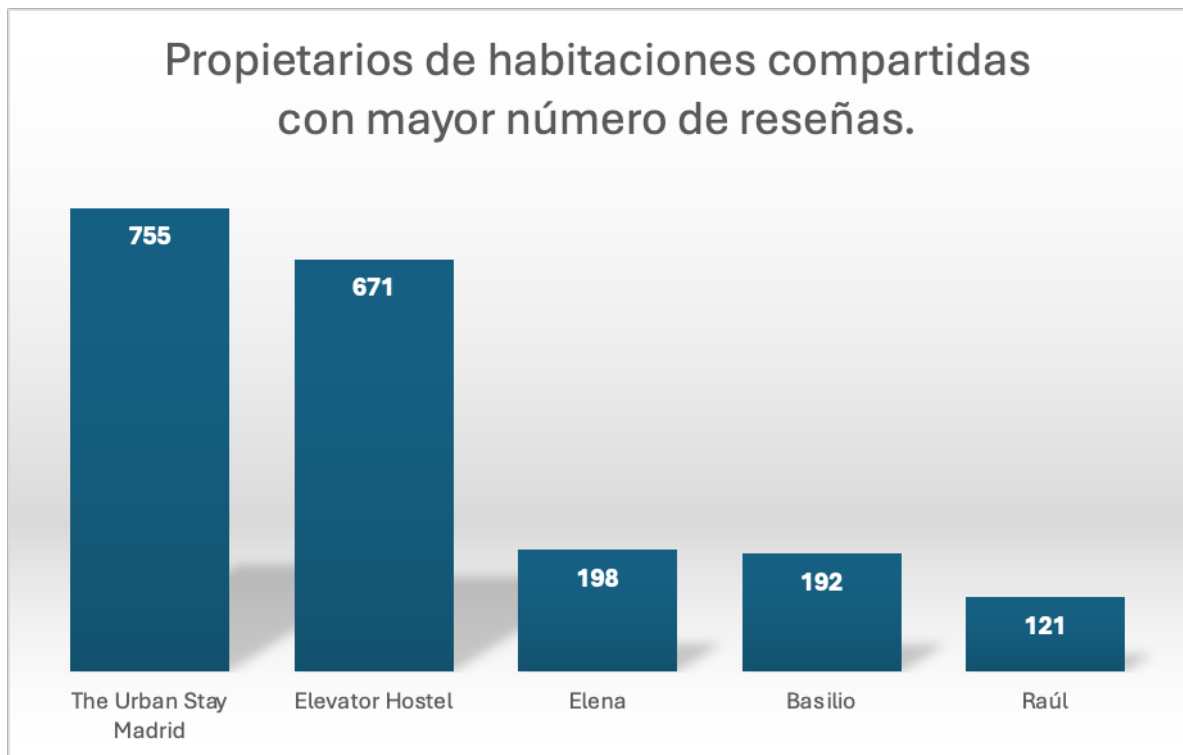
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de *Inside Airbnb*.

La Figura 4.10 muestra las diferencias existentes en el número de reseñas de las habitaciones compartidas. Las dos primeras en el ranking, *The Urban Stay Madrid* y *Elevator Hostel*, son dos empresas. La primera opera en otros países de Europa, como Barcelona, Oporto, Lisboa, Estambul. Ofrece múltiples servicios, como desayuno buffet, café-bar, taquillas, o check-in online. La segunda proporciona servicios similares, aunque en su página web destaca que alquilan dormitorios exclusivamente para mujeres, además de contar con bar y, recepción 24 horas.

Quizá lo más llamativo de la Figura 4.10 son las diferencias entre empresas y particulares. Las dos empresas que lideran el ranking suman 1.426 reseñas, mientras que el resto (que

son particulares), acumulan 511 reseñas en total. Es posible que los clientes prefieran estar hospedados en las habitaciones compartidas que son operadas por empresas, que pueden ofrecer una imagen de mayor profesionalidad.

Figura 4.10: Histograma de los cinco primeros anuncios de habitaciones compartidas con mayor número de reseñas.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de *Inside Airbnb*.

4.4.3. Número de propiedades

En *Airbnb*, el número de propiedades (o “anuncios”) se refiere a cada alojamiento publicado en la plataforma, y cada uno de estos puede ser propiedad de un anfitrión que solo tiene ese anuncio, o de un anfitrión que también ofrece otras propiedades como anuncios separados. La Tabla 4.7 muestra estadísticos descriptivos del número de propiedades en función de la tipología y ubicación geográfica. El número medio de anuncios (propiedades) por anfitrión es de 21 anuncios. Esta media es mayor para el caso de los apartamentos enteros. Esto puede relacionarse con la investigación realizada por Gil y Sequera (2020), en la que se explica que, cuanto mayor es el número de apartamentos enteros, mayor es la probabilidad de que la actividad esté dirigida por profesionales, como es el caso de Madrid. En la mayoría de los casos, los anfitriones que alquilan habitaciones privadas o compartidas suelen realizar esta actividad en su propia vivienda (aunque, en algunos casos, también puede tratarse de un apartamento permanente que se alquila por habitaciones). En cambio, en muchos casos los apartamentos enteros que se alquilan no suelen ser la residencia privada de nadie, lo que

implica que esta actividad no es un intercambio entre particulares, sino una actividad puramente comercial.

Una diferencia relevante la encontramos en los valores máximos de los apartamentos enteros (266), de las habitaciones privadas (262) y de las habitaciones compartidas (28). En relación con la ubicación geográfica de los multi-anfitriones, no parecen existir grandes diferencias en el número de propiedades medias en el distrito centro y en el resto (20,06 vs 21,20). Estas cifras van en línea con Gil (2018), que señala que el mercado de *Airbnb* en Madrid está compuesto principalmente por anfitriones profesionales e inversores, quienes ven esta actividad como un negocio propio y no cumplen con los principios de la economía colaborativa. Este fenómeno contribuye al impacto negativo de *Airbnb* en la población madrileña. Entre los efectos negativos más destacados se encuentra el aumento del precio del alquiler, que dificulta el acceso a la vivienda para los residentes locales.

