

# EL FENÓMENO AIRBNB EN VALENCIA

**Javier Gil**

*Papers de la Càtedra  
d'Economia  
Col·laborativa i  
Transformació  
Digital/2*

Autor: Javier Gil

Edició: Andrea Kruithof

Càtedra d'Economia Col·laborativa i Transformació Digital

Primera edició: novembre de 2020

ISBN: 978-84-09-22437-1

--



**LAS NAVES**



La Càtedra d'Economia Col·laborativa i Transformació Digital és una entitat de la Universitat de València orientada a l'**estudi el fenomen de l'economia col·laborativa i de les plataformes digitals des d'una perspectiva multidisciplinar**, que uneix anàlisi econòmica, sociològica i jurídica.

Aquest és un projecte finançat per **LAS NAVES**, una Fundació dependent de l'Ajuntament de València que té per objectiu la promoció de la **innovació urbana i social**, a través de la col·laboració activa amb el sector públic i privat, la societat civil i el sector acadèmic

# ÍNDICE

---

<b>I. CARACTERÍSTICAS DE AIRBNB EN VALENCIA</b> .....	<b>5</b>
Airbnb y las economías colaborativas .....	6
Airbnb en Valencia .....	10
Tipos de hospedaje .....	12
Anfitriones con múltiples anuncios .....	17
¿Economía colaborativa o economía tradicional? .....	23
Anuncios con impacto.....	26
Tipos de anfitriones .....	28
<b>II. IMPACTOS ECONÓMICOS Y ESPACIALES DE AIRBNB EN VALENCIA</b> .....	<b>44</b>
Efectos económicos de las economías colaborativas.....	45
Distribución territorial de los anuncios .....	49
Tipos de viviendas que se alquilan y sobrecarga de las viviendas .....	65
¿Cómo y quiénes obtienen ingresos en Airbnb?.....	74
<b>III. IMPACTO EN LOS PRECIOS DE LOS ALQUILERES Y EN EL SISTEMA INMOBILIARIO DE VALENCIA</b> .....	<b>91</b>
La relación entre Airbnb y el mercado inmobiliario .....	92
Crecimiento de Airbnb y subida de los alquileres .....	98
Airbnb y el parque de vivienda .....	101
Airbnb y la oferta de vivienda en alquiler .....	116
¿Por qué convierten tu vivienda en un piso turístico? La relación entre Airbnb y los precios de los alquileres .....	120
<b>IV. CONCLUSIONES</b> .....	<b>138</b>
<b>V. EL FUTURO DE LOS PISOS TURÍSTICOS TRAS LA PANDEMIA DEL COVID-19</b> .....	<b>142</b>
<b>VI. METODOLOGÍA</b> .....	<b>146</b>
<b>VII. BIBLIOGRAFÍA</b> .....	<b>155</b>

## EL FENÓMENO DE AIRBNB EN LA CIUDAD DE VALENCIA

En solo una década Airbnb se ha convertido en la empresa del mundo con más plazas de hospedaje. Sus 5 millones de alojamientos hacen que la plataforma cuente con más plazas de hospedaje que las cinco cadenas hoteleras más grandes del mundo.

El crecimiento internacional de Airbnb también se caracteriza por las fuertes críticas y conflictos sociales y urbanos que está generando en muchas ciudades globales. Principalmente porque se responsabiliza a la plataforma de estar impulsando nuevas formas de especulación y turistificación.

El objetivo de este informe es aportar información sobre el fenómeno de Airbnb en la ciudad de Valencia y observar con precisión los distintos impactos que la plataforma está generando. El informe se divide en tres bloques:

- 1. ¿Economía colaborativa o economía comercial sobre un nuevo medio? Las particularidades del modelo de hospedaje que ha producido Airbnb en Valencia**
- 2. ¿Redistribución o concentración de riqueza? Efectos económicos y espaciales de Airbnb en Valencia.**
- 3. ¿Airbnb sube los alquileres? El impacto de Airbnb sobre el mercado inmobiliario de Valencia**

Los resultados de este informe aportan información al debate sobre el modelo de ciudad que estas plataformas están impulsando, además de facilitar que se puedan desarrollar regulaciones que eliminen los efectos no deseados.

I.  
**CARACTERÍSTICAS  
DE  
AIRBNB EN  
VALENCIA**

## 1. AIRBNB Y LAS ECONOMÍAS COLABORATIVAS

---

El concepto de *economía colaborativa* hace referencia a las nuevas formas de producción, intercambio y consumo que han surgido durante la última década al calor de las innovaciones tecnológicas. Estos **avances han reducido los costes de comunicación y transacción, lo que posibilita que se desarrollen formas de organización e intercambio entre particulares sin la necesidad de intermediarios.**

Se denomina *empresas de economía colaborativa* a las plataformas digitales que ponen en contacto a usuarios que desean ofrecer un servicio o producto, con aquellos que desean consumirlo o adquirirlo. El conjunto del proceso -como el pago- se articula sobre la plataforma, que por lo general cobra una comisión por ello. Cada vez hay más plataformas de distintos tipos y se han convertido en un mercado muy relevante que ya mueve importantes sumas de dinero. Airbnb es la plataforma de referencia en el ámbito del hospedaje.

Desde su nacimiento, los propulsores de las economías colaborativas han anunciado que estas producen toda una serie de impactos positivos desde el punto de vista económico, social y medioambiental, y que están transformando por completo nuestra economía y nuestras sociedades. Todos sus impactos positivos derivan de un hecho que diferencia a estas economías de la economía tradicional: que hacen un mejor uso de los recursos.

Un principio fundamental que todo proyecto de economía colaborativa debe cumplir es que el recurso que se moviliza a través de la plataforma sea *un recurso temporalmente en desuso* (Botsman & Rogers, 2010; Benkler, 2015; Rifkin, 2014; Schor & Attwood-Charles, 2017; Rodríguez, 2017; Sundararajan, 2016; Frenken & Schor, 2017; Xie & Kwok, 2018). Desde la perspectiva de las economías colaborativas, **nuestras sociedades están repletas de valores de uso infrautilizados** (por ejemplo, que los vehículos pasen por lo general más del 90% del tiempo aparcados). A través de las plataformas digitales estos recursos infrautilizados se pueden movilizar y ser consumidos por una persona que no sea la propietaria del recurso. De esta manera aumenta el consumo sin que aumente el número de bienes, lo que permite que surjan efectos económicos, sociales y medioambientales muy positivos. Por lo tanto, que la actividad se articule sobre una plataforma digital es un elemento necesario, pero no suficiente para el desarrollo de proyectos de economía colaborativa, aunque muchas veces estas empresas se presentan como “de economía colaborativa” por el simple hecho de utilizar una plataforma digital.

En el caso de Airbnb y las plataformas de hospedaje colaborativo, el recurso que se moviliza es una vivienda. En ese sentido, la función de las plataformas de hospedaje colaborativo es convertir el *valor de uso* de una

*vivienda temporalmente infrautilizada, en una oferta de hospedaje. Pongamos dos ejemplos muy ilustrativos al respecto:*

### *La vivienda cumple el principio de recurso temporalmente infrautilizado*

Una persona se va de vacaciones 10 días. La vivienda se queda vacía y nadie la utilizará mientras esté de vacaciones. Por lo tanto, nadie aprovechará el valor de uso de la vivienda, que estará 10 días infrautilizada<sup>1</sup>. Así que si la persona alquila la vivienda a través de Airbnb, permite que el valor de uso infrautilizado sea consumido por otra persona.

### *La vivienda no cumple el principio de recurso temporalmente infrautilizado*

Una persona tiene una vivienda en propiedad, que no es su residencia habitual y la tiene alquilada a una familia, que son quienes viven en la vivienda. El propietario decide no renovar el contrato de alquiler a la familia, para alquilar la vivienda todos los días del año en Airbnb. En este caso la vivienda no cumple en ningún caso la función de recurso temporalmente infrautilizado, porque había una familia viviendo en esa vivienda y consumiendo su valor de uso.

El hecho de que las viviendas son un tipo de bien con unas particularidades propias, complejiza la forma en que se desarrolla este principio a través de plataformas como Airbnb. La vivienda es un recurso especial que se diferencia del resto de bienes. Esto se debe a su doble función **como hogar y sitio donde vivir (bien de consumo); como activo económico y recurso con el que obtener beneficios (bien de inversión)**. Para algunas personas la vivienda solo tiene *valor de uso* (las que viven de alquiler), para otras tiene *valor de uso* y *valor económico* al mismo tiempo (las que viven en una vivienda de su propiedad), y para otras solo tiene *valor económico* (invierten en viviendas con el objetivo de obtener beneficios económicos, pero nunca hacen uso del valor de uso de la vivienda). En nuestras sociedades, algunas personas utilizan las viviendas para vivir, otras las utilizan para obtener beneficios y otras las utilizan para vivir al mismo tiempo que para aumentar su patrimonio a largo plazo.

---

<sup>1</sup> El hecho de que una vivienda pase 10 días sin usarse y por lo tanto se perciba como un “recurso infrautilizado” también es un hecho cuestionable. En este estudio no se reflexiona sobre este principio, sino que se adoptan los marcos de las economías colaborativas que surgen durante las últimas décadas del entorno de la economía de Silicon Valley, y que nada tienen que ver con otras formas socioeconómicas de colaborar o de compartir que existen y han existido históricamente en nuestras sociedades.

Este hecho hace que el principio de *la vivienda como recurso temporalmente infrautilizado* se complejice pudiendo darse los siguientes supuestos (Gil, 2019; 2018d):

*i. La vivienda cumple la función de recurso puntualmente infrautilizado*

Casos en que el principio de la vivienda como *bien temporalmente en desuso* se cumple a la perfección. Se trata de situaciones en que una persona no hace uso de su vivienda de manera puntual durante un tiempo determinado, y durante este periodo aloja a desconocidos en ella vía Airbnb.

*ii. La vivienda cumple la función de recurso generalmente infrautilizado*

Hace referencia a las segundas residencias. La vivienda sí que cumple la función de *bien temporalmente infrautilizado*, aunque se trata de viviendas que pasan más tiempo inutilizadas que usándose. Airbnb hace que las segundas residencias dejen de ser un recurso *improductivo* para convertirse en *bienes productivos*. Como resultado, Airbnb aumenta la función económica de las segundas residencias, lo que impulsa procesos de conversión de vivienda residencial en segundas residencias que se alquilan en Airbnb.

*iii. Se genera una situación artificial de la vivienda como recurso temporalmente infrautilizado;*

La situación de la vivienda como *recurso temporalmente infrautilizado* no existe de manera natural, sino que se crea de forma artificial. Es el caso de las personas (normalmente jóvenes) que alquilan su vivienda o habitación en Airbnb los fines de semana y se buscan otro lugar donde dormir (la casa de su pareja, de sus padres o el sofá de un amigo).

*v. La vivienda cumple la función de recurso permanentemente infrautilizado.*

Viviendas vacías que sus propietarios no alquilan en el mercado residencial, pero que sí están dispuestos a alquilarlas de manera permanente en Airbnb. Al estar la vivienda en desuso, en ningún momento cumple el principio de estar temporalmente infrautilizada.

*iv. La vivienda no cumple en ningún momento la función de recurso temporalmente infrautilizado*

Viviendas residenciales que se transforman en pisos turísticos. En ningún caso se moviliza un recurso temporalmente infrautilizado, porque la vivienda estaba siendo utilizada como residencia habitual.

Como se desprende de esta tipología, muchas de las formas en que las viviendas se alquilan a través de Airbnb, no cumplen con los principios de las economías colaborativas ni se pueden considerar formas o modelos de hospedaje colaborativo. El problema es que estas formas de hospedar a través de Airbnb no solo no impulsan los efectos positivos de las economías colaborativas, sino que generan toda una serie de externalidades negativas: problemas de vivienda (reducen la oferta de vivienda en alquiler, hacen que suban los precios de los alquileres y generan procesos de desplazamiento y expulsión de la población de sus viviendas); problemas de convivencia (asociados al ruido, la seguridad, la limpieza o a determinadas conductas) y problemas en los barrios (transformación de los comercios locales, sobre el uso del espacio público, deterioro de los equipamientos públicos, pérdida de la identidad y del tejido del barrio) (Cocola-Gant, 2018, 2016; Gil, 2018a; Boix Palop, 2018; Sequera & Nofre, 2018; Aalbers, 2018; Wachsmuth & Weisler, 2018; Yrigoy, 2018; Elíasson & Ragnarsson, 2018; Barron et al., 2017).

## 2. AIRBNB EN VALENCIA

En Valencia la empresa Airbnb domina el mercado de los alquileres de corta duración. Según los datos de Airdna, Airbnb controla un 83% de los anuncios, frente al 8% de HomeAway y un 9% que se anuncian en ambas plataformas. Estos datos coinciden con los de la plataforma DataHippo, que atribuye un 84% de los alquileres de corta duración de Valencia a Airbnb<sup>2</sup>. Nuestro estudio se centrará en el análisis de la plataforma Airbnb, ya que es la más representativa del mercado.

Un 98.68% de los alquileres turísticos en Valencia son de corta duración, por estancias de menos de 30 días

En Valencia hay 7.203 anuncios de hospedajes activos en Airbnb. Un 98.68% son de alquileres de corta duración, que se alquilan por estancias de menos de 30 días, frente a un 1.32% de los anuncios en que las estancias mínimas deben superar los 30 días. También hay 451 anuncios que el día en que se recopilaban los datos no tenían el hospedaje “disponible” para ser alquilado ningún día del año. Estos anuncios pueden ser de usuarios

que ya no realizan la actividad en la plataforma, pero no han cerrado el anuncio, de usuarios que solo anuncian la vivienda de manera puntual a lo largo del año, o de usuarios que solo anuncian la vivienda a corto plazo (a un mes vista, por ejemplo), y ya tienen todo el mes reservado. En total, hay 7.654 anuncios de hospedaje en la plataforma Airbnb.

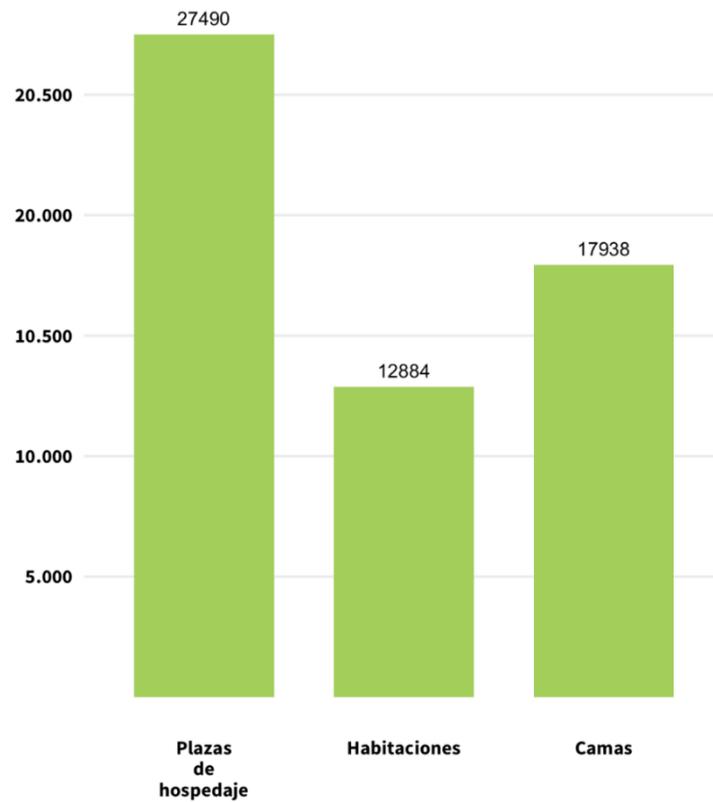
Tabla 1.1: Estado de los anuncios de Airbnb.

ANUNCIOS ACTIVOS	ANUNCIOS INACTIVOS	ANUNCIOS DE DURACIÓN SUPERIOR A 30 DÍAS	ANUNCIOS DE ALQUILERES DE CORTA DURACIÓN	TOTAL
7.203	451	46	7.157	7.654

El conjunto de estos anuncios supone un total de 27.490 plazas de hospedaje, 12.884 habitaciones y 17.938 camas, que aumentan la oferta de hospedaje en Valencia en 1.230.824 pernnoctaciones al año.

<sup>2</sup><https://datahippo.org/es/data/>

**Gráfico 1.1: Plazas de hospedaje, habitaciones y camas anunciadas**



Elaboración propia. Fuente: Inside Airbnb

### 3. TIPOS DE HOSPEDAJE

---

Los hospedajes de corta duración en Airbnb pueden ser de tres tipos:

**Alojamiento entero:** los huéspedes tienen la vivienda para ellos solos y el anfitrión no está presente ni convive con los huéspedes mientras dure la estancia. Se alquila toda la vivienda<sup>3</sup>.

**Habitación privada:** los huéspedes alquilan solo una habitación de la vivienda. En estos casos, los huéspedes comparten la vivienda y conviven con los anfitriones (cuando los anfitriones realizan la actividad en su primera residencia), o la comparten con otros huéspedes (cuando se trata de una vivienda que se alquila al completo en Airbnb, pero por *habitaciones* y no como *alojamiento entero*).

**Habitación compartida:** los huéspedes comparten la habitación con otros huéspedes o con los anfitriones.

El mercado Airbnb en Valencia está dominado por el alquiler de *viviendas*, que representan un 68.3% del total

El mercado de Airbnb en Valencia está dominado por el alquiler de *viviendas*. Estos representan un 68.3% del total y a través de la plataforma se pueden alquilar 4.920 *viviendas vacacionales*. El alquiler de *habitaciones privadas* representa un 31.25% del mercado y hay un total de 2.251 *habitaciones* que se alquilan a través de Airbnb. El alquiler de habitaciones compartidas es insignificante y solo representa un 0.44% del total, habiendo solo 32 casos en que se alquilan habitaciones compartidas a través de Airbnb<sup>4</sup>.

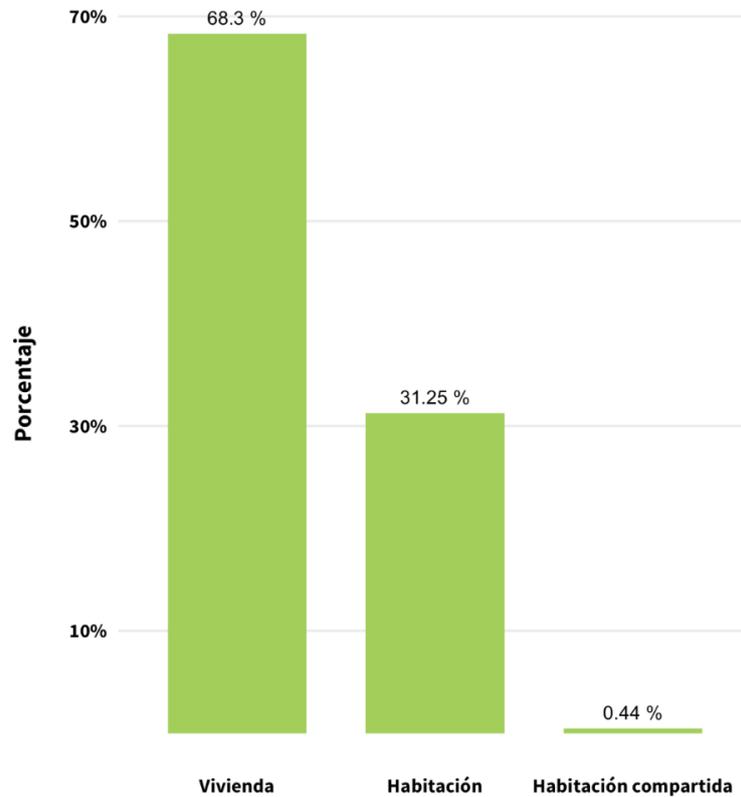
---

<sup>3</sup> De ahora en adelante nos vamos a referir a este tipo de anuncio como de *viviendas* (frente a los anuncios de *habitaciones*).

<sup>4</sup>Al ser una cantidad insignificante en relación con los otros tipos de hospedaje, en el resto del informe todos los análisis se centran en exclusiva en el alquiler de *viviendas* y de *habitaciones*.

### Gráfico 1.2: Distribución de los anuncios

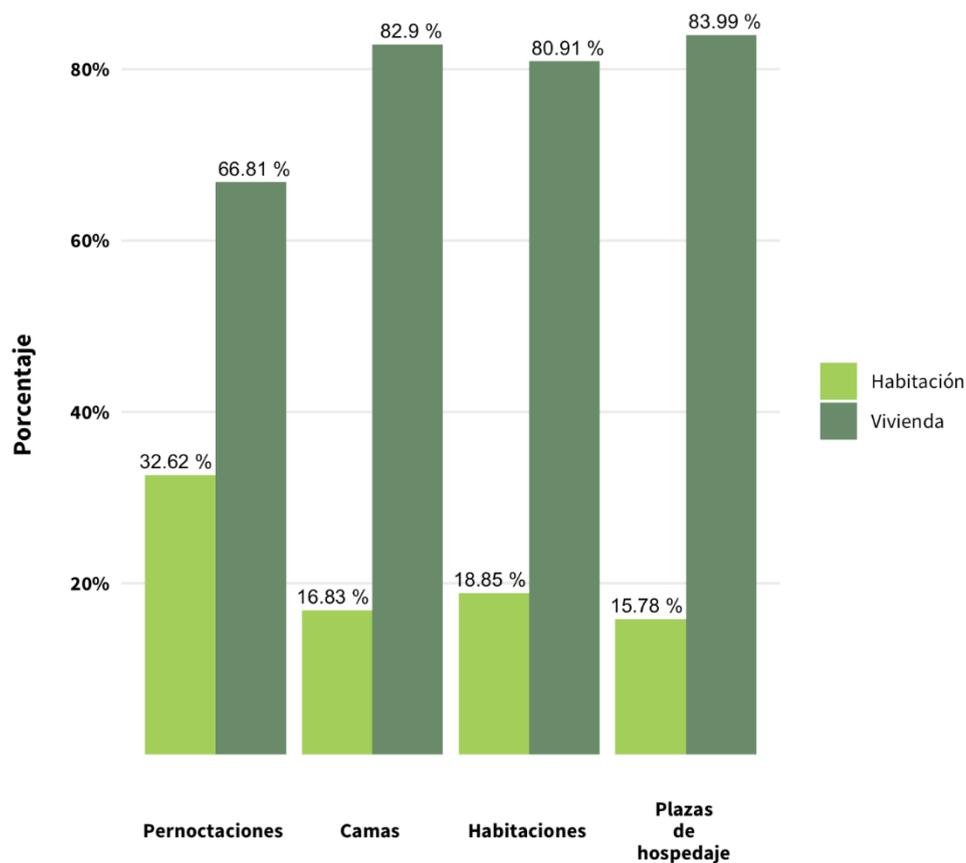
Según el tipo de hospedaje



Elaboración propia. Fuente: Inside Airbnb

De las 27.490 plazas de hospedaje de Airbnb en Valencia, un 83.99% se ofrecen en *viviendas* frente al 15.78% que se ofrecen en *habitaciones* (23.090 y 4.337 plazas respectivamente). Asimismo, el 80% de las *habitaciones* y el 83% de las camas que se alquilan a través de Airbnb, también se alquilan en *viviendas*.

**Gráfico 1.3: Características de la oferta de hospedaje**



Elaboración propia. Fuente: Inside Airbnb

### *Quando el alquiler de viviendas domina el mercado*

El hecho de que una gran parte del mercado de Airbnb en Valencia se articule sobre el alquiler de *viviendas* es problemático. Evidencia que no estamos ante un modelo de hospedaje donde las clases medias alquilan una habitación “extra” de su vivienda mientras no la utilizan, como anuncia constantemente Airbnb. Por el contrario, manifiesta que **estamos ante un modelo que cumple dos supuestos: las personas alquilan su residencia habitual mientras no la utilizan; los propietarios de vivienda alquilan viviendas en las que no residen (precisamente por ello son multipropietarios en la mayoría de casos)**. Se trata de un modelo basado en el alquiler de viviendas que adopta dos formas:

- anunciar la residencia propia mientras no se utiliza.
- anunciar propiedades en las que nadie reside y se alquilan de forma regular en Airbnb.

Los efectos de estos dos tipos de hospedaje no tienen nada que ver entre sí. El problema es que a través de Airbnb no se puede determinar si la vivienda que se alquila en la plataforma es la residencia de la persona o no. Solo se diferencia entre ambos modelos en los casos en que la legislación lo exige, como en la ciudad de San Francisco. Aun así, al incluir en el análisis los días al año que se anuncia una vivienda en Airbnb, se puede estimar la diferencia, como hacen múltiples investigaciones (BJH Advisors, 2016; Combs et al., Forthcoming; Elíasson & Ragnarsson, 2018; Gil & Sequera, 2018, 2020; Wachsmuth & Weisler, 2018), bajo la pregunta de: **¿Cuánto es el tiempo máximo que una persona pueda alquilar su residencia habitual en Airbnb?** Es decir, ¿Cuánto es el tiempo máximo que la residencia habitual de una persona puede llegar a cumplir la función de recurso temporalmente infrautilizado?

Los días al año que una persona utiliza y pernocta en su vivienda varían según las situaciones personales de cada persona y de su hogar. Los ayuntamientos de las ciudades internacionales que han regulado los alquileres de corta duración durante los últimos años han tenido que responder a esta pregunta a través de aprobar normativas locales. Estas administraciones han fijado un máximo de días al año que una vivienda puede ser alquilada en Airbnb como primera residencia, porque consideran que cuando se sobrepasan ciertos días al año es muy improbable que la vivienda sea la residencia habitual de la persona. En general, la mayoría de municipios han fijado un máximo de entre 60 y 120 días al año<sup>5</sup>. La cifra de 90 noches al año ha sido utilizada por muchos municipios y parece una temporalidad razonable, debido a que es muy difícil que una persona pernocte fuera de su residencia más de 90 días al año, en periodos lo suficientemente largos como para que la vivienda pueda alquilarse en Airbnb (aunque puede haber casos, no son la mayoría).

Al analizar cuantos días al año se anuncian las *viviendas* en Valencia, se observa que de media se anuncian 167 días y que un 65.79% se anuncia más de 90 días al año. En concreto:

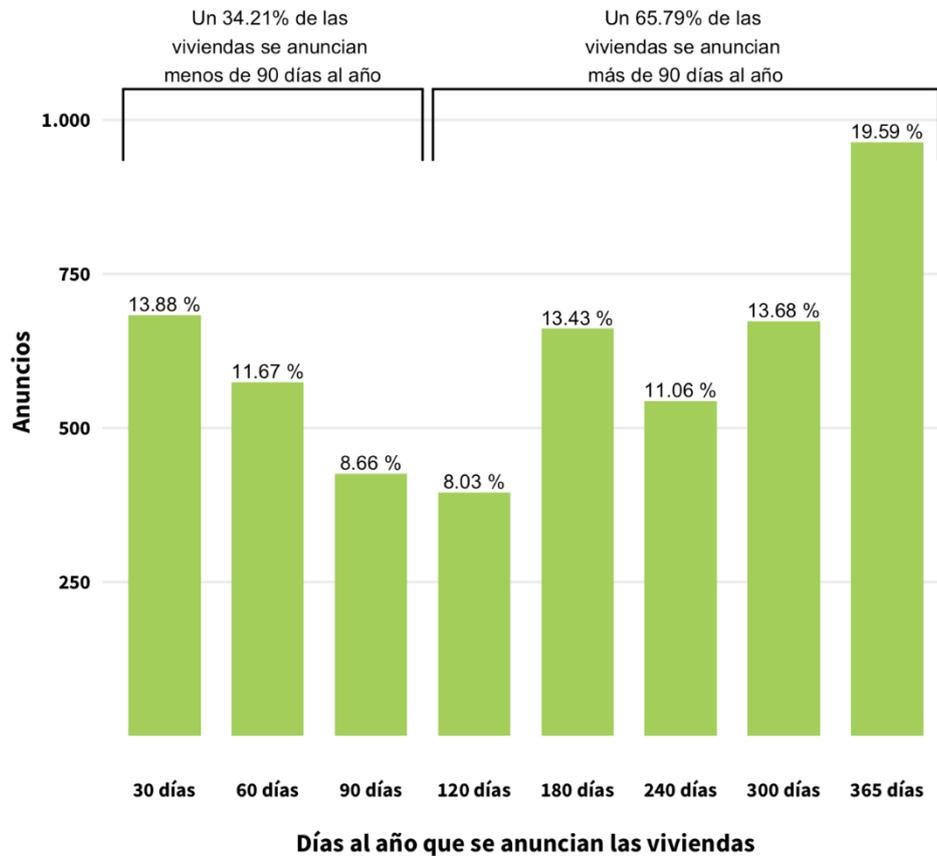
De media, las *viviendas* en Valencia se anuncian 167 días al año. Un 65.79% se anuncian más de 90 días al año

- \* un 13.88% se anuncian durante 30 días o menos al año
- \* un 25.55% se anuncian durante 60 días o menos al año
- \* un 34.21% se anuncian durante 90 días o menos al año
- \* un 65.79% de las *viviendas* se anuncian más de 90 días al año.

---

<sup>5</sup>Aunque algunos lo han reducido a 30 días, como Ámsterdam, mientras que otros lo han aumentado a 182, como Berlín.

**Gráfico 1.4: Días al año que se anuncian los alojamientos de viviendas**



Elaboración propia. Fuente: Inside Airbnb

Estos datos reflejan que es muy probable que la gran mayoría de las *viviendas* que se alquilan en Airbnb en Valencia no sean la residencia habitual de las personas que las alquilan. En este caso, la cuestión sería determinar si estas *viviendas* que se movilizan a través de Airbnb eran antes viviendas desocupadas, segundas residencias o por el contrario eran viviendas residenciales que han sido convertidas en pisos para turistas<sup>6</sup>.

<sup>6</sup> Este tema se aborda en profundidad en la tercera parte del informe.

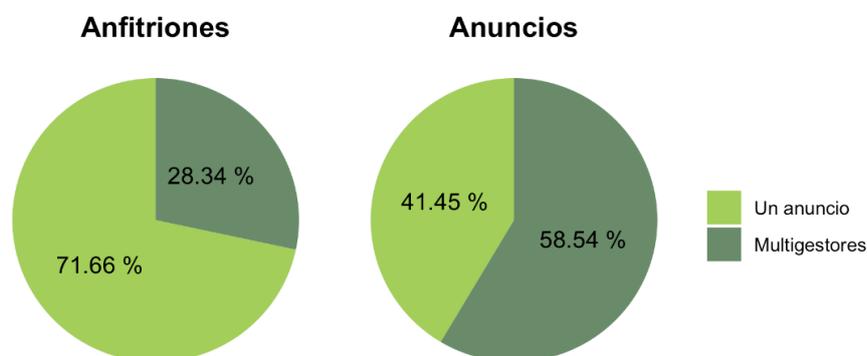
#### 4. ANFITRIONES CON MÚLTIPLES ANUNCIOS

Airbnb ha creado nuevas oportunidades de negocio que han sido aprovechadas por personas y empresas que se dedican de manera profesional al alquiler de pisos turísticos y operan a través de plataformas digitales. Un síntoma de la profesionalización de Airbnb es la presencia de anfitriones *multigestores*, como señalan diversas investigaciones (Gil y Sequera, 2020, 2019; Gil, 2019, 2018b, 2018c; BJH Advisors, 2016; Segú, 2018; Merante & Horn, 2016; CBRE, 2017; Combs, Kerrigan, & David, Forthcoming; Cocola-Gant & Gago, 2019; Wachsmuth & Weisler, 2018). Se trata de anfitriones que tienen más de un anuncio en la plataforma, y por lo tanto alquilan más de una *vivienda* o habitación, lo que ha llevado a algunos autores a denominarles como “falsos anfitriones” (Cox, 2019). Además, por lo general se observa que los *multigestores* no son el grupo mayoritario en la plataforma, pero controlan la mayoría del mercado.

En Valencia, los anfitriones que tienen *un único anuncio* en la plataforma representan al 71.66% de los anfitriones, mientras que los *multigestores* representan al 28.34%. Estos datos reflejan que los *multigestores* son un grupo minoritario en la plataforma. De hecho, es frecuente que Airbnb anuncie que se trata de una plataforma de economía colaborativa, demostrando que la gran mayoría de los anfitriones tienen un único anuncio en la plataforma y que los *multigestores* tienen un peso irrelevante.

Lo que no muestra Airbnb es que, si bien los *multigestores* son un grupo minoritario en la plataforma, controlan la mayor parte del mercado. De esta manera, los anfitriones con un único anuncio controlan el 41.45% de los anuncios, mientras que los *multigestores* controlan el 58.54% de los anuncios.

**Gráfico 1.5: Relación entre anfitriones y anuncios**  
Según sean multigestores o anfitriones con un único anuncio



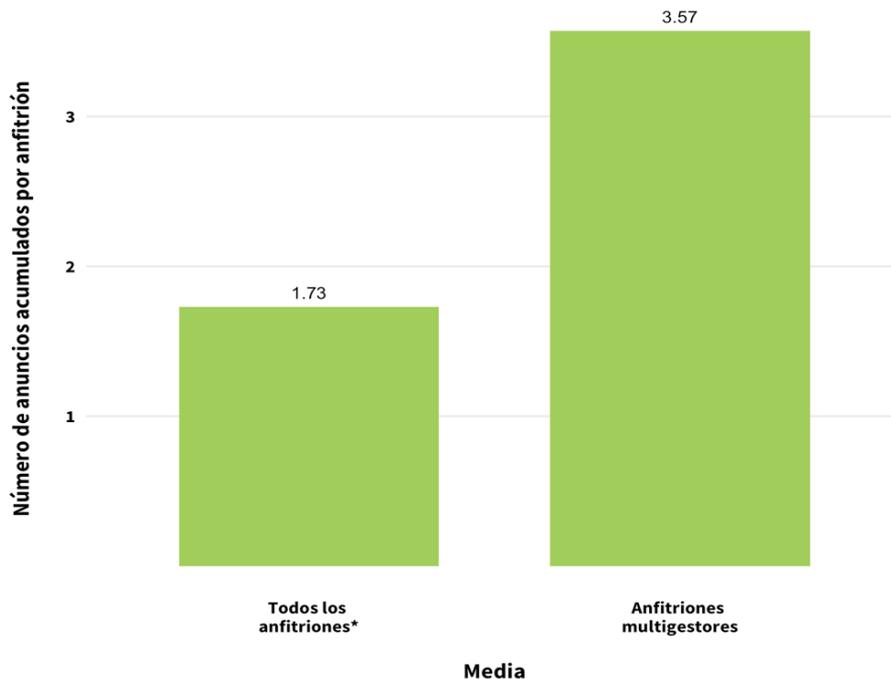
Elaboración propia. Fuente: Inside Airbnb

La presencia de *multigestores* es un indicador de que hay usuarios especializados en el negocio de los alquileres de corta duración, cuya actividad no cumple los principios de las economías colaborativas. En caso de que el conjunto del mercado respondiera al modelo de economía colaborativa, el número de anfitriones tendría que equivaler al número de anuncios en la plataforma, y se tendría que establecer una relación perfecta entre el *número de anfitriones* y el *número de anuncios* (un anuncio por cada anfitrión y no más<sup>7</sup>). En las ciudades de Copenhague y Oslo, dos de las ciudades globales donde Airbnb más se acerca a un modelo de economía colaborativa, la ratio entre ambas variables es próximo a uno (1.1 y 1.17 respectivamente) (Gil, 2019).

Por el contrario, en Valencia, al calcular la media de anuncios que tiene cada anfitrión, se observa que el resultado dista mucho de ser una relación perfecta. Los anfitriones tienen de media 1.73 anuncios en Airbnb. Si nos centramos en aquellos anfitriones que tienen más de un anuncio en la plataforma, la cifra asciende a una media de 3.57 anuncios por anfitrión. Es decir, se observa que **los multigestores acumulan de media 3.54 anuncios en la plataforma**.

**Gráfico 1.6: Acumulación de anuncios por los anfitriones**

Relación entre el conjunto de los anfitriones y los multigestores



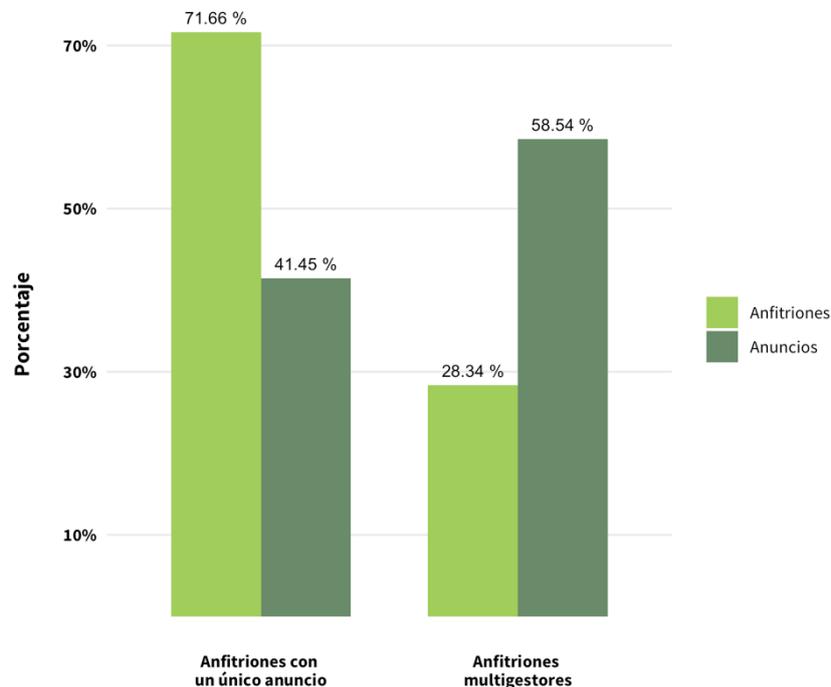
\*Incluye multigestores  
Elaboración propia. Fuente: Inside Airbnb

<sup>7</sup> Se pueden dar casos excepcionales como cuando un único anfitrión alquila dos *habitaciones* en su vivienda.

Por lo tanto, en Valencia hay 2.986 anfitriones con un único anuncio, que representan al 71.66% del total, pero solo controlan el 41.45% de los anuncios. Por el contrario, **hay 1.181 *multigestores* que tienen 4.217 anuncios, que representan al 28.34% restante, pero controlan el 58.54% del mercado.** Así se observa que los *multigestores* son un grupo poco significativo en Valencia, pero controlan la mayoría del mercado. Este dominio de los *multigestores* hace que de las 27.490 plazas de hospedaje que hay en Airbnb en Valencia, 15.896 plazas (57.82%) sean de *anuncios de multigestores*, frente a las 11.594 plazas (42.18%) que son de anfitriones con un único anuncio.

**Gráfico 1.7: Distribución de los anuncios**

Según sean multigestores o anfitriones con un único anuncio



Elaboración propia. Fuente: Inside Airbnb

#### 4.1. ACUMULACIÓN DE ANUNCIOS POR MULTIGESTORES

El número de anuncios que controlan los *multigestores* en una ciudad también es un indicador de la presencia de **anfitriones profesionalizados en el negocio de alquilar viviendas como pisos turísticos**. La máxima expresión de la comercialización y profesionalización en Airbnb son las empresas que controlan decenas o cientos de anuncios en una ciudad: Los 211 anuncios de *Claudia* (Friendly rentals Madrid) en Madrid, los 200 anuncios de *Eva&Jacques* (AB Apartment Barcelona) en Barcelona, los 107 anuncios de *Living4Malga* en Málaga, los

807 anuncios de *Villafinca* (Homerti) en Mallorca, los 57 anuncios de *Javier* (Sevilla Moving) en Sevilla o los 137 anuncios de *SingularStays* en Valencia.

El negocio de alquilar viviendas como pisos turísticos ha generado un mercado de empresas que se dedican a la gestión de la actividad y de los anuncios de los propietarios que deseen alquilar sus viviendas en plataformas como Airbnb. Estas empresas se pueden encargar del conjunto de la actividad: crear los perfiles en la plataforma y dotarlos de valor, gestionar la comunicación con los huéspedes, recibir a los huéspedes y entregar las llaves, ocuparse de la limpieza y estar disponibles las 24 horas del día para atender imprevistos o emergencias. Estas empresas facilitan que **los inversores y los multipropietarios de vivienda puedan externalizar el conjunto del proceso productivo del negocio de los alquileres de corta duración, y convertir vivienda residencial en vivienda de uso turístico** (Cocola-Gant y Gago, 2019). Por lo tanto, la existencia de estas empresas facilita que los propietarios de vivienda las transformen en pisos para turistas, al no tener que encargarse ellos mismos de la actividad. La cuestión es que este tipo de actividad no tiene nada que ver con la economía colaborativa ni cumple su principio básico (la vivienda como recurso temporalmente infrautilizado). Por el contrario, se trata del alquiler permanente de viviendas como pisos turísticos, una actividad que, si bien no es nueva, empresas como Airbnb facilitan que se extienda por todas las ciudades del mundo.

El número de anuncios que acumulan los *multigestores* también es un indicador de la comercialización y la profesionalización de estas plataformas en una ciudad determinada. Una mayor acumulación de anuncios por usuario y una mayor presencia de este tipo de usuarios, es una señal del grado de comercialización y profesionalización de Airbnb en una ciudad<sup>8</sup>. A continuación, se divide a los *multigestores* en tres grupos según el número de anuncios que tienen (*entre 2 y 5 anuncios, entre 6 y 20 anuncios y más de 20 anuncios*).

---

<sup>8</sup> Los resultados de otro estudio que analiza este fenómeno comparando 39 ciudades internacionales (Gil, 2019), muestran que la ciudad de Copenhague es aquella en que la actividad de Airbnb más se acerca a un modelo de economía colaborativa y la presencia de anfitriones comerciales profesionalizados es menor. En Copenhague se observa que la presencia de *multigestores* es mínima y que la ratio *número de anfitriones-anuncios por anfitrión* es cercana a 1. En relación a la acumulación de anuncios por *multigestores*, la presencia de anfitriones con “entre 6-20 anuncios” o “más de 20 anuncios” es muy reducida.

### Anfitriones con entre 2 y 5 anuncios

En este grupo hay 1.048 anfitriones que tienen un total de 2.534 anuncios (una media de 2.42 anuncios por anfitrión). Estos anfitriones representan al 25.15% de los anfitriones y controlan el 35.18% de los anuncios. El volumen de esta actividad es significativo, ya que algunos de estos anfitriones tienen hasta cinco anuncios en la plataforma.

### Anfitriones con entre 6 y 20 anuncios

En este grupo se encuentran 118 anfitriones que controlan un total de 1.023 anuncios (una media de 8.67 anuncios por anfitrión). Estos anfitriones solo representan al 2.83% de los anfitriones pero controlan el 14.20% de los anuncios. En este caso el grado de comercialización de la actividad es muy intenso. Los anfitriones tienen un mínimo de seis anuncios y por lo tanto se trata de anfitriones profesionalizados en el alquiler de viviendas de corta duración de forma comercial.

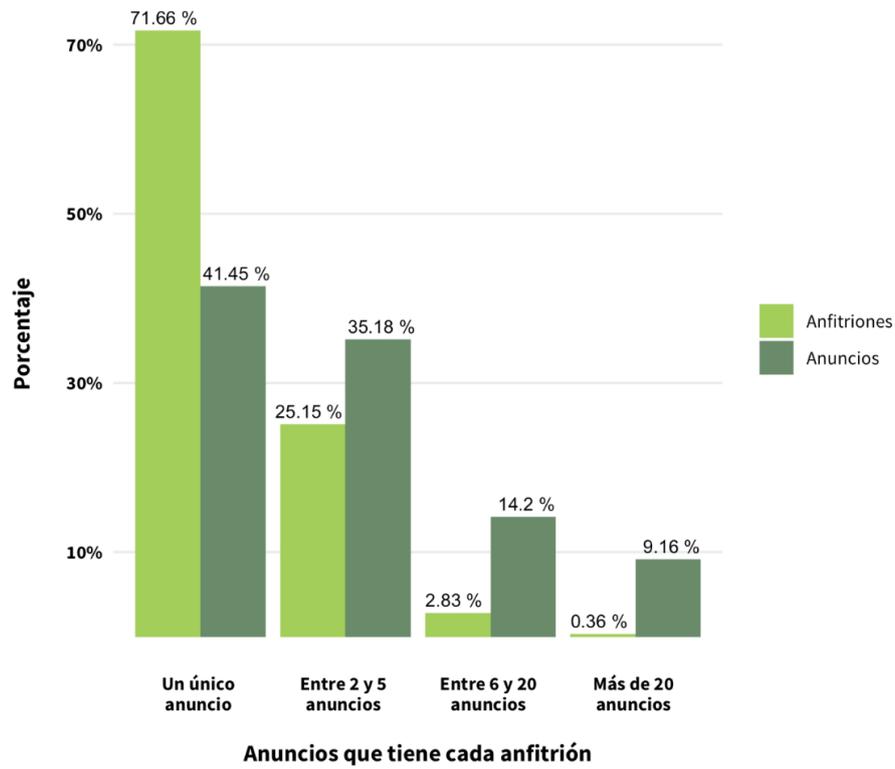
### Anfitriones con más de 20 anuncios

En Valencia hay un total de 15 anfitriones que controlan 660 anuncios (una media de 44 anuncios por anfitrión). Estos solo representan al 0.36% de los anfitriones pero controlan el 9.14% de los anuncios. Su actividad es completamente comercial y se trata principalmente de empresas especializadas en el alquiler de viviendas de corta duración.