Tabla 4.7: Estadísticos descriptivos del número de propiedades por tipología de alojamiento y ubicación geográfica.

	Media	DT	Min	Max
Todos	20,71	48,64	1	266
Entero	24,19	49,73	1	266
Compartido	9,79	8,64	1	28
Privado	14,98	47,23	1	262
Centro	20,06	44,30	1	266
Fuera del centro	21,20	51,71	1	266

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de *Inside Airbnb*.

La Tabla 4.8 muestra los cuatro agentes con mayor número de anuncios de apartamentos enteros, considerando su nombre (se utiliza un seudónimo), ubicación y total de anuncios publicados. El mayor número de anuncios asociados a un agente profesional corresponde a la empresa “*Mat house*”, cuya experiencia supera los tres años. Según su página web, se trata de una empresa que gestiona tanto sus propias propiedades como las de particulares que se ponen en contacto con ellos. Ofrecen alquileres por días e incluso por meses. El segundo puesto pertenece a *BizPlus*, empresa dedicada al alquiler de apartamentos enteros y habitaciones privadas por periodos de días o meses. En tercer lugar, están *Julio y Ana*, una pareja que cuenta con tres años de experiencia. Gracias a las buenas valoraciones y puntuaciones recibidas por parte de sus huéspedes, han alcanzado la categoría de *super-anfitriones*. En el último puesto se encuentra la compañía *Akio*, que se dedica a publicar y subarrendar viviendas a terceros para estancias de diversa duración, pero siempre

superiores a treinta y una noches. Se caracterizan por equipar los pisos con muebles de buena calidad y una decoración premium. Con más de cuatro años de experiencia, explican en su página web que su misión es eliminar la frustración asociada a la búsqueda de alquileres con contratos a largo plazo, la necesidad de mover o comprar muebles, los depósitos de seguridad, entre otros problemas.

Tabla 4.8: Ranking de los cuatro primeros agentes con mayor número de anuncios de apartamento enteros.

Nombre del anfitrión	Ubicación	Tipo	Anuncios
<i>Mat house</i>	Centro/fuera del centro	Entero	266
<i>BizPlus</i>	Centro/ fuera del centro	Entero	262
<i>Julio y Ana</i>	Centro/fuera del centro	Entero	180
<i>Akio</i>	Centro/ fuera del centro	Entero	172

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de *Inside Airbnb*.

Por otra parte, en los alojamientos compartidos, la empresa *Funslow Academic Resort* es la que tiene el mayor número de anuncios, con un total de 28. Le sigue la empresa *Reposo and Go*, que acumula 25. Sus apartamentos se localizan en el distrito de Tetuán y se caracterizan por ofrecer a las personas un lugar donde puedan dormir la siesta o bien hospedarse en su hostel.

4.4.4. Disponibilidad

Cuando se habla en términos de disponibilidad, se hace referencia a los días del año en los que un anuncio de la plataforma está publicado y disponible para ser alquilado. La disponibilidad depende de varios factores, tanto del lado de los anfitriones como de los huéspedes. A continuación, se detallan algunos de los factores claves:

- **Calendario de los anfitriones:** Los anfitriones gestionan su propio calendario en *Airbnb*. Pueden abrir o cerrar fechas según sus preferencias personales, las necesidades de mantenimiento del alojamiento, o porque están reservando el espacio para su propio uso.
- **Estacionalidad:** En destinos turísticos, la demanda suele ser mayor en temporada alta (vacaciones de verano, invierno o eventos especiales), lo que reduce la disponibilidad. Durante estos periodos, muchos alojamientos se reservan con antelación.

La Tabla 4.9 muestra estadísticos descriptivos de la disponibilidad según la tipología y ubicación geográfica. Los alojamientos compartidos son los que tienen la mayor disponibilidad media, porque son los menos demandados por los consumidores. Su cifra media es de 199 días, con una desviación típica de 146 días. Existe una diferencia de 22 días con los apartamentos enteros y de 39 días con las habitaciones privadas. En cuanto a la ubicación geográfica, la diferencia es mínima. Respecto a los valores máximos y mínimos, resulta llamativo que sean iguales para todas las características. Esto podría deberse a tres posibles causas:

- A) Que en el momento de inicio de este proyecto hubiera viviendas que ya no tenían disponibilidad para todo el año debido a reservas previas o a otros motivos.
- B) Que se tratara de nuevos anuncios que aún no habían sido alquilados hasta dicha fecha, lo que explicaría que su disponibilidad cubriera todo el año.
- C) Que exista algún tipo de error en la base de datos descargada, lo que podría haber alterado estos resultados.

Tabla 4.9: Estadísticos descriptivos de la disponibilidad por tipología de alojamiento y ubicación geográfica.

	Media	DT	Min	Max
Todos	171,15	134,22	0	365
Entero	176,63	126,87	0	365
Compartido	199,26	146,44	0	365
Privado	159,59	145,31	0	365
Centro	171,27	129,92	0	365
Fuera del centro	171,06	137,43	0	365

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de *Inside Airbnb*.

4.4.5. Estancia Mínima

La estancia mínima es el periodo de tiempo más corto requerido para alojarse en un lugar determinado, ya sea en apartamentos enteros, habitaciones compartidas o habitaciones privadas. Aunque la plataforma de *Airbnb* está orientada principalmente a estancias cortas y vacacionales, algunos agentes profesionales o compañías publican anuncios con contratos de alquiler a medio y largo plazo.

La Tabla 4.10 muestra estadísticos descriptivos de la estancia mínima según la tipología y ubicación geográfica. Los apartamentos enteros son los que exigen un mayor número de noches para poder ser reservados (media de 8 noches). Este resultado es similar al de las

habitaciones privadas, cuya media es de 7 noches. Lo más destacable de la Tabla 4.10 son las diferencias en las medias de las estancias mínimas. Existe una diferencia de 3 noches entre la media de los alojamientos enteros (8 noches/media) y las habitaciones compartidas (5 noches/media). Este número mínimo de noches depende de varios factores, como, por ejemplo:

- Mercado y tipo de cliente: Los apartamentos completos suelen atraer familias o a un público objetivo que prioriza la privacidad y buscan estancias más largas. Por otro lado, las habitaciones compartidas tienden a atraer a viajeros de paso o turistas que prefieren estancias cortas.
- Riesgo de desgaste: Un apartamento completo puede sufrir mayor desgaste si se alquila frecuentemente por estancias cortas. Por ello, algunos anfitriones prefieren establecer estancias mínimas más largas para reducir la rotación y mantener el apartamento en buen estado.
- Expectativas de ingresos: Los apartamentos enteros suelen tener precios más altos por noche. Establecer un número mínimo de noches ayuda a maximizar ingresos y reducir los días en los que un apartamento está vacío.

La estancia mínima también varía según la ubicación. En los anuncios “fuera del centro”, la estancia mínima media es de 8 noches. En los anuncios ubicados en el centro, la estancia mínima media es de 6 noches, lo que representa una diferencia de 2 noches. El hecho de que se exija una estancia mínima superior fuera del centro podría deberse a varias razones:

- Demanda turística concentrada en el centro: Los turistas suelen preferir el centro de Madrid por su cercanía a atracciones turísticas, vida nocturna y facilidad de desplazamiento, etc. Esto genera una alta demanda de estancias a corto plazo en esa área. En los barrios periféricos, en cambio, los visitantes tienden a buscar estancias más a largo y generalmente a un precio inferior. Esto lleva a los anfitriones a compensar esta menor demanda con estancias mínimas más largas para garantizar una ocupación rentable.
- Competencia y estrategia de ocupación: En el centro, la competencia entre anfitriones es muy alta, lo que los impulsa a aceptar estancias mínimas más cortas para mantener una alta ocupación. Fuera del centro, al haber menor demanda y competencia, los anfitriones prefieren atraer a viajeros que se queden por periodos más largos, asegurando así ingresos más estables.

Los valores máximos de la Tabla 4.10 son llamativos y podrían generar confusión, ya que, existe algún alojamiento en el que se exige una estancia mínima de 1.125 noches. Esto seguramente pueda ser debido a algún error en los datos proporcionados por *Inside Airbnb*. Otra posibilidad es que algunos agentes profesionales o incluso particulares podrían estar utilizando *Airbnb* como un canal para formalizar contratos de alquiler a largo plazo o incluso para subarrendar.

Tabla 4.10: Estadísticos descriptivos de la estancia mínima por tipología de alojamiento y ubicación geográfica.

	Media	DT	Min	Max
Todos	7,46	33,01	1	1.125
Entero	7,54	28,44	1	1.125
Compartido	4,72	30,06	1	365
Privado	7,39	38,73	1	1.125
Centro	6,52	28,45	1	1.125
Fuera del centro	8,18	36,09	1	1.125

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de *Inside Airbnb*.

4.4.6 Licencia

En varias ciudades, las autoridades exigen que los anfitriones obtengan una licencia o número de registro para anunciar sus alojamientos en *Airbnb*. Este número puede incluirse en el campo correspondiente del anuncio, asegurando el cumplimiento con la normativa local. En el caso de Madrid, la normativa define como viviendas de uso turístico a *“aquellos pisos, apartamentos o casas que, amueblados y equipados en condiciones de uso inmediato, son comercializados y promocionados en canales de oferta turística, para ser cedidos en su totalidad, por su propietario a terceros, con fines de alojamiento turístico y a cambio de un precio”*. De acuerdo con esto, es obligatorio registrar cualquier apartamento turístico o vivienda de uso turístico de Madrid en el Registro de Empresas Turísticas. El proceso incluye la presentación de una declaración responsable ante la Dirección General competente. El Registro de Empresas Turísticas asigna un número de inscripción (por ejemplo: VT0000), (Airbnb,2024).

La sección 4.1 ya mencionó el *Plan Especial de Hospedaje* (PEH), cuya principal función es la descentralización de los efectos de *Airbnb*. Sin embargo, estudios como el de Martínez-Caldentey et al. (2020) destacan que el PEH no está logrando reducir los impactos negativos de la *“airbnbificación”*. En lugar de ello, ha extendido estos efectos a otras partes de la ciudad.

La Tabla 4.11 muestra el número y porcentaje de anuncios con o sin licencia, según su tipología y ubicación geográfica. Para la realización de la Tabla 4.11 se incluyeron todos los tipos de apartamentos, y las zonas utilizadas en los análisis previos. Los resultados muestran una problemática: aunque en Madrid es obligatorio registrar las viviendas vacacionales, el 89% de los anuncios parece operar de manera ilegal.

De acuerdo con datos publicados por el Ayuntamiento de Madrid, solo 1.008 viviendas de uso turístico (VUT) cuentan con licencia. Sin embargo, los datos de la Tabla 4.11 indican que 2.653 anuncios sí tienen licencia, mientras que 20.881 anuncios operan sin ella. Esta discrepancia puede explicarse por la dificultad que tienen las autoridades locales para identificar, vigilar y sancionar los anuncios ilegales (Boto-García et al., 2023) o por cómo se contabilizan los anuncios de habitaciones individuales dentro de la misma vivienda por *Inside Airbnb* y por el Ayuntamiento de Madrid.