**Tabla 1.2: Distribución de los anuncios según el número de anuncios que tiene cada anfitrión**

	UN ANUNCIO	ENTRE 2 y 5 ANUNCIOS	ENTRE 6 y 20 ANUNCIOS	MÁS DE 20 ANUNCIOS	TOTAL
<b>Usuarios</b>	2.986	1.048	118	15	4.167
<b>Porcentaje</b>	71.66%	25.15%	2.83%	0.36%	100%
<b>Anuncios</b>	2.986	2.534	1.023	660	7.203
<b>Porcentaje</b>	41.45%	35.18%	14.20%	9.16%	100%

**Gráfico 1.8: Distribución de los anuncios**  
Según el número de anuncios que tiene cada anfitrión



Elaboración propia. Fuente: Inside Airbnb

## 5. ¿ECONOMÍA COLABORATIVA O ECONOMÍA TRADICIONAL?

---

En este apartado se analiza el grado en que Airbnb en Valencia se puede considerar como una plataforma que ha generado un modelo de hospedaje propio de las economías colaborativas; o si por el contrario se trata de un modelo de hospedaje tradicional que se articula sobre una plataforma digital.

Para ello se va a interpretar el principio fundamental de las economías colaborativas en el ámbito del hospedaje, *la vivienda como un recurso temporalmente infrautilizado*, de la forma más flexible posible, lo que hace que los resultados también sean lo más conservadores posibles.

*\* Cuando una vivienda o habitación está más tiempo anunciada en Airbnb que usándose por su inquilino.*

En estos casos, el *valor de uso* de la vivienda no lo consume principalmente su inquilino, sino las personas que se hospedan a través de Airbnb. Por lo tanto, la principal (y única en muchos casos) función de la vivienda/habitación es económica: ser alquilada en Airbnb como un bien de inversión que produce beneficios. Por lo tanto, la vivienda no se anuncia en Airbnb cuando cumple la función de recurso temporalmente infrautilizado, sino que se anuncia todo del año.

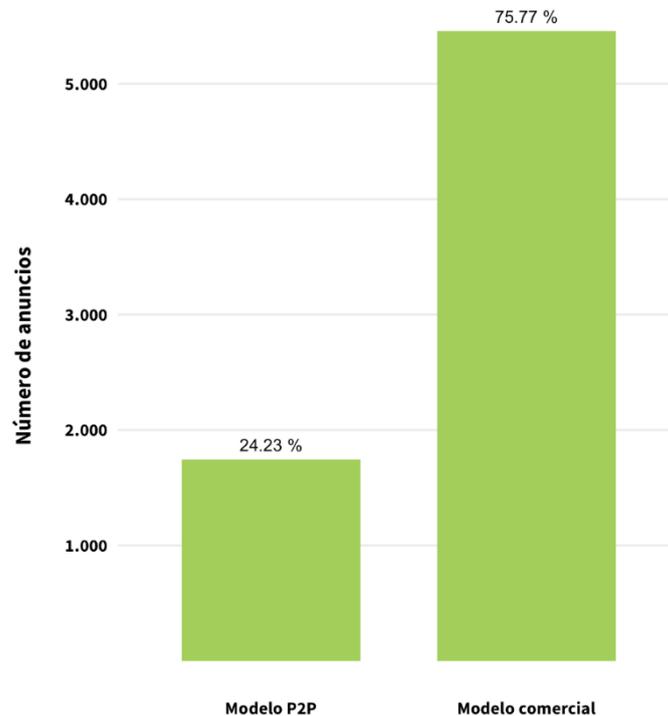
*\* Cuando una vivienda o habitación está más tiempo usándose por su inquilino que alquilada en Airbnb.*

En estos casos el *valor de uso* de la vivienda lo consume principalmente su inquilino. Por lo tanto, la principal función de la vivienda/habitación es ser utilizada por sus inquilinos como residencia, como hogar y sitio donde vivir, siendo un bien de consumo. Esta situación genera momentos en que la vivienda/habitación se encuentra en desuso por sus inquilinos -por ejemplo, cuando se van de vacaciones-, y deciden alquilarla en Airbnb. En este momento sobre la principal función de la vivienda/habitación surge una segunda función: ser alquilada en Airbnb mientras no se utiliza, a cambio de un ingreso extra. En este caso, el inquilino consume una magnitud mayor del valor de uso de la vivienda que la que consumen los huéspedes. Por lo tanto, la vivienda solo se anuncia en Airbnb de forma puntual cuando cumple la función de recurso temporalmente infrautilizado.

En Valencia hay 1.745 anuncios, un 24.23%, que respondan al modelo colaborativo y se pueden considerar *anuncios p2p*, frente a 5.458 anuncios, un 75.77%, que responden al modelo tradicional y se pueden considerar *anuncios comerciales*, ya que pasan más tiempo alquilados en Airbnb que usándose por sus propietarios/inquilinos. Estos datos reflejan que no podemos considerar que Airbnb en Valencia haya generado un modelo de hospedaje colaborativo. Por el contrario, se trata de un **modelo de hospedaje comercial, donde menos de un tercio de los anuncios cumplen los principios de las economías colaborativa.**

### Gráfico 1.9: Distribución de los anuncios

Según el modelo económico



Elaboración propia. Fuente: Inside Airbnb

Estos análisis permiten diferenciar entre los anuncios del modelo de *economía colaborativa* y los anuncios del modelo de *economía comercial*. Pero poner el foco en los anuncios no es representativo del peso de cada modelo en el conjunto de Airbnb, debido a que los *anuncios comerciales* se alquilan a lo largo de todo el año mientras que los *anuncios colaborativos* solo están disponibles durante periodos concretos (mientras no se utiliza la vivienda o habitación). Por lo tanto, para determinar la magnitud de cada modelo en una ciudad, se tiene que analizar el *volumen* que representa cada modelo.

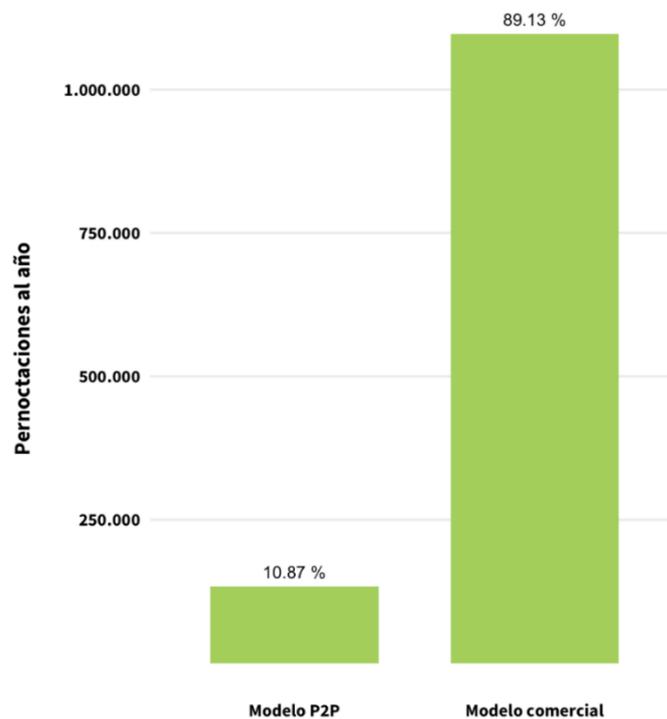
El *volumen* de la actividad de Airbnb en una ciudad está determinado por el conjunto de pernoctaciones que se ofertan a lo largo del año a través de la plataforma. Esta variable es la que indica la magnitud de esta actividad en una ciudad.

Solo un 11% de las pernoctaciones en la ciudad responden al *modelo colaborativo*. El resto responden al *modelo comercial*

Al analizar el volumen de pernoctaciones en Valencia, se observa que solo un 10.87% responden al *modelo colaborativo*: un total de 133.831 pernoctaciones al año. En cambio, un 89.13% de las pernoctaciones responden al *modelo comercial* (1.096.993 pernoctaciones al año).

**Gráfico 1.10: Distribución de las pernoctaciones**

Según el modelo económico



Fuente: elaboración propia con datos de Inside Airbnb

Estos resultados reflejan que no se puede considerar a Airbnb en la ciudad de Valencia como una plataforma de economía colaborativa. Se trata de una plataforma donde la actividad económica y los hospedajes de corta duración se sostienen sobre *viviendas* y *habitaciones* cuya principal función es ser alquiladas en Airbnb de manera comercial a lo largo del año. En relación a los *anuncios*, el peso del modelo colaborativo es muy bajo: un 24.23%. En relación al *volumen* de la actividad, el modelo colaborativo es completamente insignificante, ya que representa menos del 11% del total.

## 6. ANUNCIOS CON IMPACTO

---

Los posibles impactos positivos o negativos de Airbnb dependen de las particularidades de cada anuncio. Pero hay un tipo de anuncio que es el que más externalidades negativas produce. Se trata de los *anuncios de viviendas* que se alquilan todo el año en Airbnb, y no constituyen la residencia habitual del anfitrión (Combs, Kerrigan, & David, Forthcoming; BJH Advisors, 2016). Estos son los que tienen más efectos negativos en el mercado residencial, al ser los que más reducen la oferta de vivienda en alquiler, los que provocan más subidas de los precios de los alquileres y los que más conflictos sociales generan. Al tratarse de *viviendas* enteras que se alquilan en Airbnb a lo largo del año, es imposible que sean la residencia habitual de su anfitrión. Por el contrario, es muy probable que se trate de viviendas extraídas del mercado del alquiler (Cocola-Gant & Gago, 2019; Wachsmuth & Weisler, 2018; Combs, Kerrigan, & David, Forthcoming; BJH Advisors, 2016). También son los anuncios que más problemas de convivencia y en los barrios generan, al dedicarse de manera exclusiva a esta actividad (Gil, 2018a). En este informe se considerarán *anuncios con impacto* los casos de los anuncios de **viviendas que se alquilan en Airbnb a lo largo de todo el año y cuya única función es ser alquiladas en la plataforma el máximo tiempo posible**. Es decir, serán *anuncios con impacto* los anuncios de *viviendas* que están más tiempo anunciados como “disponibles” que como “no-disponibles” en Airbnb.

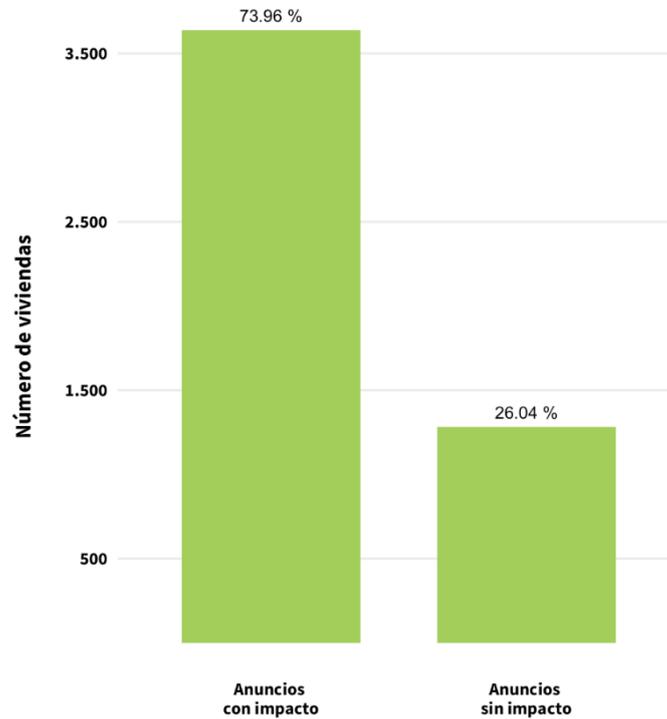
En Valencia, el 74% de las *viviendas* son *anuncios con impacto*.

En Valencia un 73.96% de los anuncios de *viviendas*, un total de 3.639 *viviendas*, se pueden clasificar como *anuncios con impacto*, frente al 26.04%, 1.281 anuncios de *viviendas* que no son *anuncios con impacto*.

Esto hace que de las 23.090 plazas de hospedaje en *viviendas* que se ofertan a través de Airbnb en Valencia, un 75.03 % (17.325 plazas) se oferten sobre *anuncios con impacto* y solo un 24.97% (5.765 plazas) se oferten sobre *anuncios sin impacto*.

### Gráfico 1.11: Distribución de los anuncios

Según sean o no anuncios con impacto



Elaboración propia. Fuente: Inside Airbnb

Por lo tanto, la oferta de hospedaje en viviendas de Airbnb en Valencia se sostiene principalmente sobre *anuncios con impacto*. Este hecho supone un problema porque estos anuncios no generan los efectos positivos de las economías colaborativas y por el contrario producen toda una serie de externalidades negativas (subida del precio de los alquileres, desplazamientos de la población, procesos de turistificación, etc.

## 7. TIPOS DE ANFITRIONES

---

El hospedaje de corta duración a través de Airbnb adquiere distintas formas según la manera en que se realice. Aunque en todos los casos se oferta un servicio idéntico o similar -una oferta de hospedaje-, la forma en que este servicio se organiza tiene distintos efectos. A continuación, se va a establecer una tipología de perfiles de anfitriones de Airbnb para diferenciar entre distintas prácticas y formas de desarrollar la actividad. Las motivaciones para hospedar, la forma en que se hospeda, el impacto económico que tiene sobre la persona, el tipo de servicio que se genera, la forma en que se organiza la actividad, el efecto que tiene sobre el mercado inmobiliario, sobre la ciudad o sobre los procesos de turistificación, varía de forma considerable de un caso a otro. Por lo tanto, a la hora de analizar los efectos y las transformaciones sociales y económicas que está generando el modelo de Airbnb, no se puede reducir la actividad de Airbnb a una forma única y universal de anfitriones y de formas de hospedaje. Por el contrario, se debe analizar siempre en relación a cada tipo de anfitrión (ya que sus efectos son diferentes).

La primera distinción que se debe establecer es entre los anfitriones que realizan la actividad en su primera residencia -en la vivienda en la que viven (la vivienda como un bien de consumo)-, frente a los anfitriones que realizan la actividad en una vivienda en la que no viven -la vivienda como bien de inversión cuya finalidad única es producir beneficios a través de Airbnb-.

### 7.1. ANFITRIONES QUE HOSPEDAN EN LA VIVIENDA EN LA QUE VIVEN (SU RESIDENCIA HABITUAL)

En este grupo se encuentran tres tipos de anfitriones: *anfitriones esporádicos*, *anfitriones permanentes* y *anfitriones B&B*.

#### *Anfitriones esporádicos*

**Personas que alquilan su vivienda o habitación de manera puntual a lo largo del año.** Esta figura se constituye como el prototipo ideal de anfitrión de Airbnb. Cuando la persona se va de vacaciones y por lo tanto su habitación o vivienda se queda vacía, la persona la alquila en la plataforma. Esto permite al anfitrión obtener un ingreso extra que aumente su capacidad de consumo durante este periodo o sufragar los costes de su alquiler mientras no utilice la vivienda. Al mismo tiempo, para los huéspedes supone una forma de hospedaje asequible. Fruto de este intercambio se generan procesos económicos, sociales y medioambientales muy positivos.

La pérdida de poder adquisitivo desde el inicio de la crisis, junto a las subidas de los precios de los alquileres, hacen que la propia vivienda cada vez se considere más un activo económico que se gestiona y rentabiliza mientras no se utiliza. Cuanto mayor sea la precariedad de la persona y el precio de su vivienda, mayor será la probabilidad de que la persona la alquile en Airbnb cuando se encuentra en desuso, debido a que el ingreso obtenido influye de forma considerable en su capacidad adquisitiva.

Un efecto positivo que se suele señalar de las economías colaborativas, es su flexibilidad y su capacidad para adaptar la oferta a los incrementos puntuales de demanda (Zervas et al., 2014). Es decir, que en los momentos puntuales en que crece la demanda de hospedaje (por ejemplo, durante los grandes eventos deportivos en una ciudad), este modelo, a diferencia de la economía tradicional, permite que la oferta de hospedaje crezca en paralelo. Siempre que se habla de los hospedajes de corta duración se señala esta característica como un valor añadido importante de su modelo. En este sentido, de todas las formas de hospedar que se analizan en este apartado, solo esta cumple este principio. Esto se debe a que el resto de anfitriones hospedan de forma continuada a lo largo del año, aunque no haya un crecimiento de la demanda. Por lo tanto, los *anfitriones esporádicos* son los únicos que generan ofertas de hospedaje flexibles durante los periodos en que crece la demanda. Las ciudades que busquen facilitar el desarrollo de hospedajes de corta duración durante los periodos en que crece la demanda, deberán fomentar el desarrollo de este tipo de anfitriones y formas de hospedaje.

### *Anfitriones permanentes*

Personas que alquilan su vivienda o una habitación en la misma de forma regular a lo largo del año. **El ingreso que reciben es fundamental para llegar a fin de mes o para mantener el estilo de vida y de consumo que desean.** El ingreso lo destinan al pago del alquiler, la hipoteca, a ahorrar para la compra de una vivienda y en algunos casos, una vez han cubierto los gastos en vivienda, también para otros gastos corrientes.

Al igual que los *anfitriones esporádicos*, el hospedaje lo ofertan en su primera residencia. Existen distintas formas al respecto. Algunos anfitriones alquilan el conjunto de su vivienda, como “alojamiento entero”, durante los fines de semana o durante los periodos de vacaciones. Otros alquilan una habitación “extra” que tienen en su vivienda a lo largo de todo el año. Es decir, una habitación en la que no vive nadie de manera permanente. Por último, otros alquilan su propia habitación o vivienda durante los fines de semana o durante algunas semanas al mes, mientras buscan otro lugar donde dormir (la casa de su pareja o de sus padres, o el sofá de un amigo) (Gil, 2019).

En muchos casos los *anfitriones permanentes* han sido previamente *anfitriones esporádicos*, que, fruto de la buena experiencia que tuvieron hospedando, sumado a las posibilidades que les genera el ingreso de Airbnb, deciden transformarse en *anfitriones permanentes*. En algunos casos no tienen más que incorporar la actividad a su cotidianidad (alquilar la vivienda cuando no se usa), en otros acondicionar la habitación “extra” para que esté disponible para los huéspedes, pero a veces incluso se mudan a otra vivienda con más habitaciones para poder alquilar una de las dos de forma permanente en Airbnb (incluso se llegan a comprar una vivienda para sufragar parte de la hipoteca con el ingreso de Airbnb).

Las motivaciones para transformarse en anfitrión permanente son principalmente económicas, aunque también varían según las condiciones socioeconómicas de los anfitriones. De esta manera Airbnb permite a los anfitriones vivir en barrios con mayor poder adquisitivo, comprar una vivienda en propiedad o vivir y tener un tipo de consumo que no sería posible sin este ingreso extra.

### *Anfitriones B&B*

Son personas que alquilan múltiples *habitaciones* de su vivienda de forma permanente, transformando su vivienda en una pequeña pensión. Por lo general, son viviendas que cuentan con varias habitaciones y los anfitriones viven en una mientras alquilan el resto de forma permanente en Airbnb.

Esta figura, si bien no es mayoritaria en Airbnb, entraña cierta complejidad, ya que está a medio camino entre el *modelo colaborativo* y el *modelo comercial*. No cumple los principios de las economías colaborativas (*modelo p2p*), pero tampoco los de la economía tradicional sobre un nuevo medio (*modelo comercial*). De hecho, tiene tanto una característica principal del *modelo p2p* -que la actividad se realice en la primera residencia del anfitrión- pero también tienen un elemento principal del *modelo comercial* -que la actividad se realice de forma continuada a lo largo del año-.

Se trata de anfitriones que sí residen en la vivienda, por lo tanto, realizan la actividad en su primera residencia. Pero el volumen de la actividad en Airbnb es elevado, lo que hace que la vivienda no se configure en exclusiva como el hogar de la persona. La vivienda cumple de manera simultánea la función de *bien de consumo* y de *bien de inversión*. La habitación del anfitrión será el único espacio de la vivienda que funcione como bien de consumo y las habitaciones que se alquilan en Airbnb serán en exclusiva un bien de inversión. En cambio, todos los espacios comunes de la vivienda que utilizan tanto el anfitrión como los huéspedes (cocina, salón, baño), funcionan simultáneamente como bien de consumo y como bien de inversión. De esta manera la habitación que se alquila no cumple el requisito de las economías colaborativas de *un*

*recurso temporalmente infrautilizado*, pero la vivienda en la que se encuentra la habitación sí (al igual que el resto de espacios de la vivienda a los que acceden los huéspedes).

Los efectos de este tipo de actividad sobre la ciudad también varían. Por un lado, los efectos negativos de esta actividad son mayores que los efectos negativos del *modelo p2p*, pero son menores que los efectos negativos del *modelo comercial*. Por ejemplo, si nos preguntamos cómo afecta este tipo de hospedaje al mercado de residencial de la vivienda, a la oferta de vivienda y a los precios de la vivienda, se observa **que esta actividad no genera procesos de sustitución de vivienda residencial por vivienda para turistas, pero en cambio sí genera procesos de sustitución de habitaciones residenciales por habitaciones para turistas**. Por lo tanto, el efecto sobre el mercado de vivienda residencial, sobre la oferta de vivienda y sobre los precios de la vivienda, será mayor que en el *modelo p2p*, pero menor que en el *modelo comercial*.

Como se ha señalado, este tipo de hospedaje no es mayoritario en Airbnb. Sin embargo, es muy probable que durante los próximos años aumente. Esto se debe a que vivimos un contexto internacional en el que cada vez es mayor la regulación de la actividad de Airbnb y muchas normativas locales empiezan a regular la actividad para que solo se pueda realizar en la primera residencia de la persona, llegando a prohibir -o a prohibir parcialmente- la actividad comercial. Este hecho hace que el hospedaje B&B en Airbnb cada vez sea más rentable, porque los ingresos que genera son mayores que el resto de formas del *modelo p2p*; y, además, al realizarse en la primera residencia de la persona, permite superar las regulaciones más estrictas a este tipo de actividad (como es la de San Francisco).

## 7.2. ANFITRIONES QUE HOSPEDAN EN VIVIENDAS EN LAS QUE NO VIVEN

En este grupo se encuentran tres tipos de anfitriones: *anfitriones profesionales*, *hoteles fantasma* y *anfitriones inversores*. Todos los anfitriones de este grupo pueden considerarse como “falsos anfitriones” (Cox, 2019).

### *Anfitriones profesionales*

Personas que se dedican al hospedaje en Airbnb de manera profesional, como su empleo y fuente principal de ingresos. Esta actividad consiste en **alquilar viviendas en el mercado residencial, para subalquilar las viviendas o las habitaciones en Airbnb, o en gestionar en la plataforma las viviendas propiedad de otras personas a cambio de una comisión**. Algunas personas llegan a gestionar decenas de viviendas (externalizando servicios como la limpieza).

En otros casos no se trata de personas, sino de empresas especializadas en la gestión profesional de pisos turísticos en Airbnb y en otras plataformas. El rápido desarrollo de Airbnb, junto a los importantes beneficios que genera, ha abierto un nuevo mercado para empresas que se especializan en la gestión de pisos turísticos en plataformas digitales. Estas empresas ya representan un nicho de mercado importante, hasta el punto que algunas están recibiendo inversiones de fondos de capital riesgo (Gallagher, 2017a).

Las empresas se pueden encargar del conjunto de la gestión de la actividad, o tan solo de algunas partes de la cadena productiva (la comunicación con los huéspedes, la limpieza, la gestión del anuncio, etc). Pueden elaborar el perfil de la persona, contestar a los mensajes, confirmar las reservas, gestionar el servicio de limpieza y estar disponibles las 24 horas del día por si el huésped necesita algo u ocurre algún incidente. El objetivo es que la persona propietaria de la vivienda pueda tener el piso en Airbnb sin tener que encargarse de su gestión. Por este servicio suelen cobrar en torno al 20%-25% del ingreso que se obtiene.

Esta actividad no cumple los principios de las economías colaborativas, nadie vive de forma permanente en la vivienda, no es la primera residencia de nadie y la vivienda solo tiene fines comerciales: producir rentas en Airbnb. Además, es muy ilustrativo del negocio de alquiler viviendas como pisos turísticos en Airbnb, ya que se trata de propietarios de vivienda que contratan a una empresa para que les gestionen la vivienda en Airbnb.

### *Hoteles fantasma*

Se trata de anfitriones profesionales, como en el caso anterior, pero que no alquilan la vivienda como alojamiento entero, sino que la alquilan por habitaciones. Aunque el alquiler sea de habitaciones, los huéspedes no conviven con los anfitriones, sino con otros huéspedes, ya que el conjunto de las habitaciones está ocupado por huéspedes (a diferencia de los *anfitriones B&B*). **La vivienda se convierte en un pequeño hotel**, gestionado por los anfitriones (que incluso externalizan actividades como la limpieza).

Esta actividad se puede ejecutar de dos formas: por personas que la realizan de manera autónoma o junto a un compañero, o a través de empresas especializadas en la gestión de pisos turísticos.

### *Anfitrión inversor*

Personas y empresas que tienen viviendas en propiedad, por lo general alquiladas en el mercado residencial y que deciden extraer esas viviendas del mercado para introducir las en Airbnb, o personas que invierten

en vivienda con el objetivo de transformarlas en pisos para turistas.

Esto se debe a que Airbnb está generando un doble impacto en el mercado inmobiliario. Por un lado ha generado un nuevo mercado de alquiler de alquileres de corta duración, que produce mayores rentas que el mercado residencial y aumenta el valor de las viviendas (Combs et al., Forthcoming; Wachsmuth & Weisler, 2018; Yrigoy, 2017, 2018). Por otro, Airbnb también aumenta las posibilidades de obtener ingresos de la vivienda, lo que agudiza la función de las viviendas como bienes de inversión y activos financieros que tienen una función económica (frente a la vivienda como un bien de consumo con una función de hogar). Como resultado, las inversiones en vivienda ya no dependen en exclusiva de un único mercado y ahora pueden operar sobre dos: el mercado residencial y el mercado de pisos turísticos; lo que aumenta la rentabilidad y reduce los riesgos de estas inversiones. En primer lugar, porque las viviendas se podrán introducir en el mercado que genere más beneficios u optimice mejor los intereses de los inversores. En segundo lugar, porque si uno de los mercados entra en crisis o los precios caen, se podrán introducir en el alternativo. Como resultado, las inversiones en el mercado inmobiliario se hacen más rentables y seguras, lo que acelera y aumenta este tipo de inversiones.

Los *anfitriones inversores* pueden tener una única vivienda en propiedad que alquilan en Airbnb, o pueden tener decenas. Los casos que han tenido una mayor repercusión social a nivel internacional, son los de aquellos inversores que compran edificios enteros, no renuevan los contratos de alquiler a los inquilinos y transforman las viviendas en pisos para turistas.

### 7.3. FORMAS DE HOSPEDAR EN VALENCIA

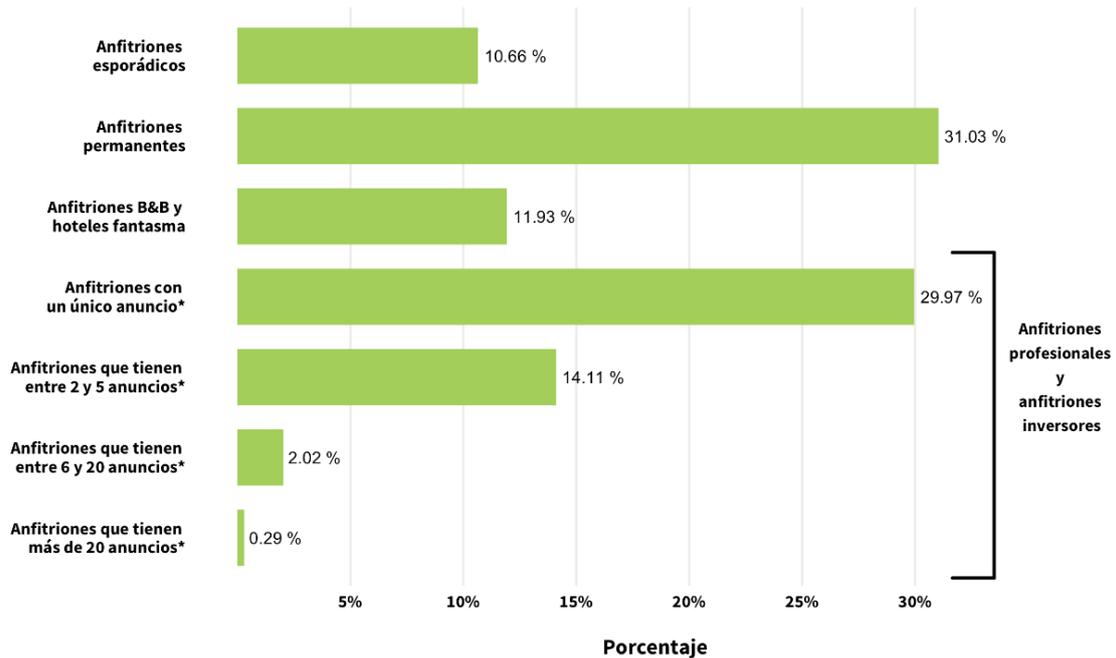
Determinar el peso que tiene cada tipo de hospedaje en Airbnb en Valencia permite analizar el impacto que la plataforma está teniendo en la ciudad. En Valencia, con mucha diferencia, el mercado está controlado por *anfitriones profesionales* y *anfitriones inversores*<sup>9</sup>. Los *anfitriones permanentes* representan el 31.03%, los *anfitriones B&B* y los *hoteles fantasma* el 11.93% y los *anfitriones esporádicos*, los menos representativos, el 10.66%.

---

<sup>9</sup> En los gráficos, los *anfitriones profesionales* y los *anfitriones inversores* que alquilan viviendas, aparecen desglosados según el número de anuncios que acumulan.

### Gráfico 1.12: Distribución de los anfitriones

Según el tipo de anfitrión



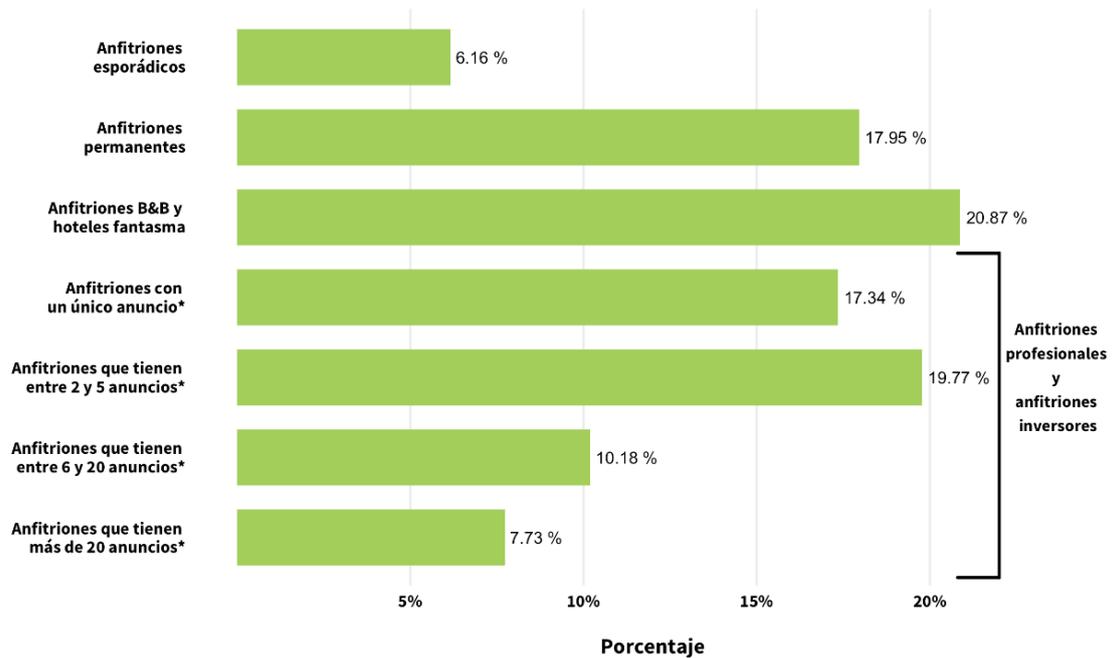
\*Anfitriones profesionales y anfitriones inversores (según los anuncios de viviendas que acumulan)

Elaboración propia. Fuente: Inside Airbnb

Al analizar el número de anuncios que controla cada tipo de anfitrión y el volumen de actividad (número de pernoctaciones) que produce cada uno, los resultados cambian. Se observa que los anuncios y el volumen de la actividad se articulan principalmente sobre *anfitriones profesionales*, *anfitriones inversores* y *anfitriones B&B*. De hecho, los *anfitriones esporádicos* solo sostienen un insignificante 0.53% de la actividad.

### Gráfico 1.13: Distribución de los anuncios

Según el tipo de anfitrión

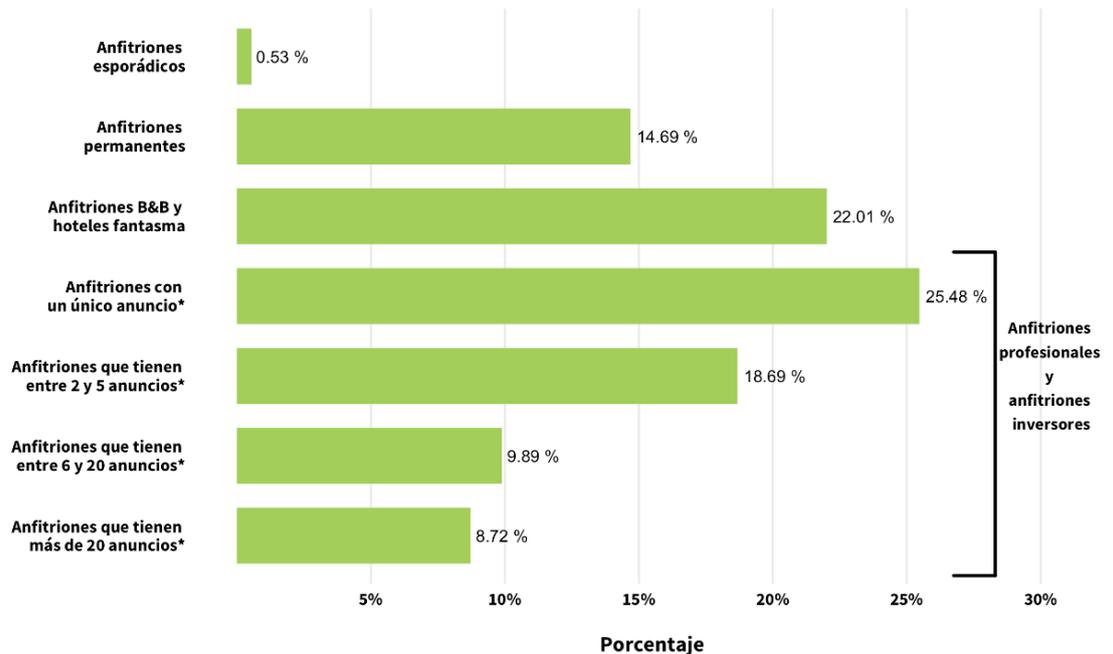


\*Anfitrones profesionales y anfitrones inversores (según los anuncios de viviendas que acumulan)

Elaboración propia. Fuente: Inside Airbnb

### Gráfico 1.14: Distribución de las pernoctaciones

Según el tipo de anfitrión



\*Anfitrones profesionales y anfitrones inversores (según los anuncios de viviendas que acumulan)

Elaboración propia. Fuente: Inside Airbnb

En definitiva, se observa que:

1. **El hospedaje esporádico es el que mejor se acopla a los principios de las economías colaborativas**, es el que tiene menos efectos negativos y en cambio tiene toda una serie de efectos positivos. Este tipo de hospedaje es minoritario en la ciudad de Valencia. Solo el 10.66% de los anfitriones responden a esta categoría y solo representan el 0.53% del volumen de hospedaje que se articula sobre Airbnb.
2. El hospedaje permanente también es una de las formas de hospedaje que más se acopla a los principios de las economías colaborativas. Sus impactos positivos se deben a que también se trata de personas que hospedan en su residencia habitual, pero de manera permanente a lo largo del año. Estos anfitriones representan a un tercio del conjunto de los anfitriones de Valencia, pero solo un 14.69% del volumen de hospedaje que se articula sobre Airbnb se sostiene sobre esta forma de hospedaje.
3. **Las formas de hospedaje profesionalizadas, que no cumplen los principios de las economías colaborativas, son las que dominan el mercado de Airbnb en Valencia.** Esta forma de hospedar no permite que se desarrollen los efectos positivos del hospedaje colaborativo, sino que por el contrario tiene diversos efectos negativos.
4. Por último, cabe señalar que el 22% del volumen de la actividad se sostiene sobre el alquiler *de habitaciones* en viviendas donde al menos dos habitaciones se alquilan en Airbnb (*hoteles fantasma y anfitriones B&B*).

### *Anfitriones esporádicos*

Hay un total de 444 *anfitriones esporádicos*. Estos representan al 10.66% de los anfitriones, controlan el 6.16% de los anuncios y el 6.14% de las plazas de hospedaje que se ofertan en Airbnb. Al ser anfitriones que realizan la actividad de manera puntual, el volumen de su actividad a lo largo del año es menor que la del resto de usuarios. En términos absolutos, los *anfitriones esporádicos* solo ofertan el 0.53% del conjunto de pernoctaciones. Por lo tanto, se puede afirmar que la actividad de estos anfitriones en relación al desarrollo de Airbnb en Valencia es insignificante en comparación al resto de anfitriones.

Tabla 1.3: Anfitriones esporádicos

ANFITRIONES	ANUNCIOS	PERNOCTACIONES	PLAZAS DE HOSPEDAJE
444	444	6.564	1.688
10.66 %	6.16 %	0.53 %	6.14 %

Al igual que el resto de anfitriones, los esporádicos alquilan principalmente *viviendas*:

\* Hay 330 personas en Valencia que de manera puntual alquilan su vivienda en Airbnb. Por lo general alquilan la vivienda 13 días al año<sup>10</sup>, obteniendo unos ingresos de en torno a 65€ la noche<sup>11</sup>. Podríamos estar ante un perfil de anfitriones que alquilan su vivienda mientras se van de vacaciones, lo que les permite obtener un ingreso extra de en torno a 845 € al año.

\* Hay 113 personas en Valencia que de manera puntual alquilan su habitación en Airbnb. Por lo general alquilan su habitación 16 días al año<sup>12</sup>, obteniendo unos ingresos de en torno a 25 € la noche<sup>13</sup>. Podríamos estar ante un perfil de anfitriones que alquilan su habitación mientras se van de vacaciones, lo que les permite obtener un ingreso extra de en torno a 400€ al año.

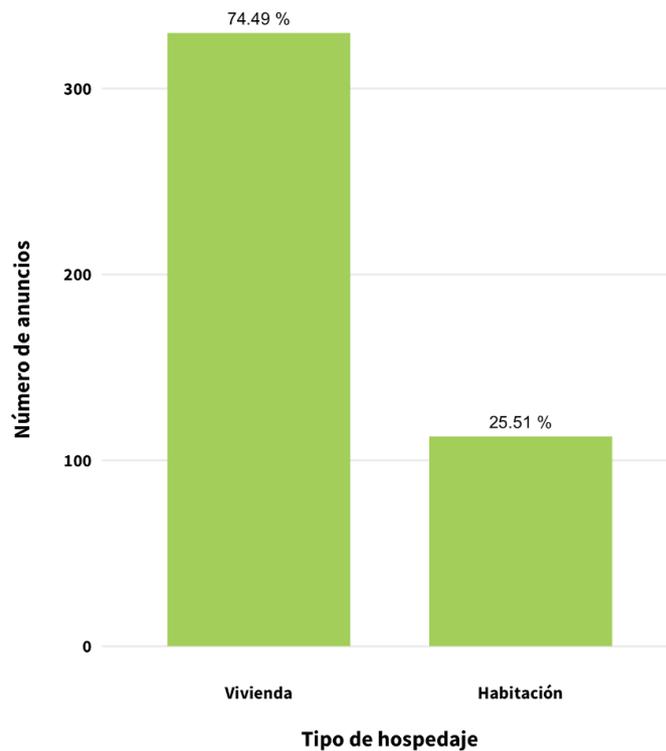
<sup>10</sup>Se ha tomado la mediana para realizar la estimación de los días (mediana = 13 días, media 14 días).

<sup>11</sup>Se ha tomado la mediana para realizar la estimación del precio (mediana = 65 €, media = 74.8€).

<sup>12</sup>Se ha tomado la mediana para realizar la estimación de los días (mediana = 16 días, media 16 días).

<sup>13</sup>Se ha tomado la mediana para realizar la estimación del precio (mediana = 25 €, media = 32€).

**Gráfico 1.15: Anuncios de los anfitriones esporádicos**



Elaboración propia. Fuente: Inside Airbnb

Estas formas de hospedar a través de Airbnb **son las que menos impactos negativos tienen y las que maximizan las externalidades positivas de las economías colaborativas**. Los anfitriones hospedan en su propia residencia, por lo que no hay viviendas/habitaciones residenciales que se convierten en pisos para turistas. La actividad se realiza de manera puntual, lo que hace que los efectos negativos que pueda generar, asociados a los procesos de turistificación sobre el barrio o la comunidad de vecinos, se diluyan. Los ingresos no son lo suficientemente elevados como para presionar al alza sobre los precios de los alquileres, pero representan una magnitud suficiente como para repercutir en la capacidad adquisitiva de los anfitriones (por ejemplo, en relación al presupuesto que tienen para irse de vacaciones).

### *Anfitriones permanentes*

Los anfitriones permanentes representan al 31.03% de los anfitriones, controlan el 17.95% de los anuncios y el 14.83% de las plazas. Ofertan el 14.69% de todas las pernoctaciones que se ofertan en Airbnb.

Tabla 1.4: Anfitriones permanentes

ANFITRIONES	ANUNCIOS	PERNOCTACIONES	PLAZAS DE HOSPEDAJE
1.293	1.293	180.769	4.078
31.03%	17.95%	14.69%	14.83%

Un elemento a destacar de este perfil de anfitriones está en relación con el tipo de hospedaje que alquilan: un 48.96% son *viviendas*, un 49.96% son *habitaciones*. En cuanto al resto de anfitriones, el alquiler de *viviendas* tiene un peso mucho menor, mientras que el alquiler de *habitaciones* es mucho mayor.