El Diario de Madrid reportó que existen 13.502 pisos turísticos ilegales, lo que muestra que el Ayuntamiento aún enfrenta grandes retos para contener la proliferación de estas propiedades y garantizar el cumplimiento de la normativa. Incluso el propio Ayuntamiento ha reconocido que el PEH no ha logrado evitar el impacto negativo de esta expansión. Por lo que el Consistorio ha adoptado un Plan de Acción de Viviendas de Uso Turístico en Madrid, las medidas que destacan son las siguientes (Diario de Madrid, 2024):

- A) Suspensión temporal de las licencias municipales con carácter inmediato.
- B) El endurecimiento del régimen sancionador para aquellos propietarios cuyos inmuebles operen como VUT sin contar con autorización municipal.
- C) Aumento de la plantilla de inspectores un 15%.
- D) La aprobación de la modificación del plan general para establecer una nueva regulación para este tipo de alquiler turístico.

Estas iniciativas buscan frenar el crecimiento descontrolado de anuncios ilegales y mitigar los impactos negativos de *Airbnb* en la ciudad.

El crecimiento incontrolado de *Airbnb* en algunas ciudades ha producido problemas relevantes, lo que ha llevado a las autoridades locales aplicar varias respuestas políticas contra aquellas propiedades que operen de manera ilegal (Boto-García et al., 2023). En casos como los de París que cuenta con una de las mayores redes del mundo de *Airbnb*, las autoridades han aplicado diferentes métodos, como limitar el número máximo de noches a 120 días al año o la necesidad de registrar la propiedad (Adamiak, 2018; Boto-García et al., 2023). Pero estas medidas no son muy eficaces ya que se estima que el 60% de la oferta opera de manera ilegal (Cox y Haar, 2020). Actualmente el Ayuntamiento de París ha tomado medidas más drásticas para paliar el crecimiento de los alquileres a corta plazo y

actuar contra los anuncios ilegales que será aplicable a partir del 1 de enero de 2025. Según Travel and Tour World (2024), estas medidas son:

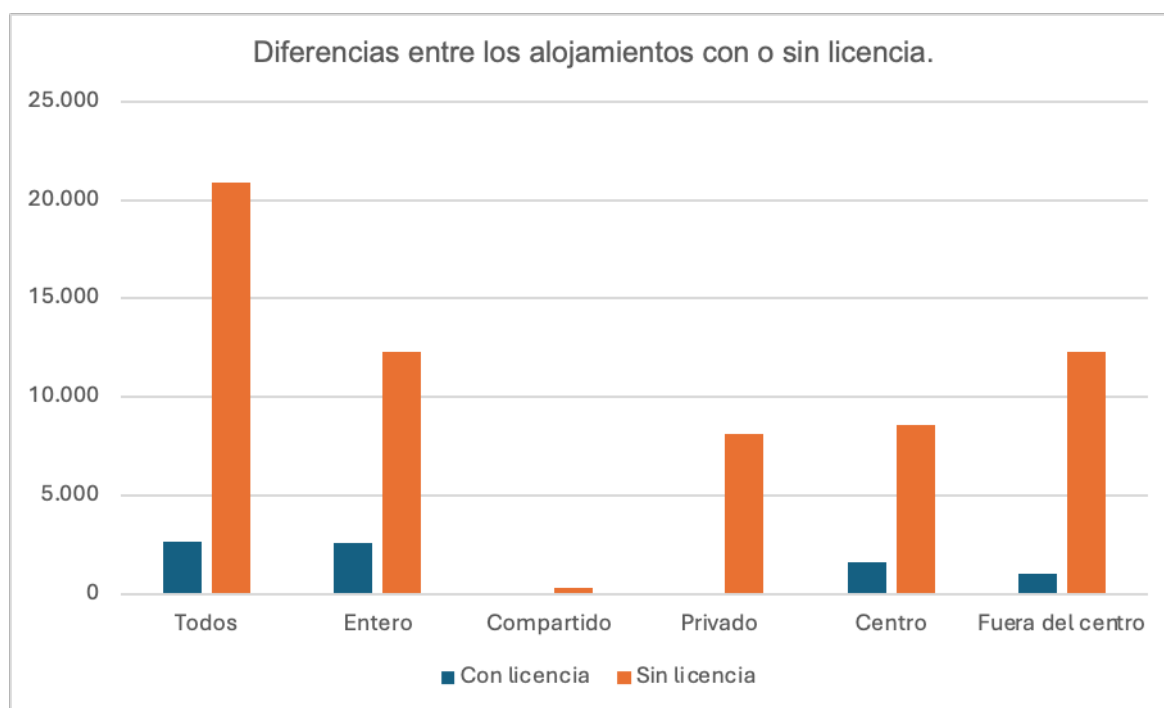
- Multa a anfitriones sin licencia: aquellos que alquilen su propiedad sin el registro adecuado se puede enfrentar hasta sanciones de hasta 100.000€
- Límites en la cantidad de noches de alquiler: la cifra inicial era de 120 noche al año, pero el nuevo régimen la reduce a 90 noches. Las consecuencias de exceder este límite también suponen una sanción.

Tabla 4.11: Número y porcentaje de anuncios con o sin licencia, según el tipo de alojamiento y ubicación geográfica.