**\* Hay 652 anfitriones que hospedan en Airbnb de forma permanente a lo largo del año, alquilando una habitación de su vivienda. Por lo general alquilan la habitación entre 179 y 203 días al año<sup>14</sup>, obteniendo unos ingresos de en torno a 28€ la noche<sup>15</sup>, que les permite ingresar unos 5.000€ al año<sup>16</sup>. En algunos casos serán anfitriones que tienen una habitación “extra” en su vivienda, para cuando tengan visitas de familiares o amigos, y que no están dispuestos a alquilar esa habitación en el mercado residencial, porque no quieren convivir con otra persona o porque quieren tener la habitación disponible para cuando tengan visitas. En otros casos serán personas que se alquilan pisos de mayor tamaño, con una habitación extra, para alquilarla de forma permanente en Airbnb y complementar sus ingresos. También pueden ser personas que en un momento dado compraron una vivienda, pero con el paso del tiempo su situación económica ha empeorado y no pueden hacer frente a los pagos de la hipoteca, por lo que deciden alquilar una habitación en Airbnb. Por lo tanto, se observa que hay un grupo significativo de personas que alquilan una habitación de forma permanente en Airbnb y conviven con huéspedes a lo largo del año.**

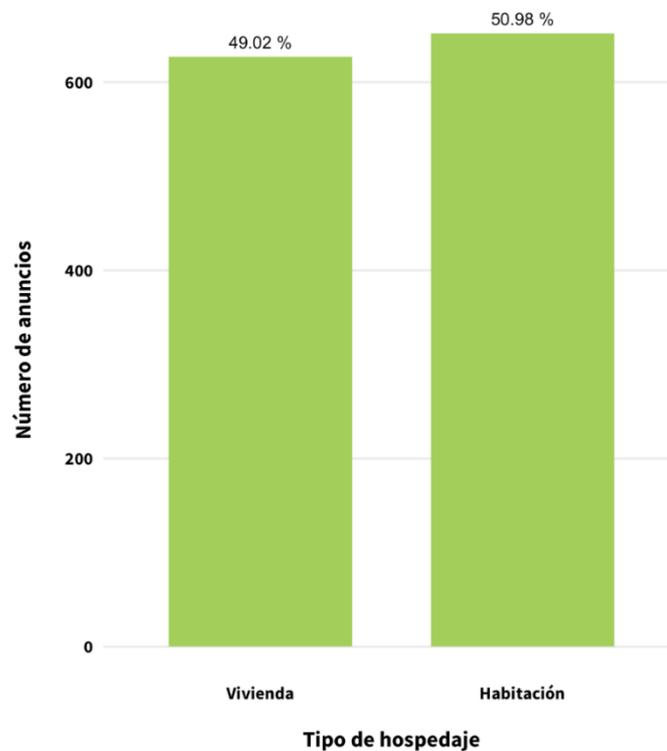
<sup>14</sup> Se ha tomado la mediana y la media respectivamente.

<sup>15</sup> Se ha tomado la mediana para realizar la estimación del precio (mediana = 28 €, media = 36.6€).

<sup>16</sup> La estimación se ha realizado con la mediana de los días disponibles del anuncio y del precio.

\* Hay 627 anfitriones que alquilan su vivienda mientras no la utilizan, durante unos 70 días al año<sup>17</sup>, por unos 65€ la noche<sup>18</sup>, lo que les permite ingresar en torno a 5.180 € al año. Esta forma de hospedar es muy importante en el marco del paradigma de los modelos de hospedaje colaborativos. Esto se debe a que se trata de anfitriones que alquilan *viviendas*, cuya actividad no se articula sobre procesos de conversión de vivienda residencial en pisos para turistas. Por el contrario, esta oferta de hospedaje se sostiene sobre residencias habituales que se introducen en Airbnb mientras no se utilizan. Además, a diferencia de los *anfitriones esporádicos*, el hecho de que estos anfitriones alquilen durante más días al año su vivienda ayuda a estabilizar y a ampliar este tipo de oferta. Por lo tanto, estos anfitriones son fundamentales para constituir una oferta de *anuncios de viviendas* en Airbnb, que se articule sobre los principios de las economías colaborativas.

**Gráfico 1.16: Anuncios de los anfitriones permanentes**



Elaboración propia. Fuente: Inside Airbnb

<sup>17</sup> Se ha tomado la mediana para realizar la estimación de los días (mediana = 70 días, media 72 días).

<sup>18</sup> Se ha tomado la mediana para realizar la estimación del precio (mediana = 65€, media = 74€).

Al igual que los *anfitriones esporádicos*, las formas de hospedaje que producen los *anfitriones permanentes* también maximizan los impactos positivos de las economías colaborativas y reducen los negativos. Los anfitriones también hospedan en su propia residencia, por lo que no hay viviendas/habitaciones residenciales que se convierten en pisos para turistas<sup>19</sup>. En el caso de las *viviendas*, al no alquilarse a lo largo de todo el año, los efectos asociados a los procesos de turistificación también se reducen. Lo mismo sucede en el caso de las *habitaciones*, como con los efectos asociados a los ruidos o a los problemas de convivencia (debido a que el anfitrión está presente en la estancia). Por otra parte, al tratarse de ingresos mayores, la presión sobre los precios de los alquileres también será mayor, al aumentar las rentas inmobiliarias que produce la vivienda; pero será menor que la presión que ejercen los pisos turísticos comerciales. Asimismo, los ingresos que perciben los anfitriones son significativos y aumentan su capacidad adquisitiva de forma considerable.

### Anfitriones B&B y hoteles fantasma

Hay un total de 497 *anfitriones B&B/hoteles fantasma*<sup>20</sup>. Estos representan al 11.93% de los anfitriones y tienen el 20.87% de los anuncios, el 22.01% de las pernoctaciones y el 10.54% de las plazas de hospedaje que se ofertan en Airbnb. Estos anfitriones solo alojan en *habitaciones*.

Tabla 1.5: Anfitriones B&B y hoteles fantasma

ANFITRIONES	ANUNCIOS	PERNOCTACIONES	PLAZAS DE HOSPEDAJE
497	1.503	270.917	2.898
11.93%	20.87%	22.01%	10.54%

<sup>19</sup>Aunque en el caso de las *habitaciones*, sí que habrá casos en que la habitación se alquilaría en el mercado residencial si no se pudiera alquilar en Airbnb.

<sup>20</sup>Con los datos disponibles no se puede diferenciar entre un tipo de anfitrión y otro. Ambos alquilan más de dos *habitaciones* en Airbnb, pero no es posible distinguir entre quienes realizan su actividad en su residencia habitual (*anfitriones B&B*) y los que lo hacen en pisos turísticos que se alquilan por *habitaciones (hoteles fantasma)*.

### Anfitriones profesionales y anfitriones inversores

Hay un total de 1.933 *anfitriones profesionales/inversores*. Estos son el **grupo mayoritario de la plataforma, representan al 46.39% de los anfitriones y controlan el 55.02% de los anuncios**, el 62.78% de las pernотaciones y el 68.49 % de las plazas de hospedaje que se ofertan en Airbnb.

Tabla 1.6: Anfitriones profesionales y anfitriones inversores

ANFITRIONES	ANUNCIOS	PERNOCTACIONES	PLAZAS DE HOSPEDAJE
1.933	3.963	772.574	18.826
46.39%	55.02%	62.78%	68.49 %

El hecho de que los *anfitriones profesionales/inversores* tengan un dominio absoluto del mercado de Airbnb en Valencia es problemático. Principalmente porque se trata de anfitriones que no hospedan en su residencia habitual ni cumplen los principios de las economías colaborativas. Por lo tanto, este tipo de actividad no desarrolla las externalidades positivas de las economías colaborativas y, por el contrario, genera toda una serie de externalidades negativas. Por esa razón ciudades como San Francisco han prohibido la actividad de este tipo de anfitriones<sup>21</sup>.

<sup>21</sup> Sobre los conflictos sociales, políticos y urbanos asociados a Airbnb y a los pisos turísticos en la ciudad de San Francisco, y la regulación adoptada por la ciudad, ver el apartado “Resistencias contra la ciudad turística: de San Francisco a Madrid” (Sequera & Gil, 2018).

Tabla 1.7: Tabla resumen

La siguiente tabla se presenta a modo de ejemplo para ilustrar las distintas formas que existen de hospedar en Airbnb y los múltiples efectos sociales y económicos que produce la plataforma.

TIPO	¿QUÉ SE ALQUILA?	MOTIVO PARA ALQUILER	¿SE COMPARTE LA VIVIENDA CON LOS HUÉSPEDES?	DÍAS /AÑO QUE SE ALQUILA	¿CONVERSIÓN A VIVIENDA TURÍSTICA?	IMPACTOS NEGATIVOS	INGRESOS AL AÑO
<i>Esporádico</i>	Casa entera	Se va de vacaciones	No	30 días	No	Bajos	2.409€
<i>Esporádico</i>	Habitación en su vivienda	Se va de vacaciones	No, pero sí los compañeros de piso del anfitrión	30 días	No	Bajos	1.062€
<i>Permanente</i>	Casa entera	Vacaciones y fines de semana que no está	No	90 días	No	Bajos	7.227€
<i>Permanente</i>	Habitación en su vivienda	Habitación de invitados	Sí	365 días	No	Bajos	12.921€
<i>B&amp;B</i>	Dos habitaciones en su vivienda	Negocio	Sí, y con otros huéspedes	365 días	No	Medios	25.842€
<i>Hotel fantasma</i>	Alquila 4 habitaciones en un piso turístico	Negocio	No, pero sí con otros huéspedes	365 días	Sí	Altos	51.684€
<i>Profesional</i>	Ha alquilado dos viviendas que subalquila en Airbnb	Negocio	No	365 días	Sí	Altos	58.619€
<i>Inversor</i>	3 viviendas en propiedad	Negocio	No	365 días	Sí	Altos	87.928 €
<i>Profesional</i>	Empresa que gestiona 20 pisos turísticos	Negocio	No	365 días	Sí	Altos	586.190€

II.  
IMPACTOS  
ECONÓMICOS Y  
ESPACIALES DE  
AIRBNB EN  
VALENCIA

## 8. EFECTOS ECONÓMICOS DE LAS ECONOMÍAS COLABORATIVAS

---

El desarrollo de las plataformas de economía colaborativa durante la última década ha generado nuevas posibilidades para que la población acceda a ingresos extra y para que se originen nuevas formas de redistribución económica (Benkler, 2015; Botsman & Rogers, 2010; Rifkin, 2014; World Economic Forum, 2016; Gil, 2018d). Sobre estos principios Airbnb ha construido toda una serie de discursos y marketing en torno a las oportunidades que su modelo de hospedaje tiene para redistribuir el turismo por la ciudad, para aumentar los ingresos del comercio local y para que la población obtenga más ingresos. En definitiva, lo que anuncia la plataforma es que su modelo de hospedaje crea nuevas formas de redistribución económica que afectan a la población, a las ciudades y al comercio de barrio. Pero también se han comenzado a publicar investigaciones cuyos resultados muestran que los efectos redistributivos de Airbnb, en todos sus sentidos, no se cumplen, debido a que la oferta de hospedaje de la plataforma no se configura como dice la empresa.

### *“Una inversión en las ciudades” y “un estímulo para los pequeños negocios”, Airbnb*

Airbnb anuncia que su plataforma contribuye “a que la actividad económica se reparta fuera de los circuitos turísticos tradicionales. De hecho, hemos observado un crecimiento muy elevado de los miembros de nuestra comunidad en los vecindarios con menos recursos”<sup>22</sup>. Las posibilidades de redistribución de los beneficios que genera el turismo por el conjunto de la ciudad es un factor que cada vez cobra más peso como fuente de legitimación y elemento publicitario de Airbnb.

Airbnb señala continuamente que su actividad expande el turismo más allá de las zonas turísticas. También anuncia que los anfitriones recomiendan a los huéspedes lugares de consumo en el barrio, lo que hace que la actividad de Airbnb tenga efectos positivos sobre el comercio local: “gracias a las recomendaciones de sus anfitriones, a quienes les encanta sugerirles comercios y restaurantes que no tendrían la oportunidad de conocer como turistas tradicionales. Seis de cada diez huéspedes de Airbnb de todo el mundo han visitado establecimientos locales recomendados por sus anfitriones”. Los posibles efectos positivos que Airbnb genera sobre el comercio local también se están convirtiendo en una fuente principal de legitimación y publicidad.

---

<sup>22</sup> Todas las citas a Airbnb en este apartado son de su página web Airbnb Citizen.

Para que estas externalidades positivas que anuncia Airbnb se cumplan, el modelo de hospedaje se tiene que articular de forma distribuida y los anuncios se tienen que repartir por la ciudad de forma proporcional. Por el contrario, cuando la mayoría de anuncios se concentran en determinadas zonas de la ciudad, los posibles efectos positivos de estos modelos de hospedaje se transforman en efectos negativos (Gil, 2018a), impulsando procesos de turistificación (Cocola-Gant, 2018, 2016; Sequera & Nofre, 2018; Aalbers, 2018).

Son múltiples las investigaciones que muestran que los anuncios de Airbnb se concentran en áreas específicas de la ciudad, por lo general en los centros urbanos y las zonas turísticas (Gil & Sequera, 2020; Wachsmuth & Weisler, 2018; BJH Advisors, 2016; Lee, 2016; Gurran & Phibbs, 2017; Elfasson & Ragnarsson, 2018; Combs, Kerrigan, & David, Forthcoming; Arias Sans & Quaglieri Domínguez, 2016; Gutierrez et al., 2016; Ioannides et al., 2018). Además, los anuncios de Airbnb suelen crecer en las áreas próximas a los hoteles (Arias Sans & Quaglieri Domínguez, 2016; Gutierrez et al., 2016) y en algunos casos consiguen penetrar las áreas turísticas más que los propios hoteles (Gutierrez et al., 2016). Por eso Airbnb no solo no estaría generando efectos positivos, sino que además estaría instigando la “expansión de la burbuja del turismo urbano” (Ioannides et al., 2018), lo que genera formas de desplazamiento, tanto de la población local como de los comercios tradicionales (Cocola-Gant, 2018).

### *“Abrimos el camino a nuevas oportunidades económicas” Airbnb*

“Todo el mundo puede obtener ingresos extra a través de las economías colaborativas”. Este mantra se repite de manera constante por parte de los impulsores de las plataformas digitales, sus agencias de marketing, sus spots publicitarios y sus lobbies. Este principio de las economías colaborativas se ha convertido en su principal fuente de legitimación y empresas como Airbnb lo anuncian y repiten constantemente.

Este hecho es relativamente cierto. El problema es que, si bien todo el mundo puede obtener ingresos extra a través de las economías colaborativas, **las posibilidades de obtener ingresos no son equitativas para todas las personas**. En realidad, se trata de una economía muy desigual, donde los beneficios que se pueden obtener están estrechamente relacionados con las condiciones socioeconómicas de la persona. A medida que aumentan los estudios sobre las economías colaborativas, cada vez son más los investigadores que concluyen que se trata de economías muy desiguales, que más que reducir la desigualdad social lo que hacen es ampliarla. Por lo tanto, si bien es cierto que todo el mundo puede obtener ingresos extra, las posibilidades de obtener ingresos están condicionadas en la práctica por la situación socioeconómica de la

persona, lo que hace que las economías colaborativas se conviertan en un mecanismo para ahondar las desigualdades sociales de la economía tradicional.

En el caso de Airbnb, una investigación que analiza la desigualdad en distintas plataformas digitales, entre las que se encuentra la plataforma de hospedaje, concluye que el crecimiento de estas plataformas está intensificando la desigualdad social (Schor, 2017). Esto se debe a que aumentan la desigualdad entre el 1% más rico y el 99% restante de la población. Pero además también aumenta la desigualdad entre el 80% de la población con menos ingresos. Ello es debido que estas plataformas permiten que sean las personas en la posición más elevada de ese 80% las que obtengan mayores beneficios. En otros estudios se observa que, si bien los barrios de mayor renta tienen una actividad menor en Airbnb, se trata de los hospedajes que producen más ingresos y obtienen mejores evaluaciones (lo que aumenta sus beneficios futuros) (Cansoy & Schor, 2016). Los resultados de una investigación en Nueva York reflejan cómo un grupo muy pequeño de anfitriones concentra gran parte de los beneficios que produce la plataforma: el 1% que más ingresos obtiene, recibe entre el 11%-16% de todos los ingresos; el 10% que más ingresos obtiene, recibe entre el 47% -50% de todos los ingresos; el 20% que más ingresos obtiene, recibe entre el 67%-69%; y el 80% que menos ingresos obtiene, recibe entre el 31%-33% (las variaciones dependen del distrito). Por último, cabe señalar que hay estudios que también han identificado que los factores étnicos influyen en las posibilidades de obtener ingresos en Airbnb (Edelman & Luca, 2014; Kakar et al., 2016).

Gran parte de la publicidad y discursos públicos de Airbnb, se articulan sobre las posibilidades que la plataforma brinda a la población para obtener ingresos extras. El modelo de hospedaje que presenta la empresa en su publicidad es el de personas de clases media que comparten una habitación en su vivienda con turistas, lo que les permite obtener un ingreso extra para el alquiler, la hipoteca, irse de viaje o darse algún capricho. Como señala la empresa: “Muchos se han animado a compartir sus viviendas y han conseguido esos ingresos extra que necesitaban para salir adelante. Hablamos de familias de clase media que han sufrido los efectos de la crisis, jubilados que tienen una pensión fija o trabajadores autónomos y a tiempo parcial, cuyo número no ha dejado de crecer durante los últimos años”<sup>23</sup>. Este es uno de los factores más importante de legitimidad tanto de Airbnb como del conjunto de las economías colaborativas. Estas plataformas, como bien

---

<sup>23</sup> <https://www.airbnbcitizen.com/es/about-airbnb/>

se observa en su publicidad, resaltan de manera continuada a través de sus portales que todo el mundo puede obtener ingresos extra.

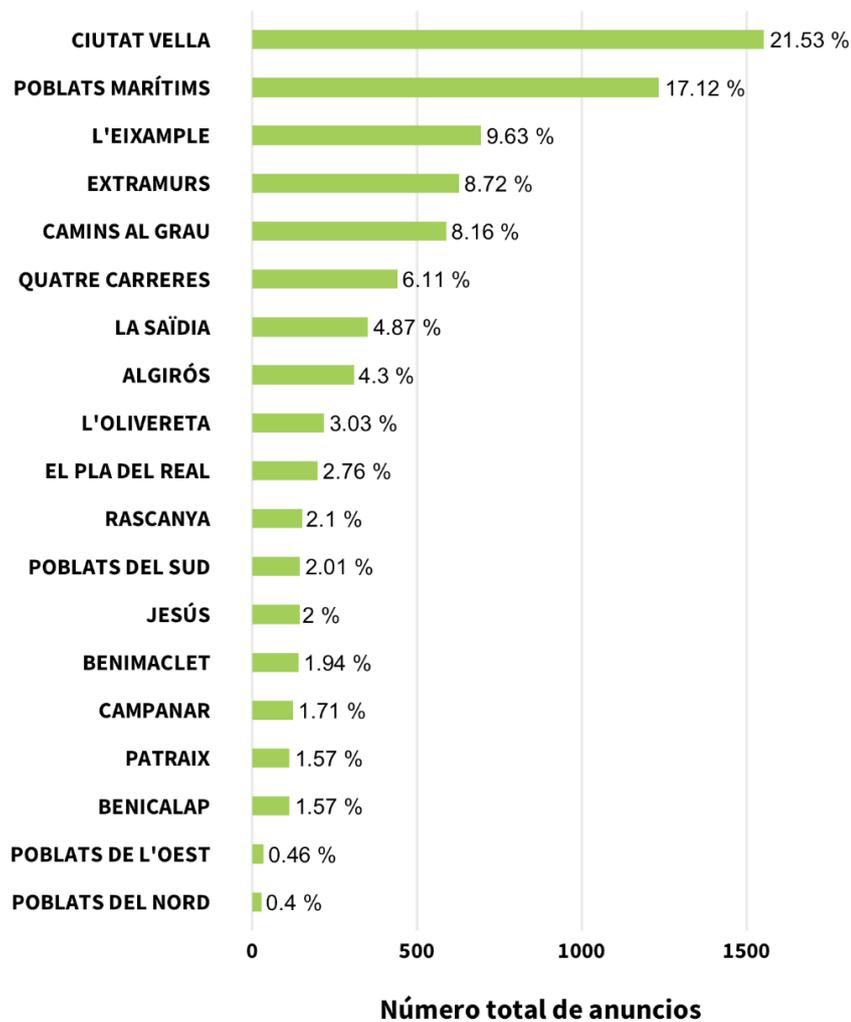
### *¿Efectos redistributivos de Airbnb en Valencia?*

Este segundo bloque del informe analiza cómo se distribuyen los anuncios de Airbnb por la ciudad, cuántos turistas se hospedan en cada zona y cómo varían los precios según cada distrito; qué tipo de viviendas se alquilan en Airbnb, cuánto se sobrecargan, cuáles son las más rentables y qué anfitriones se han especializado en el alquiler de las viviendas más rentables. Por último, se analiza el tipo de anuncios, viviendas y anfitriones que más ingresos producen en Airbnb y cómo se distribuyen estos ingresos entre los anfitriones, analizando las particularidades de los anuncios del 10% de los anfitriones que más ingresos perciben a través de la plataforma.

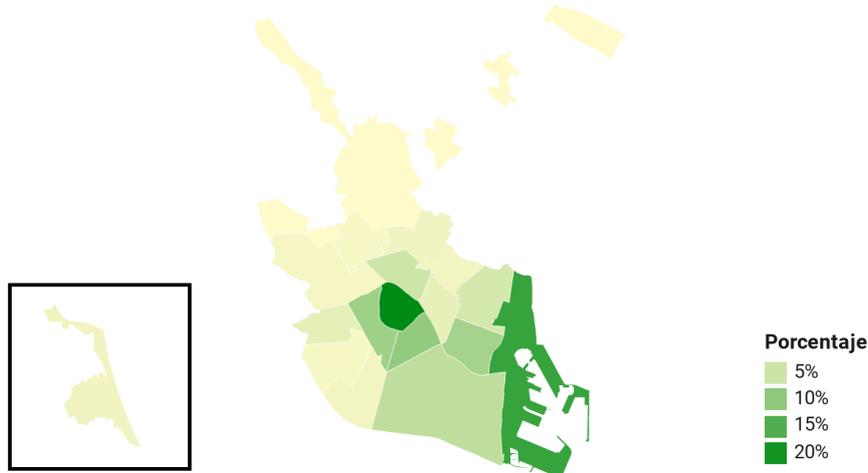
## 9. DISTRIBUCIÓN TERRITORIAL DE LOS ANUNCIOS

En Valencia la mayoría de anuncios de Airbnb se concentran en dos distritos de la ciudad, Ciutat Vella y Poblats Marítims. En total, un 38.65% de todos los anuncios se encuentran en ambos distritos.

**Gráfico 2.1: Distribución territorial de los anuncios**

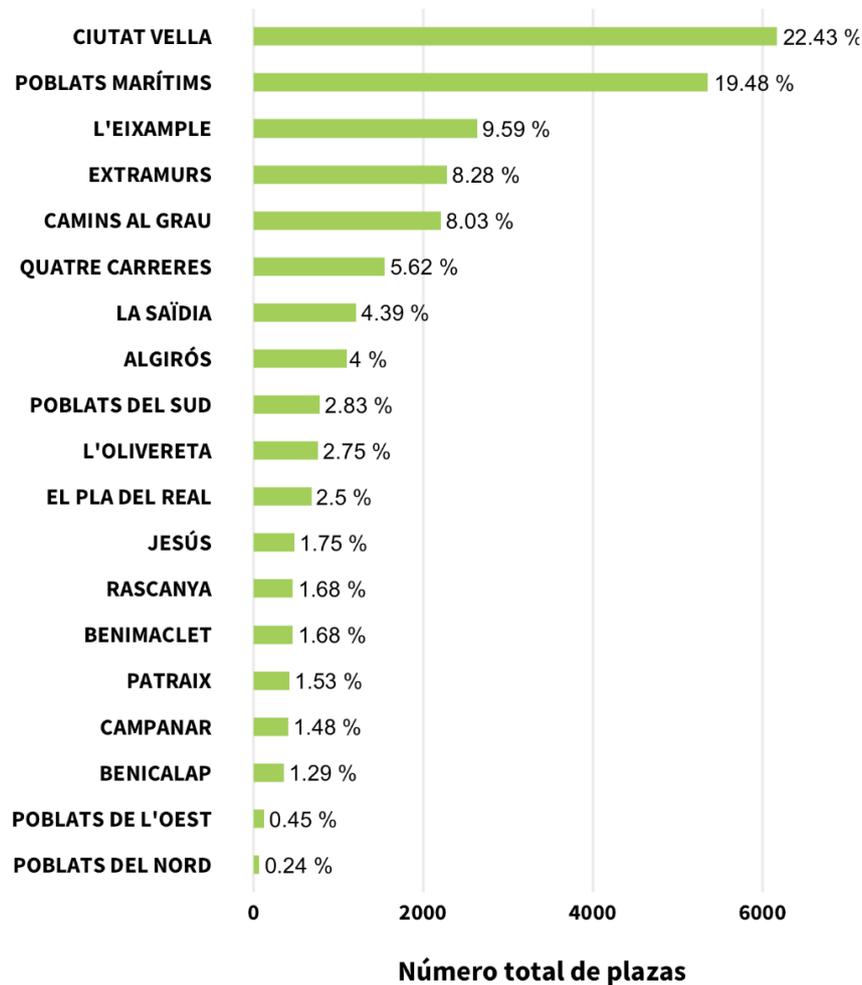


**Mapa 2.1: Distribución territorial de los anuncios**



Ciutat Vella es el distrito con más anuncios de Airbnb. Con un total de 1.551 anuncios, acumula el 21.53% de toda la oferta de la ciudad. El segundo distrito con más oferta es Poblats Marítims, que acumula 1.233 anuncios que suponen un 17.12% de los anuncios. En el resto de distritos se observa un decrecimiento moderado entre los distritos, por lo general menor de 1 punto entre un distrito y el siguiente. La concentración de anuncios en pocos distritos hace que la mayor parte de las plazas de hospedaje turístico que oferta Airbnb se concentren en Ciutat Vella y Poblats Maritims. Ambos distritos acumulan 6.165 y 5.356 plazas respectivamente. En L'Eixample, Extramurs y Camins al Grau hay un total de 2.635, 2.276 y 2.207 plazas, mientras que en Quatre Carreres, La Saida y Algirós varían entre 1.000 y 1.500. En el resto de distritos la oferta de hospedaje es menor a las 1.000 plazas, siendo en algunos insignificante, como en Poblats del Nord (67 plazas).

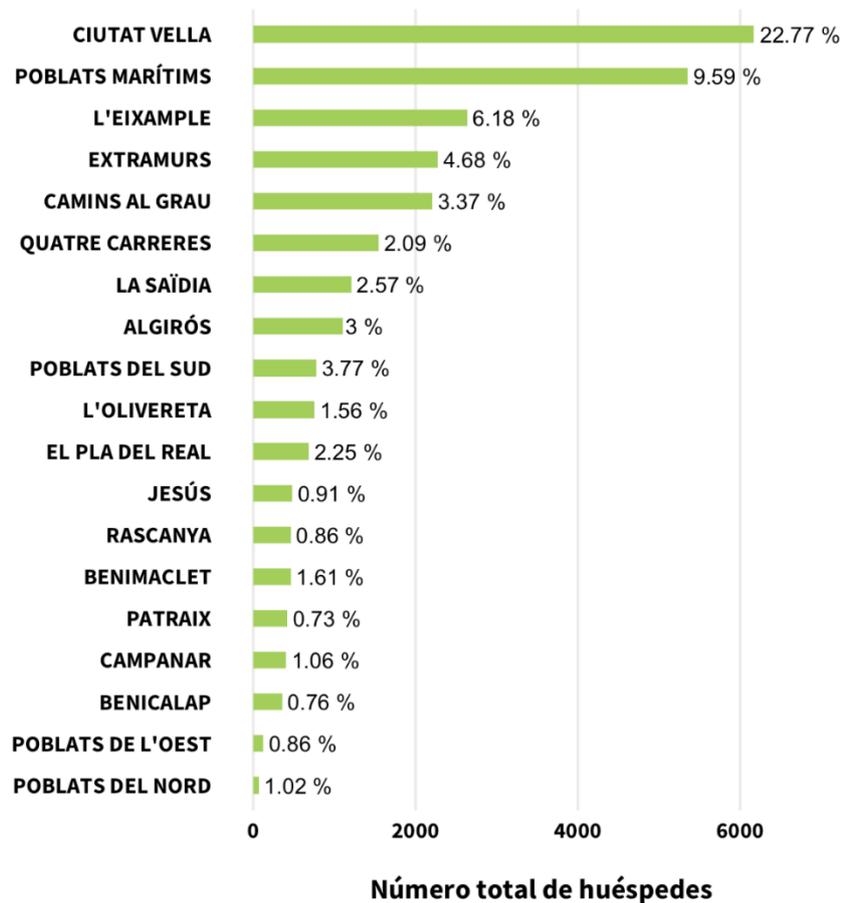
**Gràfic 2.2: Distribución territorial de las plazas de hospedaje**



La concentración de anuncios de Airbnb en determinadas zonas de la ciudad hace que el efecto turistificador de la plataforma llegue a ser muy elevado en algunos distritos. En Ciutat Vella la plataforma puede llegar a hospedar hasta a 6.165 turistas, lo que representa un 22.77% de la población local. Se trata de una tasa de turistas muy elevada en relación a los residentes. La fuerte concentración de turistas hace que el turismo ejerza una fuerte presión sobre el comercio local, el espacio público, los servicios o los lugares de ocio. El resultado es que la demanda y las necesidades de los turistas, al estar tan concentrada, comienzan a superponerse a la demanda y a las necesidades de la población local, lo que va transformando el barrio. Como consecuencia, cada vez más estos barrios se configuran de acuerdo a los intereses y necesidades de los turistas, en detrimento de los intereses y las necesidades de la población local (Mansilla, 2019a, 2019b). Exceptuando Ciutat Vella, en el resto de distritos estos efectos serán menores o se concentrarán en zonas muy concretas,

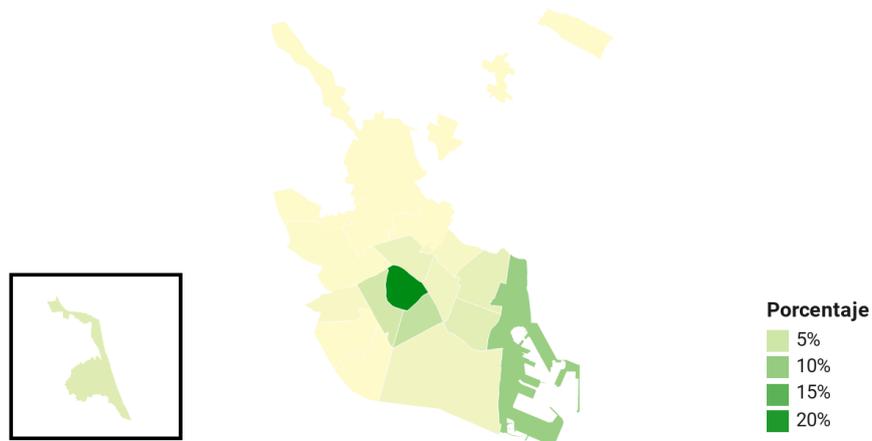
debido a que la concentración de turistas es menor. Aun así, hay zonas de la ciudad donde la presencia del turismo a través de Airbnb también es significativa, como L'Eixample, Extramurs y Camins Al Grau, con capacidad para hospedar a más de 2.000 turistas, que representan respectivamente un 6.18%, 4.68% y 3.37% de la población local.

**Gráfico 2.3: Huéspedes de Airbnb en relación a la población local\***



\* Con un nivel de ocupación del 100%  
Elaboración propia. Fuente: Inside Airbnb e INE

## Mapa 2.2: Huéspedes de Airbnb en relación a la población local

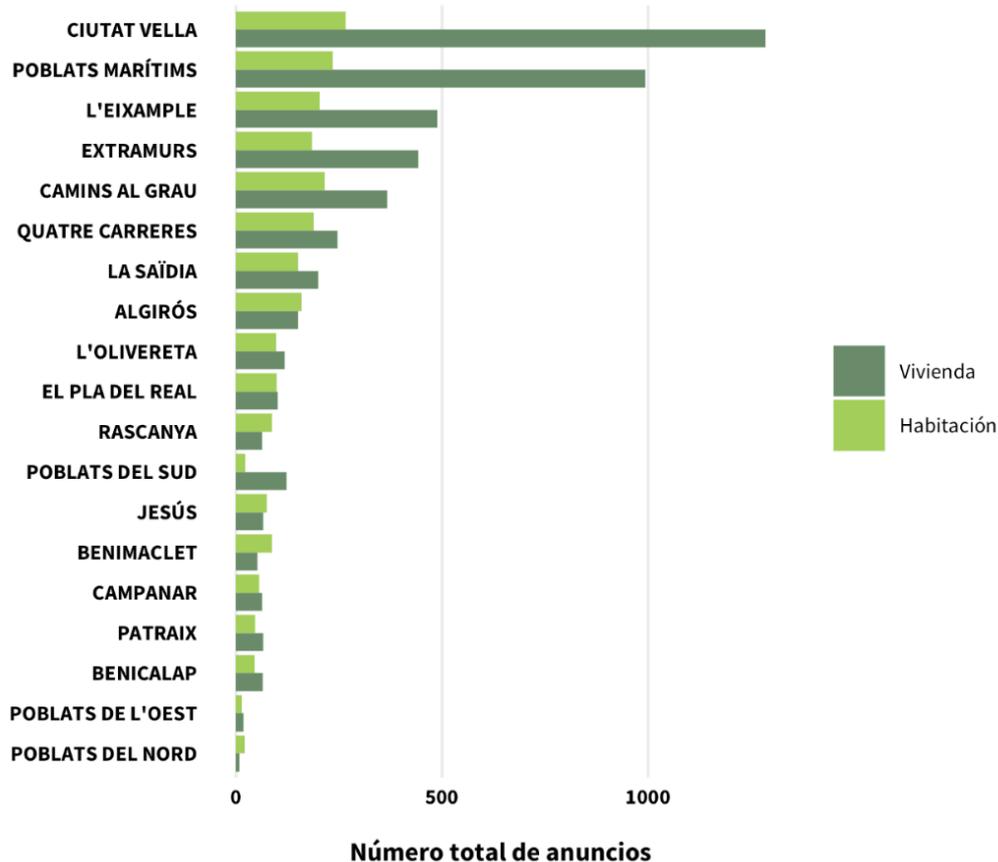


### 1.1. DISTRIBUCIÓN TERRITORIAL DE LOS ANUNCIOS SEGÚN EL TIPO DE HOSPEDAJE

La distribución territorial de los anuncios de Airbnb en Valencia varía según el alojamiento sea en *viviendas* o en *habitaciones*. En el caso de las *viviendas* hay una fuerte concentración en Ciutat Vella y Poblats Marítims, mientras que en el caso de los anuncios de *habitaciones* la distribución es mucho más proporcional.

## Gráfico 2.4: Distribución territorial de los anuncios

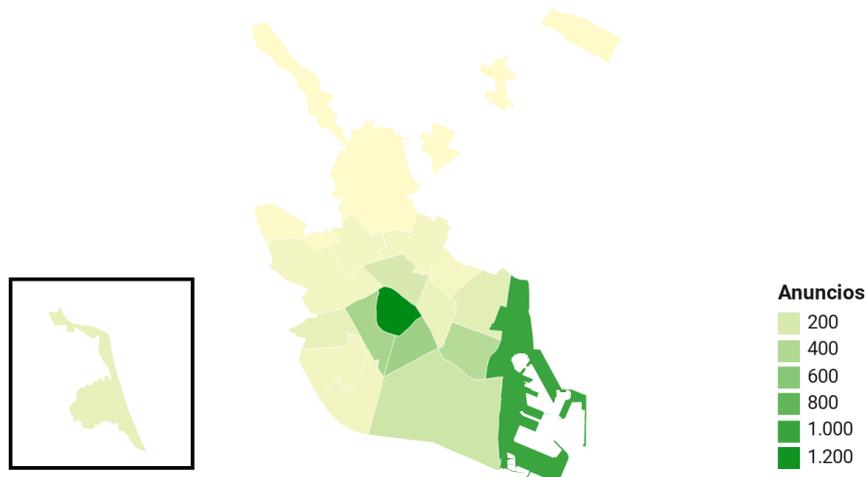
Según el tipo de hospedaje



Elaboración propia. Fuente: Inside Airbnb

Los anuncios de *viviendas* se concentran principalmente en los distritos de Ciutat Vella y Poblats Marítims. En total un 46.32% % de todos los anuncios de *viviendas* de Airbnb en Valencia se concentran en estos distritos. Ciutat Vella es el distrito con mayor número de anuncios de *viviendas*, con 1.285 anuncios que representan el 26.12% de la oferta de la ciudad. Poblats Marítims concentra un total de 994 anuncios de *viviendas* que suponen un 20.20% de todos los anuncios. Estos resultados reflejan una sobreespecialización en el alquiler de *viviendas* en Ciutat Vella y Poblats Marítims. En efecto, ambos distritos concentran el 38.65 % de los anuncios de Airbnb, pero el 46.32% de los anuncios de *viviendas* frente al 22.26% de los anuncios de *habitaciones*. Respecto al resto de distritos, la oferta decrece de forma moderada, siendo el decrecimiento más suave cuanto menor es el número de anuncios en un distrito, pasando de 9.94% de los anuncios en L'Eixample al 0.16% en Poblats del Nord.

**Mapa 2.3: Distribución territorial de los anuncios de viviendas**

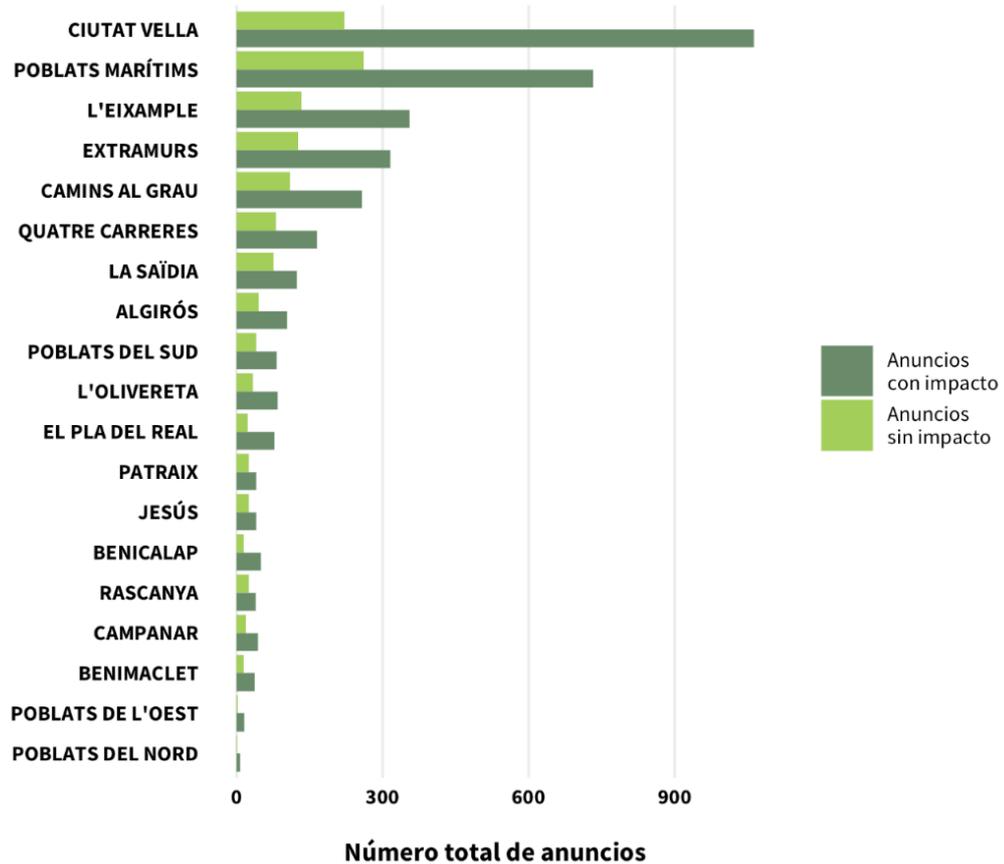


## 1.2. DISTRIBUCIÓN TERRITORIAL DE LOS ANUNCIOS CON IMPACTO

La mayor concentración de *anuncios con impacto* se produce en los distritos de Ciutat Vella y Poblats Marítims, que concentran el 49.35% de todos los *anuncios con impacto* de la ciudad (29.21% y 20.14% respectivamente). Ciutat Vella es el distrito con mayor número de *anuncios con impacto*, 1.063 anuncios que representan el 29.21% del total. Poblats Marítims concentra un total de 733 *anuncios con impacto* que suponen un 20.14% del total. Respecto al resto de distritos, la oferta disminuye de forma moderada, siendo la bajada más suave cuanto menor sea el número de anuncios en un distrito, pasando de 9.76% de los anuncios en L'Eixample al 0.19% en Poblats del Nord.

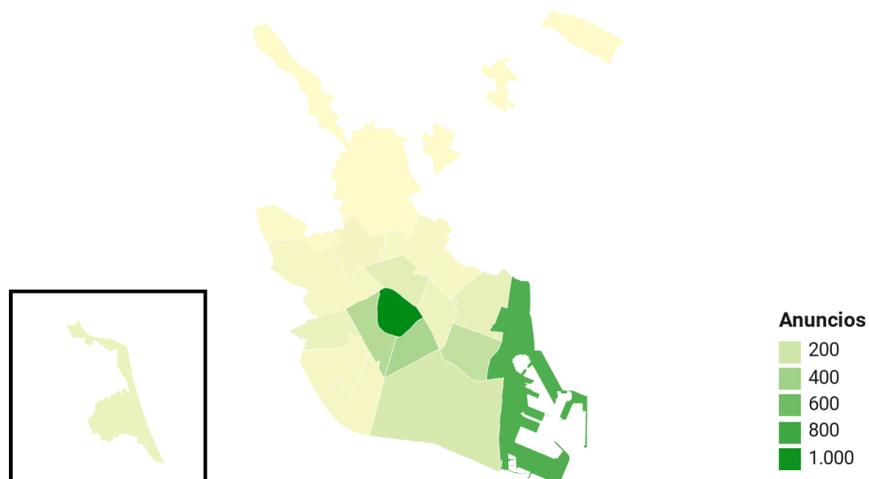
### Gráfico 2.5: Distribución territorial de los anuncios

Según sean o no anuncios con impacto



Elaboración propia. Fuente: Inside Airbnb

### Mapa 2.4: Distribución territorial de los anuncios con impacto

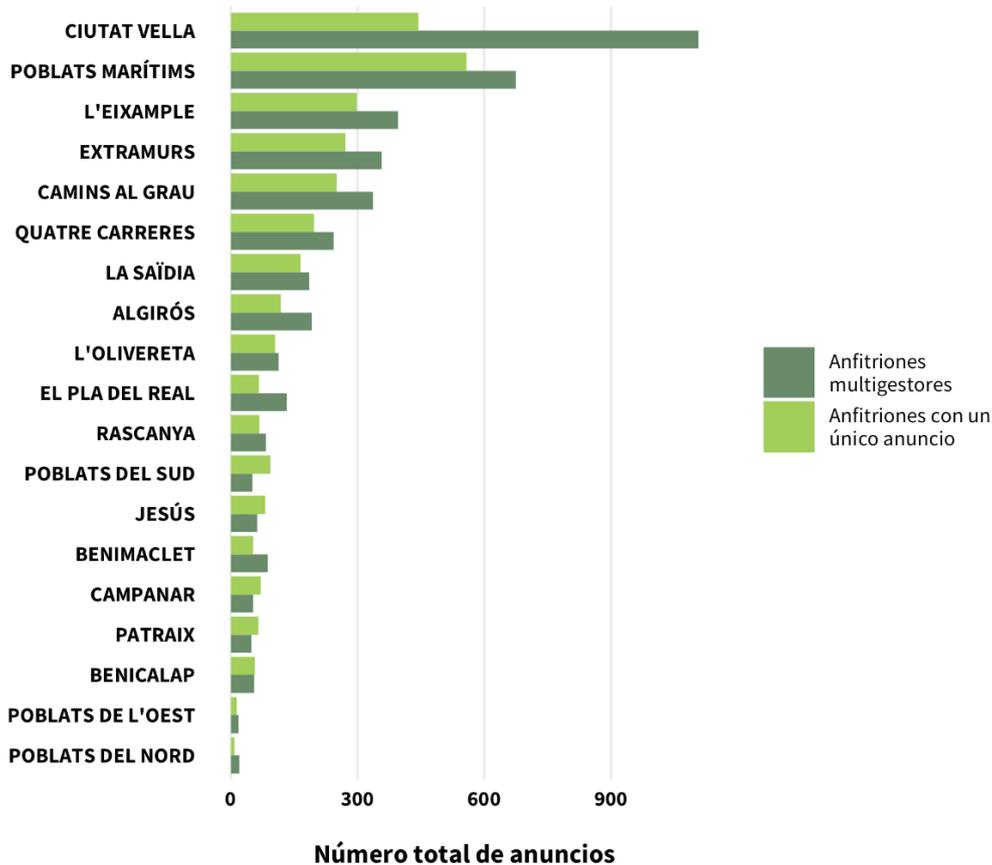


### 1.3. DISTRIBUCIÓN TERRITORIAL DE LOS ANUNCIOS DE LOS MULTIGESTORES

La actividad de los anfitriones *multigestores* también se concentra principalmente en los distritos de Ciutat Vella y Poblats Marítims. Un 42.26% de los *anuncios de los multigestores* están en ambos distritos. Ciutat Vella acumula un total 1.107 anuncios, lo que supone un 26.25% de la oferta, mientras que Poblats Marítims tienen 675 *anuncios de multigestores* que suponen un 16.01% de la oferta.

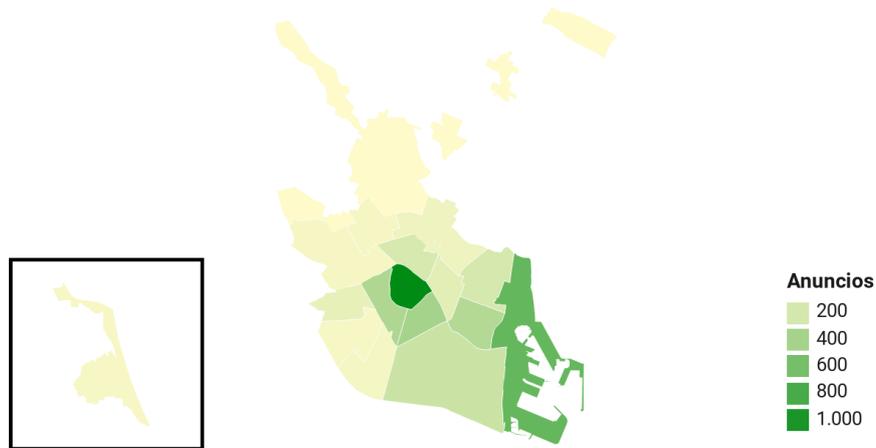
#### Grafico 2.6: Distribución territorial de los anuncios

Según sean multigestores o anfitriones con un único anuncio



Elaboración propia. Fuente: Inside Airbnb

**Mapa 2.5: Distribución territorial de los anuncios de los multigestores**

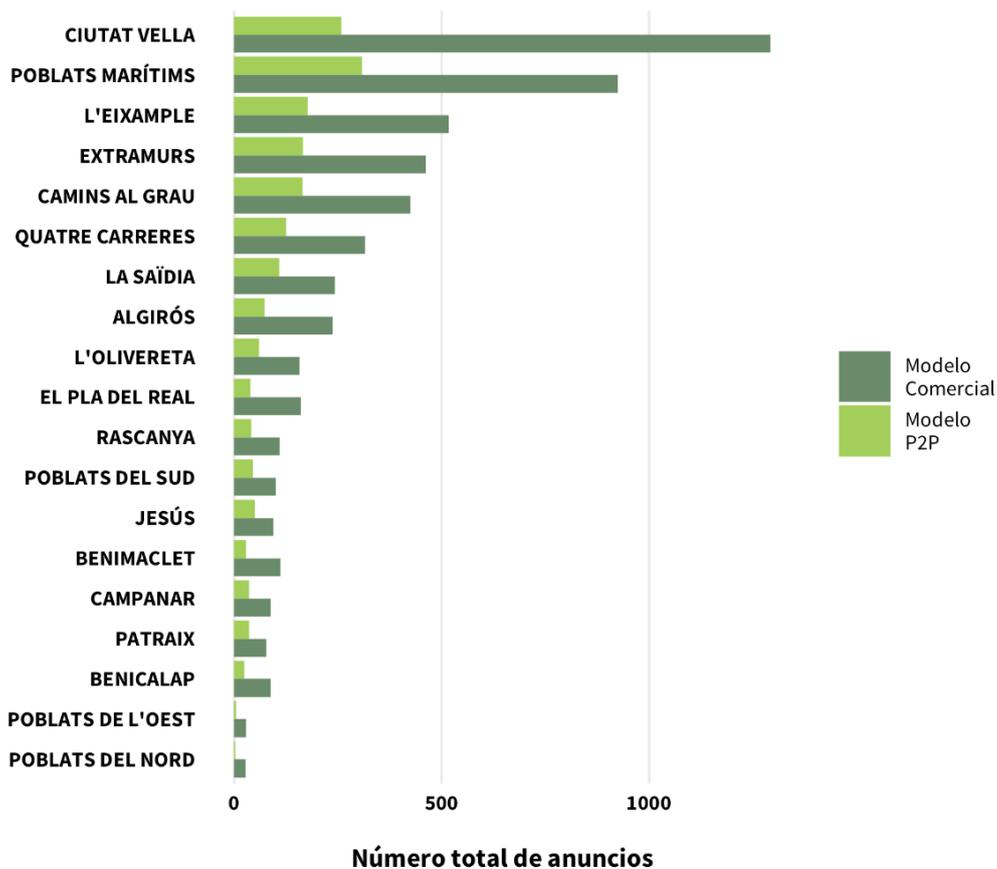


#### 1.4. DISTRIBUCIÓN TERRITORIAL DE LOS ANUNCIOS COMERCIALES

Al igual que sucede con los otros tipos de anuncios, los *anuncios comerciales* también se concentran principalmente en los distritos de Ciutat Vella y Poblats Marítims. Ambos distritos acumulan el 40.64% de todos los *anuncios comerciales* de la ciudad (23.69% y 16.95% respectivamente). La distribución territorial de los *anuncios p2p* es más proporcional que la distribución territorial de los *anuncios comerciales*, y ambos distritos concentran el 32.44% de los *anuncios p2p*, siete puntos menos que los *anuncios comerciales*.

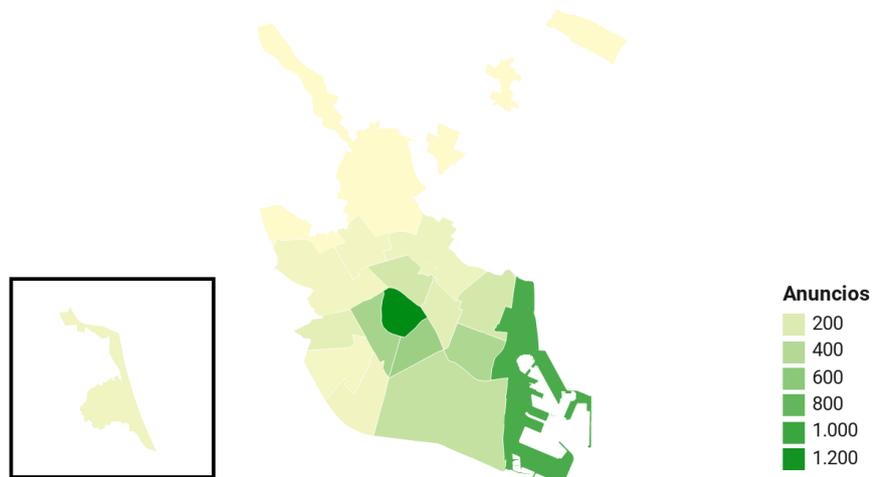
## Gráfico 2.7: Distribución territorial de los anuncios

Según el modelo económico



Elaboración propia. Fuente: Inside Airbnb

## Mapa 2.6: Distribución territorial de los anuncios comerciales



## 1.5. DISTRIBUCIÓN TERRITORIAL DE LOS ANUNCIOS SEGÚN EL TIPO DE ANFITRIÓN

La distribución territorial de los anuncios también varía según el número de anuncios que acumulan los anfitriones. Se observa que cuantos más anuncios tiene un anfitrión, mayor es la tendencia a que opere en determinadas zonas de la ciudad. Por el contrario, la distribución de los anuncios de los anfitriones con menos anuncios es muy proporcional a la distribución general de los anuncios.

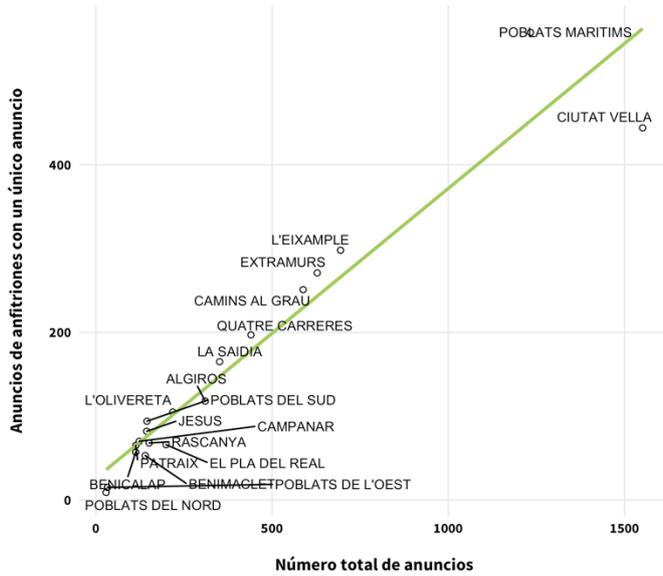
La *distribución territorial de los anuncios* tiene una correlación<sup>24</sup> casi perfecta con la distribución de los anuncios de los *anfitriones que tienen un solo anuncio* y de los *anfitriones que tienen entre dos y cinco anuncios* ( $r= 0.916$  y  $r= 0.9799$  respectivamente). En cambio, la correlación entre la *distribución territorial de los anuncios* y la distribución de los anuncios de los *anfitriones con entre seis y 20 anuncios* es menor pero aun así fuerte ( $r= 0.8714$ ). Por último, se observa que en el caso de los *anfitriones con más de 20 anuncios* la correlación es aún menor, aunque sigue siendo significativa ( $r= 0.7388$ ).

Por lo tanto, cuanto mayor es la acumulación de anuncios por los anfitriones, mayor es la tendencia a que la distribución territorial de sus anuncios se aleje de la distribución general de anuncios que se produce en la ciudad. **Esto se debe a que se observa una sobreespecialización de los anfitriones con seis o más anuncios a operar en Ciutat Vella.** Como se puede ver en los siguientes gráficos, la distribución territorial de los anuncios de los anfitriones con seis o más anuncios adopta una forma particular: en relación al resto de anfitriones, se han especializado en el distrito de Ciutat Vella.

---

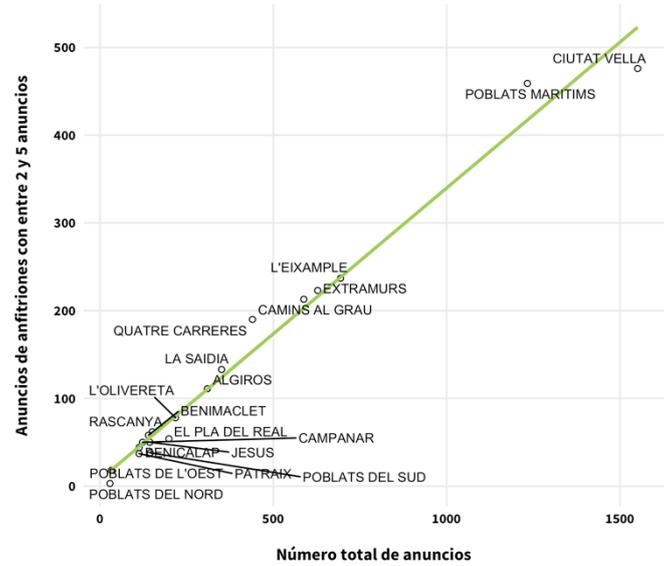
<sup>24</sup> Sobre estos análisis ver la nota 1 y *Tabla Anexo 1* en el anexo

**Gráfico 2.8: Correlación entre los anuncios de los anfitriones con un único anuncio y el total de anuncios**



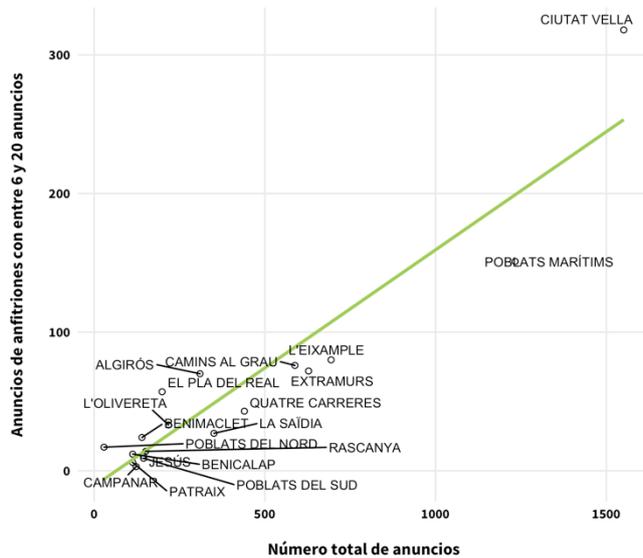
Elaboración propia. Fuente: Inside Airbnb

**Gráfico 2.9: Correlación entre los anuncios de los anfitriones con entre dos y cinco anuncios y el total de anuncios**



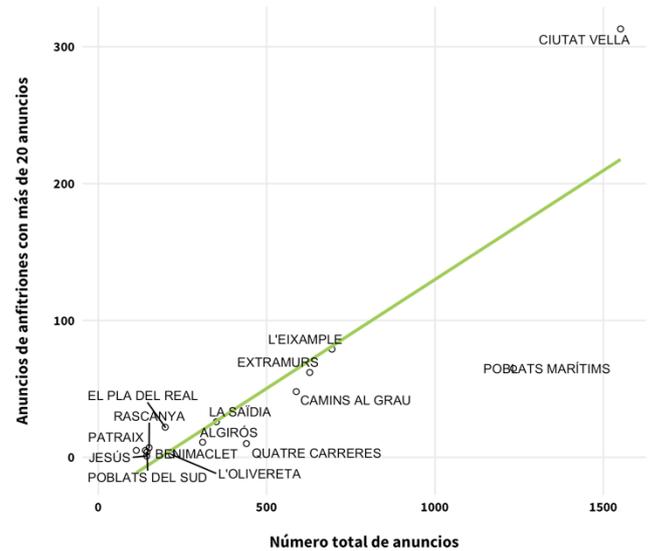
Elaboración propia. Fuente: Inside Airbnb

**Gráfico 2.10: Correlación entre los anuncios de los anfitriones con entre seis y 20 anuncios y el total de anuncios**



Elaboración propia. Fuente: Inside Airbnb

**Gráfico 2.11: Correlación entre los anuncios de los anfitriones con más de 20 anuncios y el total de anuncios**



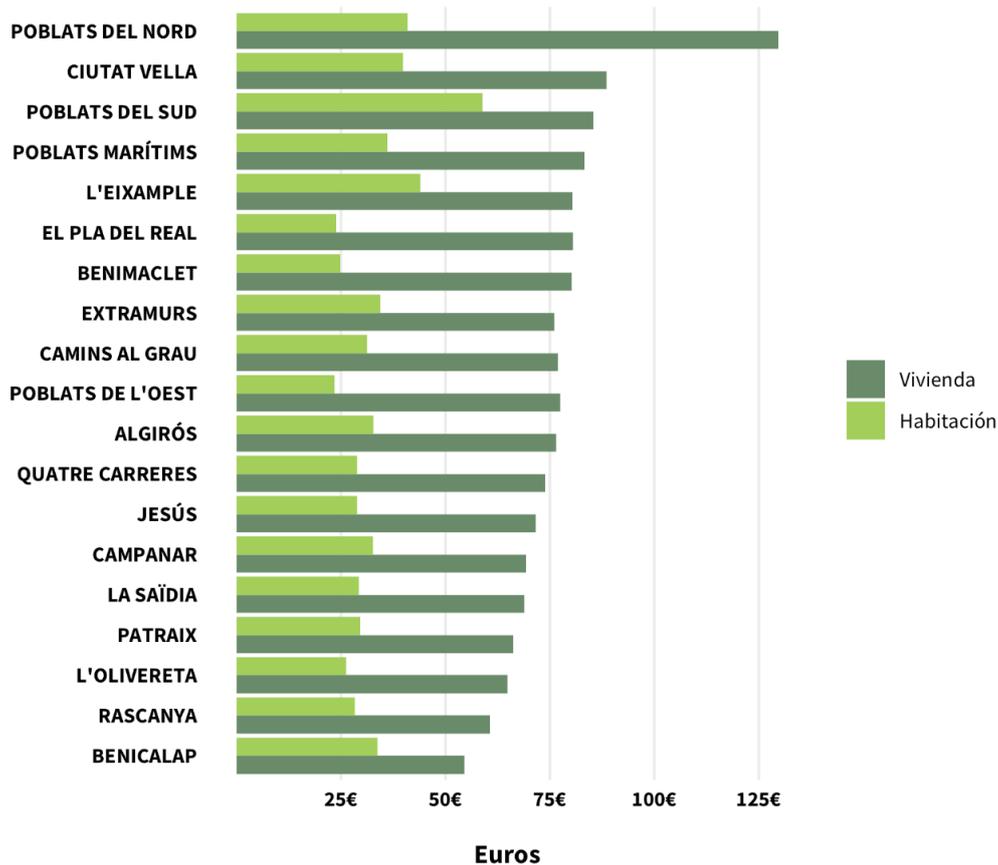
Elaboración propia. Fuente: Inside Airbnb

## Precio de los alojamientos

Los precios de los alojamientos de Airbnb en Valencia también varían según el distrito y el tipo de alojamiento. En el caso de las *viviendas*, el distrito con precios superiores es Poblats del Nord, 88.56 € la noche, frente a Benicalap que es el distrito donde menos cuesta alquilar una vivienda en Airbnb, 54.52 € la noche. La mediana de precios está en torno a los 76 € la noche en los distritos de Camins al Grau, Algirós y Extramurs. El alquiler de *habitaciones* es considerablemente más barato que el de *viviendas*. También varía entre distritos, pero los precios son más homogéneos que en el caso de las *viviendas*. Poblats del Sud es el distrito donde el precio de las *habitaciones* es mayor, 58.86 € la noche, frente a los 23.50 € de Poblats de L'Oest y una mediana de unos 31 € en distritos como Camins al Grau, Campanar y Patraix.

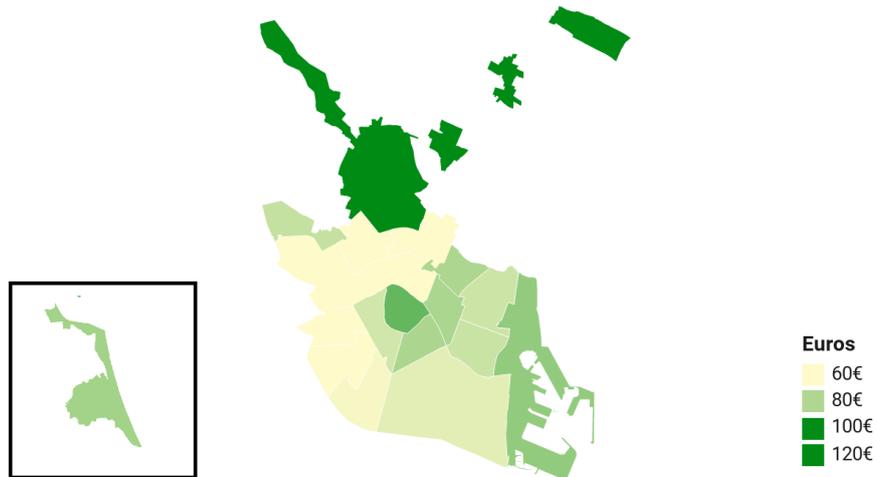
### Gráfico 2.12: Precios de los hospedajes

Por distrito y según el tipo de hospedaje



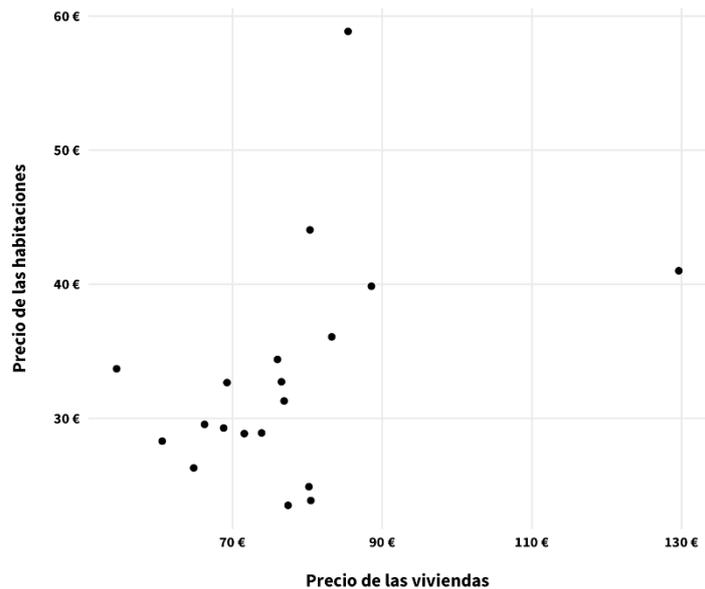
Elaboración propia. Fuente: Inside Airbnb

## Mapa 2.7: Precios de los hospedajes



Al analizar la relación entre los precios de las *viviendas* y el precio de las *habitaciones* por distrito, se observa que la correlación entre ambas variables es débil ( $r=0.41$ ). Esto se debe a que los precios de las *viviendas* y de las *habitaciones* no varían de forma proporcional de un distrito a otro.

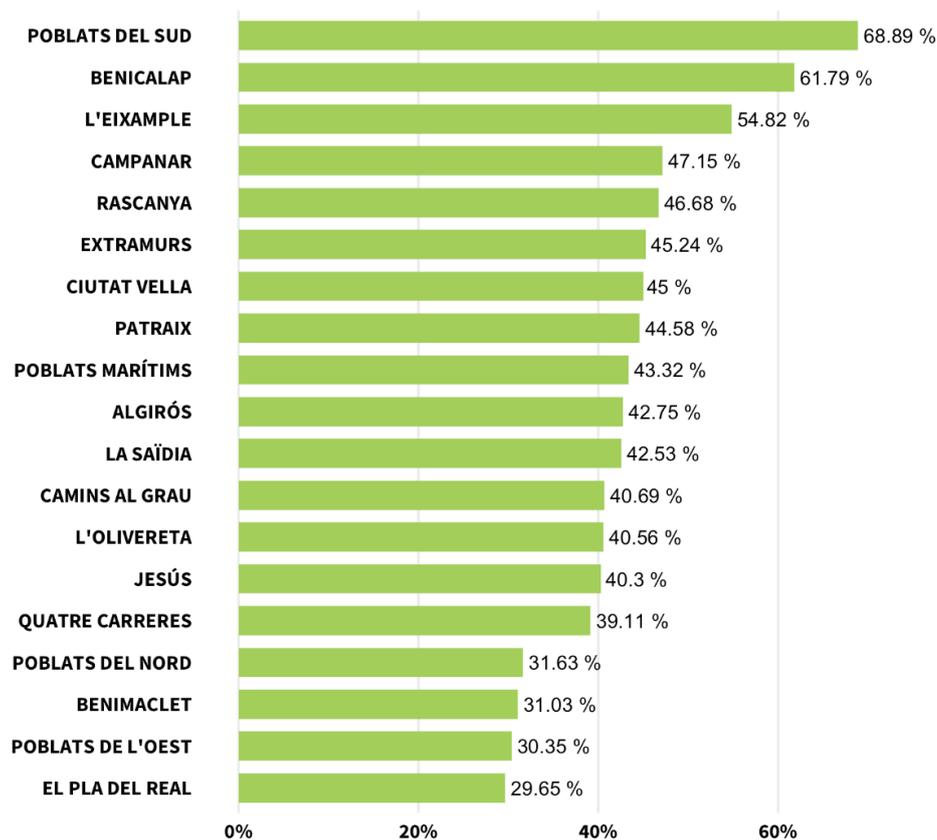
**Gráfico 2.13: Correlación entre el precio de las viviendas y el precio de las habitaciones\***



\*Mediana de precios por distrito  
Elaboración propia. Fuente: Inside Airbnb

En la mayoría de distritos los precios de las *habitaciones* representan entre un 39% y un 48% del precio de las *viviendas*. Hay tres distritos donde el precio relativo de las *habitaciones* es superior: en Poblats del Sud, Benicalap y L'Eixample, los precios de las *habitaciones* representan respectivamente un 68.89%, un 61.79% y un 54.82% del precio de las *viviendas*. En estos distritos alquilar los alojamientos por *habitaciones* en vez de la *vivienda completa* tiene un rendimiento relativo superior. Por el contrario, también hay cuatro distritos donde en términos relativos el precio de las *habitaciones* es inferior al de las *viviendas*: en El Pla del Real, Poblats de L'Oest, Benimaclet y Poblats del Nord, los precios de las *habitaciones* representan respectivamente un 29.65%, un 30.35%, un 31.03% y un 31.63% del precio de las *viviendas*. En estos el alquiler de *habitaciones* tiene un rendimiento relativo menor.

**Gráfico 2.14: Porcentaje que representa el precio de las habitaciones en relación al precio de las viviendas**



Elaboración propia. Fuente: Inside Airbnb

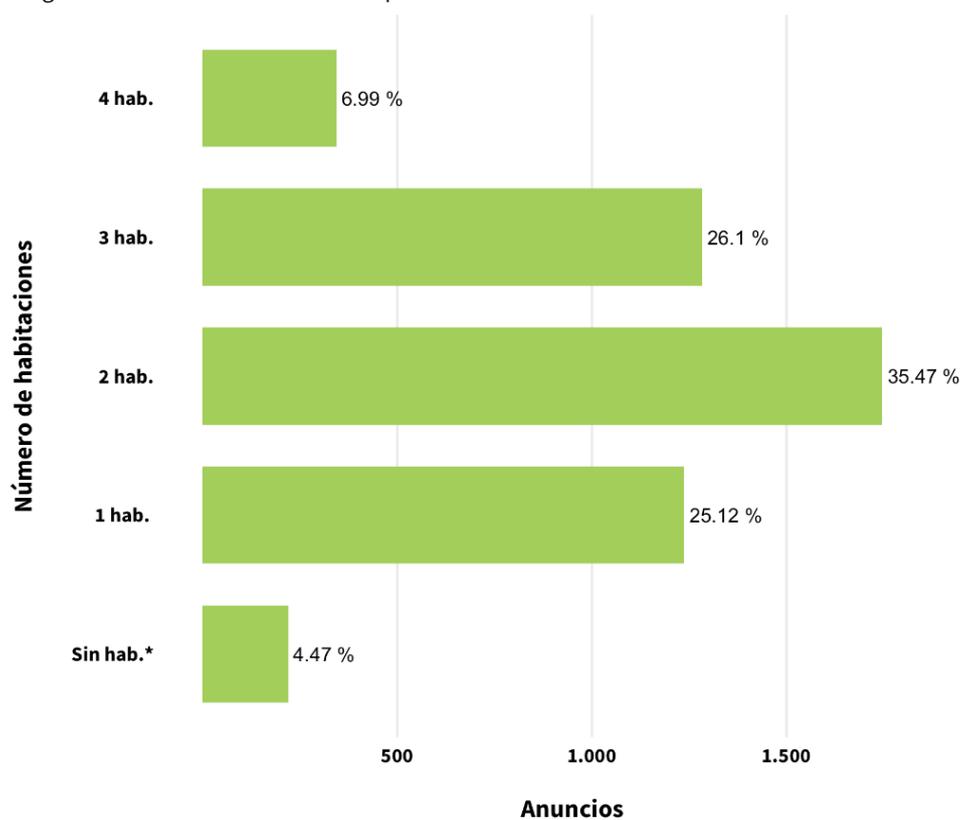
## 10. TIPOS DE VIVIENDAS QUE SE ALQUILAN Y SOBRECARGA DE LAS VIVIENDAS

### 10.1 ¿QUÉ TIPOS DE VIVIENDAS SE ALQUILAN EN AIRBNB

En Airbnb se alquilan principalmente *viviendas* con una, dos y tres habitaciones. El alquiler de estudios y de viviendas de cuatro habitaciones también es significativo. Por el contrario, el alquiler de viviendas con cinco o más habitaciones es poco frecuente (representan el 1.6% del total<sup>25</sup>).

**Gráfico 2.15: Distribución de los anuncios de viviendas**

Según el número de habitaciones que tiene la vivienda



\*Viviendas que son estudios  
Elaboración propia. Fuente: Inside Airbnb

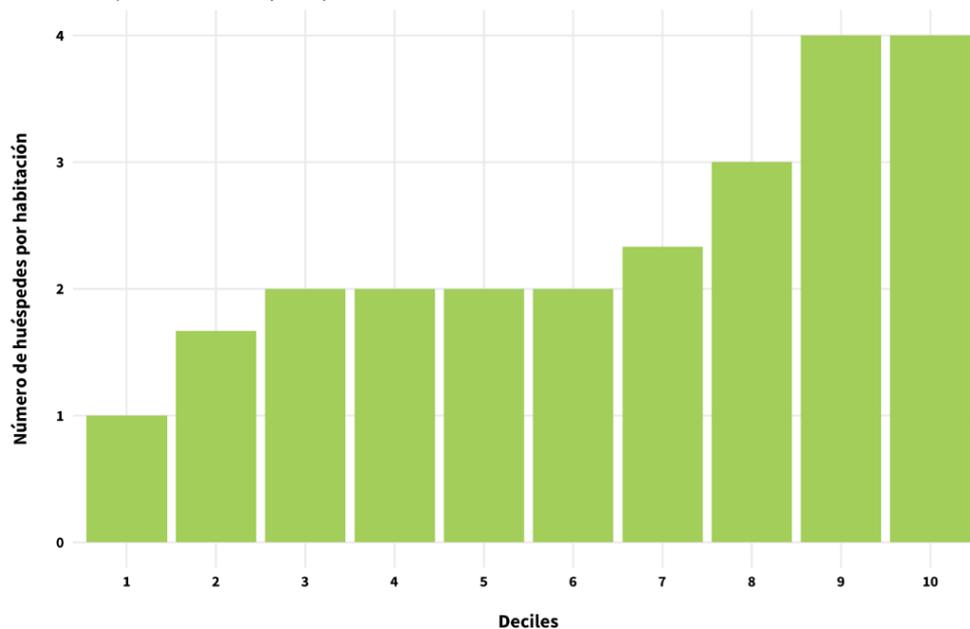
<sup>25</sup>Al ser insignificante en relación con el conjunto del mercado, las viviendas de más de cuatro habitaciones se han eliminado en el resto del informe.

## 10.2 ¿CUÁNTO SE SOBRECARGAN LOS PISOS TURÍSTICOS?

La sobrecarga de las *viviendas* que se alquilan en Airbnb es significativa. La mayoría de anuncios admiten dos huéspedes por habitación (un 40% de los anuncios). Hay un 20% de los anuncios que admiten menos de dos huéspedes por habitación, pero también hay un 30% de anuncios que admiten a tres o más huéspedes por habitación. Estos son los casos que tienen más probabilidades de generar problemas de convivencia con los vecinos, al hospedar de media a tres o cuatro personas por habitación.

**Gráfico 2.16: Sobrecarga de las viviendas**

Distribución por deciles de huéspedes por habitación

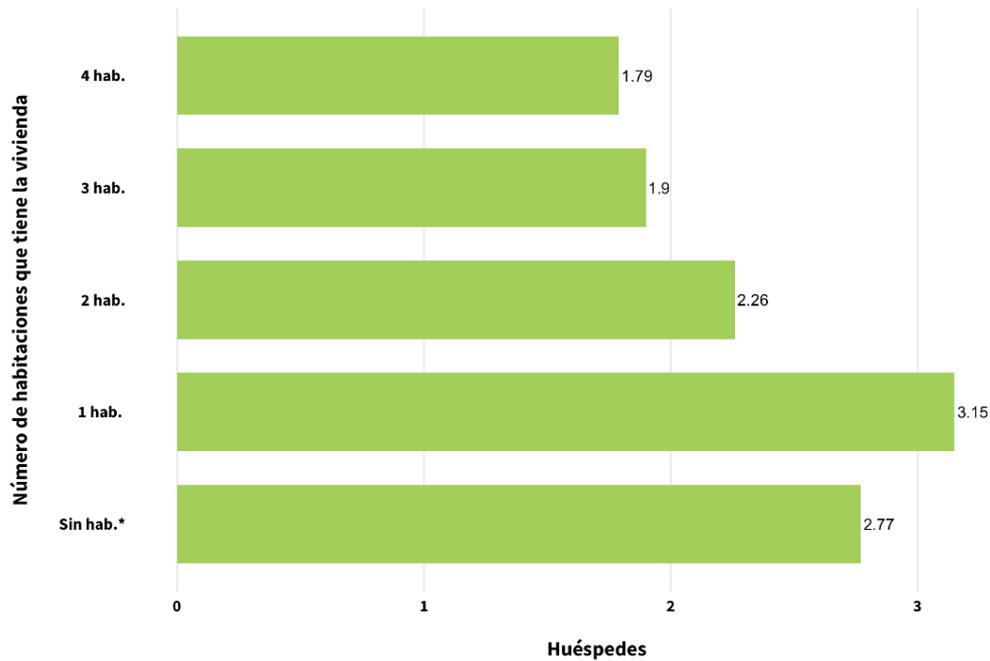


Elaboración propia. Fuente: Inside Airbnb

Además, se observa que el tamaño de las viviendas que se alquilan en Airbnb también incide en la sobrecarga de la vivienda y los pisos de menor tamaño son los que más se sobrecargan. Los estudios tienen de media 2.77 plazas de hospedaje; las *viviendas* de una habitación tienen 3.15 plazas y las *viviendas* de dos habitaciones tienen 2.26 plazas por habitación. En cambio, las *viviendas* de tres o cuatro habitaciones tienen menos de dos plazas de hospedaje por habitación.

### Grafico 2.17: Sobrecarga de las viviendas

Según el número de habitaciones que tiene la vivienda



\*Viviendas que son estudios  
Elaboración propia. Fuente: Inside Airbnb

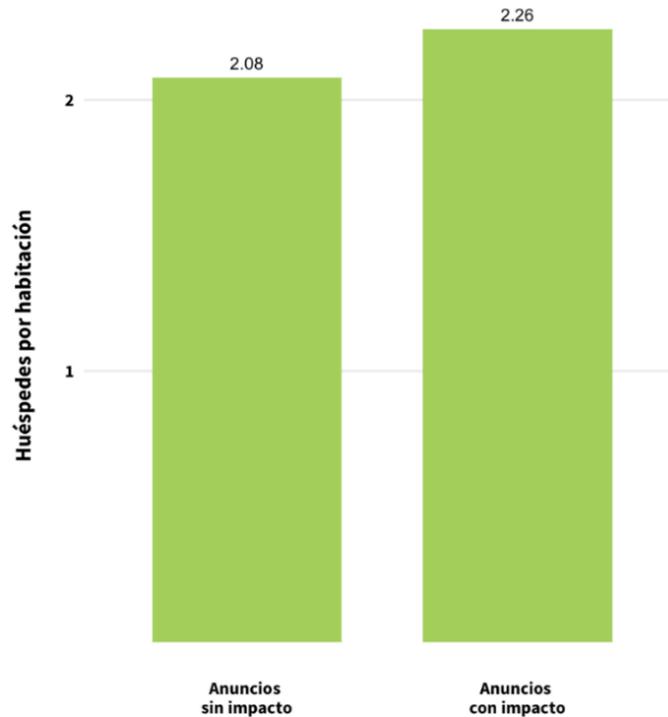
### ¿Quiénes son los que más sobrecargan las viviendas?

En este apartado se observa que los anfitriones profesionalizados en alquilar pisos turísticos son los que más sobrecargan las *viviendas*, lo que hace que su actividad sea la que más beneficios económicos genera, pero también la que tiene más efectos sociales negativos. De esta manera, los anuncios que más se sobrecargan son los *anuncios con impacto*, los *anuncios de multigestores*, los *anuncios de los anfitriones que más anuncios acumulan* y los *anuncios que se alquilan durante más días al año*.

Los *anuncios con impacto* tienen una mayor sobrecarga que el resto de los anuncios. La sobrecarga de los *anuncios de impacto* es de 2.08 personas por habitación frente a las 2.26 personas por habitación del resto de anuncios.

### Gráfico 2.18: Sobrecarga de las viviendas

Según sean o no anuncios con impacto

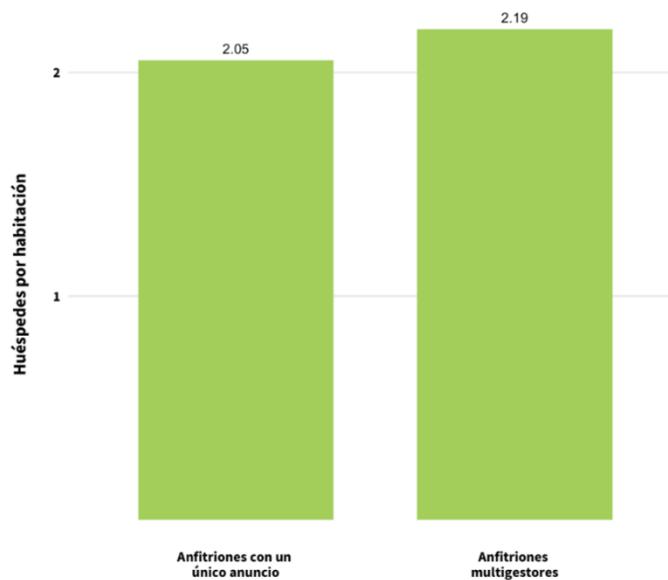


Elaboración propia. Fuente: Inside Airbnb

También se observa que los *multigestores* sobrecargan más las *viviendas* que los anfitriones con un único anuncio. Los *multigestores* aceptan de media a 2.19 personas por habitación frente a los 2.05 que aceptan los anfitriones con un único anuncio.

### Gráfico 2.19: Sobrecarga de las viviendas

Según sean multigestores o anfitriones con un único anuncio

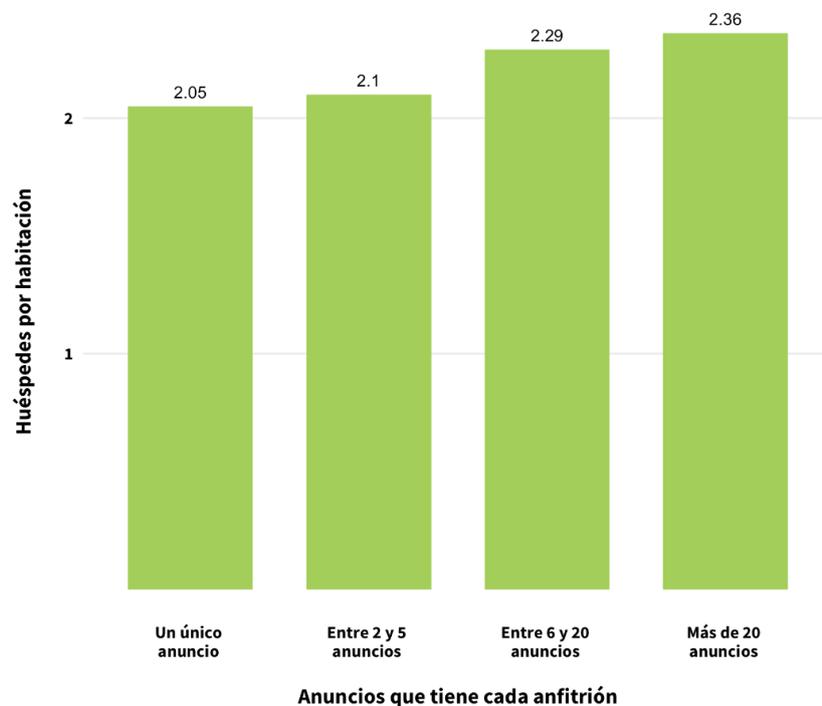


Elaboración propia. Fuente: Inside Airbnb

También se observa que cuanto mayor es el número de anuncios que acumula un anfitrión, mayor es la sobrecarga de las habitaciones. La sobrecarga de las *viviendas* de los anfitriones con un único anuncio es de 2.07 personas por habitación, mientras que en el caso de los anfitriones con más de 20 anuncios la sobrecarga es de 2.4 por habitación. **Con estos datos, en una vivienda de tres habitaciones el anfitrión con un anuncio acepta a entre seis y siete huéspedes, mientras que el anfitrión con más de 20 anuncios acepta a entre siete y ocho huéspedes.** Estos datos reflejan que en general la sobrecarga de las *viviendas* en Airbnb es significativa, más aún cuando se trata de los anfitriones que más *viviendas* acumulan.

### Gráfico 2.20: Sobrecarga de las viviendas

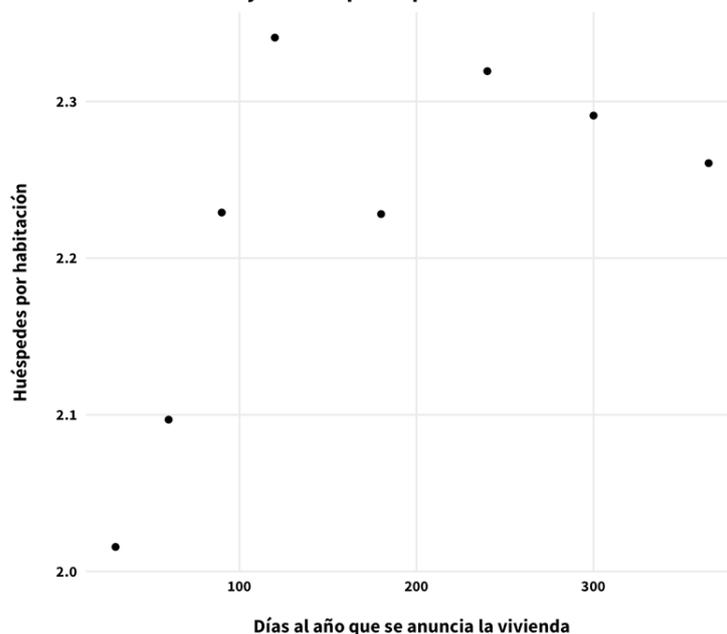
Según el número de anuncios que tiene cada anfitrión



Elaboración propia. Fuente: Inside Airbnb

Al analizar la sobrecarga de las *viviendas* en relación a los días al año que se alquilan, se observa una correlación moderada entre ambas variables ( $r= 0.63$ ). Como se aprecia en el gráfico, los anfitriones que alquilan *viviendas* en Airbnb durante sesenta días o menos al año, son los que menos sobrecargan las *viviendas*. Los que alquilan *viviendas* durante 90 o más días al año (los más profesionalizados), son los que más sobrecargan las *viviendas*. Por lo tanto, se observa que los anfitriones profesionalizados son los que más sobrecargan las viviendas.

**Gráfico 2.21: Correlación entre los días al año que se anuncia la vivienda y los huéspedes por habitación**



Elaboración propia. Fuente: Inside Airbnb

### *El negocio de Airbnb: ¿Alquilar viviendas pequeñas o grandes?*

Al calcular el rendimiento de las *viviendas* que se alquilan en Airbnb según el número de habitaciones que tienen y el número de huéspedes que aceptan, se observa que las *viviendas* que más ingresos relativos generan son las de menor tamaño (las que tienen menos habitaciones). La razón es que cuanto más grande es una *vivienda*, mayor es su precio. Pero el precio por persona y el precio por habitación disminuye según aumenta el tamaño de la *vivienda* (el número de habitaciones). En relación al precio por huésped, hay casi 10€ de diferencia entre hospedarse en un estudio o en una vivienda de una habitación, y hospedarse en una vivienda de tres o cuatro habitaciones.

El precio por habitación de las *viviendas* de menor tamaño duplica el precio de las *viviendas* de mayor tamaño: hay más de 30€ de diferencia por habitación entre hospedarse en una vivienda con una habitación y hospedarse en una vivienda con tres o cuatro habitaciones. Por lo tanto, cuanto más pequeña es una vivienda, mayor es su rendimiento relativo, debido a la sobrecarga y a los mayores precios relativos de las *viviendas* de menor tamaño.