	Con licencia	Sin licencia	% con licencia	% sin licencia
Todos	2.653	20.881	11,24%	88,76%
Entero	2.566	12.306	17,25%	82,75%
Compartido	13	295	4,22%	95,78%
Privado	69	8.151	0,84%	99,16%
Centro	1.625	8.573	15,93%	84,07%
Fuera del centro	1.028	12.300	7,71%	92,29%

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de *Inside Airbnb*.

Figura 4.11: Histograma de las diferencias existentes entre los alojamientos con o sin licencia.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos extraídos de *Inside Airbnb*.

5. CONCLUSIONES

En este trabajo se ha analizado la economía colaborativa en España, y más concretamente el fenómeno de *Airbnb*. Como se ha visto a lo largo de este trabajo, España es uno de los países más visitados del mundo y a la vez es uno de los más afectados por el impacto y crecimiento de esta plataforma de alojamiento colaborativo, especialmente la ciudad de Madrid. Como se ha visto, la turistificación ha provocado numerosas consecuencias en los barrios de Madrid. La investigación se ha centrado en el análisis de los precios, número de reseñas, número de propiedades, disponibilidad, estancia mínima y licencia de los alojamientos en función de la ubicación geográfica y tipología de los apartamentos, con el objetivo de identificar algunos patrones que caractericen el mercado de *Airbnb* en Madrid, la aglomeración existente en el centro, el porcentaje de multi-propietarios y de propiedades que disponen de la preceptiva licencia (y por lo tanto cumplen con la normativa impuesta por las autoridades legales).

Las principales conclusiones que ha arrojado este trabajo son que la mayor parte de la oferta alojativa en el Centro está controlada por los multi-propietarios. Esto ha provocado que se extraigan viviendas del mercado de la vivienda de alquiler a largo plazo para introducirlas en *Airbnb*, aumentando así el precio del alquiler, sobre todo en el Centro. El Centro se ha convertido en una atracción turística donde los comercios locales o viviendas se han centrado únicamente en la explotación de turistas.

La segunda conclusión es que *Airbnb* en sus inicios se presentó como una alternativa mucho más económica que los clásicos hoteles, y también como una solución para aquellos anfitriones que necesitaban rentas complementarias debido a la difícil situación económica y financiera derivada de la crisis de 2008. Sin embargo, los precios en *Airbnb* han aumentado son bastante elevados y difieren poco de los de los hoteles. El precio medio por noche en el Centro es de 171€. Esto no coincide con el discurso difundido por parte de *Airbnb*, donde afirmaba que era una alternativa más económica que la competencia.

En base a los resultados obtenidos, parece que *Airbnb* no se rigió por los principios de economía colaborativa, sino que se trataba de un negocio propio, tanto por la presencia de los multi-propietarios, como por el impacto que ha tenido en la sociedad. En el caso de Madrid, considero que la medida adoptada por el Ayuntamiento (*el Plan Especial de regulación del uso de servicios terciarios en la clase de hospedaje* (PEH)) ha sido insuficiente, principalmente porque en el estudio se ha podido ver (Figura 4.11) que el 89% de los anuncios no tenían licencia, y existe una diferencia de 4 años entre el PEH y la fecha de inicio de esta investigación (junio de 2023).

Actualmente, los precios del alquiler residencial crecen de manera continuada y, al mismo tiempo, estamos viendo un crecimiento de la oferta en *Airbnb*. Parece que es necesario tomar algún tipo de medida que regule el crecimiento sostenido porque es importante priorizar el bienestar de la población residente.

A lo largo de este trabajo se han encontrado una serie de limitaciones y debilidades provocadas principalmente por la falta de información. Una de las cosas que me hubiera gustado realizar en este trabajo sería analizar los ingresos mensuales de los agentes especializados, conocer alguna característica personal de los *multi-host*, como por ejemplo su edad, profesión o nivel educativo, para ver si hay una diferencia en el perfil de las características personales de los multi-host con los no multi. Así pues, una de las líneas futuras de trabajo podría ser cualquiera de estas dos dimensiones, para ser conocedores de la situación económica de los multi, y tener más información para adoptar medidas más eficientes por parte de los Ayuntamientos.

BIBLIOGRAFÍA

AIRBNB (2024): Acerca de Airbnb: primeros pasos, como funciona Airbnb. <https://www.airbnb.es/help/topic/1382> [Consultado el 14 de noviembre de 2024].

AIRBNB: Centro de ayuda de Airbnb – Madrid. <https://www.airbnb.es/help/article/1730> [Consultado el 3 de diciembre de 2024].

ACOSTA B., L. S. (2020). *Consumo colaborativo: Introducción, institucionalización y relación con la Responsabilidad social Organizacional*. Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/334898645_Consumo_colaborativo_Introduccion_i_nstitucionalizacion_y_relacion_con_la_Responsabilidad_social_Organizacional.

ADAMIAK, C. (2018). Mapping Airbnb supply in European cities. *Annals Of Tourism Research*, 71, 67-71. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2018.02.008>.

ALGAR, R. (2007). Collaborative consumption. *Leisure Report*, pp.16-17. Disponible en <https://oxygen-consulting.co.uk/collaborative-consumption/>.

ALLEN, D. Y BERG, C. (2014). The sharing economy. *How over-regulation could destroy an economic revolution*. Institute of Public Affairs, Australia. Disponible en: https://ipa.org.au/wp-content/uploads/archive/Sharing_Economy_December_2014.pdf.

ARDURA, A. U., LORENTE-RIVEROLA, I., Y RUIZ, J. S. (2020). Platform-mediated short-term rentals and gentrification in Madrid. *Urban Studies*, 57(15), 3095-3115. <https://doi.org/10.1177/0042098020918154>.

ASHWORTH, G., Y STEPHEN, J. (2011). Page. 2011. Urban tourism research: Recent progress and current paradoxes. *Tourism Management*, 32(1), 1-15. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.02.002>.

AYUNTAMIENTO DE MADRID: *Distritos en cifras (Información de Barrios)*. Madrid.es. <https://www.madrid.es/portales/munimadrid/es/Inicio/EIAyuntamiento/Estadistica/Distritos-en-cifras/Distritos-en-cifras-Informacion-de-Barrios/?vgnnextfmt=default&vgnextoid=0e9bcc2419cdd410VgnVCM2000000c205a0aRCRD&vgnnextchannel=27002d05cb71b310VgnVCM1000000b205a0aRC>. [Comprobado el 30 de noviembre de 2024].

AYUNTAMIENTO DE MADRID (2022, 10 de octubre): *Mapas de distritos y barrios*. <https://www.madrid.es/portales/munimadrid/es/Inicio/EIAyuntamiento/Estadistica/Areas-de-informacion-estadistica/Territorio-y-medio-ambiente/Territorio/Mapas-de-Distritos-yBarrios/?vgnnextfmt=default&vgnextoid=240d64c49579f410VgnVCM1000000b205a0aRCRD>

[&vgnnextchannel=e59b40ebd232a210VgnVCM1000000b205a0aRCRD](#) [Consultado el 30 de noviembre de 2024].

BANKINTER (2024, 11 de mayo): Blog de Economía y Finanzas Bankinter: *Los países más visitados del mundo (infografía)*. Disponible en: <https://www.bankinter.com/blog/economia/paises-mas-visitados-mundo>. [Consultado el 21 de noviembre de 2024].

BOTO-GARCÍA, D., BALADO-NAVES, R., MAYOR, M., & BAÑOS-PINO, J. F. (2023). Consumers' demand for operational licencing: evidence from Airbnb in Paris. *Annals Of Tourism Research*, 100, 103566. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2023.103566>.

BOTSMAN, R. Y ROGERS, R. (2010). What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption, *Harper Business*, pp. 15-16

MORALES C., J. A. (2022). ECONOMÍA COLABORATIVA EN ESPAÑA ¿EL FUTURO DE LA ECONOMÍA? *Uniovi.es*. Disponible en: https://digibuo.uniovi.es/dspace/bitstream/handle/10651/64391/TFG_Joel%20AndresMoralesCabascango.pdf?sequence=4.

CERDÁ MANSILLA, E., GARCÍA HENCHE, B., & SUCH DEVESA, M. J. (2021). ANÁLISIS DE LA ECONOMÍA COLABORATIVA EN EL TURISMO URBANO. ESTUDIO DE LA IMPLANTACIÓN DE AIRBNB EN MADRID Y BARCELONA. *Cuadernos de turismo*, 47, 383–412. <https://doi.org/10.6018/turismo.474481>.

CERDÁ-MANSILLA, E., RUBIO, N., GARCÍA HENCHE, B. Y CAMPO, S. (2022). Airbnb y la turistificación de los barrios en las ciudades: un análisis de segmentación por barrios del alojamiento extra hotelero en Madrid. *Investigaciones Turísticas* (23), pp. 210-238 <https://doi.org/10.14198/INTURI2022.23.10>.

CHATTERJEE, U., & CHATTERJEE, U. (2024, 1 de diciembre): Paris Takes Bold Action Against Airbnbs with €100,000 Fines and London-Style Night Limits, Ushering in a New Era for the Global Travel Industry - *Travel And Tour World*. Travel And Tour World. <https://www.travelandtourworld.es/noticias/art%C3%ADculo/Par%C3%ADs-toma-medidas-audaces-contr-Airbnb-con-multas-de-100000-euros-y-l%C3%ADmites-nocturnos-al-estilo-de-Londres%2C-marcando-el-comienzo-de-una-nueva-era-para-la-industria-de-viajes-global/>. [Consultado el 2 de diciembre de 2024].

CHEUNG, K.S. & YIU, C.Y. (2022). Unfolding touristification in retail landscapes: Evidence from rent gaps on high street retail, *Tourism Geographies*. DOI: 10.1080/14616688.2022.2150299.

COMUNICACIÓN DE LA COMISIÓN AL PARLAMENTO EUROPEO, AL CONSEJO, AL COMITÉ ECONÓMICO Y SOCIAL EUROPEO Y AL COMITÉ DE LAS REGIONES, (2016): *Una Agenda Europea para la economía colaborativa* SWD (2016) 184 final, Bruselas, 2.6.2016 COM (2016) 356 final. Disponible en: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:52016DC0356&from=GA>

COMISIÓN NACIONAL DEL MERCADO Y LA COMPETENCIA (2016): *Estudio sobre los nuevos modelos de prestación de servicios y la economía colaborativa* E/CNMC/004/15. Disponible en: <https://www.cnmc.es/ambitos-de-actuacion/promocion-de-la-competencia/mejora-regulatoria/consultas-publicas/economia-colaborativa-0>. [Consultado el 5 de diciembre de 2024]

COMISIÓN NACIONAL DE LOS MERCADOS Y COMPETENCIAS (2019, 8 de noviembre): Nota de prensa “Uno de cada cuatro internautas usa apps para comprar, vender o alquilar productos de segunda mano”. Disponible en: <https://www.cnmc.es/prensa/economia-colaborativa-panel-hogares-cnmc-20191108> [Consultado el 11 de noviembre de 2024].

COX, M. & HAAR, K. (2020): Platform failures. *How short-term rental platforms like Airbnb fail to cooperate with cities and the need for strong regulations to protect housing*. Bruselas, The Left in the European Parliament Disponible en: <https://insideairbnb.com/reports/platform-failures-how-short-term-rental-platforms-like-airbnb-fail-cities-en.pdf>

DOMÉNECH PASCUAL, G. (2015). La regulación de la economía colaborativa. El caso de Uber contra el taxi. *Revista Práctica de Derecho*, vol. 175-176, pp.61-104. <https://revistas.cef.udima.es/index.php/ceflegal/article/view/11009/10707>

FELSON, M., Y SPAETH, J. L. (1978). Community structure and collaborative consumption: A routine activity approach. *American behavioral scientist*, 21(4), 614-624.