**Tabla 2.1: Características de los anuncios según el número de habitaciones que tiene la vivienda**

HABITACIONES	NÚMERO DE HUÉSPEDES	PRECIO DEL ANUNCIO	PRECIO POR HUÉSPED	PRECIO POR HABITACIÓN
0	2.77	59.70	24.82	59.70
1	3.15	65.22	23.10	65.22
2	4.52	77.55	17.74	38.78
3	5.69	85.55	15.36	28.52
4	7.15	110.74	15.49	27.69

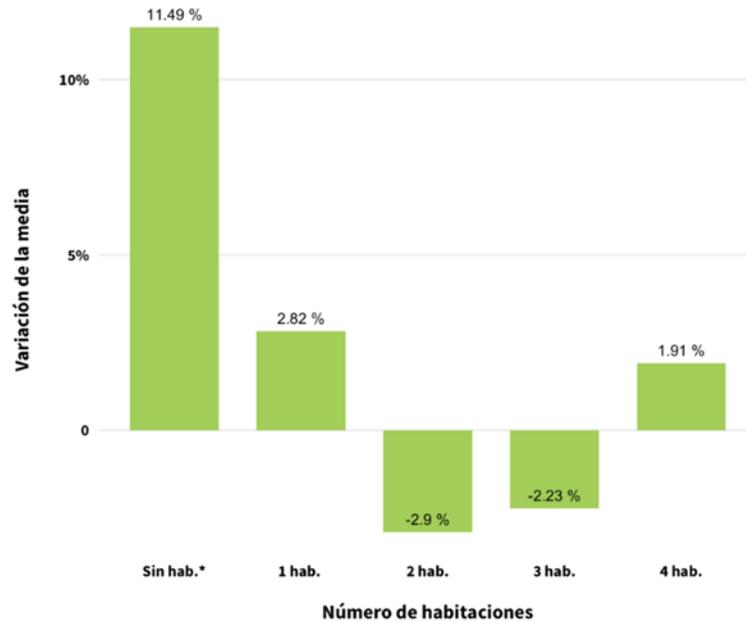
### 10.3 ¿QUIÉN CONTROLA LOS ANUNCIOS CON MAYOR RENDIMIENTO?

Los anuncios con un rendimiento relativo mayor están controlados principalmente por anfitriones profesionalizados en el alquiler de *viviendas* a turistas. Esto se observa porque los anuncios con un rendimiento relativo mayor son principalmente *anuncios con impacto*, *anuncios de multigestores* y anuncios de anfitriones que acumulan *más de seis anuncios* en la plataforma. Por lo tanto, los anfitriones más profesionalizados se han especializado en el alquiler en Airbnb de estudios y de *viviendas* de una habitación.

Los *anuncios con impacto* están principalmente sobrerrepresentados en las *viviendas* que son estudios, en un 11.49%. En menor medida estos anuncios también están sobrerrepresentados en las *viviendas* de una y de cuatro habitaciones.

### Gráfico 2.22: Distribución de los anuncios con impacto

Según el número de habitaciones que tiene la vivienda

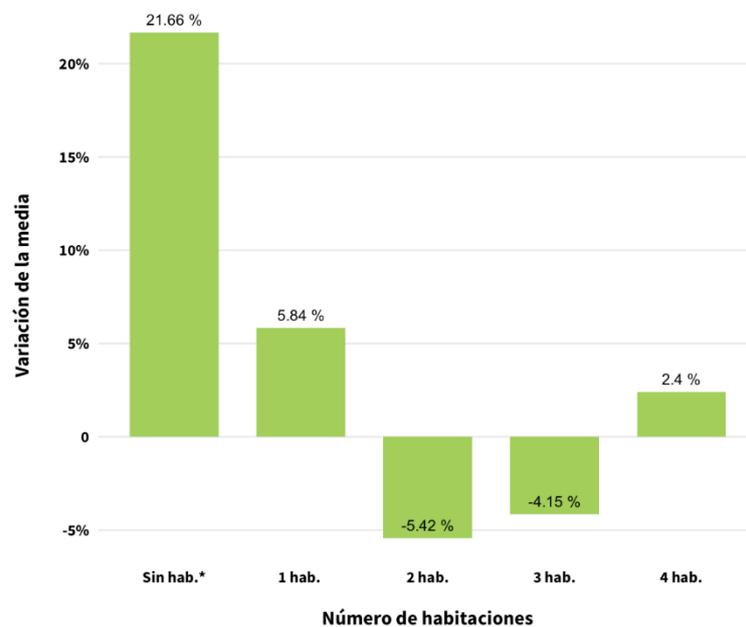


\*Viviendas que son estudios  
Elaboración propia. Fuente: Inside Airbnb

En el caso de los *multigestores*, la especialización es aún mayor. Sus anuncios están sobrerrepresentados en un 21.66% en los estudios, un 5.84% en las viviendas de una habitación y un 2.4% en las de cuatro habitaciones, estando subrepresentados en las viviendas de dos y tres habitaciones.

### Gráfico 2.23: Distribución de los anuncios de los multigestores

Según el número de habitaciones que tiene la vivienda



\*Viviendas que son estudios  
Elaboración propia. Fuente: Inside Airbnb

También se observa que cuanto mayor es el número de anuncios que acumula un anfitrión, mayor es la tendencia a que esté especializado en el alquiler de *viviendas* con mayor rendimiento relativo (estudios o viviendas con una habitación). Al analizar qué anfitriones hospedan principalmente en estudios y viviendas de una habitación, se observa que:

- \* Los anfitriones con un único anuncio están *subrepresentados* en un 21.66% en el alquiler de estudios y en un 5.84% en el alquiler de viviendas con una habitación.
- \* Los anfitriones con entre dos y cinco anuncios no están especializados en el alquiler de ningún tipo de *vivienda*, y el tipo de *viviendas* que alquilan es similar al conjunto de los anfitriones.
- \* Los anfitriones con entre seis y 20 anuncios están *sobrerrepresentados* en un 13.74% en el alquiler de estudios y en un 2.74% en el alquiler de viviendas con una habitación.
- \* Los anfitriones con más de 20 anuncios están *sobrerrepresentados* en un 7.32% en el alquiler de estudios y en un 1.38 % en el alquiler de habitaciones con una habitación.

Así pues, se observa cómo los anfitriones más comerciales y profesionalizados también se han especializado en el alquiler de *viviendas* de menor tamaño, que son las más rentables y las que más problemas de convivencia generan, fruto de la sobrecarga.

## 11. ¿CÓMO Y QUIÉNES OBTIENEN INGRESOS EN AIRBNB?

### ¿CÓMO SE GENERAN LOS INGRESOS?

El 83.55% de todos los ingresos se generan a través del alquiler de *viviendas*, 58.662.378 € al año, y un 16.45%

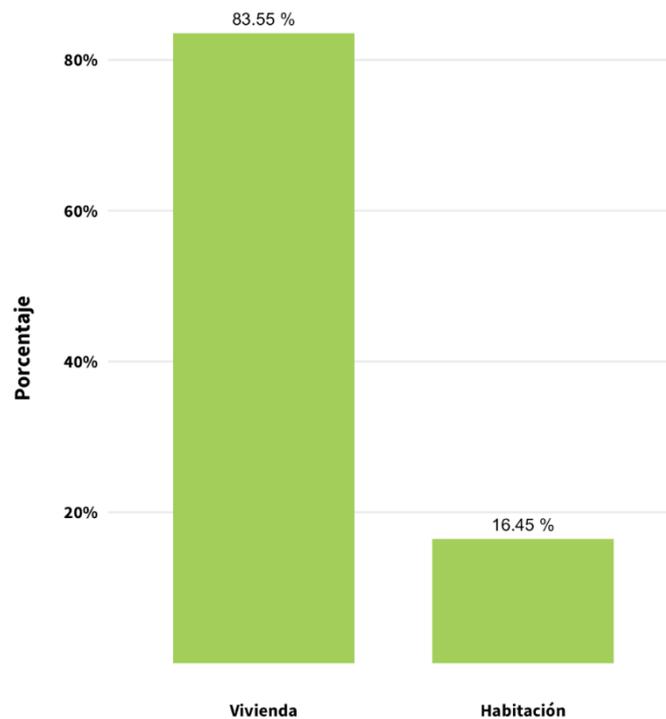
El 83.55% de todos los ingresos se generan a través del alquiler de *viviendas*

de los ingresos, 11.554.010 €, se generan a través del alquiler de *habitaciones*. Este dato choca con los principios del *home sharing* y con la propia publicidad de Airbnb, que muestra a familias compartiendo una habitación en su propia vivienda como forma de obtener un ingreso extra.

En Valencia, **la mayor parte del ingreso que se genera a través de Airbnb es por medio de formas de hospedaje en que los anfitriones y los huéspedes no comparten la vivienda y los huéspedes tienen la vivienda para ellos solos.**

**Gráfico 2.24: Distribución de los ingresos**

Según el tipo de hospedaje



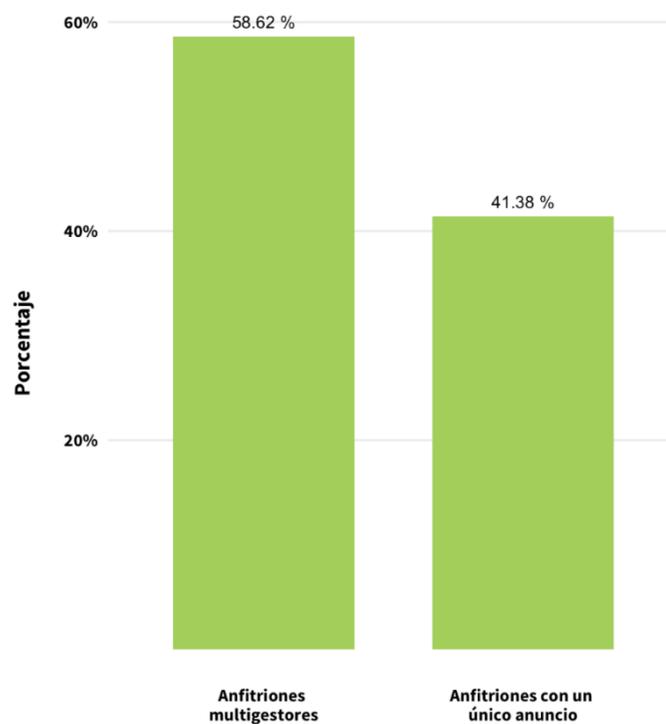
Elaboración propia. Fuente: Inside Airbnb y Airdna

Un 58.62% de los ingresos, 41.283.147 €, los generan *multigestores*, frente al 41.38% que proviene de *anfitriones con un único anuncio*, 29.135.876 €. La diferencia entre ambos es significativa (más de 15 puntos),

pero más aún si recordamos que los *multigestores* solo representan al 28.34% de los anfitriones. De esta manera un 28.34% de los anfitriones, aquellos que tienen más de dos anuncios, perciben el 58.62% de los ingresos.

### Gráfico 2.25: Distribución de los ingresos

Según sean multigestores o anfitriones con un único anuncio

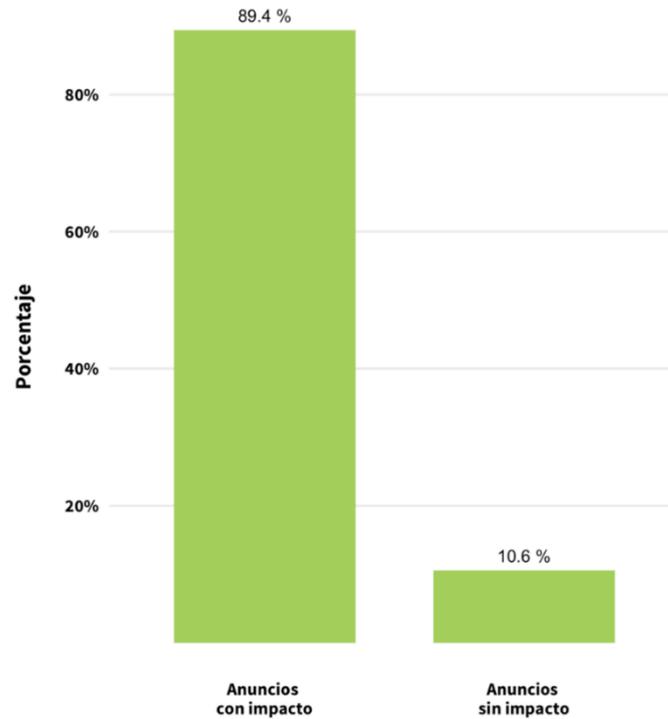


Elaboración propia. Fuente: Inside Airbnb y Airdna

Un 89.4% del total de ingresos, 52.442.101€, provienen de *anuncios con impacto*, frente al 10.6%, 6.220.277€, que se producen por medio de anuncios que no tienen impacto. Estos resultados son muy problemáticos, porque evidencian que los ingresos de los *anuncios sin impacto* son insignificantes en relación al conjunto de los ingresos. Por lo tanto, estamos ante un modelo de hospedaje que produce beneficios económicos por medio de generar toda una serie de externalidades negativas (precisamente los efectos contrarios a los que supuestamente producen las plataformas de economía colaborativa).

### Gráfico 2.26: Distribución de los ingresos

Según sean o no anuncios con impacto



Elaboración propia. Fuente: Inside Airbnb y Airdna

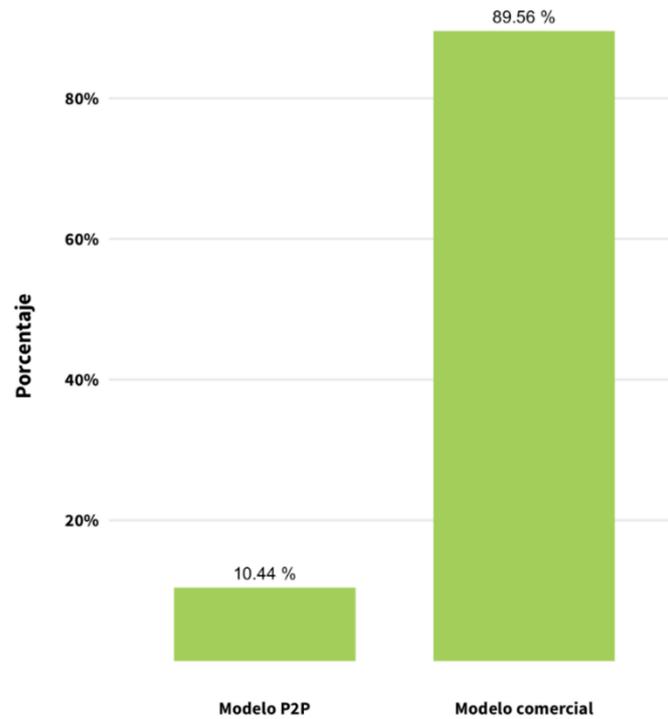
Del total de ingresos, el 89.56% provienen de *anuncios comerciales*

Del total de los ingresos el 89.56%, 63.069.112 €, provienen de *anuncios comerciales*, frente al 10.44%, 7.349.911 €, que se generan a través de *anuncios p2p*. Estos datos evidencian que desde la perspectiva de los ingresos no se puede considerar que Airbnb funcione en Valencia como un

medio para obtener ingresos a través de formas de hospedaje colaborativo, ya que la mayoría de los ingresos se producen a través de anuncios comerciales que no cumplen los principios de las economías colaborativas.

### Gráfico 2.27: Distribución de los ingresos

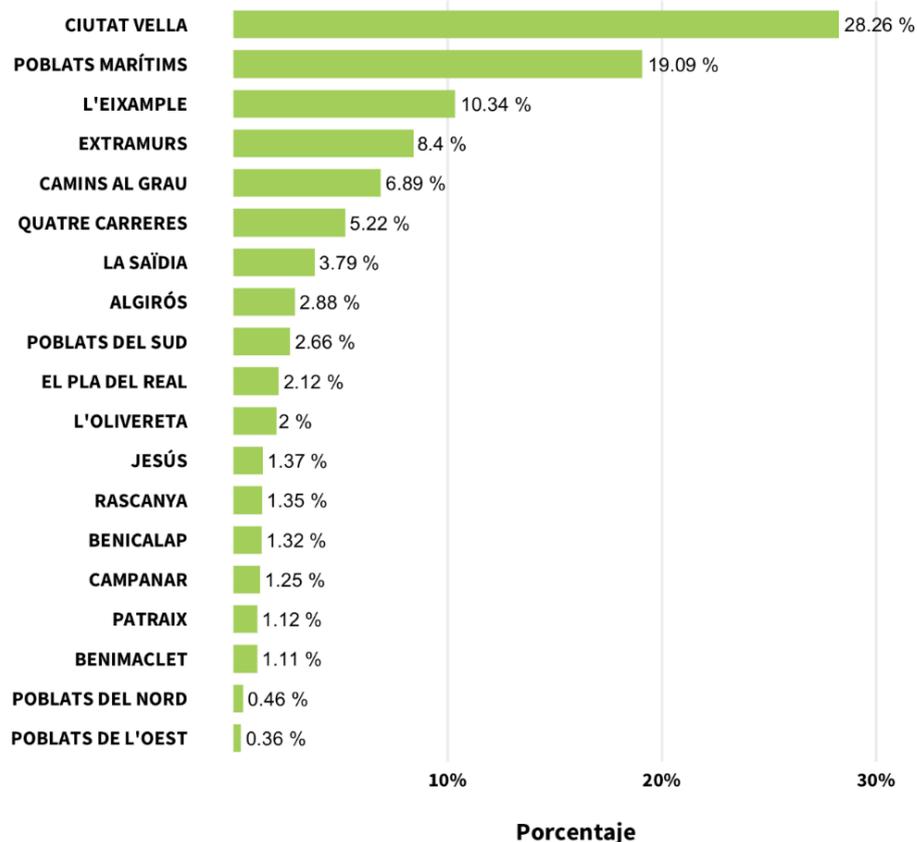
Según el modelo económico



Elaboración propia. Fuente: Inside Airbnb y Airdna

Los ingresos se concentran principalmente en las áreas turísticas de la ciudad, que acumulan el 47.35% de todos los ingresos. En Ciutat Vella se generan 19.902.431 €, un 28.26%, y en Poblats Marítims 13.443.763 €, un 19.09%. Estos resultados reflejan que este modelo no redistribuye los ingresos del turismo por el conjunto de la ciudad. Por el contrario, los ingresos se producen en aquellas zonas donde ya existía una fuerte concentración turística.

**Gráfico 2.28: Distribución territorial de los ingresos**



Elaboración propia. Fuente: Inside Airbnb y Airdna

Al analizar los ingresos en relación al número de anuncios que tiene cada anfitrión, se observa que los *anfitriones con seis o más anuncios*, si bien son una minoría en la plataforma (menos del 3% del total), ingresan casi un tercio del total de los ingresos de la ciudad:

Los hospedajes  
'colaborativos' apenas  
generan ingresos  
respecto a los  
profesionales

\* los *anfitriones con un solo anuncio*, representan al 71.66% de los anfitriones per perciben el 41.38% de los ingresos.

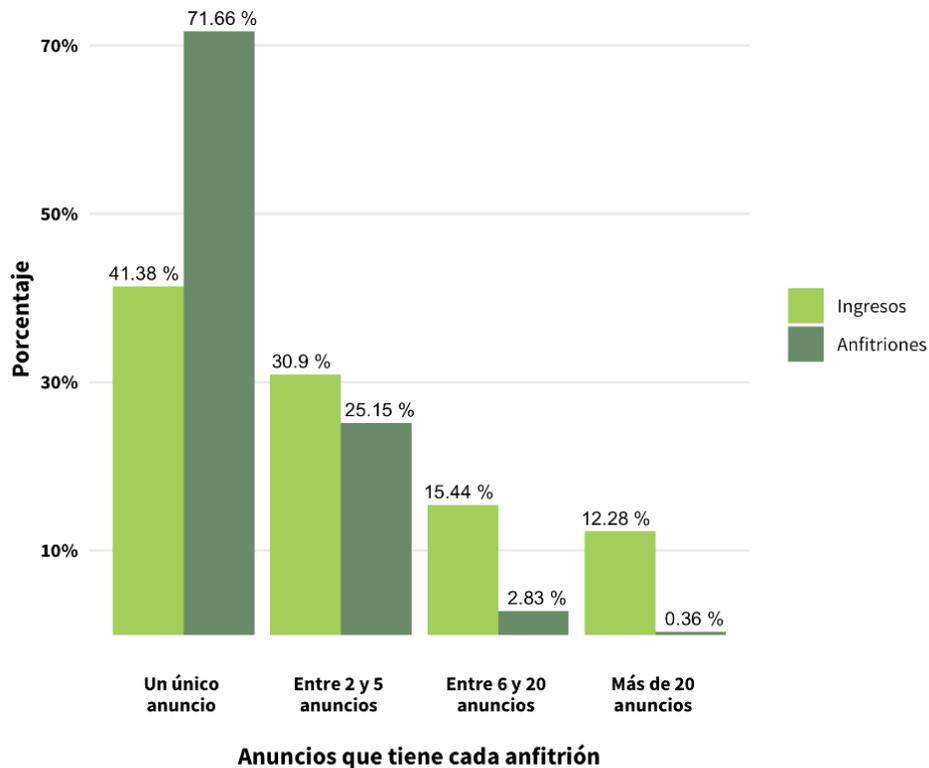
\* los *anfitriones con entre dos y cinco anuncios*, representan al 25.15% de los anfitriones y perciben el 30.9% de los ingresos.

\* los *anfitriones con entre seis y 20 anuncios*, representan al 2.83% de los anfitriones, pero perciben el 15.44% de los ingresos.

\* los *anfitriones con más de 20 anuncios*, representan al 0.36% de los anfitriones, pero perciben el 12.28% de los ingresos.

### Gráfico 2.29: Distribución de los ingresos

Según el número de anuncios que tiene cada anfitrión



Elaboración propia. Fuente: Inside Airbnb y Airdna

Al analizar la distribución de los ingresos según el tipo de anfitrión, se observa que las formas de hospedaje que se realizan en la primera residencia bajo los principios de la economía colaborativa apenas generan ingresos en comparación a los *anfitriones profesionales e inversores* que alquilan *viviendas*, que son los que obtienen la mayoría de ingresos:

\* los *anfitriones esporádicos* ingresan 338.803 €. Representan al 10.66% de los anfitriones, pero obtienen el 0.48% de los ingresos.

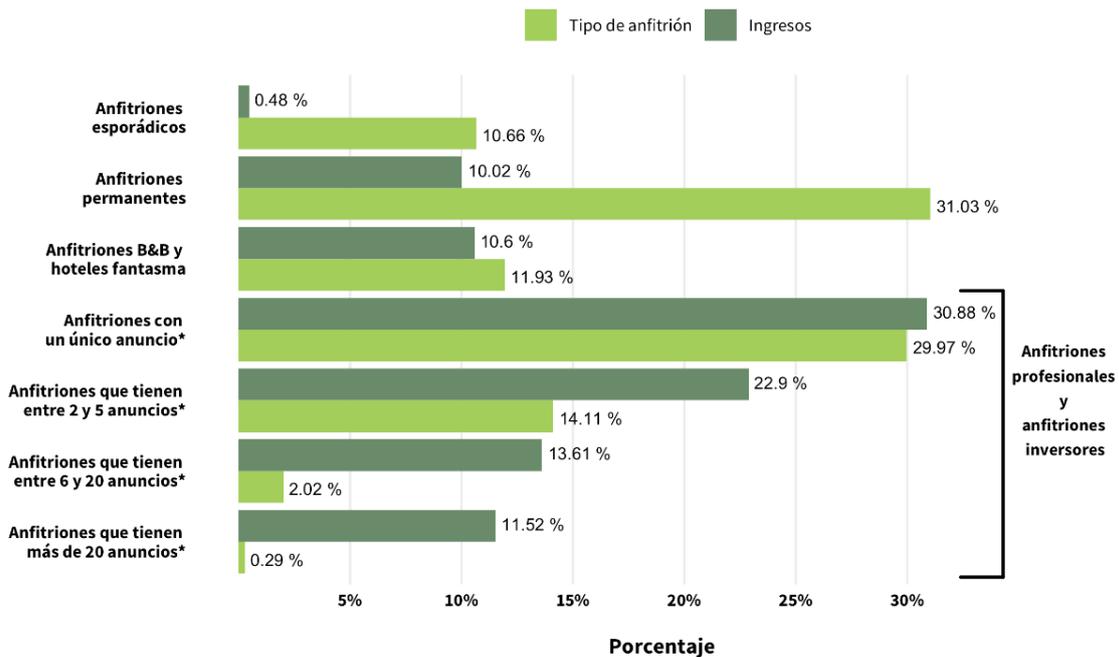
\* los *anfitriones permanentes* ingresan 7.053.826 €. Representan al 31.03% de los anfitriones, pero obtienen el 10.02% de los ingresos.

\* las formas de hospedaje de los *hoteles fantasma* y los *anfitriones B&B* generan 7.462.372 €. Representan al 11.93% de los anfitriones y obtienen el 10.6% de los ingresos.

\* los *anfitriones profesionales e inversores* que hospedan en *viviendas* generan 55.564.020 €. Representan al 46.39% de los anfitriones, pero obtienen el 78.91% de los ingresos. El caso más significativo es el de *los anfitriones con más de seis anuncios*. Estos representan al 2.31% de los anfitriones, pero obtienen el 25.13% de los ingresos.

### Gráfico 2.30: Distribución de los ingresos

Según el tipo de anfitrión



\*Anfitriones profesionales y anfitriones inversores (según los anuncios de viviendas que acumulan)

Elaboración propia. Fuente: Inside Airbnb

## 10.4 ¿QUIÉN ACUMULA INGRESOS EN AIRBNB?

Hay un grupo relativamente pequeño de anfitriones que concentra la mayor parte de los ingresos que produce Airbnb en la ciudad. Se observa que:

La distribución de ingresos es muy desigual: el 10% de anfitriones obtiene más del 50% de los ingresos

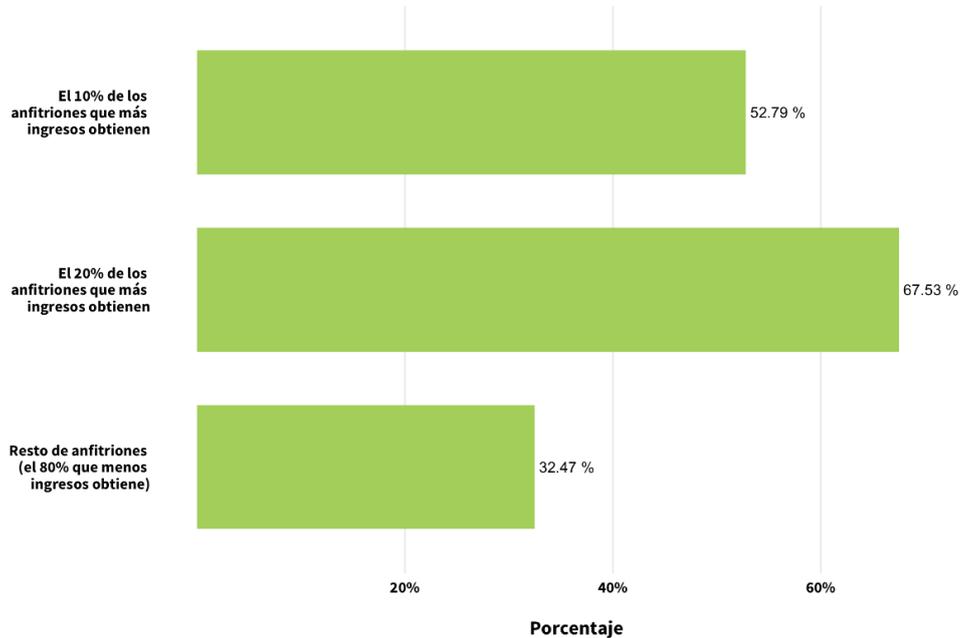
\* el 10% de los anfitriones que más ingresos obtienen perciben el 52.79% de todos los ingresos.

\* el 20% de los anfitriones que más ingresos obtienen perciben el 67.53% de todos los ingresos.

\* el 80% restante de los anfitriones, que son los anfitriones que menos ingresos obtienen en la plataforma, perciben el 32.47% de todos los ingresos.

### Gráfico 2.31: Distribución de los ingresos por grupos

Según los ingresos que obtiene cada grupo en relación al conjunto



Elaboración propia. Fuente: Inside Airbnb y Airdna

## 10.5 ¿QUÉ ALQUILA EL 10% DE LOS ANFITRIONES QUE MÁS INGRESOS OBTIENEN?

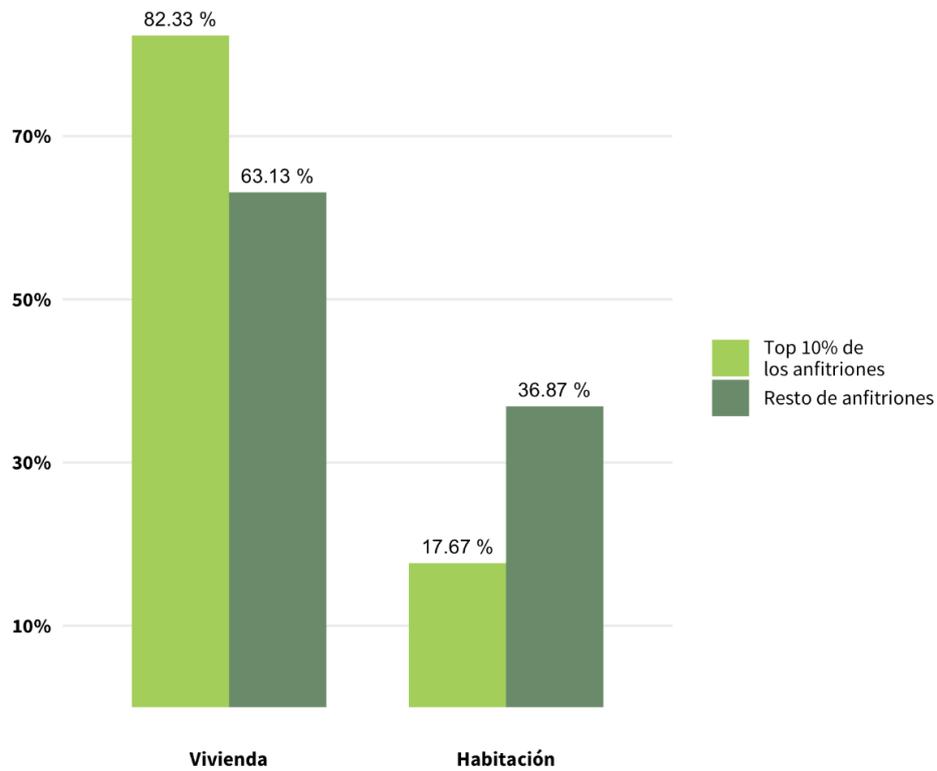
En este apartado se analizan los anuncios del 10% de los anfitriones que más ingresos obtienen en Valencia, para observar el tipo de hospedaje que estos ofertan.

### Tipo de oferta

Estos anfitriones se han especializado en el alquiler de *viviendas*. Los anuncios de *viviendas* representan el 82.33% de sus hospedajes, mientras que los hospedajes de *habitaciones* solo representan el 17.67%. En relación al resto de anfitriones, el alquiler de *viviendas* en este grupo de anfitriones está sobrerrepresentado en un 13.72%.

### Gráfico 2.32: Distribución de los ingresos entre el 10% de los anfitriones que más ingresos obtienen y el resto de anfitriones

Según el tipo de hospedaje

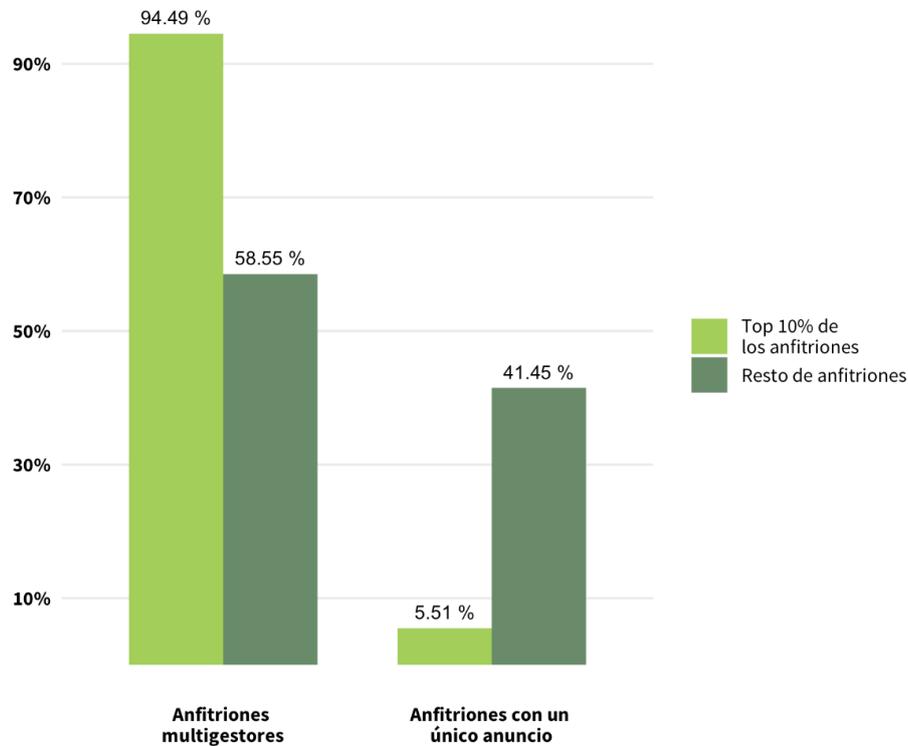


Elaboración propia. Fuente: Inside Airbnb y Airdna

En el 94.49% de los casos se trata de anfitriones *multigestores* y solo un 5.51% son anfitriones con un único anuncio en la plataforma. En relación al resto de anfitriones, los *multigestores* están sobrerrepresentados en este grupo un 35.9%.

### Gráfico 2.33: Distribución de los ingresos entre el 10% de los anfitriones que más ingresos obtienen y el resto de anfitriones

Según sean o no multigestores

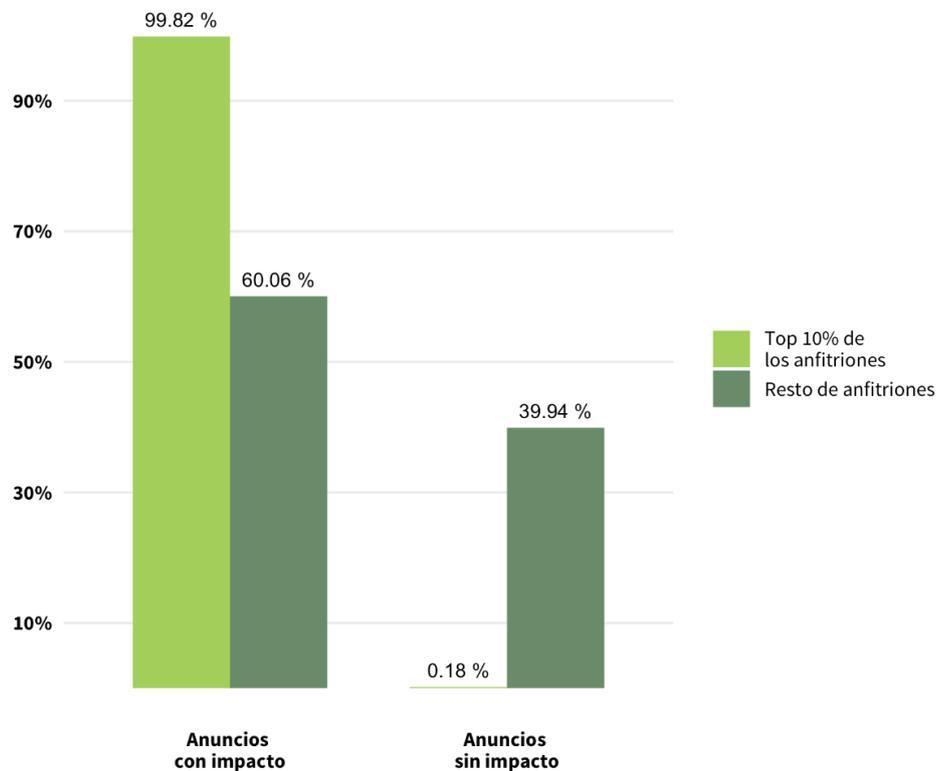


Elaboración propia. Fuente: Inside Airbnb y Airdna

El 99.82 % de sus anuncios son *anuncios de impacto*. Solo hay tres anfitriones que, si bien están entre el 10% de los anfitriones que más ingresos obtienen en la plataforma, sus anuncios no son de impacto. La razón por la que forman parte de este grupo es por el elevado precio de sus anuncios y tiene que ver con las particularidades de su oferta: dos son de anuncios de barcos (en Valencia hay un total de 12 anuncios de barcos que se pueden alquilar a través de plataforma), y el tercero es de una vivienda con un total de nueve plazas y un precio de 400 € la noche (siendo el precio medio de Valencia 66 €). En relación al conjunto de anfitriones, los *anuncios de impacto* en este grupo están sobrerrepresentados en un 2.86%.

### Gráfico 2.34: Distribución de los ingresos entre el 10% de los anfitriones que más ingresos obtienen y el resto de anfitriones

Según sean o no anuncios con impacto

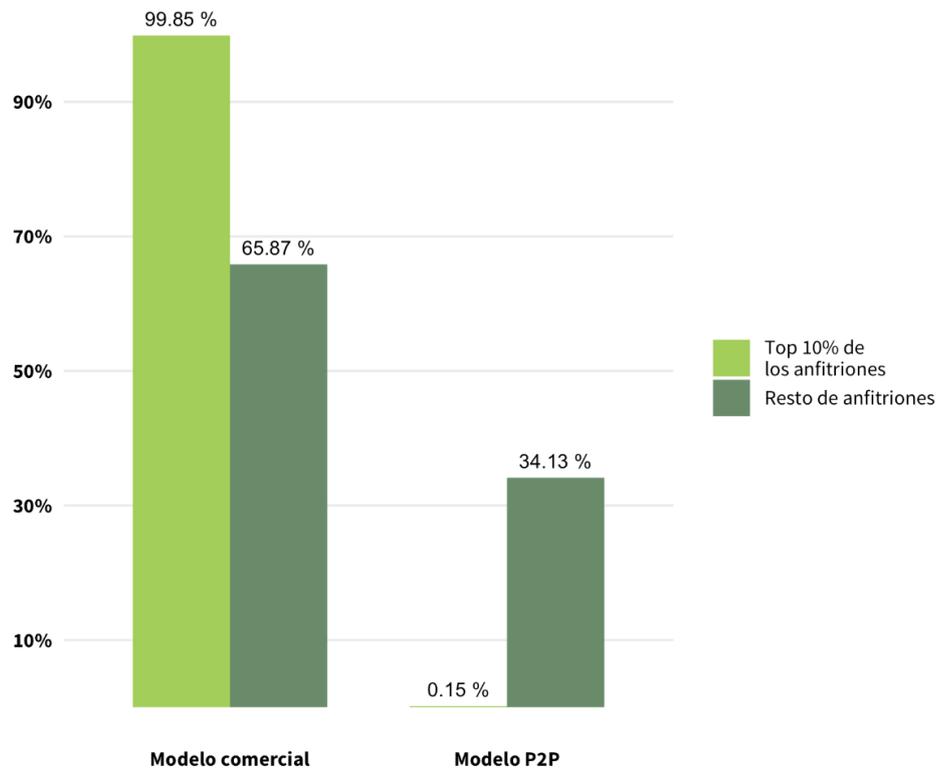


Elaboración propia. Fuente: Inside Airbnb y Airdna

En el 99,9 % de los casos se trata de *anuncios comerciales* y solo un insignificante 0.1% de los anuncios responden al modelo de economía colaborativa (son los mismos tres anuncios que en el caso anterior). En relación al conjunto de anfitriones, los anfitriones del *modelo comercial* están sobrerrepresentados en este grupo un 24.08%.

### Gráfico 2.35: Distribución de los ingresos entre el 10% de los anfitriones que más ingresos obtienen y el resto de anfitriones

Según el modelo económico



Elaboración propia. Fuente: Inside Airbnb y Airdna

Al analizar las particularidades de los anfitriones que más ingresos obtienen en la plataforma, también se observan diferencias según el número de anuncios que tienen los anfitriones. Los anfitriones con mayor número de anuncios están sobrerrepresentados en el grupo de los anfitriones que más ingresos obtienen:

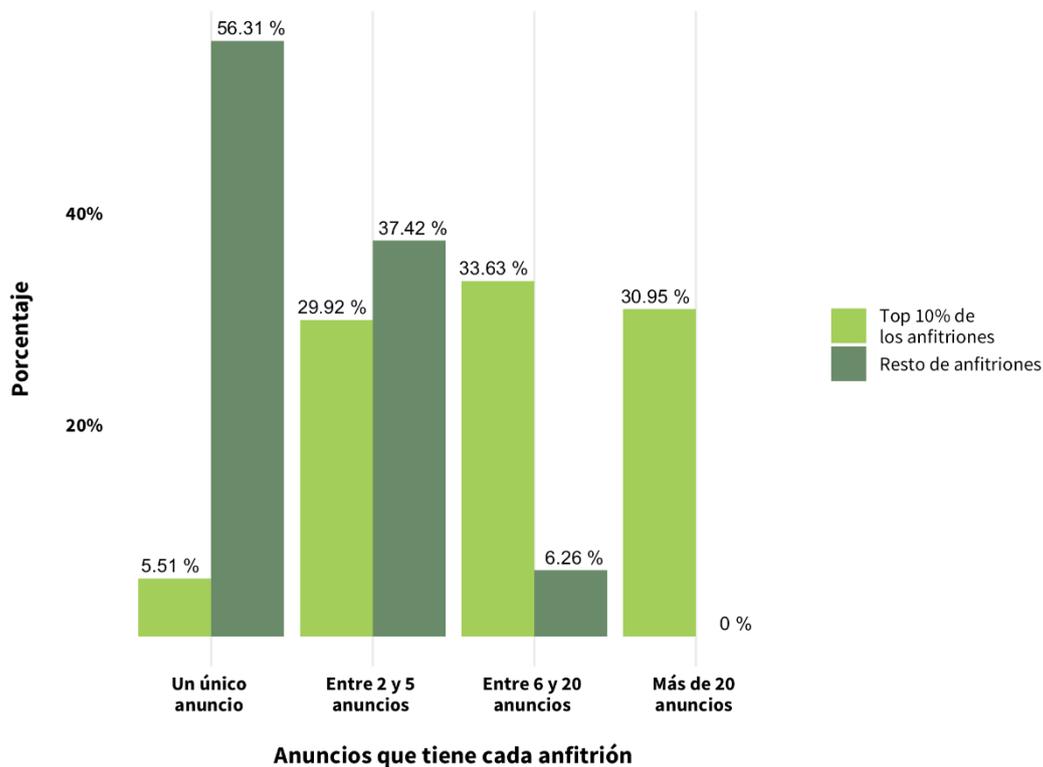
- \* los *anfitriones con un solo anuncio* en la plataforma solo representan el 5.51% de los anfitriones que más ingresos obtienen. En cambio, representan el 56.31% de los anfitriones que menos ingresos obtienen.
- \* los *anfitriones con entre dos y cinco anuncios* en la plataforma representan el 29.9% de los anfitriones que más ingresos obtienen, y al 37.42% de los anfitriones que menos ingresos obtienen.
- \* los *anfitriones con entre seis y 20 anuncios* en la plataforma representan el 33.6% de los anfitriones que más ingresos obtienen. En cambio, solo un 6.26% de estos anfitriones están en el grupo de los anfitriones que menos ingresos obtienen.

\* los *anfitriones con más de 20 anuncios* en la plataforma representan el 30.95% de los anfitriones de este grupo. Ninguno de estos anfitriones está en el grupo de anfitriones que menos ingresos obtienen en Airbnb.

En general se observa una sobrerrepresentación muy significativa de los *anfitriones con más de seis anuncios* en la plataforma en el grupo de los anfitriones que más ingresos obtienen.