FIRNKORN, J. Y MÜLLER, M. (2011). What Will be the environmental effects of new free-floating car-sharing systems? The case of car2go in Ulm. *Ecological Economics*, vol.70, nº8, pp. 1519-1528.

REDACCIÓN CIBELES (2024, 12 de junio): Freno al alquiler turístico ilegal. *Diario de Madrid*. <https://diario.madrid.es/blog/2024/06/12/freno-al-alquiler-turistico-ilegal/> [Consultado el 1 de diciembre de 2024]

FREMSTAD, A. (2014). Sticky Norms, Endogenous Preferences, and Shareable Goods. *Review Of Social Economy*, 74(2), 194-214. <https://doi.org/10.1080/00346764.2015.1089107>.

GIL, J. (2018). ¿Cómo regular el hospedaje entre particulares? Criterios de regulación utilizando el caso de Airbnb. En *En Ana María de la Encarnación (Ed.): La regulación del*

alojamiento colaborativo. Viviendas de uso turístico y alquiler de corta estancia en el Derecho español. Thompson-Reuters Aranzadi.

GIL, J. Y SEQUERA, J. (2018). Expansión de la ciudad turística y nuevas residencias. El caso de Airbnb en Madrid. *Empiria*, 41, 15-31.

GIL, J., & SEQUERA, J. (2020). The professionalization of Airbnb in Madrid: far from a collaborative economy. *Current Issues in Tourism*, 25(20), 3343–3362. <https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1757628>.

GONZÁLEZ MORALES, J. G., CHICA OLMO, J., & ZAFRA GÓMEZ, J. L. (2019). DETERMINACIÓN DE LOS PRECIOS DE LOS APARTAMENTOS TURÍSTICOS AIRBNB EN MÁLAGA. UNA APROXIMACIÓN ESPACIAL. *Estudios de economía aplicada*, 37(1), 47–63. <https://doi.org/10.25115/eea.v37i1.2574>.

GONZÁLEZ, S., Y WALEY, P. (2013). Traditional retail markets: the new gentrification frontier? *Antipode*, 45(4), 965-983. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8330.2012.01040.x>

GOTTLIEB, C. (2013). Residential Short-Term Rentals: Should Local Governments Regulate the 'Industry'? *Planning & Environmental Law*, 65(2), 4-9.

GUTTENTAG, D. (2015). AirBnB: disruptive innovation and the rise of an informal tourism accommodation sector. *Current issues in Tourism*, 18 (12), 1192-1217.

HAMARI, J., SJÖKLINT, M., Y UKKONEN, A. (2016). The sharing economy: Why people participate in collaborative consumption. *Journal of the association for information science and technology*, 67(9), 2047-2059. Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/255698095_The_Sharing_Economy_Why_People_Participate_in_Collaborative_Consumption.

HAWLITSCHKEK, F., TEUBNER, T., WEINHARDT, C. (2016). Trust in the Sharing Economy - Die Unternerhmung – *Swiss Journal of Business Research and Practice*, vol. 70, nº1, pp. 26-44.

HEO, Y. (2016). Sharing Economy and Prospects in Tourism *Research*. *Annals of Tourism Research*, 58 (C), 166-170. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2016.02.002>.

HORN, K. Y MERANTE, M. (2017). Is home sharing driving up rents? Evidence from Airbnb in Boston. *Journal of Housing Economics*, 38, 14-24. <https://doi.org/10.1016/j.jhe.2017.08.002>.

IDEALISTA (2024, 17 de noviembre): Evolución del precio de la vivienda en alquiler en Madrid. <https://www.idealista.com/sala-de-prensa/informes-precio-vivienda/alquiler/madrid-comunidad/madrid-provincia/madrid/> [Consultado el 4 de noviembre]

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA, (2022). Cuenta satélite del turismo de España: *Aportación del turismo a la economía española*. Disponible en: https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736169169&menu=ultiDatos&idp=1254735576581.

KNAFOU, R. (1996). Turismo e territorio. Por uma abordagem científica do turismo. In A.A.B. Rodrigues. (Org.), Turismo e Geografia. *Reflexoes teóricas e enfoques regionais* (pp. 62-75). Sao Paulo: Editora Hucitec.

LEE, D. (2016). How Airbnb short-term rentals exacerbate Los Angeles's affordable housing crisis: Analysis and policy recommendations. *Harv. L. & Pol'y Rev.*, 10, 229.

MARTÍNEZ-CALDENTEY, M. A., BLÁZQUEZ-SALOM, M., & MURRAY, I. (2020). HABITABILIDAD Y AIRBNB: EL ALQUILER DE LA VIVIENDA EN EL DISTRITO CENTRO DE MADRID. *Cuaderno de Turismo*, 46, 367-393. <https://doi.org/10.6018/turismo.451881>.

MARTÍNEZ-CALDENTEY, M. A., MURRAY, I. Y BLÁZQUEZ-SALOM, M. (2020): En la ciudad de Madrid todos los caminos conducen a Airbnb. *Investigaciones Turísticas* (19), pp. 1-27. <https://doi.org/10.14198/INTURI2020.19.01>

MARTÍNEZ, J. (2024, 10 septiembre). Airbnb declara un 32% más de ingresos en España en plena pugna por los pisos turísticos. *La Información*. <https://www.20minutos.es/lainformacion/empresas/airbnb-declara-mas-ingresos-espana-plena-pugna-pisos-turisticos-5631995/> [Consultado el 21 de noviembre de 2024].