### Gráfico 2.36: Distribución de los tipos de anfitriones entre el 10% que más ingresos obtienen y el resto

Según el número de anuncios que tiene cada anfitrión



Elaboración propia. Fuente: Inside Airbnb y Airdna

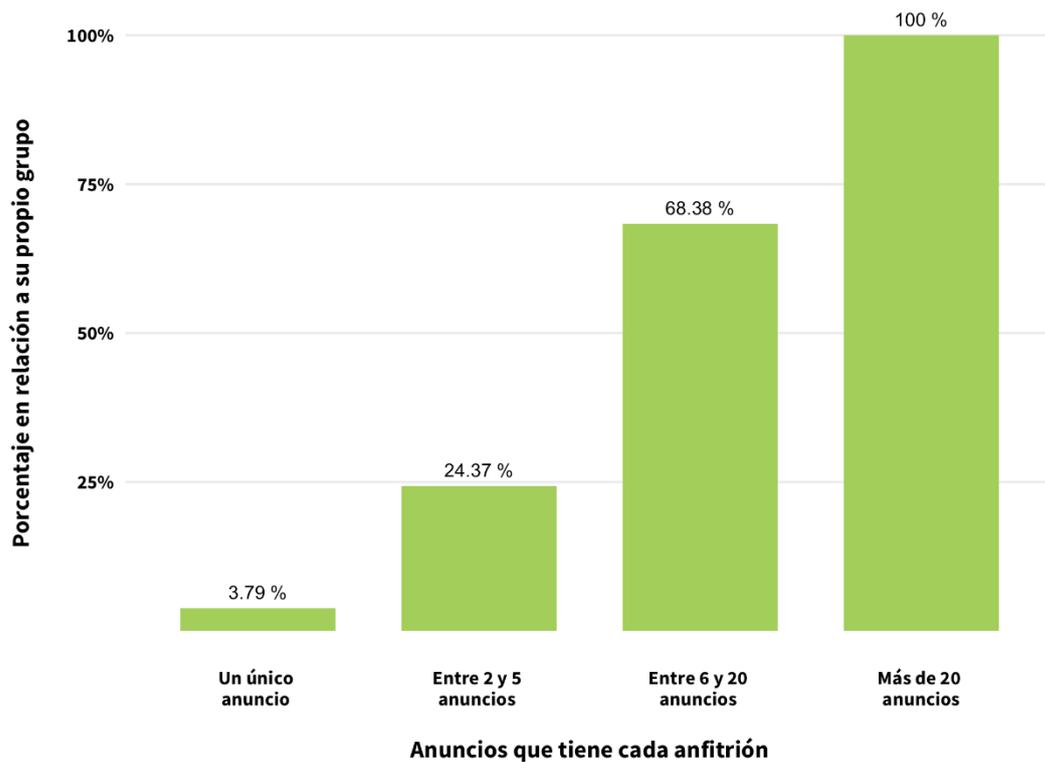
Por lo tanto, los anfitriones que más ingresos obtienen en la plataforma son principalmente aquellos que controlan más anuncios en la misma:

- \* Solo un 3.78% de los *anfitriones con un único anuncio* están en este grupo.
- \* Un 24.23% de los *anfitriones con entre dos y cinco anuncios* están en este grupo.
- \* Un 68.38% de los *anfitriones con entre seis y 20 anuncios* están en este grupo.

\* El 100% de los *anfitriones con más de 20 anuncios* está en este grupo. Solo hay 33 *anfitriones con más de 20 anuncios*, de un total de 660 anfitriones, que no está.

### Gráfico 2.37: Peso de cada tipo de anfitrión en el grupo de los anfitriones que más ingresos obtienen

En relación a los anfitriones de su propio grupo



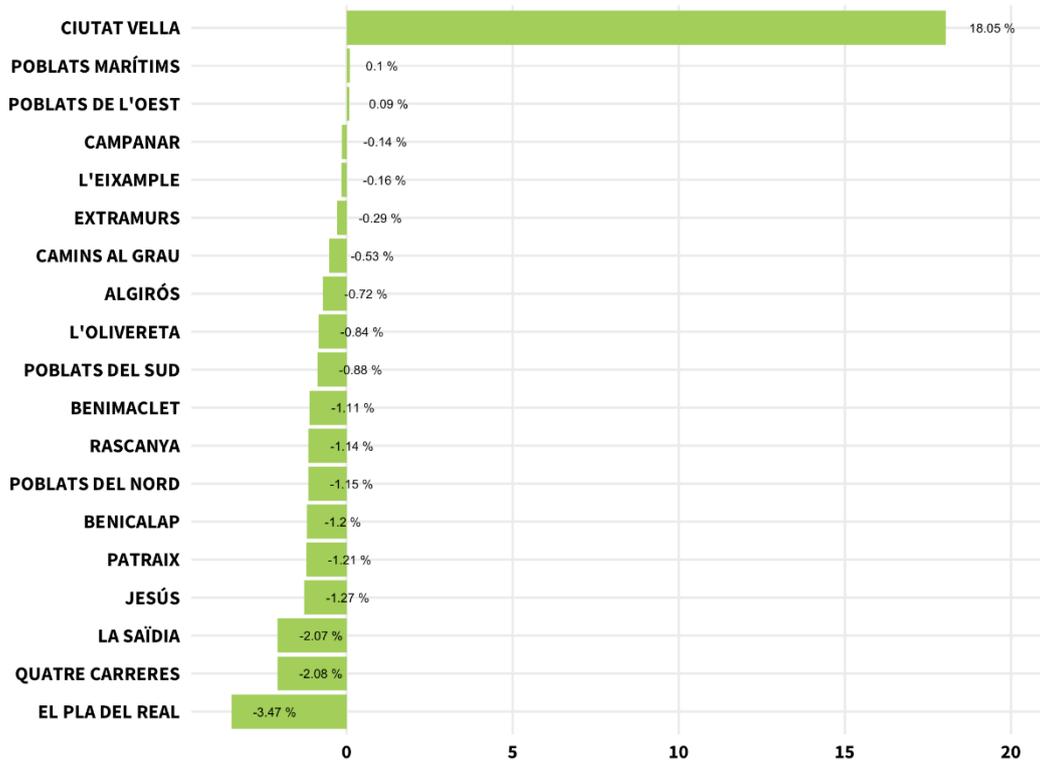
Elaboración propia. Fuente: Inside Airbnb y Airdna

## 10.6 ¿EN QUÉ ZONA DE LA CIUDAD OPERAN LOS ANFITRIONES QUE MÁS INGRESOS OBTIENEN?

Los anfitriones que más ingresos obtienen se han especializado en un área territorial de la ciudad y operan principalmente en el distrito de Ciutat Vella. Un 35.96% de sus anuncios se encuentran en este distrito. Además, estos anfitriones están sobrerrepresentados en más de 14 puntos en Ciutat Vella en relación a los otros anfitriones. En los demás distritos la presencia de estos anfitriones es más proporcional al resto de anfitriones.

### Gráfico 2.38: Distribución territorial de los anuncios de los anfitriones que más ingresos obtienen

En relación a la distribución de los anuncios del resto de los anfitriones

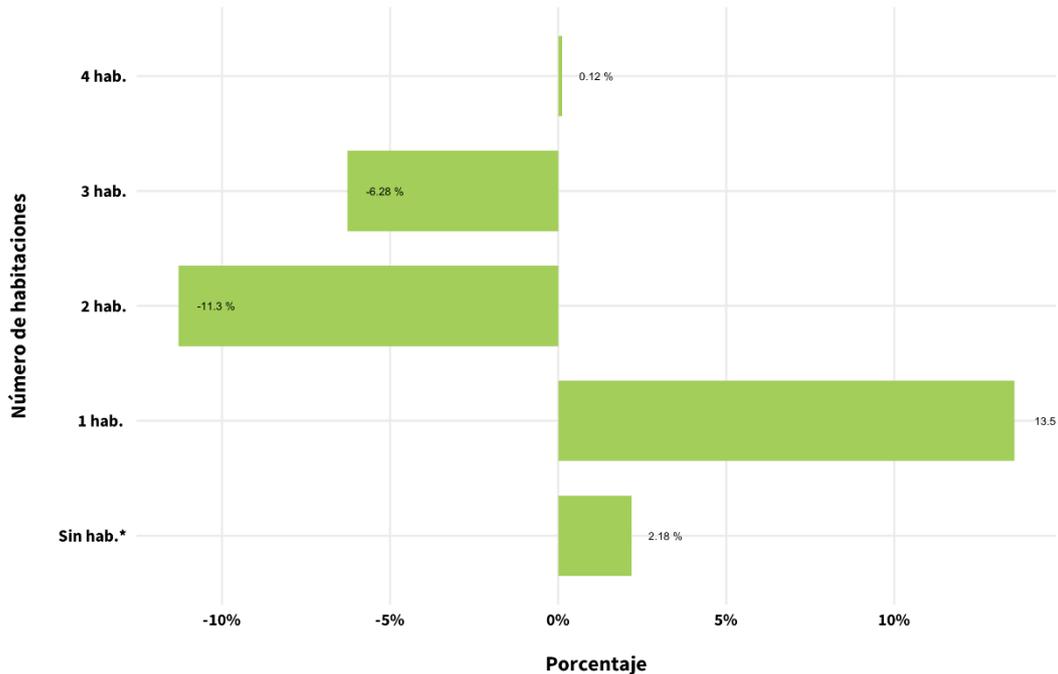


Elaboración propia. Fuente: Inside Airbnb y Airdna

Estos anfitriones también se han especializado en el alquiler de un tipo de alojamiento determinado: viviendas pequeñas, que son las que producen mayor rendimiento (estudios y viviendas con una única habitación). En el caso de los estudios, hay una sobreespecialización del 2.18% en relación a la media. En el caso de las viviendas de una habitación, la sobreespecialización es del 13.57%. También están sobreespecializados en el alquiler de viviendas grandes (cinco o más habitaciones), pero la cantidad de este tipo de alojamientos en la ciudad es insignificante en relación al conjunto.

### Gráfico 2.39: Tamaño de las viviendas que alquilan los anfitriones que más ingresos obtienen

En relación al resto de anfitriones



\*Viviendas que son estudios  
Elaboración propia. Fuente: Inside Airbnb y Airdna

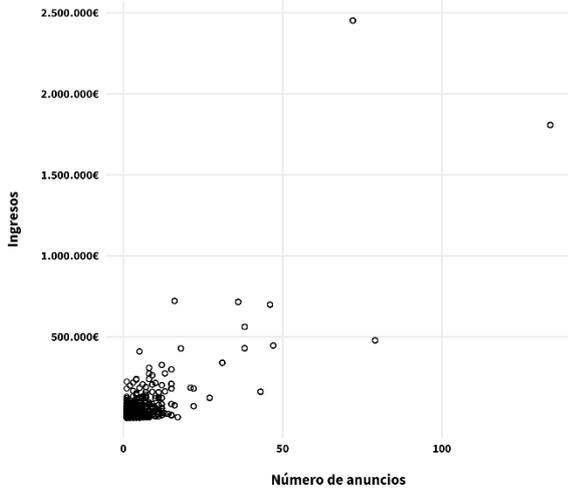
#### 10.7 ¿CÓMO INFLUYEN EL NÚMERO DE ANUNCIOS Y EL PRECIO EN LOS INGRESOS?

Otra pregunta que nos tenemos que hacer es cómo influye *el número de anuncios*, los *precios* y los *días que se anuncia* el hospedaje, en los *ingresos*. Los coeficientes de correlación muestran que existe una correlación fuerte entre los *ingresos que se obtienen en Airbnb* y el *número de anuncios* que tienen los anfitriones ( $r=0.88$ ); pero el *precio* y los *días que se anuncia el hospedaje* no tienen correlación con los *ingresos* ( $r=0.21$  y  $r=0.16$  respectivamente) <sup>26</sup>.

En un modelo de hospedaje colaborativo, en que los anfitriones hospedan en su residencia habitual, los ingresos dependen de factores como las particularidades del hospedaje (el tamaño de la vivienda, el diseño, la zona de la ciudad, etc), que vienen recogidas en el precio; o los días al año que se hospeda (cuanto más se hospede, mayores son los ingresos). En el caso de Valencia sucede lo contrario y los ingresos dependen principalmente del número de anuncios que tengan los anfitriones. Esto se debe a que se trata de un modelo muy profesionalizado, que resulta en una fuerte concentración de los ingresos.

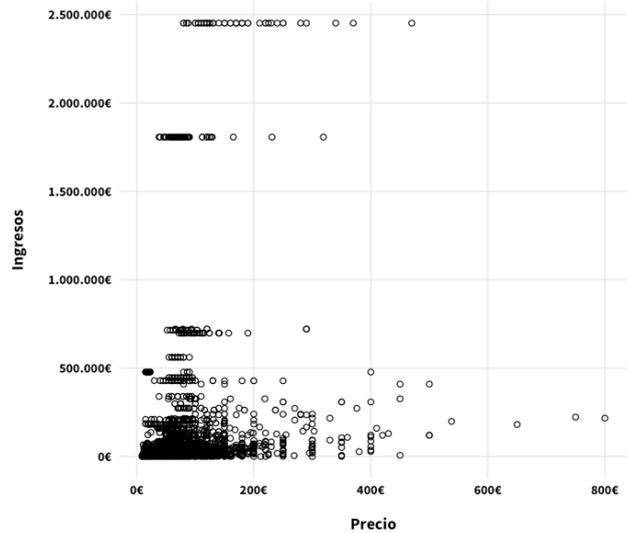
<sup>26</sup> Sobre estos análisis ver la nota 2 y *Tabla Anexo 2* en el anexo.

**Gráfico 2.40: Correlación entre los ingresos que se obtienen en Airbnb y el número de anuncios que tienen los anfitriones**



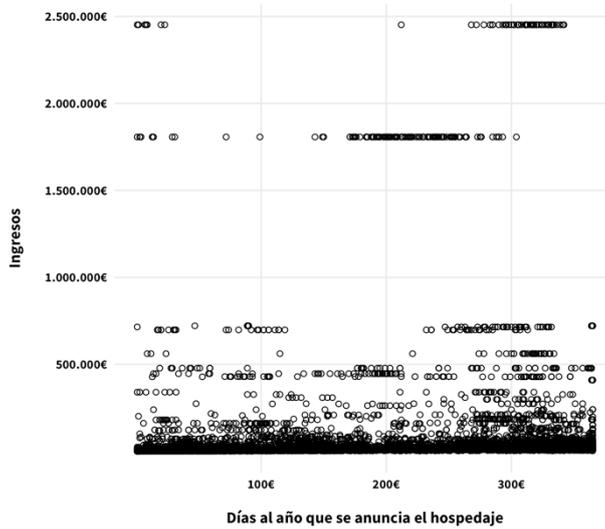
Elaboración propia. Fuente: Inside Airbnb y Airdna

**Gráfico 2.41: Correlación entre los ingresos que se obtienen en Airbnb y el precio de los hospedajes**



Elaboración propia. Fuente: Inside Airbnb y Airdna

**Gráfico 2.42: Correlación entre los ingresos que se obtienen en Airbnb y los días al año que se anuncia el hospedaje**



Elaboración propia. Fuente: Inside Airbnb y Airdna

III.

**IMPACTO EN LOS  
PRECIOS DE LOS  
ALQUILERES Y EN  
EL SISTEMA  
INMOBILIARIO DE  
VALENCIA**

# 1 LA RELACIÓN ENTRE AIRBNB Y EL MERCADO INMOBILIARIO

---

Las denominadas crisis de vivienda se han convertido en uno de los principales problemas sociales y políticos de las ciudades globales contemporáneas. Estas hacen referencia a la cada vez mayor dificultad de la población para acceder y permanecer en una vivienda en condiciones dignas. La causa principal son las subidas de los precios por encima de las posibilidades de la población para pagarlos.

Las crisis de vivienda contemporáneas se caracterizan por no hacer referencia a una “carencia de vivienda”, sino a los usos a los que se destinan los inmuebles (Farha, 2020). Esto es debido a la doble función de las viviendas: como hogar en que vivir, y como activo con el que obtener beneficios o especular. Las crisis de vivienda contemporáneas se producen cuando la función económica de la vivienda como activo prima sobre su función social como hogar, cuando la vivienda comienza a cumplir funciones económicas antes que funciones sociales (Madden & Marcuse, 2016).

**Las viviendas se han convertido en uno de los activos financieros fundamentales para el funcionamiento de los mercados financieros.** Primero, en el ciclo que se inicia en los años 70 y termina en el 2008 con la crisis de las hipotecas *subprime* y la crisis financiera. Durante este periodo, el acceso masivo de la población a una vivienda a través de la compra, vía hipoteca y deuda, se extendió como práctica dominante hasta que la insostenibilidad del modelo lo llevó a la quiebra. En este ciclo las viviendas fueron el activo fundamental desde el que se articuló el proceso de financiarización de las sociedades neoliberales<sup>27</sup>.

Segundo, en el ciclo que se inicia tras 2008. La crisis del 2008 también se ha transformado en una crisis de los mercados financieros. Esta se caracteriza por ser una crisis de sobreacumulación, donde hay un exceso de capital y una carencia de mercados en los que rentabilizar dicho capital (CBRE Research, 2018; PwC & Urban Land Institute, 2018). La baja rentabilidad de los mercados de renta fija, la inyección de liquidez por el Banco Central Europeo a través de los programas de *Quantitative Easing*, y los tipos de interés en mínimos históricos, cercanos a cero o incluso negativos, han hecho que durante la última década inmensos flujos de capital se hayan redirigido hacia los mercados inmobiliarios. En este contexto la vivienda se ha convertido en un activo refugio de referencia. Como explica la Relatora de Vivienda de Naciones Unidas en un informe de esta organización, los fondos de inversión “buscan activos infravalorados en los que aparcen el capital, hacerlo fructificar y apalancarlo, lo que hace que la vivienda y el terreno sean cada vez más inasequibles” (Farha,

---

<sup>27</sup> Para ver cómo se desarrolló este proceso en España se recomienda el trabajo de Isidro López y Emmanuel Rodríguez (2010).

2017:3). Como resultado, se han multiplicado las inversiones inmobiliarias, lo que ha aumentado las expectativas del sector, atrayendo más inversiones y elevando los precios.

En el caso de España este proceso ha sido aún más pronunciado, principalmente por la fuerte dependencia de la economía española del sector inmobiliario (Alemany & Colau, 2013; López & Rodríguez, 2010; Naredo, 2011, 2014). Esta dependencia hizo que la crisis del 2008 fuera más pronunciada que en otros países, y por lo tanto también ha habido una mayor dependencia del nuevo ciclo especulativo post-2008.

Este proceso internacional también ha afectado a la ciudad de Valencia. Entre 2013 y 2019 los precios de los alquileres han crecido un 52%<sup>28</sup>, muy por encima de los salarios, lo que dificulta el acceso a la vivienda.

Los mecanismos de fijación de los precios inmobiliarios dependen de múltiples factores, que influyen en los precios de distinta forma y sus impactos también varían según momentos y entornos concretos. Como se ha visto, en el ciclo post-2008 la causa principal ha sido la situación de los mercados financieros internacionales, que ha hecho que enormes magnitudes de capital se redirijan hacia los mercados inmobiliarios. En este contexto también emergen nuevos negocios de tipo especulativo, como el *buy-to-let* (Cocola-Gant & Gago, 2019; Paccoud, 2017). Este proceso consiste en invertir en vivienda para destinarla al alquiler residencial. El objetivo es la revalorización futura del inmueble, que se destina al alquiler para aumentar la rentabilidad de la inversión (Paccoud, 2017). Airbnb también facilita este proceso, porque incrementa su rentabilidad y flexibilidad en relación al alquiler (Cocola-Gant & Gago, 2019). Un actor principal de este proceso están siendo los fondos oportunistas (los denominados “fondos buitres”), que están ejecutando las mayores inversiones en vivienda (Fahra, 2017, 2020). Tal proceso ha producido un nuevo ciclo de especulación que tiene el efecto de incrementar los precios de los alquileres y de las viviendas (Gil, 2020).

**Este contexto coincide con la expansión internacional de Airbnb.** De hecho, es frecuente que se responsabilice a la plataforma digital por las subidas abusivas de los alquileres y de las crisis contemporáneas de vivienda. Airbnb incide de múltiples formas sobre los mercados inmobiliarios:

- **Aumenta los beneficios para los multipropietarios de vivienda:** en la mayoría de los casos la rentabilidad de alquilar una vivienda en Airbnb es superior a la rentabilidad de alquilar la vivienda en el mercado residencial, aunque depende de cada lugar (habiendo incluso variaciones muy significativas en una misma ciudad).

---

<sup>28</sup> Según los datos que se utilizan en este informe, facilitados por el portal inmobiliario Idealista.

- **Nuevas formas de mercantilizar la vivienda:** la plataforma genera nuevas posibilidades de obtener ingresos a través de la vivienda en la que se vive. Por ejemplo, alquilando la vivienda cuando se está de vacaciones, alquilando la habitación de invitados siempre que no se tengan visitas o alquilando una vivienda de mayor tamaño y con más habitaciones de las necesarias, que solo se van a utilizar para alquilarlas en Airbnb.
- **Crea un nuevo mercado:** ahora los inversores y los propietarios de vivienda tienen dos mercados sobre los que operar: el mercado residencial y el mercado turístico. La facilidad con la que se transforman los usos de una vivienda residencial en un piso para turistas hace que los propietarios de vivienda puedan elegir el mercado en el que operar<sup>29</sup>. El resultado es que aumenta la estabilidad y reduce los riesgos de las inversiones en vivienda.
- **Mayor flexibilidad para los inversores y los multipropietarios de vivienda:** ahora los inversores y los multipropietarios de vivienda pueden obtener beneficios explotando su activo sin tener que cumplir con la Ley de Arrendamientos Urbanos. La duración de los contratos de alquiler es un factor que influye en las inversiones inmobiliarias, sobre todo cuando el objetivo es comprar una vivienda para venderla en un corto plazo de tiempo. Por eso las viviendas turísticas aumentan la rentabilidad y la flexibilidad de estas inversiones.

El resultado es que Airbnb aumenta tanto las rentas inmobiliarias de las *viviendas*, como las formas en que se pueden obtener rentas de una vivienda, lo que genera nuevas posibilidades para los inversores y reduce los riesgos de invertir en vivienda. Para ello lo único que tienen que hacer los inversores es convertir sus viviendas en pisos para turistas.

---

<sup>29</sup> Ante la ausencia de regulación (o regulaciones que no van acompañadas de inspecciones y sanciones, y por lo tanto no se cumplen), es tan sencillo como no renovar el contrato de alquiler a los inquilinos y comenzar a anunciar la vivienda en Airbnb.

## Transformar las viviendas en pisos turísticos

La conversión de viviendas residenciales en pisos turísticos reduce la oferta residencial y aumenta la turística, afectando al precio de alquiler y generando procesos de expulsión de la población

Las rentas inmobiliarias aumentan a través de Airbnb, cuando por medio de la plataforma se generan procesos de conversión de *viviendas residenciales* en *pisos turísticos* (Barron et al., 2017; Combs et al., Forthcoming; Elíasson & Ragnarsson, 2018; Lee, 2016; Wachsmuth et al., 2018). Cuando una vivienda deja de alquilarse en el mercado residencial para alquilarse de forma permanente en Airbnb, se da el proceso de conversión (Lee, 2016; Combs, Kerrigan, & David, Forthcoming). **Este proceso reduce la oferta de viviendas residenciales y aumenta la oferta turística de la ciudad, hace que los alquileres aumenten y produce procesos de expulsión** de la población de sus barrios o incluso de la propia ciudad. De esta manera, la población local ya no compite solo entre sí a la hora de alquilar una vivienda, sino que también compite contra los beneficios extra que generan las *viviendas* turísticas (Lee, 2016).

Son múltiples los estudios que analizan este proceso de conversión de vivienda residencial en pisos para turistas (Cocola-Gant & Gago, 2019; Barron et al., 2017; Combs et al., Forthcoming; Elíasson & Ragnarsson, 2018; Lee, 2016; Wachsmuth et al., 2018). En todos ellos se observa que las ciudades donde sus mercados de Airbnb están dominados por: el alquiler de *alojamientos en viviendas*, *anfitriones multigestores* y *anuncios comerciales/de impacto*, son ciudades donde el proceso de conversión está siendo mayor. La principal motivación para convertir una vivienda en un piso para turistas es económica: se pueden obtener más ingresos (Wachsmuth et al., 2018; Yrigoy, 2018). Pero el efecto es que este proceso tiene un impacto muy elevado sobre los alquileres. De hecho, ya existen investigaciones que analizan cómo Airbnb incide en las subidas de los alquileres (Barron et al., 2017; Garcia-López et al., 2019; Segú, 2018).

Un problema al que se enfrentan todos estos estudios es que los datos de Airbnb no permiten determinar qué función cumplía la vivienda antes de estar alquilada en Airbnb: si estaba en alquiler, vacía o si era una segunda residencia. Incluir el factor temporal -cuántos días al año se anuncia la vivienda en Airbnb-, es una forma de estimar qué porcentaje de las *viviendas* anunciadas no son la primera residencia del anfitrión. Esto se debe a que, si la vivienda está una parte significativa del año anunciada en la plataforma, es imposible que sea la residencia habitual del anfitrión. Por ello, múltiples investigaciones utilizan la variable temporal (normalmente 90 días) para determinar si se trata de la primera residencia del anfitrión o si, por el contrario, es una vivienda que se alquila a lo largo del año en la plataforma (BJH Advisors, 2016; Elíasson & Ragnarsson, 2018; Wachsmuth et al., 2018).

A día de hoy solo existe una investigación que analice el uso que se hacía de las viviendas antes de que estas fueran alquiladas en Airbnb (Cocola-Gant & Gago, 2019). El estudio analiza cómo plataformas como Airbnb se están utilizando por los inversores inmobiliarios para aumentar la rentabilidad de sus inversiones. Se trata de un estudio cualitativo en el barrio de Alfama de Lisboa. Los resultados no dejan lugar a duda sobre el uso que se hace de la plataforma:

- \* El 78% de los anuncios de Airbnb son de inversores (184 casos)
- \* El 17% de los anuncios son de propietarios que no renuevan los contratos de alquiler a sus inquilinos con la intención de alquilar las viviendas en Airbnb (40 casos).
- \* El 4% son de propietarios que se van a vivir a otro barrio para alquilar su vivienda de forma permanente en Airbnb (9 casos).
- \* Un 0.42% hospedan en su residencia habitual bajo los principios de las economías colaborativas (2 casos).

Durante los dos años que duró la investigación, 150 viviendas fueron compradas en la zona de estudio. Solo una de estas fue adquirida por una persona cuya intención fuera residir en el inmueble. Las otras 149 se destinaron al alquiler de corta duración vía Airbnb. Asimismo, se observa que las inversiones en vivienda en este barrio no se dirigieron al mercado residencial sino al mercado de pisos turísticos. Durante este periodo fueron renovados un total de 21 edificios en el barrio, de los cuales 12 fueron convertidos enteros en alojamientos turísticos. Con toda esta información, los autores concluyen que no hay evidencia de que se estén dando procesos de economía colaborativa en el barrio analizado. Por el contrario, consideran que Airbnb impulsa nuevas formas de invertir en vivienda que aumentan los beneficios para los inversores, al sustituir a la población local por turistas. Airbnb se convierte en un nuevo instrumento de financiarización de las viviendas, empleado principalmente por inversores -locales y globales-, que lo utilizan para revalorizar su capital. Finalmente, también señalan que la principal ventaja de invertir en Airbnb, es que pueden obtener beneficios de los alquileres, pero también tienen la flexibilidad de vender la vivienda libre de inquilinos en cualquier momento.

Por todo ello, en las ciudades con fuerte presencia de Airbnb y donde los alquileres están subiendo de forma abusiva, es fundamental investigar la relación entre ambos fenómenos. Principalmente para analizar hasta qué punto Airbnb incide en las subidas de los alquileres y en la crisis de vivienda. En este informe se analiza

la relación entre la subida de los alquileres y el crecimiento de Airbnb, entre Airbnb y el parque de vivienda (primera residencia, vivienda vacía, etc) y entre Airbnb y el parque de vivienda en alquiler. También se calcula la diferencia de renta y la diferencia de rendimiento entre una vivienda en Airbnb y una vivienda en el mercado residencial, y se estima cuántas viviendas se han extraído del mercado residencial para alquilarse de forma permanente en Airbnb.

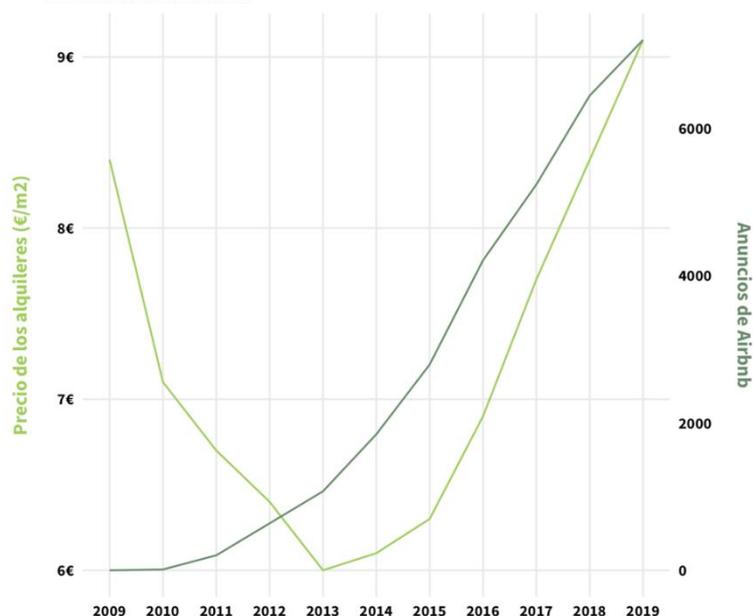
## 1.1. CRECIMIENTO DE AIRBNB Y SUBIDA DE LOS ALQUILERES

Los **precios de los alquileres** en Valencia, al igual que ha sucedido en el resto de España, comienzan a bajar en el año 2008 con la crisis financiero-inmobiliaria. Como sucede en otras ciudades, las últimas caídas se registran en 2013 y a partir del 2014 los precios comienzan a subir de forma moderada y de forma más aguda a partir del 2016. Entre 2013 y 2019 los precios de los alquileres suben en Valencia un 52%.

Con los **precios de la vivienda** se observa un ciclo similar, aunque las subidas comienzan más tarde y son menores que las subidas de los alquileres (en relación a los precios máximos del ciclo anterior). Entre 2008 y 2014 los precios de la vivienda caen de forma continuada. A partir de 2014 las caídas se moderan y se estancan, para comenzar a subir otra vez a partir del 2016. Entre 2016 y 2019 el precio de la vivienda sube un 28.61%.

En Valencia, la subida de los precios de los alquileres y de la vivienda coincide con el desarrollo de Airbnb en la ciudad. En el año 2013 se superaban por primera vez los 1.000 anuncios de Airbnb, creciendo a partir de entonces en unos mil anuncios al año hasta superar los 7.000 anuncios en 2019.

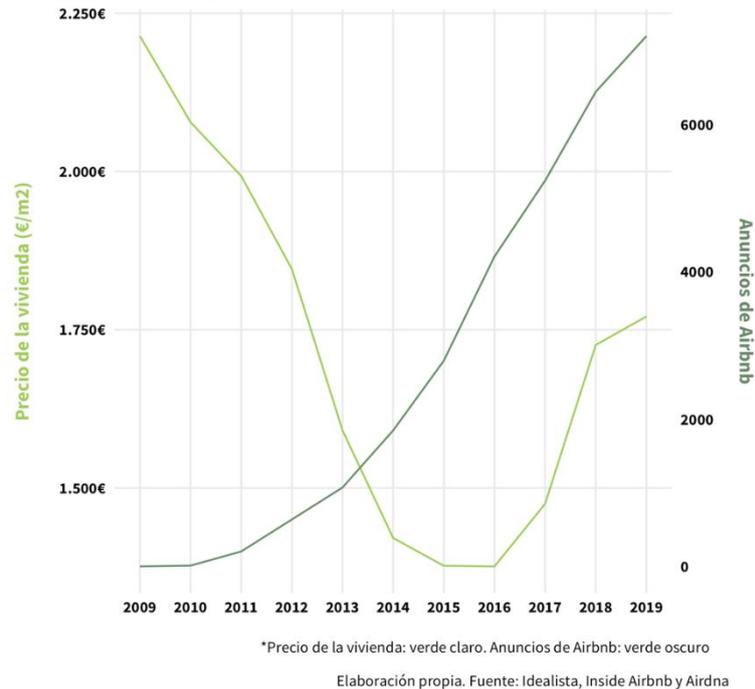
**Gráfico 3.1: Evolución de los precios de los alquileres y de los anuncios de Airbnb**



\*Precio de los alquileres: verde claro. Anuncios de Airbnb: verde oscuro

Elaboración propia. Fuente: Idealista, Inside Airbnb y Airdna

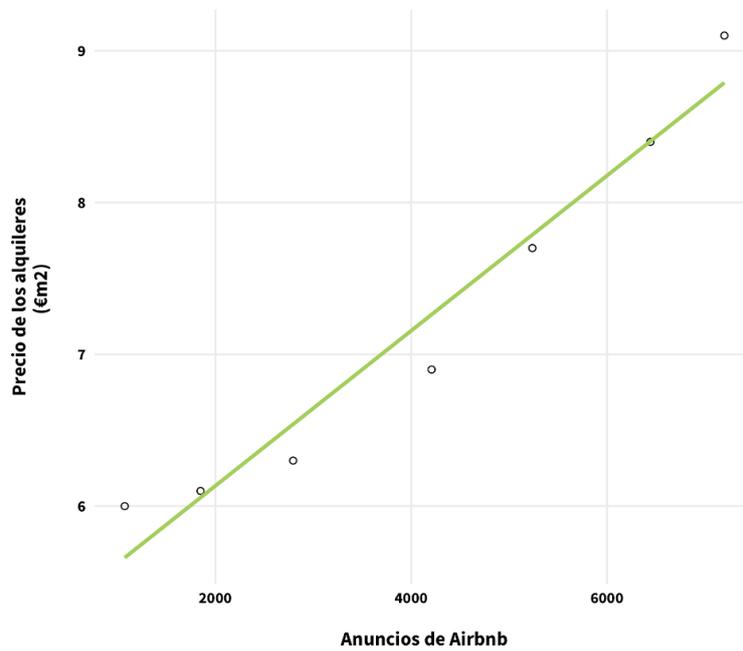
**Gráfico 3.2: Evolución de los precios de la vivienda y de los anuncios de Airbnb**



Si se analiza el crecimiento de los anuncios de Airbnb en Valencia en relación a los años de subida de los precios del mercado inmobiliario, se observa que ambos fenómenos están muy relacionados<sup>30</sup>. Entre 2013 y 2019 se da una correlación casi perfecta entre *el número de anuncios de Airbnb y los precios de los alquileres* ( $r=0.9445$ ). Entre 2015 y 2019 la correlación entre *el precio de la vivienda y el crecimiento de los anuncios Airbnb* es significativa, aunque menos pronunciada que en el caso de los alquileres ( $r=0.822$ ). **Estos datos reflejan la fuerte relación entre ambos fenómenos y que la expansión de Airbnb en Valencia se produce en un contexto de subida de los alquileres y revalorización del parque inmobiliario.**

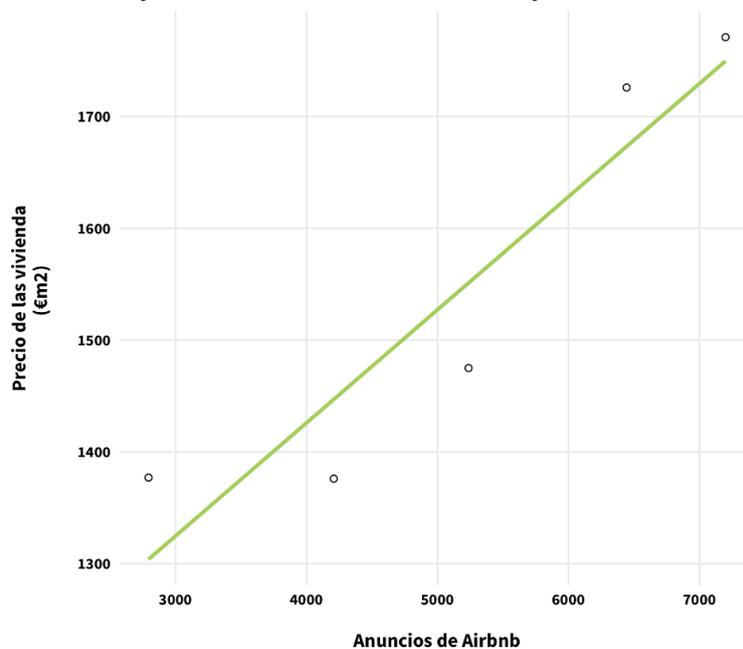
<sup>30</sup> Sobre estos análisis ver la nota 3 y la *Tabla Anexo 3* en el anexo.

**Gráfico 3.3: Correlación entre la subida de los precios de los alquileres y el crecimiento de Airbnb entre 2013 y 2019**



Elaboración propia. Fuente: Idealista, Inside Airbnb y Airdna

**Gráfico 3.4: Correlación entre la subida del precio de la vivienda y el crecimiento de Airbnb entre 2015 y 2019**



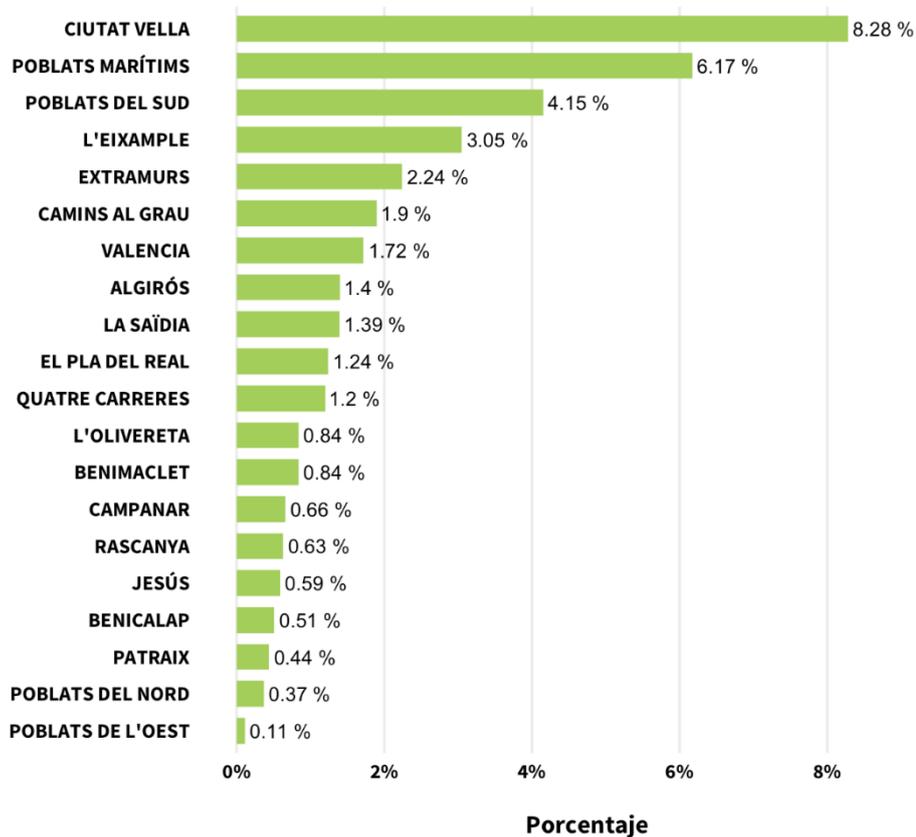
Elaboración propia. Fuente: Idealista, Inside Airbnb y Airdna

## 1.2. AIRBNB Y EL PARQUE DE VIVIENDA

En distritos como Ciutat Vella o Poblats Marítims, entre el 6% y el 8% de las viviendas existentes se ofertan a través de Airbnb

Los anuncios de Airbnb en Valencia representan un 1.72% del total de viviendas de la ciudad<sup>31</sup>. En distritos como Ciutat Vella y Poblats Marítims la cifra asciende a un 8.28% y a un 6.17% respectivamente. Hay otras zonas como Poblats de L'Oest o Poblats del Nord, donde los anuncios de Airbnb en relación al parque de vivienda son insignificantes (un 0.11% y un 0.37% respectivamente).

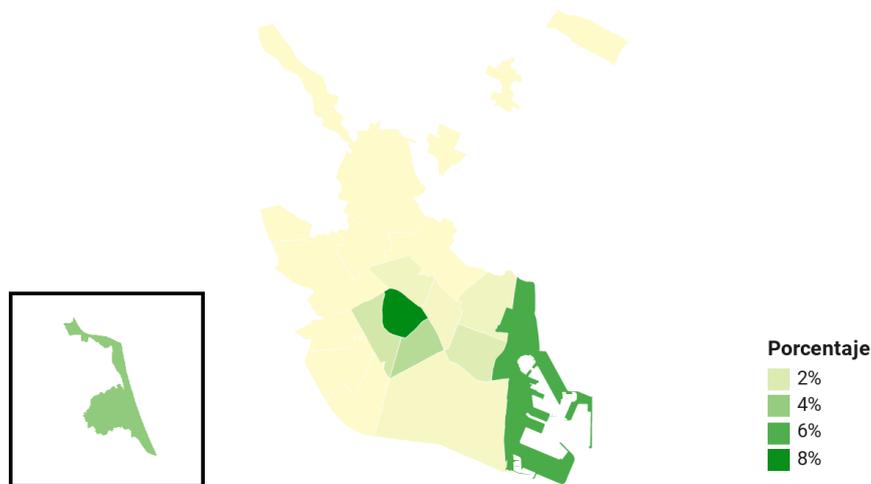
**Gráfico 3.5: Porcentaje de anuncios en relación al parque de vivienda**



Elaboración propia. Fuente: Inside Airbnb e INE

<sup>31</sup> Para consultar los resultados de este tipo de análisis en las ciudades de Madrid y Barcelona, ver: (Ardura et al., 2019).

**Mapa 3.1: Anuncios en relación al parque de vivienda**



En la mayoría de distritos la presencia de Airbnb es irrisoria. En cambio, en Poblats Marítims y Ciutat Vella representan entre el 10 y el 12% de primeras residencias.

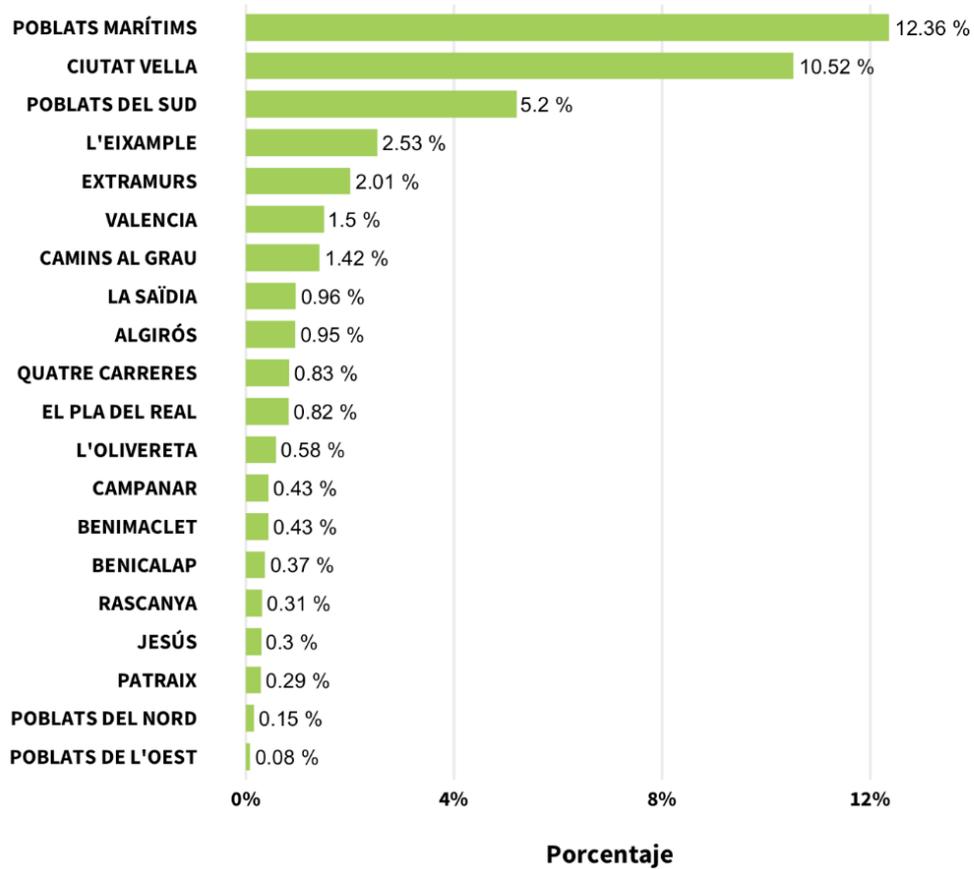
Para investigar el efecto de Airbnb sobre el mercado de la vivienda, se van a utilizar solo los anuncios de *viviendas* en Airbnb, excluyéndose los anuncios de *habitaciones*. El objetivo es estimar cuantas viviendas residenciales se han convertido en pisos turísticos<sup>32</sup>. En relación a las viviendas que son primeras residencias, los *anuncios de viviendas* representan un 1.5% del total del parque de viviendas de Valencia. No obstante, en algunas zonas, su presencia se incrementa notablemente:

en Poblats Marítims representan un 12.36%, en Ciutat Vella un 10.52% y en Poblats del Sud un 5.2%. En los distritos de L'Eixample, Extramurs y Camins al Grau también tienen un peso significativo de en torno al 2%.

En el resto de distritos estos anuncios representan menos del 1% de las primeras residencias de la ciudad. Por lo tanto, si bien en la mayoría de distritos la relación entre los anuncios de *viviendas* y el parque de primeras residencias es insignificante, hay algunos distritos donde la relación es muy estrecha, **lo que indica que en estas zonas Airbnb puede estar teniendo un fuerte impacto sobre los precios de los alquileres y la oferta de vivienda en alquiler.**

<sup>32</sup> El análisis será conservador, debido a que las viviendas residenciales convertidas en viviendas turísticas que se alquilan por *habitaciones* no se tendrán en cuenta en el análisis (por la imposibilidad de identificarlas).

**Gráfico 3.6: Viviendas anunciadas en Airbnb en relación a las primeras residencias**



Elaboración propia. Fuente: Inside Airbnb e INE

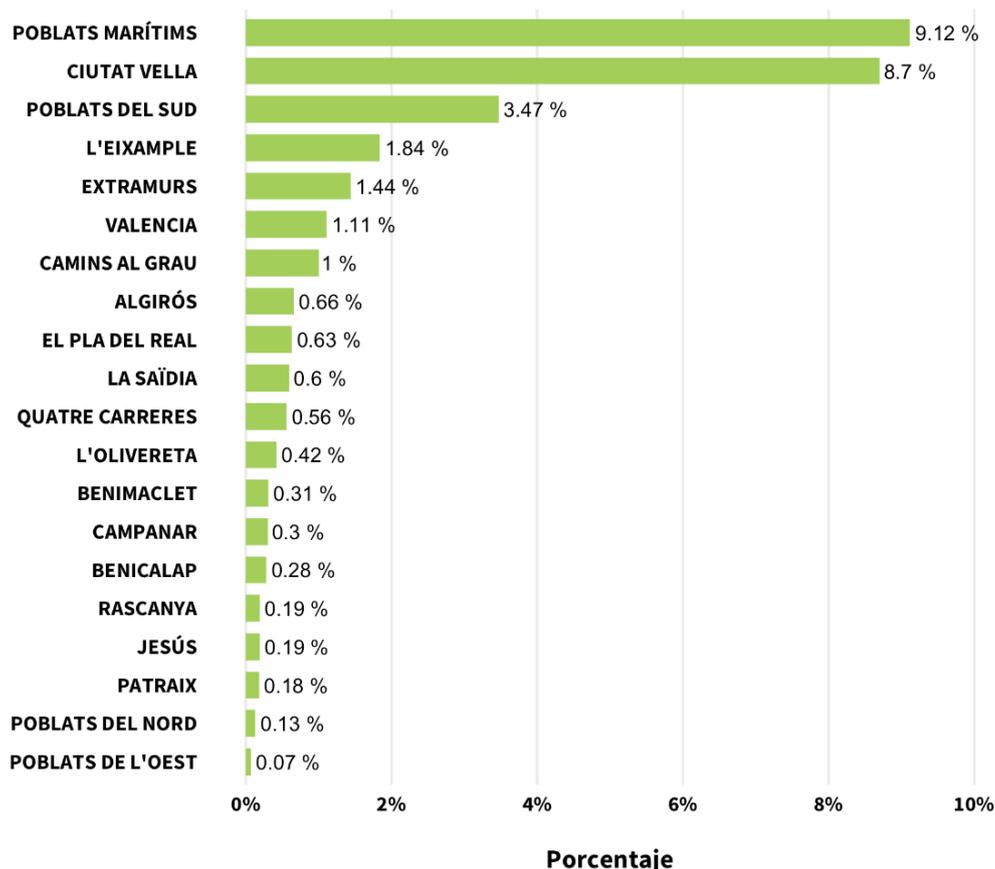
**Mapa 3.2: Viviendas anunciadas en Airbnb en relación a las primeras residencias**



### Anuncios con impacto y multigestores

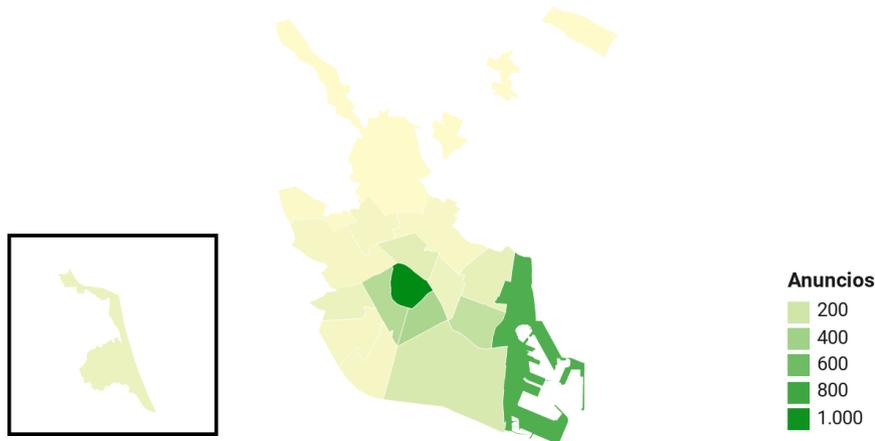
Los *anuncios con impacto* son los anuncios que tienen más efectos negativos en el mercado residencial (los que más reducen la oferta de vivienda y más aumentan los precios de los alquileres), y también son los que más incrementan el valor del inmueble (lo que incide en las expectativas de los inversores). Estos anuncios representan un 1.11% de las primeras residencias en Valencia. En Poblats Marítims representan un 9.12%, en Ciutat Vella un 8.7% y en Poblats del Sud un 3.47%. En estos tres distritos es donde el efecto de Airbnb sobre la oferta de vivienda y los precios de los alquileres es mayor. **Si estas viviendas se dejaran de alquilar en Airbnb para alquilarse en el mercado residencial, se estarían introduciendo en Valencia un total de 3.639 viviendas en el mercado residencial.** En Ciutat Vella la oferta de vivienda residencial aumentaría en 1.063 viviendas y en Poblats Marítims en 733 viviendas.

**Gráfico 3.7: Anuncios con impacto en relación a las primeras residencias**



Elaboración propia. Fuente: Inside Airbnb e INE

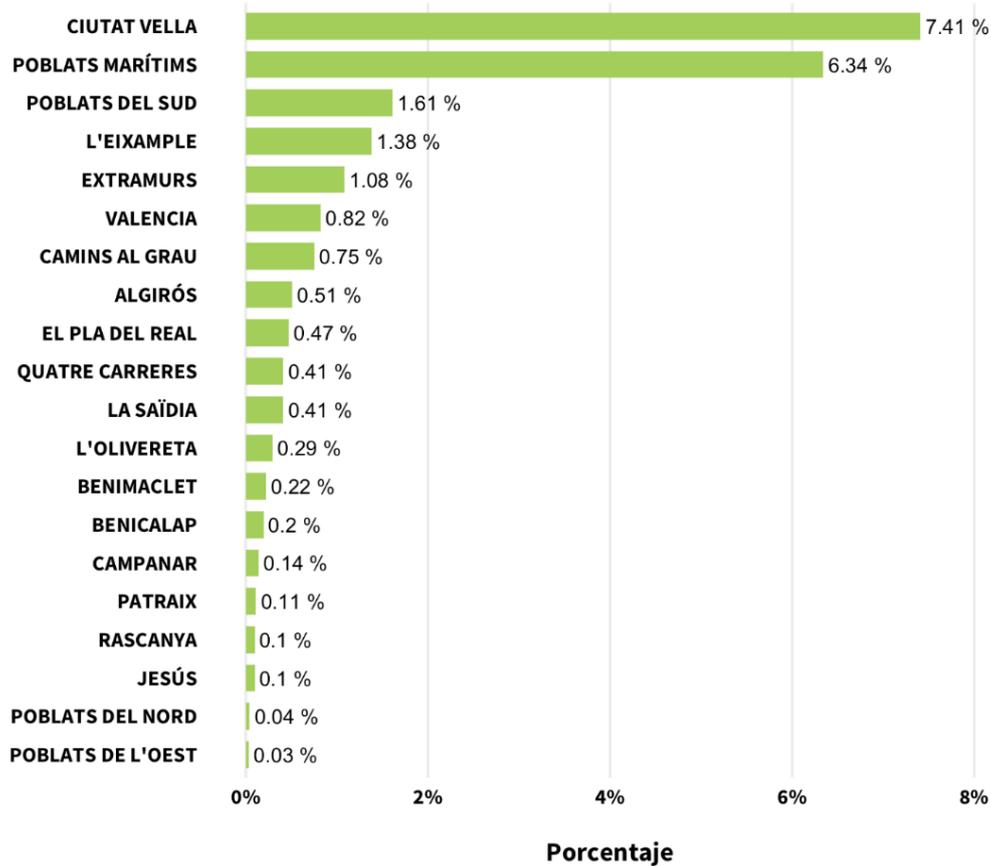
### Mapa 3.3: Anuncios con impacto en relación a las primeras residencias



Los *anuncios de multigestores* que son *anuncios de viviendas* también tienen un fuerte impacto sobre los precios y la oferta de vivienda. Esto se debe a que son anfitriones que no hospedan en su primera residencia y que además cuentan con múltiples viviendas en la ciudad (ya sea porque son multipropietarios o porque se dedican a la gestión de pisos turísticos de forma profesional). Estos anuncios también tienen efectos negativos sobre los precios de los alquileres y la oferta de vivienda residencial.

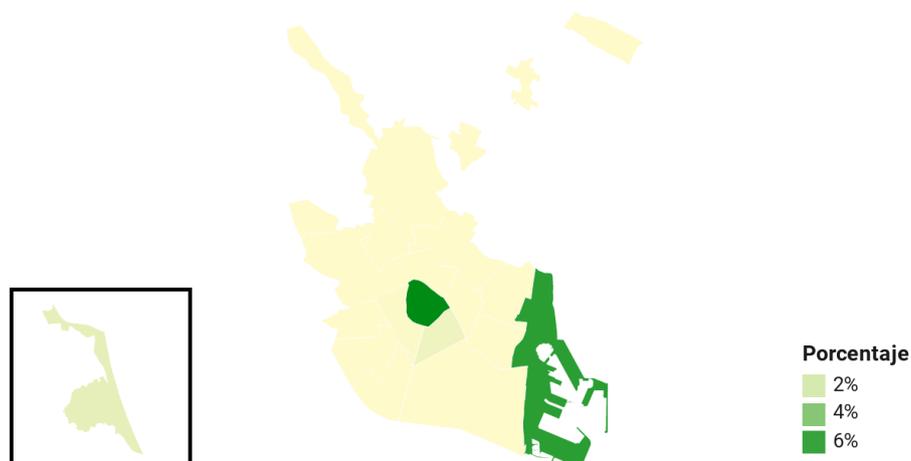
Las *viviendas* que son alquiladas por *multigestores* representan el 0.82% de las primeras residencias en Valencia. En Ciutat Vella estos representan un 7.41% y en Poblats Marítims un 6.34%. **Si estas se dejaran de alquilar en Airbnb para alquilarse como vivienda residencial, se estarían introduciendo en Valencia un total de 2.714 viviendas en el mercado.** En Ciutat Vella, la oferta de vivienda residencial aumentaría en 905 viviendas y en Poblats Marítims en 510 viviendas.

**Gràfic 3.8: Anuncis de multigestores en relació a les primeres residències**



Elaboración propia. Fuente: Inside Airbnb e INE

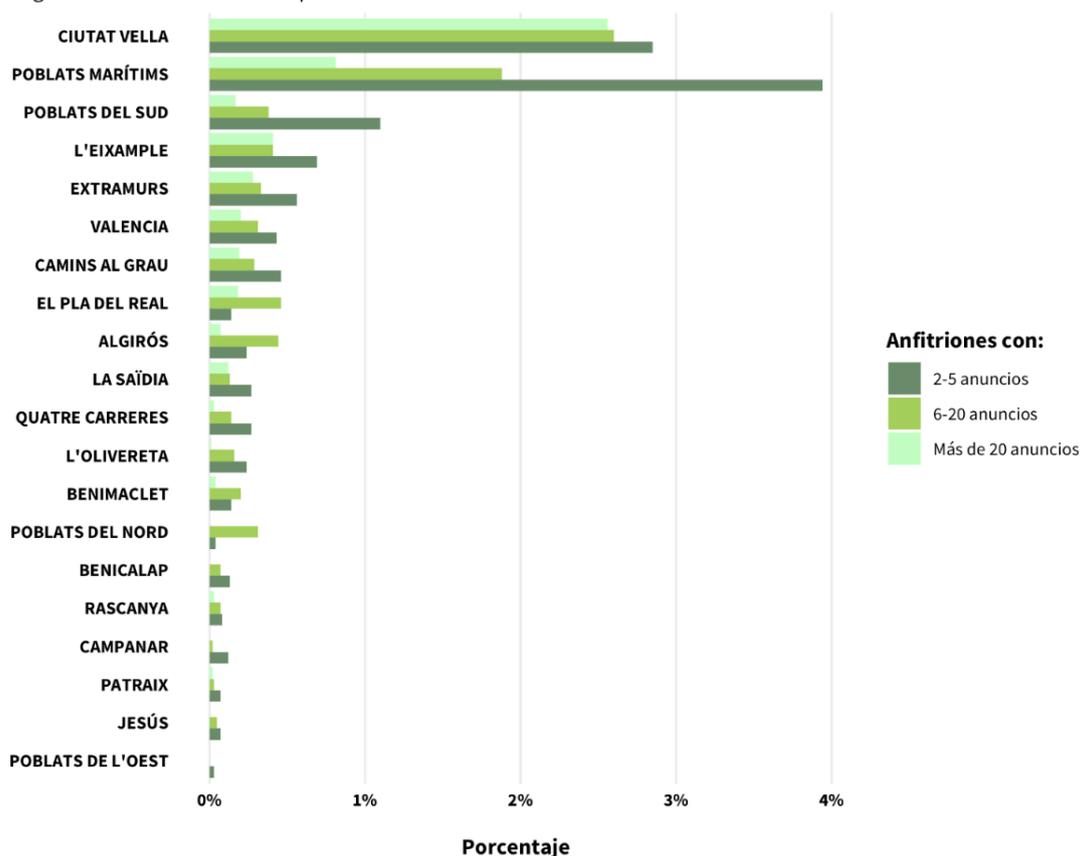
**Mapa 3.4: Anuncis de multigestores en relació a les primeres residències**



Otro indicador del impacto de Airbnb sobre el mercado residencial es el porcentaje de anuncios que tienen los *multigestores* con más anuncios en relación al parque de vivienda residencial. En los distritos de Ciutat Vella y Poblats Marítims los anuncios de los *anfitriones con más de seis anuncios* en Airbnb representan el 5.16% y el 2.69% de las primeras residencias. Tomando en consideración investigaciones previas (Cocola-Gant & Gago, 2019), es muy probable que la gran mayoría de todos estos anuncios sean viviendas residenciales transformadas en pisos turísticos. Al tratarse de *anfitriones con más de seis anuncios*, son actores muy especializados en el negocio de los alquileres turísticos. Si Valencia aprobara una regulación como la de San Francisco, la mayoría de estos anuncios se tendrían que retirar de Airbnb y muchos de ellos se comenzarían a alquilar como vivienda residencial. **Solo al introducir estos anuncios en el mercado residencial, la oferta de vivienda residencial aumentaría en un 19.45% en Ciutat Vella, en un 6.35% en Poblats Marítims y casi un punto en el conjunto de la ciudad (0.94%)<sup>33</sup>.**

### Gráfico 3.9: Anuncios de los multigestores en relación al parque de vivienda residencial

Según el número de anuncios que tiene cada anfitrión



Elaboración propia. Fuente: Inside Airbnb e INE

<sup>33</sup> Se ha estimado en relación a las primeras residencias.

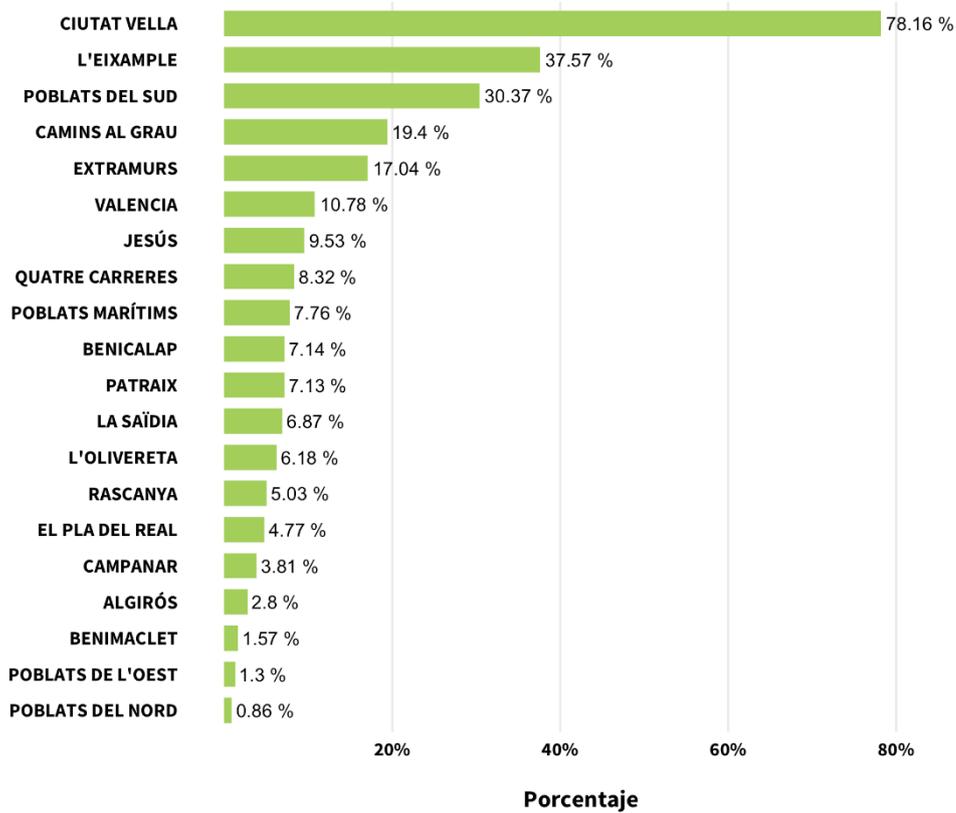
### ¿Se han extraído estas viviendas del mercado residencial?

En Valencia hay una cantidad muy significativa de inmuebles que se alquilan a través de Airbnb durante todo el año, de forma comercial, a través de anfitriones profesionalizados en el alquiler de viviendas como pisos turísticos. Aunque los datos no permiten conocer el uso que se hacía de estas viviendas antes de que fueran alquiladas en Airbnb, siguiendo los resultados de estudios previos (Cocola-Gant & Gago, 2019), es muy probable que la gran mayoría de estas viviendas se hayan extraído del mercado residencial.

Es frecuente que los representantes del sector suelen argumentar que alquilar viviendas en Airbnb de manera comercial y a través de profesionales, no tiene impacto sobre los precios de los alquileres ni sobre la oferta de vivienda. Argumentan que se trata de viviendas que no se han extraído del mercado residencial, sino que estaban vacías o que eran segundas residencias, y que ahora sus propietarios deciden alquilarlas a través de Airbnb (pero estos no están dispuestos a alquilarlas en el mercado residencial). Por esa razón, en este apartado se analizan los *anuncios de viviendas, con impacto* y de *multigestores* en relación a las segundas residencias y las viviendas vacías en cada distrito de Valencia.

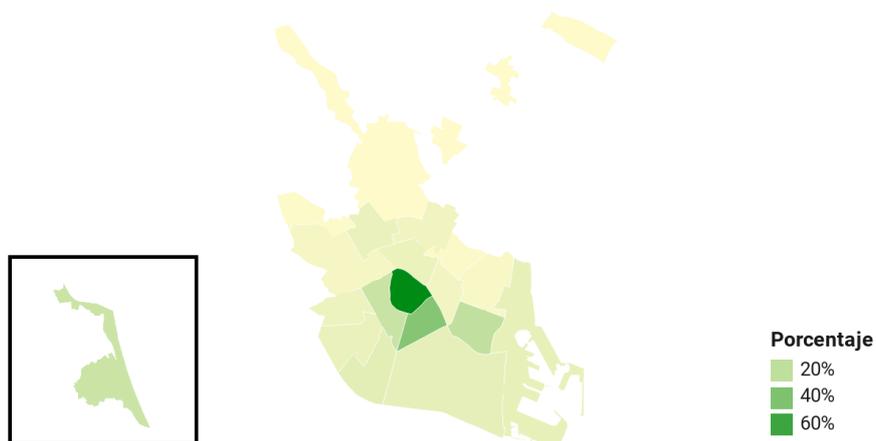
Los *anuncios de viviendas* que se alquilan en Airbnb y son *anuncios con impacto* representan el 10.78% del conjunto de las segundas residencias de la ciudad de Valencia. En Ciutat Vella la cifra alcanza el 78.16%, en L'Eixample un 37.57%, en Poblats del Sud un 30.37%, en Camins al Grau un 19.4% y en Extramurs un 17.04%.

**Gráfico 3.10: Anuncios con impacto en relación a las segundas residencias**



Elaboración propia. Fuente: Inside Airbnb e INE

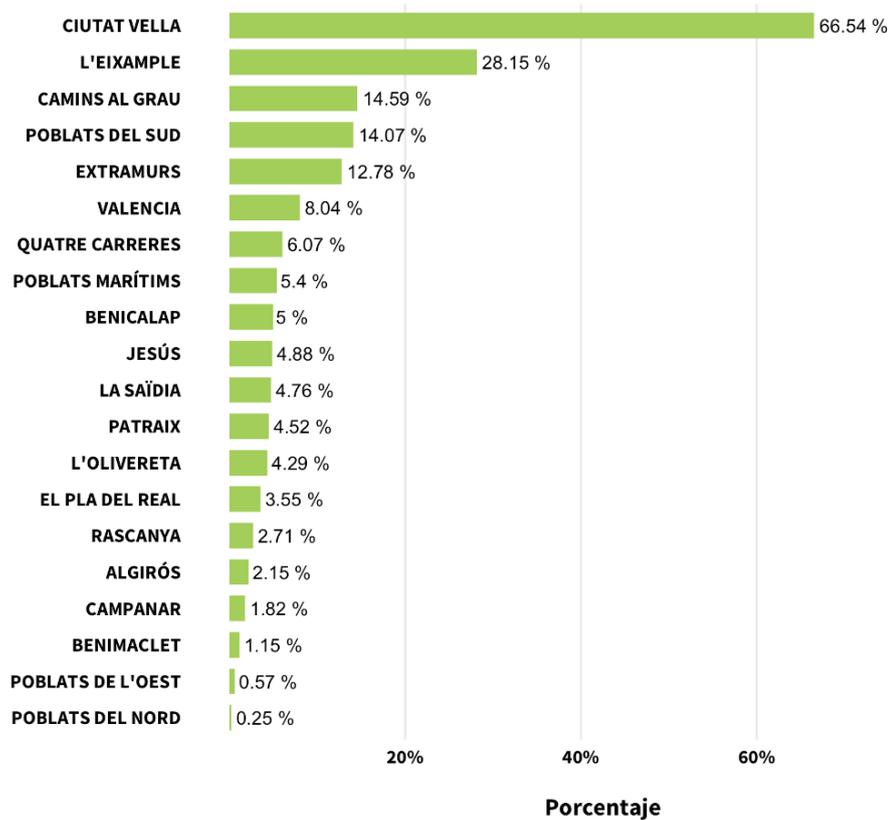
**Mapa 3.5: Anuncios con impacto en relación a las segundas residencias**



El hecho de que la cifra sea elevada en algunos distritos (como Ciutat Vella), evidencia que es imposible que estos anuncios de Airbnb se refieran a segundas residencias.

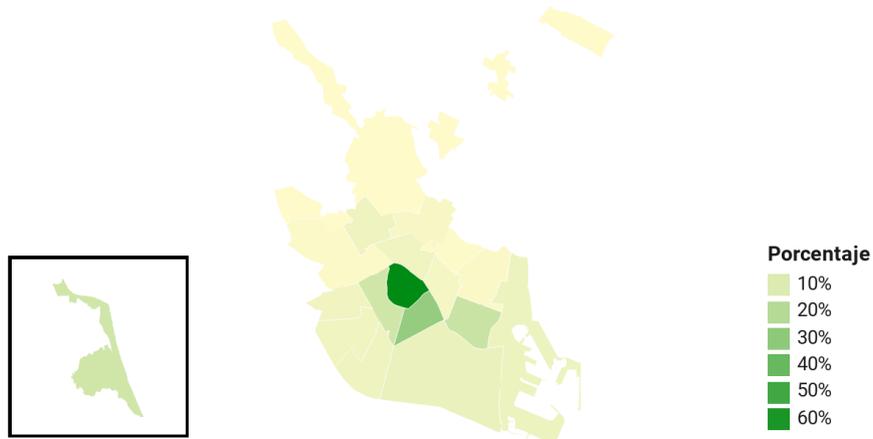
Lo mismo sucede con los *anuncios de multigestores*. Los *anuncios de viviendas* de los *multigestores* representan el 8.04% del conjunto de todas las segundas residencias de Valencia. En Ciutat Vella representan un 66.54%, en L'Eixample un 28.15%, en Camins al Grau un 14.59%, en Poblats del Sud un 14.07% y en Extramurs un 12.78%. Al igual que sucediera con los *anuncios con impacto*, el elevado porcentaje de anuncios en relación a las segundas residencias evidencia que es imposible que estos anuncios de Airbnb se sostengan sobre segundas residencias.

**Gráfico 3.11: Anuncios de multigestores en relación a las segundas residencias**



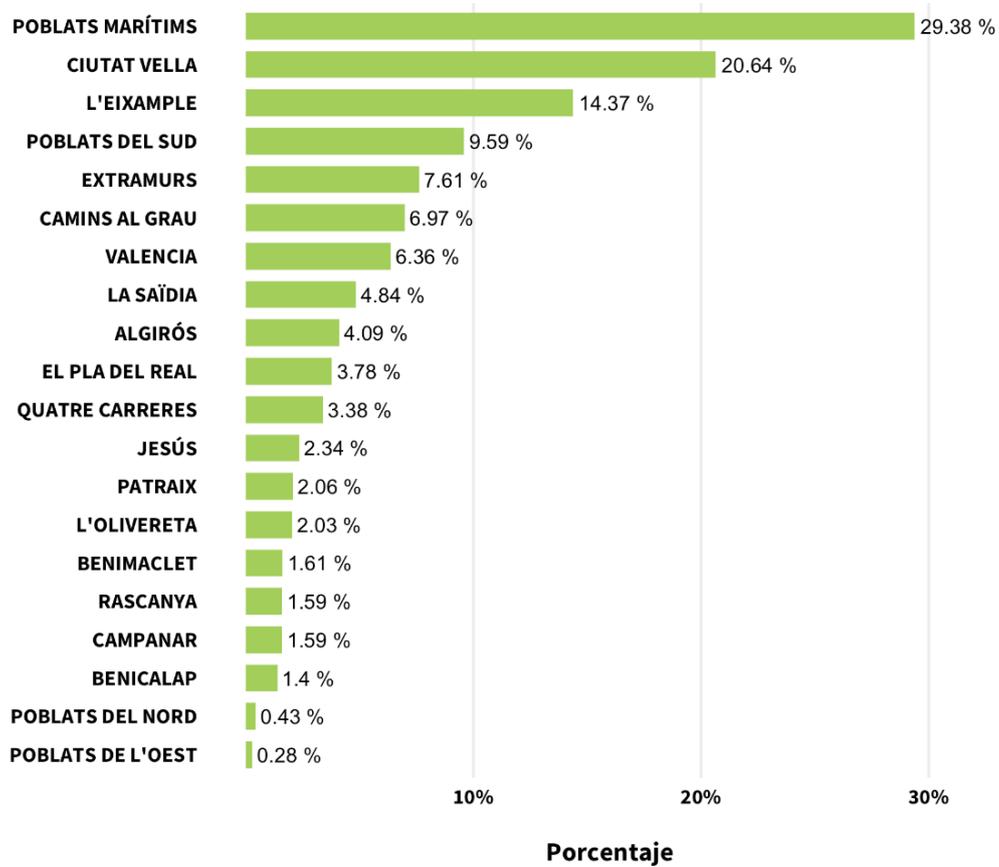
Elaboración propia. Fuente: Inside Airbnb e INE

### Mapa 3.6: Anuncios de multigestores en relación a las segundas residencias



Con la vivienda vacía sucede lo mismo. Los *anuncios de viviendas con impacto* representan un 6.36% de todas las viviendas vacías de Valencia. En Poblats Marítims un 29.38%, en Ciutat Vella un 20.64% y en L'Eixample un 14.37%. En el caso de los *anuncios de viviendas de anfitriones multigestores*, las cifras son parecidas, aunque algo inferiores. Estos representan un 4.75% de todas las viviendas vacías de Valencia, un 20.44% en Poblats Marítims, un 17.57% en Ciutat Vella y un 10.77% en L'Eixample.

**Gráfico 3.12: Anuncios con impacto en relación a las viviendas vacías**



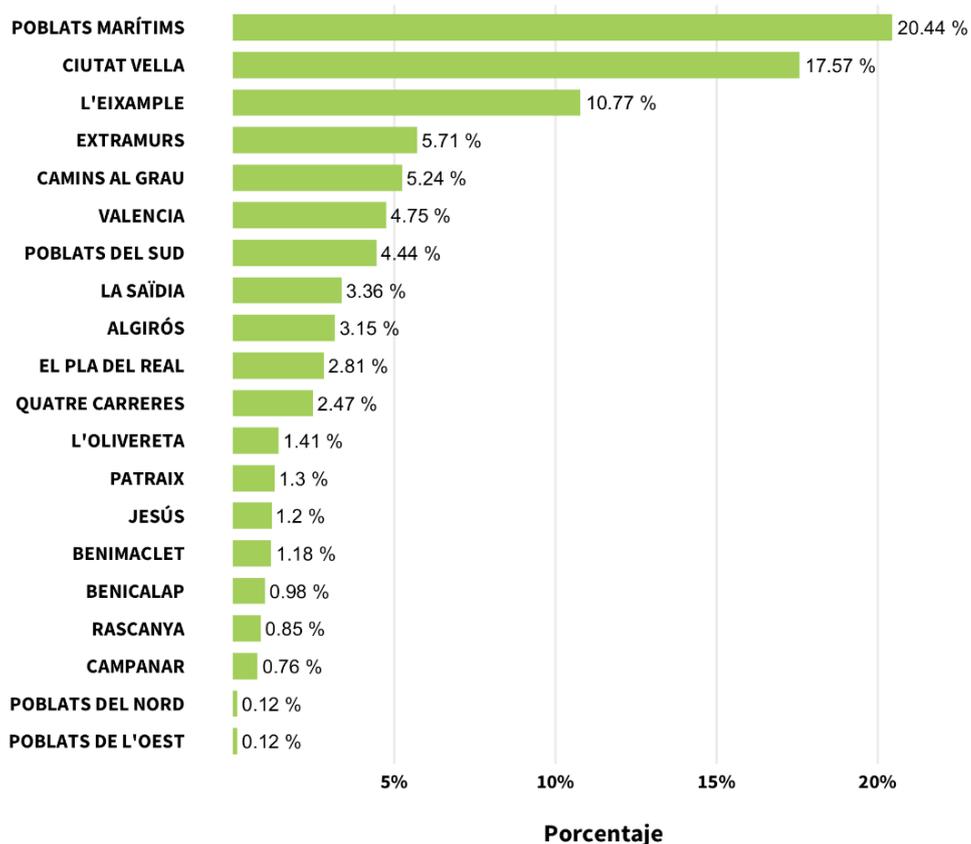
Elaboración propia. Fuente: Inside Airbnb e INE

**Mapa 3.7: Anuncios con impacto en relación a las viviendas vacías**



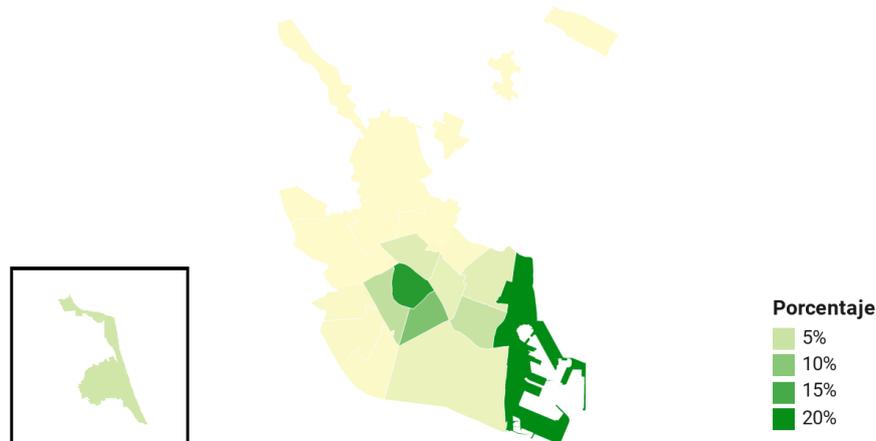
Los distritos de Ciutat Vella y Poblats Marítims son los distritos con más anuncios de Airbnb. En ambos distritos, si tomamos en consideración solo los *anuncios con impacto* y los *anuncios de multigestores*, se observa que estos representan un porcentaje muy elevado de la vivienda vacía y de las segundas residencias del distrito. El porcentaje es tan elevado, que es imposible que estos anuncios sean mayoritariamente segundas residencias o viviendas vacías movilizadas a través de Airbnb. En caso de que sí fuera así, Airbnb en Valencia no estaría funcionando como una plataforma de economía colaborativa, sino como un medio para movilizar la vivienda vacía y las segundas residencias hacia el sector del alojamiento turístico. Es decir, como un medio para que los propietarios de viviendas vacías y/o de segundas residencias puedan aumentar sus rentas inmobiliarias a través de la plataforma. En este supuesto, la actividad no cumpliría con los principios de las economías colaborativas, y por el contrario se trataría de un nuevo medio que tienen los multipropietarios de vivienda para aumentar las rentas inmobiliarias de sus propiedades.

**Gráfico 3.13: Anuncios de multigestores en relación a las viviendas vacías**



Elaboración propia. Fuente: Inside Airbnb e INE

### Mapa 3.8: Anuncios de multigestores en relación a las viviendas vacías



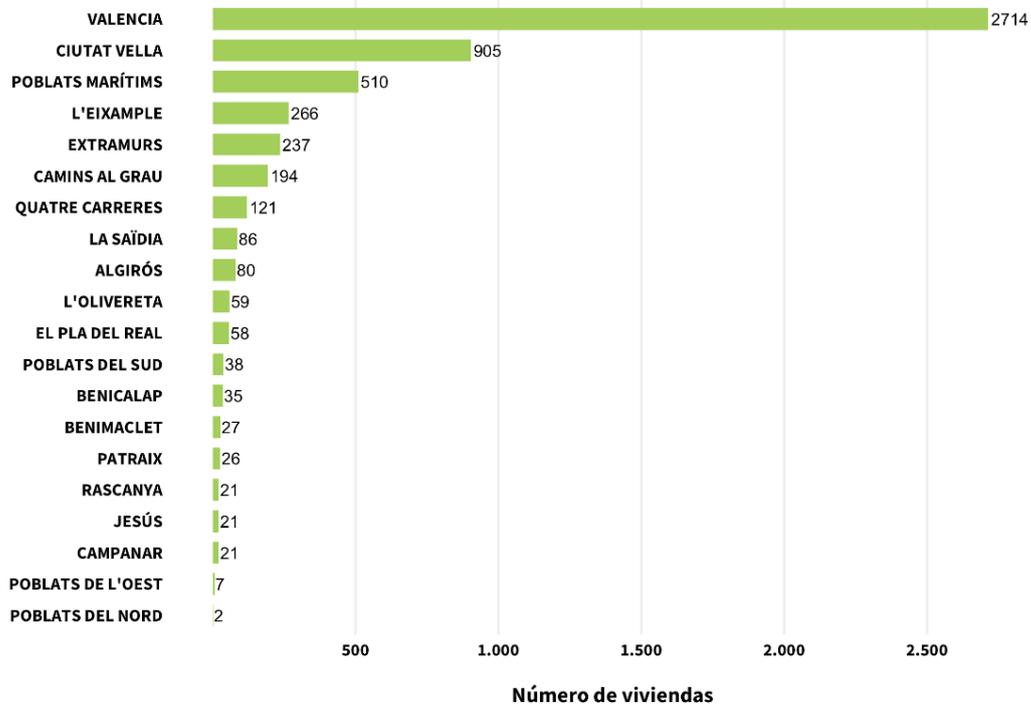
Así pues, para estimar cuántas viviendas se han extraído del mercado residencial en Valencia, se va a considerar que los *anuncios de viviendas*, que son *anuncios con impacto* y que además están gestionados por *multigestores*, tienen una elevada probabilidad de haber sido extraídas del mercado residencial. En relación a investigaciones previas (Cocola-Gant & Gago, 2019; BJH Advisors, 2016; Lee, 2016, Elíasson & Ragnarsson, 2018), esta estimación estaría siendo muy conservadora. Además, deja fuera de la estimación todas las viviendas convertidas a pisos turísticos que no son *anuncios con impacto*<sup>34</sup>, todas las *viviendas con impacto* de anfitriones que solo tienen un único anuncio, y las viviendas convertidas en pisos turísticos que se alquilan por *habitaciones* (los *hoteles fantasma*).

En Valencia un total de 2.714 viviendas se habrían extraído del mercado del alquiler para convertirse en vivienda de uso turístico<sup>35</sup>. Ciutat Vella es el distrito donde más viviendas se habrían convertido en pisos turísticos, 905 viviendas, seguido de Poblats Marítims, con 510 viviendas. En la mayoría de distritos este proceso es poco representativo, y en algunos como Poblats del Nord y Poblats de L'Oest insignificante, ya que respectivamente solo se habrían convertido dos y siete viviendas en alojamientos turísticos.

<sup>34</sup> No porque no tengan impacto, sino por cómo gestiona su anfitrión el calendario (ver el apartado “disponibilidad” en la metodología).

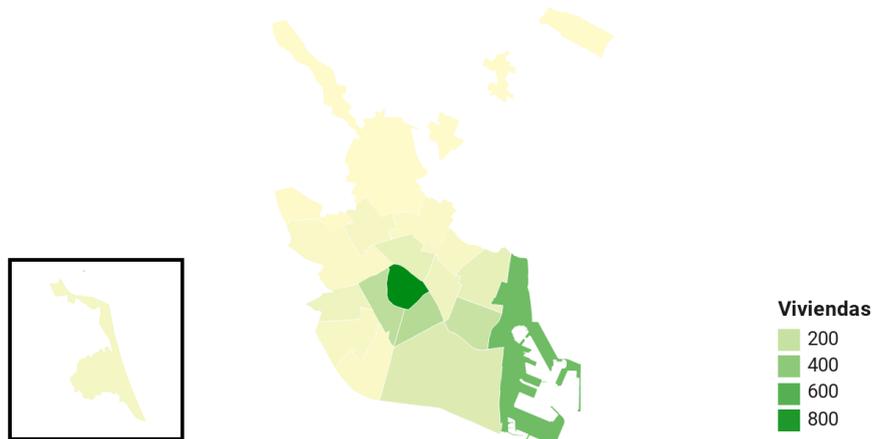
<sup>35</sup> Estos procesos también han sido analizados en ciudades como Barcelona (ver: Cocola-Gant, 2016).

**Gráfico 3.14: Estimación de las viviendas extraídas del mercado residencial y convertidas en pisos turísticos**



Elaboración propia. Fuente: Inside Airbnb e INE

**Mapa 3.9: Estimación de las viviendas extraídas del mercado residencial y convertidas en pisos turísticos**

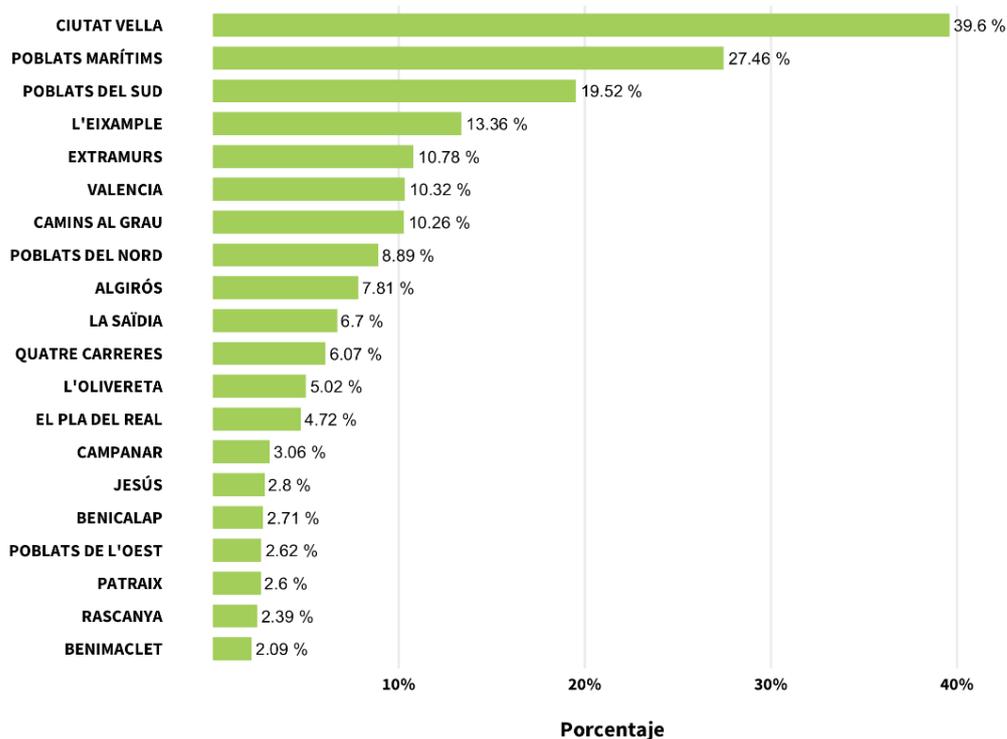


## 2. AIRBNB Y LA OFERTA DE VIVIENDA EN ALQUILER

En este apartado se analiza la relación entre Airbnb y el parque de vivienda en alquiler. En primer lugar se muestra el porcentaje del parque de vivienda en alquiler que representan los anuncios de Airbnb. En segundo lugar, se estima cuánto aumentaría el parque de vivienda en alquiler en cada distrito si las viviendas convertidas en pisos turísticos se volvieran a alquilar en el mercado residencial.

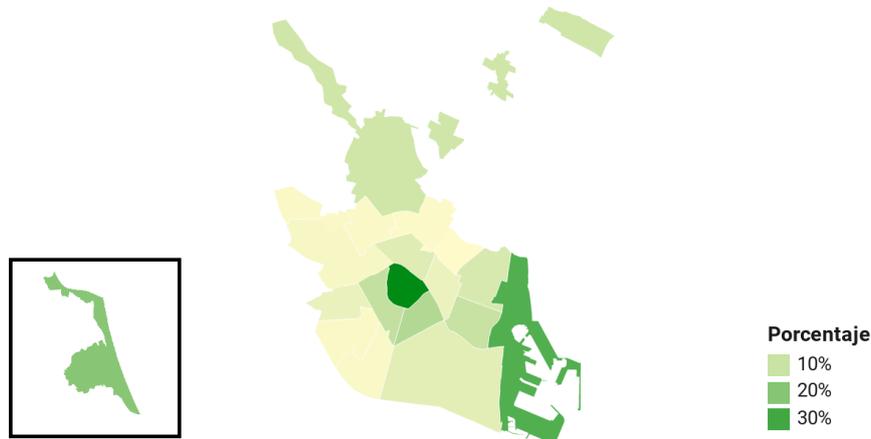
Los *anuncios de viviendas* que se alquilan a través de Airbnb representan el 10.32% del parque de vivienda en alquiler de la ciudad. En el distrito de Ciutat Vella la cifra asciende hasta el 39.6%, en Poblats Marítims al 27.46% y en Poblats del Sud al 19.52%. Como se observa, se trata de cifras muy elevadas, lo que indica que, si estas viviendas se han extraído del mercado del alquiler, el impacto de Airbnb sobre la oferta de vivienda en alquiler y sobre los precios de los alquileres puede estar siendo muy elevado.