MARTÍNEZ-POLO, J. (2019). El fenómeno del consumo colaborativo: del intercambio de bienes y servicios a la economía de las plataformas, *Sphera Publica*, 1(19), 24-46. <https://sphaera.ucam.edu/index.php/sphaera-01/article/view/363/14141434>.

MORENO-IZQUIERDO, L., RAMÓN-RODRÍGUEZ, A. B., & DEVESA, M. J. S. (2016). Turismo colaborativo: ¿está AirBnB transformando el sector del alojamiento? *Economistas*, 150, 107-119. Disponible en: https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/73628/1/2016_MorenoIzquierdo_etal_Economistas.pdf.

NOFRE, J., GIORDANO, E., ELDRIDGE, A., MARTINS, J., Y SEQUERA, J. (2018). Tourism, nightlife and planning: challenges and opportunities for community liveability in La Barceloneta. *Tourism Geographies*, 20(3), 377-396. <https://doi.org/10.1080/14616688.2017.1375972>.

ORTUÑO, A., & JIMÉNEZ, J. L. (2019). Economía de plataformas y turismo en España a través de Airbnb. *Cuadernos Económicos de ICE*, 97. <https://doi.org/10.32796/cice.2019.97.6800>.

PLAN ESPECIAL DE REGULACIÓN DEL USO DE SERVICIOS TERCIARIOS EN LA CLASE DE HOSPEDAJE (PEH) DEL AYUNTAMIENTO DE MADRID. *Boletín oficial de la Comunidad de Madrid*. Núm. 95 de 23 de abril de 2019.

PIXOVÁ, M., Y SLÁDEK, J. (2017). Touristification and awakening civil society in post-socialist Prague. *Protest and resistance in the tourist city*, 73-89.

PORRAS, S., Y GARCÍA CASTAÑO, J. (2016, 10 de diciembre). Viviendas de uso turístico: la gran recalificación. Eldiario.es. Disponible en: https://www.eldiario.es/opinion/tribuna-abierta/viviendas-uso-turistico-gran-recalificacion_129_3691942.html. [Consultado el 5 de diciembre de 2024].

RAMOS-PÉREZ, D. (2016). La magnitud del turismo en isla de la Palma: del discurso dominante a la realidad estadística. En Blázquez, M., Mir-Gual, M., Murray, I. y Pons, G.X (eds.) *Turismo y crisis, turismo colaborativo y ecoturismo*. XV Coloquio de Geografía del Turismo, el Ocio y la Recreación de la AGE. Mon. Soc. Hist. Nat. Balears, 23: 143-159. SHNB-UIB-AGE. ISBN 978-84-617-5115-0.

RAMOS-PEREZ, D. (2022). LA VIVIENDA VACACIONAL EN LA PALMA (CANARIAS): EVOLUCIÓN Y DISTRIBUCIÓN ESPACIAL (2015-2020). *Cuadernos de Turismo*, 50. 143-181. <https://doi.org/10.6018/turismo.541901>.

TEDxSYDNEY. Disponible en: <https://tedxsydney.com/talk/the-case-for-collaborative-consumption-rachel-botsman/> [Consultado el 11 de noviembre de 2024].

TEUBNER, T., Y FLATH, C. M. (2016). Privacy in the Sharing Economy. Disponible en: <https://es.scribd.com/document/673383211/Privacy-in-the-sharing-economy>.

TUSSYADIAH, I.P Y PESONEN, J. (2015). Impacts of peer-to-peer accommodation use on travel patterns. *Journal of Travel Research*, vol. 55 (8), pp. 1.022-1.040.

SANTOS, J. A., Y SEQUERA, J. (2018). Expansión de la ciudad turística y nuevas resistencias: el caso de Airbnb en Madrid. *Empiria: Revista de metodología de ciencias sociales*, (41), 15-32.

SEQUERA, J. (2017, 26 DE FEBRERO). *¿Qué es la turistificación?* La Razón. Disponible en: <https://www.larazon.es/local/madrid/que-es-la-turistificacion-FJ14591501/> [Revisado el 1 de diciembre de 2024].

SLEE, T. (2013). Some obvious things about internet reputation systems. Disponible en: http://tomslee.net/wordpress/wp-content/uploads/2013/09/2013-09-23_reputation_systems.pdf.

Statista (2024, 5 de septiembre). Ingresos de Airbnb a nivel mundial de 2017- 2023. Disponible en: <https://es.statista.com/estadisticas/1198559/ingresos-anuales-airbnb-mundo/>. [Consultado el 2 de noviembre de 2024]

SCHNEIDER, N. (2014). Owing Is the New Sharing. Disponible en

SCHOR, J. (2014). Debating the Sharing Economy. *Great Transition Initiative*. Disponible en: <https://greattransition.org/publication/debating-the-sharing-economy>.

SUNDARARAJAN, A. (2014). Peer-To-Peer Businesses and the Sharing (Collaborative) Economy: Overview, Economic Effects and Regulatory Issues. Disponible en: https://smallbusiness.house.gov/uploadedfiles/1-15-2014_revised_sundararajan_testimony.pdf

WACHSMUTH, D. Y WEISLER, A. (2018). Airbnb and the Rent Gap: Gentrification Through the Sharing Economy. *Environment and Planning A: Economy and Space*, Vol.50 (6), pp. 1.127-1.170.

YRIGOY, I. (2017). Airbnb in Menorca: a nex form of touristic gentrification? Distribution of touristic housing dwelling, agents and impacts on the residential rent. *Scripta Nova Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, 21 (580). <https://revistes.ub.edu/index.php/ScriptaNova/article/view/18573>.