**Gráfico 3.15: Viviendas anunciadas en Airbnb en relación al parque de vivienda en alquiler**



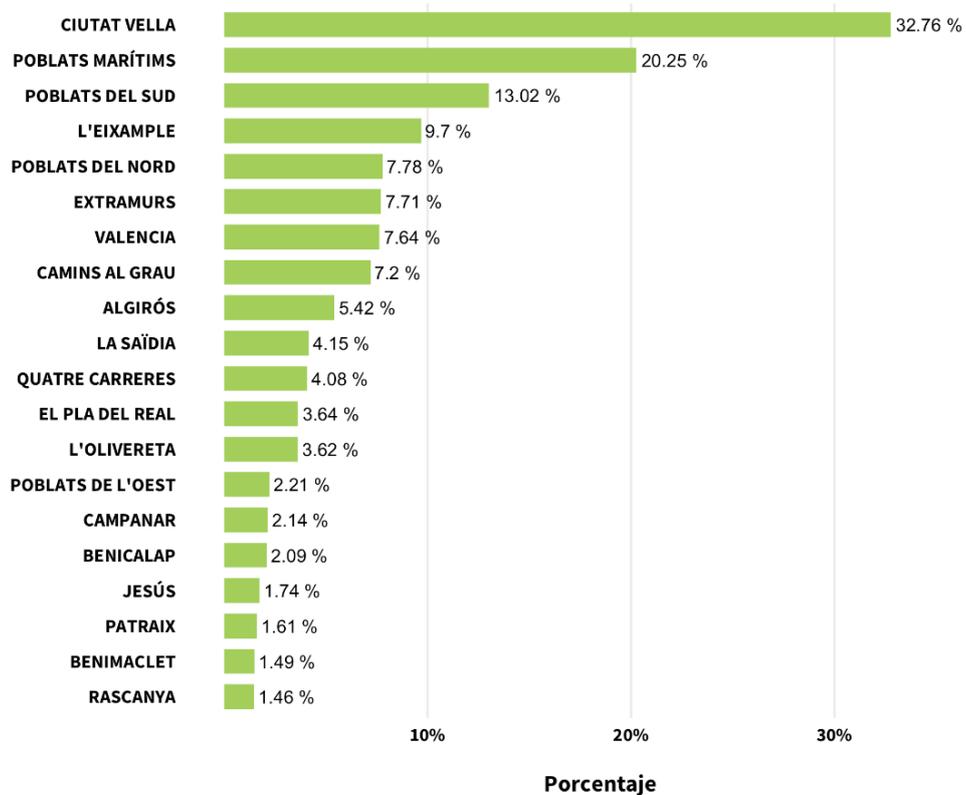
Elaboración propia. Fuente: Inside Airbnb e INE

**Mapa 3.10: Viviendas anunciadas en Airbnb en relación al parque de vivienda en alquiler**



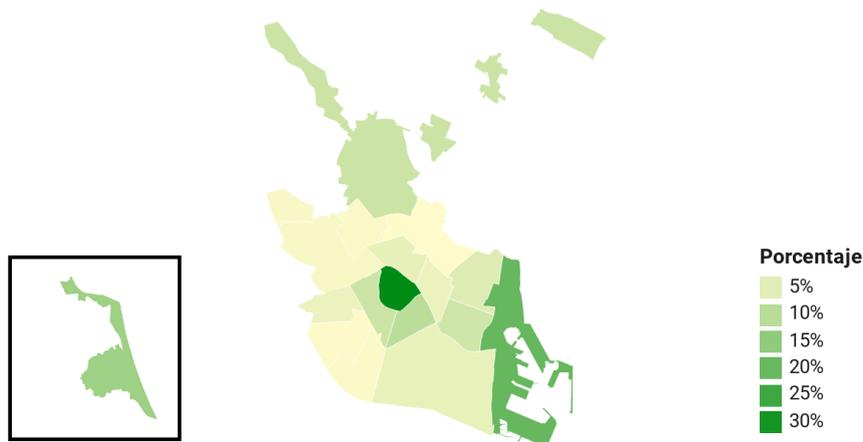
Los *anuncios con impacto* de Airbnb representan el 7.64% de todos los pisos en alquiler en la ciudad de Valencia. En el distrito de Ciutat Vella la cifra asciende hasta el 32.76%, en Poblats Marítims al 20.25% y en Poblats del Sud al 13.02%.

**Gráfico 3.16: Anuncios con impacto en relación al parque de vivienda en alquiler**



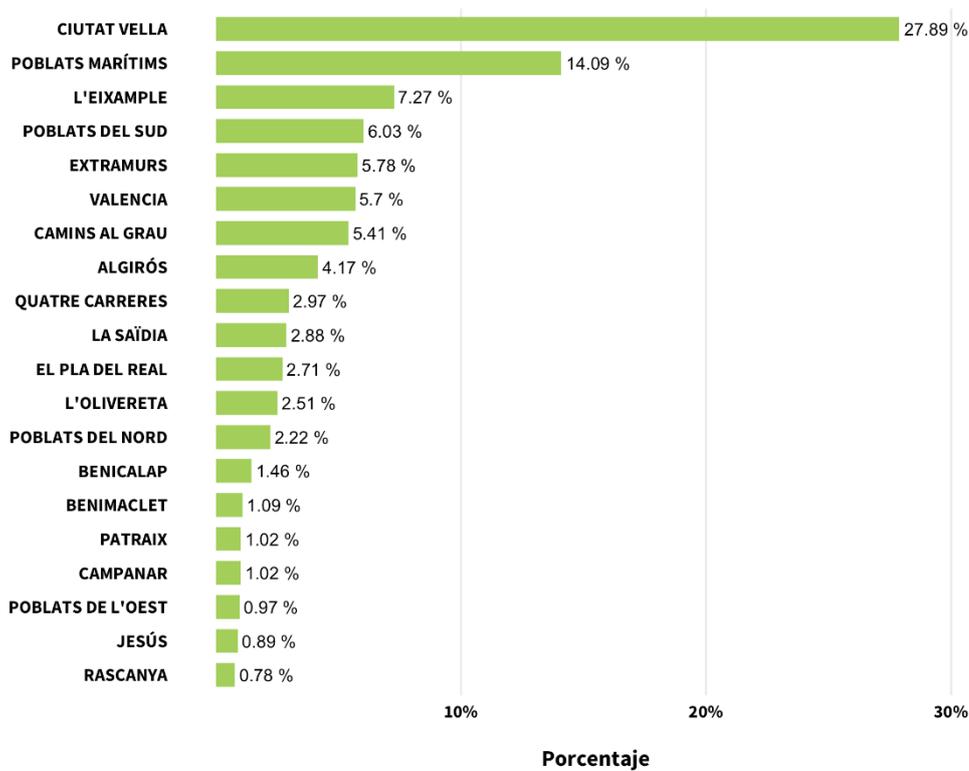
Elaboración propia. Fuente: Inside Airbnb e INE

### Mapa 3.11: Anuncios con impacto en relación al parque de vivienda en alquiler



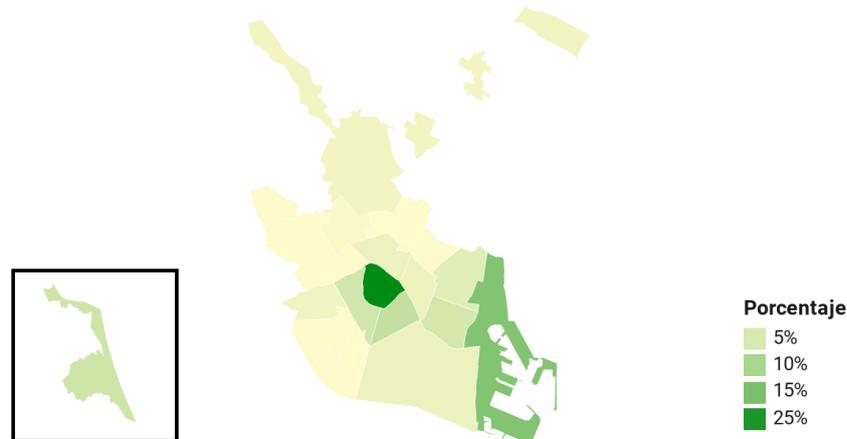
Los *anuncios de viviendas* gestionados por *multigestores* representan el 5.7% de todos los pisos en alquiler en la ciudad de Valencia. En el distrito de Ciutat Vella la cifra asciende hasta el 27.89% y en Poblats Marítims al 14.09%.

**Gráfico 3.17: Anuncios de multigestores en relación al parque de vivienda en alquiler**



Elaboración propia. Fuente: Inside Airbnb e INE

**Mapa 3.12: Anuncios de multigestores en relación al parque de vivienda en alquiler**



En el apartado anterior se estimó que un mínimo de 2.714 viviendas se ha extraído del mercado del alquiler para convertirse en alojamientos turísticos. Una legislación que prohíba que las viviendas residenciales se conviertan en turísticas impediría que estas se puedan anunciar en plataformas como Airbnb, lo que, a su vez, fomentaría su regreso al mercado residencial (BJH Advisors, 2016; Cocola-Gant & Gago, 2019; Wachsmuth & Weisler, 2018). **Si esto sucediera, la oferta de viviendas en alquiler en Valencia aumentaría un 5.7%. En los distritos de Ciutat Vella y Poblats Marítims sería donde esta legislación tendría un efecto mayor, ya que el parque de vivienda en alquiler podría aumentar un 27.89% y un 14.09% respectivamente.** En estos dos distritos se observa que Airbnb tiene un impacto muy fuerte sobre la oferta de vivienda en alquiler. En L'Eixample, Poblats del Sud, Extramurs, Camins al Grau y Algirós la oferta aumentaría entre un 4.17% y un 7.27%. En una ciudad como Valencia donde los precios de los alquileres han subido más de un 50% desde 2014, prohibir que las viviendas residenciales se transformen en alojamientos para turistas sería una medida muy efectiva para aumentar el parque de vivienda el alquiler (como se ha hecho en ciudades como San Francisco). Además, en algunas zonas de la ciudad el efecto sería muy elevado.

### 3. ¿POR QUÉ CONVIERTEN TU VIVIENDA EN UN PISO TURÍSTICO? LA RELACIÓN ENTRE AIRBNB Y LOS PRECIOS DE LOS ALQUILERES

---

Las razones principales por las que una vivienda se convierte en una vivienda turística, son de índole económica. La causa más frecuente es que convertir una vivienda en un piso turístico aumenta las rentas que produce la vivienda. También se pueden dar casos en que las rentas no aumentan o no lo hacen de manera significativa en relación a las rentas que genera la vivienda en alquiler, pero sí que aumenta la flexibilidad de los propietarios y de los inversores: al no tener inquilinos, pueden disponer de la vivienda cuando lo deseen, sobre todo ante un contexto de posible revalorización y posterior venta del inmueble (Cocola-Gant & Gago, 2019; Gil, 2019).

La teoría del “diferencial de renta” (del inglés *rent gap theory*) (Smith, 2012), frecuentemente utilizada para explicar los procesos de gentrificación, se ha comenzado a utilizar para analizar los procesos de transformación urbana asociados a Airbnb. Desde esta perspectiva se plantea que cuando una vivienda se alquila a turistas en vez de a residentes, los propietarios de la vivienda obtienen mayores rentas. La diferencia entre la renta que se obtiene alquilando la vivienda a residentes locales, frente a la renta que se obtiene cuando se alquila la vivienda a turistas, es el “diferencial de renta”. Es decir, el “diferencial de renta” es la diferencia de renta entre la “renta potencial” de la vivienda y la “renta capitalizada” de la vivienda. Airbnb aumenta la renta potencial, haciendo que la renta capitalizada a través de Airbnb sea mayor que la renta capitalizada a través del alquiler. Cuanto mayor sea esta diferencia, mayor será la motivación de los multipropietarios de vivienda de convertir sus viviendas en pisos turísticos. Gracias a Airbnb, lo único que tienen que hacer los propietarios de vivienda para capitalizar la diferencia de renta es extraer la vivienda del mercado del alquiler e introducirla en Airbnb. El efecto principal de la diferencia de renta que se produce a través de Airbnb, es que viviendas residenciales se transforman en pisos para turistas, lo que reduce las viviendas en alquiler, aumenta los precios de los alquileres y expulsa a los inquilinos de las viviendas donde residen.

En este apartado se analiza la relación entre Airbnb y los precios de los alquileres, de la vivienda, de la subida de los alquileres desde 2013, y se calcula la diferencia de renta y la diferencia de rendimiento entre una vivienda en Airbnb y una vivienda en el mercado residencial, para cada distrito de la ciudad.

### El precio de los alquileres

Al analizar la *distribución territorial de Airbnb*<sup>36</sup> en relación a los *precios de los alquileres*, se observa que existe una correlación significativa entre ambas variables ( $r= 0.77$ ). Lo mismo sucede con los *anuncios con impacto* y con los *anuncios de multigestores* ( $r= 0.77$  y  $r=0.79$  respectivamente). Por lo tanto, **en los distritos donde los precios de los alquileres son más elevados, también se encuentra mayor cantidad de *anuncios de viviendas* en Airbnb, en particular *anuncios con impacto* y *anuncios de multigestores*.**

También se observa que la relación entre Airbnb y los precios de los alquileres es más relevante cuantos más anuncios tienen los anfitriones, y la correlación más fuerte se produce entre *los precios de los alquileres* y *los anuncios de los anfitriones con más de 20 anuncios* ( $r = 0.81$ ). Por lo tanto, se observa que cuantos más anuncios acumula un anfitrión, mayor será la propensión a que sus anuncios se encuentren en los distritos donde los precios de los alquileres son más elevados.

Tabla 3.1: Resultados de los análisis de correlación entre *los precios de los alquileres* y seis variables del informe.

	Coefficiente de correlación
<i>Anuncios de viviendas</i>	0.77
<i>Anuncios con impacto</i>	0.77
<i>Anuncios de multigestores</i>	0.79
Entre 2 y 5 anuncios	0.72
Entre 6 y 20 anuncios	0.78
Más de 20 anuncios	0.81

### El precio de la vivienda

Al analizar la *distribución territorial de Airbnb* en relación a los *precios de la vivienda*, se observa que existe una correlación moderada entre ambas variables ( $r= 0.49$ ). Lo mismo sucede con los *anuncios con impacto*

<sup>36</sup> La variable *distribución territorial de Airbnb*, que se utiliza en la mayoría de los análisis de correlación que se realizan de ahora en adelante, está determinada por *el número de anuncios de viviendas en Airbnb que hay en cada distrito de la ciudad*.

y con los anuncios de los *multigestores*. En este caso la relación entre las variables es más fuerte cuanto mayor es el número de anuncios que tiene un anfitrión, dándose la correlación más significativa con los *anfitriones que tienen más de 20 anuncios* ( $r = 0.6$ ). Por lo tanto, **la relación entre los precios de la vivienda y Airbnb es menos significativa que en el caso de los precios de los alquileres.**

**Tabla 3.2: Resultados de los análisis de correlación entre los precios de la vivienda y seis variables del informe.**

VARIABLE	Coefficiente de correlación
Anuncios de viviendas	0.49
Anuncios con impacto	0.51
Anuncios de multigestores	0.53
Entre 2 y 5 anuncios	0.43
Entre 6 y 20 anuncios	0.56
Más de 20 anuncios	0.6

### *La evolución del precio de los alquileres*

La correlación entre *la distribución territorial de Airbnb y el crecimiento de los alquileres* entre 2013 y 2019 es moderada ( $r = 0.52$ ). Estos resultados reflejan que sí existe relación entre ambas variables, pero que la subida de los alquileres no se puede explicar en exclusiva a través del desarrollo de Airbnb. Como se señaló con anterioridad, múltiples factores inciden en las subidas de los precios de los alquileres y de la vivienda, y Airbnb solo es uno de ellos. Estos resultados confirman dicha hipótesis, al manifestar que entre 2013 y 2019 en Valencia se hace patente una tendencia a que subieran los alquileres en los distritos en los que crecía Airbnb, pero la subida de los alquileres no se puede explicar exclusivamente a través del desarrollo de Airbnb. Por ejemplo, los cuatro distritos con más anuncios de Airbnb están entre los cinco distritos donde más han subido los precios de los alquileres (Poblats Marítims, Extramurs, Ciutat Vella y L'Eixample), en cambio en Rascanya, el tercer distrito donde más han subido los precios, la oferta de Airbnb es insignificante.

Asimismo, la correlación entre *la evolución de los precios de los alquileres y los anuncios con impacto y los anuncios de los multigestores* también es moderada ( $r = 0.5$  y  $r = 0.47$ ). En relación al tipo de anfitrión según

el número de anuncios que acumula, se observa que se establece una correlación moderada entre *el crecimiento de los precios de los alquileres* y *los anfitriones con menos de seis anuncios*. En el caso de los *anfitriones con entre seis y 20 anuncios* y *con más de 20 anuncios* la correlación es más débil ( $r= 0.36$  en ambos casos). Esto se debe precisamente a que los anfitriones más profesionalizados (los que acumulan más de seis anuncios) se han especializado y operan principalmente en determinadas zonas de la ciudad, como Ciutat Vella. Por lo tanto, sus anuncios no se correlacionan con la subida de los precios de los alquileres del conjunto de la ciudad, pero en cambio su actividad sí que tiene impacto en los distritos en los que operan.

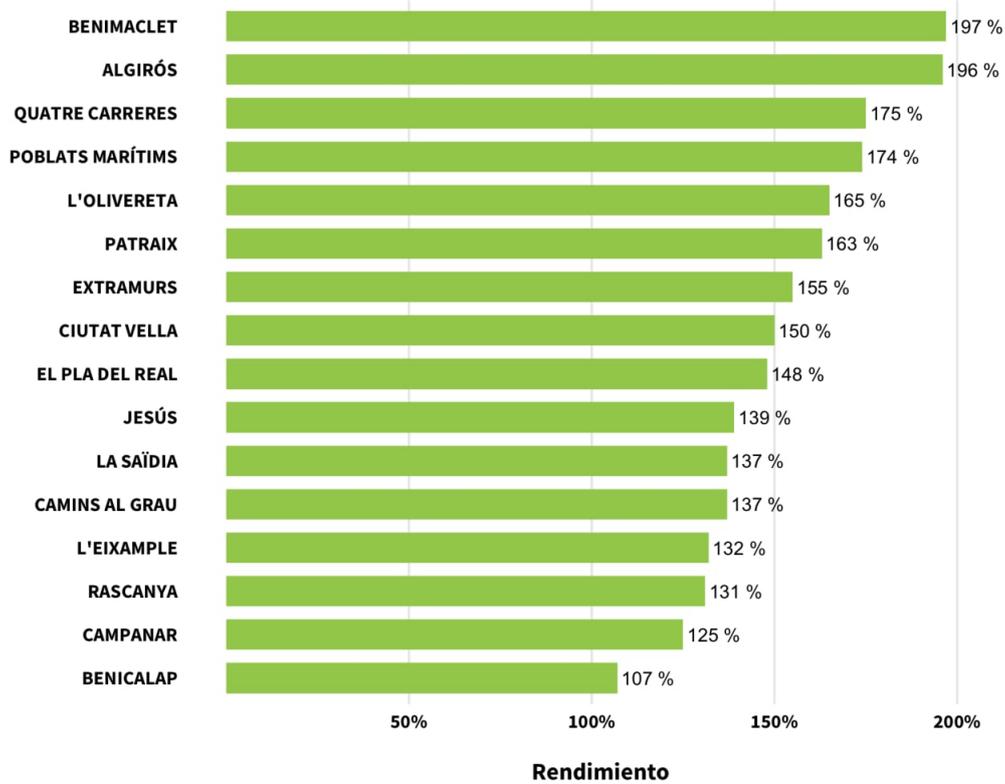
**Tabla 3.3: Resultados de los análisis de correlación entre la subida de los alquileres entre 2013 y 2019 y seis variables del informe.**

VARIABLE	Coefficiente de correlación
<i>Anuncios de viviendas</i>	0.52
<i>Anuncios con impacto</i>	0.5
<i>Anuncios de multigestores</i>	0.47
Entre 2 y 5 anuncios	0.54
Entre 6 y 20 anuncios	0.36
Más de 20 anuncios	0.36

### 3.1. BENEFICIOS DE CONVERTIR VIVIENDAS EN PISOS TURÍSTICOS

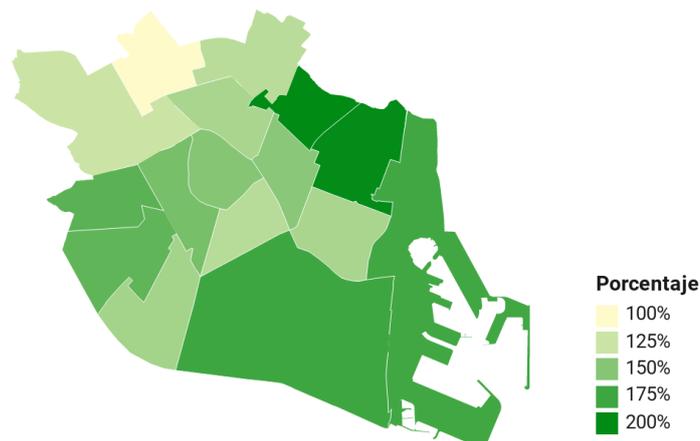
El rendimiento de alquilar una vivienda en Airbnb es entre un 100% y un 200% superior a alquilar esa misma vivienda en el mercado residencial. Los distritos con mayor rendimiento son Benimaclet y Algirós, con una diferencia de rendimiento del 197% y del 196% respectivamente. En estos distritos una vivienda en alquiler genera unos ingresos mensuales de 559€ y 567€, pero esa misma vivienda alquilada en Airbnb genera al mes 1.664€ y 1.680€ respectivamente. Incluso en los distritos donde la diferencia es menor, como son Benicalap, Campanar o Rascanya, *la diferencia de rendimiento* sigue siendo significativa: 107%, 125% y 131% respectivamente. En estos distritos, una vivienda en alquiler genera unos ingresos mensuales de 564€, 624€ y 531€, frente a los 1.131€, 1403€ y 1.227€ que generan esas *viviendas* en Airbnb.

**Gráfico 3.18: Diferencia de rendimiento entre una vivienda alquilada en Airbnb y una vivienda en alquiler residencial**



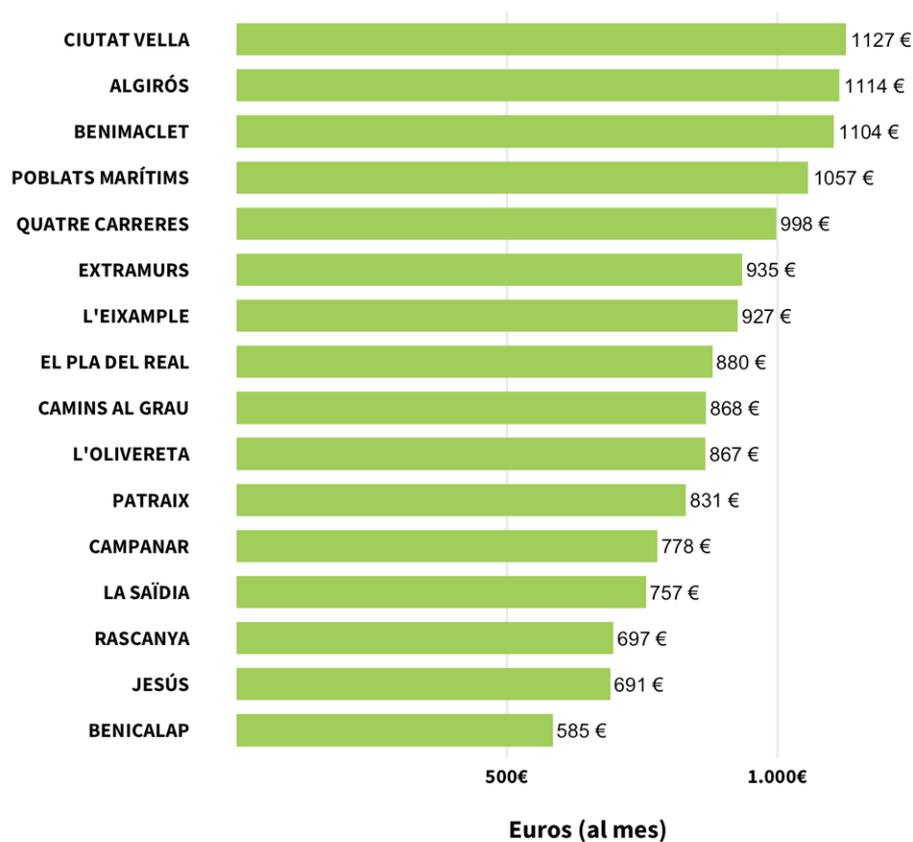
Elaboración propia. Fuente: Idealista, Inside Airbnb, Airdna e INE

**Mapa 3.13: Diferencia de rendimiento entre una vivienda alquilada en Airbnb y una vivienda en alquiler residencial**



Por lo tanto, convertir una vivienda en piso turístico genera de media entre 500€ y 1.200€ más ingresos al mes que alquilar esa misma propiedad en el mercado residencial. Los distritos donde la diferencia de renta es mayor son Ciutat Vella, Algirós, Benimaclet y Poblats Marítims. En estos distritos la diferencia de renta supera los 1.000€ al mes y los 12.000€ al año. En los distritos de Benicalap, Jesús y Rascanya, donde este proceso genera menos ingresos, la diferencia de renta sigue siendo muy elevada y genera 585€, 691€ y 697€ € más al mes (respectivamente) y más de 7.000€ al año. Como se observa, estas diferencias en la renta son lo suficientemente significativas como para que los multipropietarios conviertan sus inmuebles en pisos turísticos<sup>37</sup>. Además, el proceso es muy sencillo, debido a que los propietarios no tienen que invertir en la vivienda para aumentar las rentas, sino cambiarles el uso.

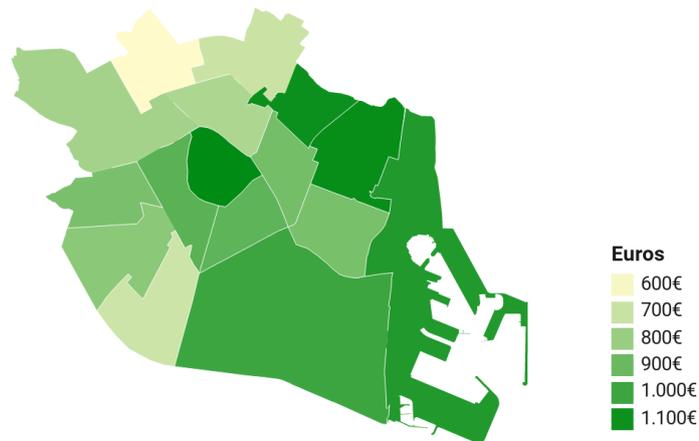
**Gráfico 3.19: Diferencia de renta entre una vivienda alquilada en Airbnb y una vivienda en alquiler residencial**



Elaboración propia. Fuente: Idealista, Inside Airbnb, Airdna e INE

<sup>37</sup>En todos los análisis se ha descontado de los beneficios un 20% del total de los ingresos, como costes asociados a la externalización de la gestión sobre una empresa especializada. En caso de que no se externalice el servicio, los beneficios serán un 20% superiores frente a lo indicado en los análisis.

### Mapa 3.14: Diferencia de renta entre una vivienda alquilada en Airbnb y una vivienda en alquiler residencial



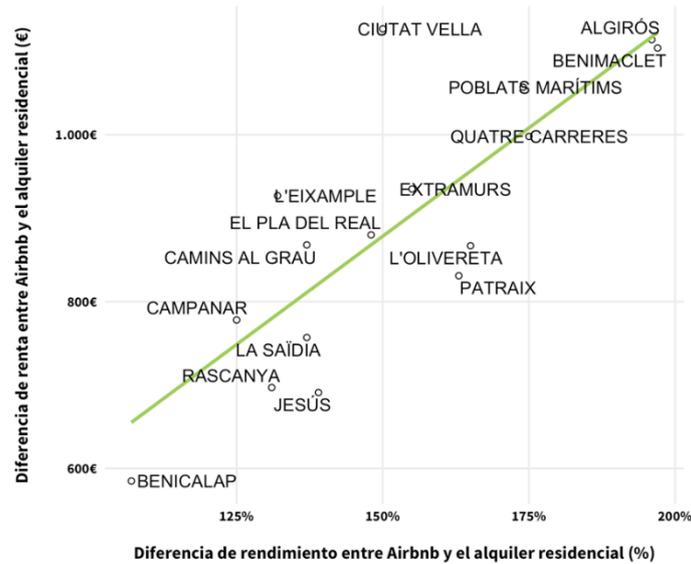
La *diferencia de rendimiento* y la *diferencia de renta* entre alquilar una vivienda en el mercado residencial o alquilarla en Airbnb, tiene una correlación significativa ( $r = 0.79$ )<sup>38</sup>. Puede parecer extraño que la correlación entre ambas variables no sea más fuerte o incluso perfecta, que podría ser lo esperado. Esto se debe a que la *diferencia de renta* depende de los *precios de los alquileres* en relación a los *ingresos que se generan en Airbnb* (rendimiento absoluto), mientras que la *diferencia de rendimiento* depende de la *diferencia de renta* en relación a los *precios de los alquileres* (rendimiento relativo). Como se observa en el gráfico, ambos elementos no siempre varían de forma uniforme.

Tomemos el caso del distrito de Ciutat Vella, que es el más llamativo. Este distrito tiene una *diferencia de rendimiento* mediana en relación al resto de distritos. En cambio, es el distrito de todo Valencia en que la *diferencia de renta* es más elevada. Esto es debido a que se trata de un distrito con:

- \* *precios de Airbnb* muy elevados en relación al *precio de los alquileres* en el distrito (lo que hace que tenga la *diferencia de renta* más elevada de Valencia).
- \* *precios de los alquileres* muy elevados en relación al resto de distritos (los precios más elevados de toda la ciudad), lo que hace que la *diferencia de rendimiento* sea menor.

<sup>38</sup> Sobre estas correlaciones ver la nota 4 y la *Tabla Anexo 4* en el anexo.

**Gráfico 3.20: Correlación entre la diferencia de renta y la diferencia de rendimiento**

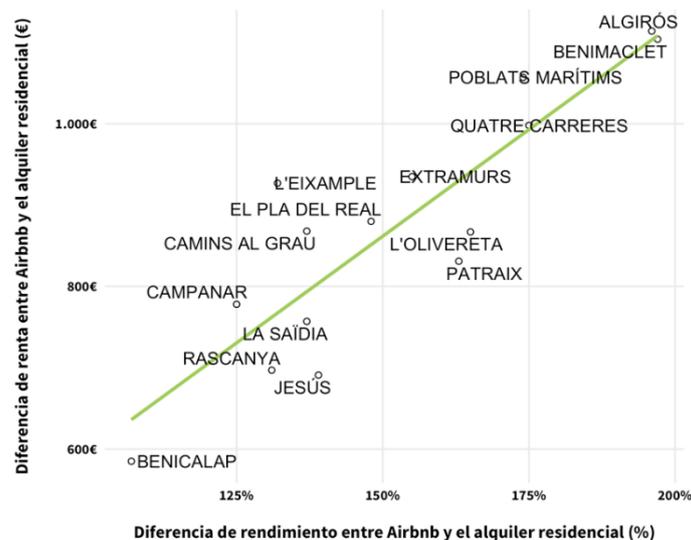


Elaboración propia. Fuente: Idealista, Inside Airbnb, Airdna e INE

Por lo general, la relación entre la *diferencia de rendimiento* y la *diferencia de renta* es más significativa que en el caso atípico de Ciutat Vella. De hecho, si se elimina a Ciutat Vella del análisis, la correlación entre ambas variables es aún más relevante ( $r = 0.88$ ). Pero el caso de Ciutat Vella es muy importante, porque precisamente es el distrito que más anuncios de Airbnb acumula.

**Gráfico 3.21: Correlación entre la diferencia de renta y la diferencia de rendimiento**

*Sin el distrito de Ciutat Vella*



Elaboración propia. Fuente: Idealista, Inside Airbnb, Airdna e INE

En Ciutat Vella se observa que el turismo se convierte en un elemento clave para aumentar las rentas inmobiliarias. En este distrito se produce un fenómeno particular que solo se puede explicar a través del turismo: es el distrito de todo Valencia donde las rentas inmobiliarias del alquiler son más elevadas, y aun así también es el distrito donde más aumentan las rentas inmobiliarias a través de Airbnb (tiene el potencial de renta más elevado). Por ello Ciutat Vella es donde los inversores y los propietarios de vivienda tienen más posibilidades para aumentar las rentas inmobiliarias de sus activos, mediante la conversión de sus propiedades en alojamientos turísticos. Precisamente los datos reflejan que Ciutat Vella es el distrito con más *anuncios de viviendas* de Airbnb –un 26.12% del total-, y donde estos anuncios representan una parte muy significativa del parque de vivienda en alquiler –la mayor de Valencia, un 39.6%-. Por lo tanto, todos estos datos reflejan que es probable que en este distrito se esté produciendo un proceso masivo de conversión de vivienda residencial en vivienda de uso turístico. El factor que explica que esté ocurriendo este proceso es el elevado diferencial de renta del distrito. Pero el turismo es lo que hace que el diferencial de renta se pueda realizar: que haya una demanda suficiente de turistas que busquen hospedarse en dicho distrito y estén dispuestos a pagar los precios de Airbnb. El resultado es que los propietarios e inversores de viviendas que convierten sus viviendas en pisos turísticos aumentan las rentas inmobiliarias de sus activos a costa de sustituir a la población local por turistas<sup>39</sup>.

### 3.2. EL DESARROLLO TERRITORIAL DE AIRBNB Y LA DIFERENCIA DE RENTA CON EL MERCADO INMOBILIARIO

Para investigar la relación entre Airbnb y el sector inmobiliario, a continuación, se realizan cinco análisis de correlación que permitan observar de forma comparada la relación entre *la distribución territorial de Airbnb* y:

- i. Los precios de los alquileres;
- ii. La subida de los precios de los alquileres;
- iii. Los ingresos que genera una vivienda en Airbnb,
- iv. La diferencia de renta entre una vivienda en Airbnb y una vivienda en el mercado residencial;
- v. La diferencia de rendimiento entre una vivienda en Airbnb y una vivienda en el mercado residencial.

---

<sup>39</sup> Los desplazamientos de la población a causa de los pisos turísticos también se han dado en otros centros urbanos como es el caso de Barcelona o Lisboa (Cocola-Gant, 2019, 2016).

El objetivo de estos análisis es comprender con mayor profundidad los factores que influyen en el proceso de conversión de viviendas en pisos turísticos, a través de analizar la relación entre *Airbnb* y *el mercado de alquiler*.

La siguiente tabla muestra los resultados de los coeficientes de correlación. Se observa que la correlación más significativa se produce entre *la distribución territorial de Airbnb* y *los precios de los alquileres* y *los ingresos que genera una vivienda en Airbnb* ( $r= 0.77$  y  $r= 0.7$  respectivamente). Respecto a *la subida de los alquileres* y *la diferencia de renta*, la correlación es moderada ( $r= 0.52$  y  $r= 0.56$  respectivamente). Por último, se observa que los *anuncios de Airbnb* no se correlacionan con *la diferencia de rendimiento* entre la vivienda en Airbnb y en el mercado residencial ( $r= 0.09$ ). A continuación, se analiza cada correlación por separado.

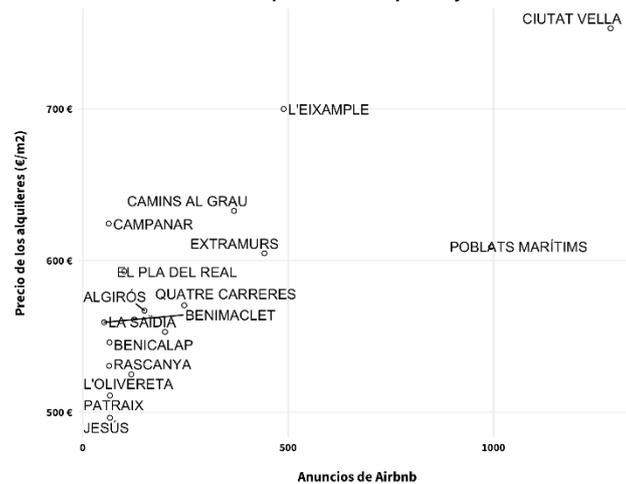
**Tabla 3.4: Resultados de los análisis de correlación entre *la distribución territorial de los anuncios de Airbnb* y cinco variables del informe.**

VARIABLE	COEFICIENTE DE CORRELACIÓN
Precio de los alquileres	0.77
Subida de los alquileres	0.52
Ingresos que genera una vivienda en Airbnb	0.7
Diferencia de renta entre alquilar una vivienda en Airbnb o en el mercado residencial	0.56
Diferencia de rendimiento entre alquilar una vivienda en Airbnb o en el mercado residencial	0.09

### *El precio de los alquileres*

*La distribución territorial de Airbnb* tiene una correlación relevante con *los precios de los alquileres* ( $r= 0.77$ , como se vio con anterioridad). El caso más significativo es el de Ciutat Vella, que es el distrito de Valencia que acumula más anuncios (un 21.53%) y que también tiene los precios de los alquileres más elevados (10.7 €/m<sup>2</sup>). Pero como se observa, el desarrollo de Airbnb no se puede explicar en exclusiva en relación a los precios de los alquileres, y hay otros factores que también inciden en los precios.

**Gráfico 3.22: Correlación entre los precios de los alquileres y los anuncios de Airbnb**

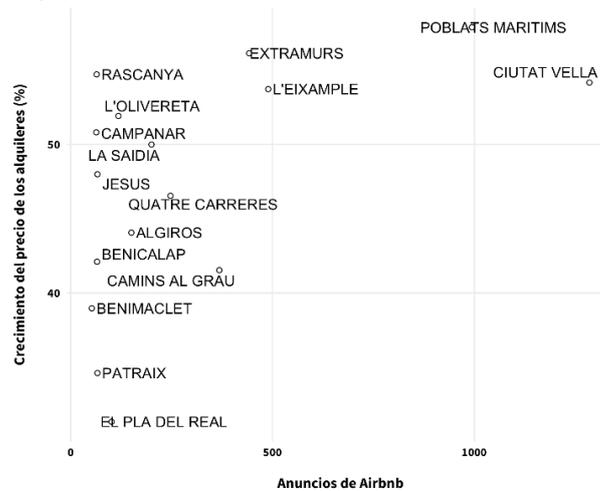


Elaboración propia. Fuente: Idealista e Inside Airbnb

### La subida de los alquileres

La *distribución territorial de Airbnb* tiene una correlación moderada con *la subida de los alquileres* que se produce entre los años 2013 y 2019 ( $r= 0.52$ , como se vio con anterioridad). En Ciutat Vella y Poblets Marítims, que son los distritos que más anuncios acumulan, la relación entre el crecimiento de Airbnb y la subida de los alquileres es mayor. En cambio, hay toda una serie de distritos donde la subida de los alquileres no es proporcional al desarrollo de Airbnb. Probablemente se debe a que la relación directa entre Airbnb y la subida de los alquileres se da a partir de cierto volumen de actividad. En la mayoría de distritos la presencia de la plataforma es muy baja, lo que hace que Airbnb no tenga un efecto directo sobre las subidas de los alquileres (aunque sí que tenga efectos indirectos, fruto de las subidas de los alquileres y de los desplazamientos que Airbnb genera en otras zonas de la ciudad).

**Gráfico 3.23: Correlación entre el crecimiento de los precios de los alquileres y los anuncios de Airbnb**

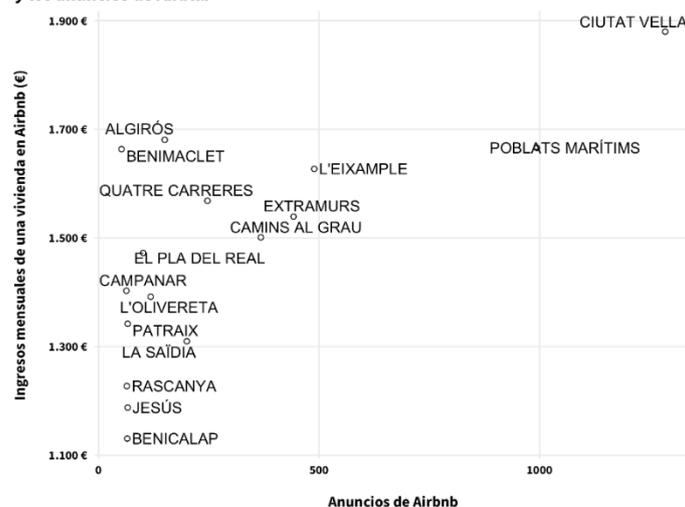


Elaboración propia. Fuente: Idealista e Inside Airbnb

### Los ingresos que genera Airbnb

La correlación entre la distribución territorial de los anuncios y los ingresos que genera una vivienda en Airbnb se muestra significativa ( $r=0.7$ ). Por lo tanto, se observa que los distritos en los que se generan más ingresos a través de Airbnb tienden a ser los distritos que más anuncios de Airbnb acumulan. Sin embargo, los ingresos que se generan a través de Airbnb son un requisito necesario, pero no suficiente para el desarrollo de Airbnb. Esto es así porque hay distritos en que los ingresos mensuales que genera Airbnb son muy elevados, pero la oferta de anuncios es limitada, como sucede en Algirós, Benimaclet y Quatre Carreres.

**Gráfico 3.24: Correlación entre los ingresos que genera una vivienda en Airbnb y los anuncios de Airbnb**

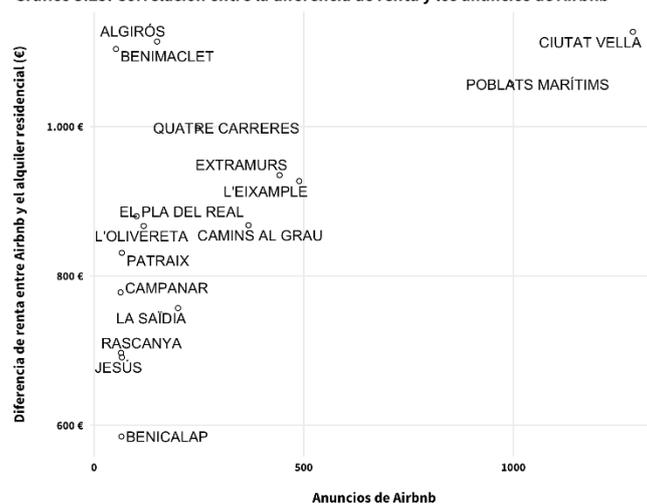


Elaboración propia. Fuente: Idealista e Inside Airbnb

### La diferencia de renta

La correlación entre *la distribución de los anuncios de Airbnb* y *la diferencia de renta* es moderada ( $r= 0.56$ ), lo que indica que el desarrollo de Airbnb en Valencia no depende exclusivamente de *la diferencia de renta*. En los distritos de Ciutat Vella y Poblats Marítims, que acumulan un 46.32% de todos los *anuncios de viviendas*, *la diferencia de renta* entre una vivienda en Airbnb frente al mercado residencial es muy elevada (más de 1.000€ en ambos casos). En cambio, hay distritos como Algirós y Benimaclet donde *la diferencia de renta* es muy elevada pero la oferta de Airbnb es insignificante. De esta manera, *la diferencia de renta* es una condición suficiente pero no necesaria para el desarrollo de Airbnb.

Gráfico 3.25: Correlación entre la diferencia de renta y los anuncios de Airbnb

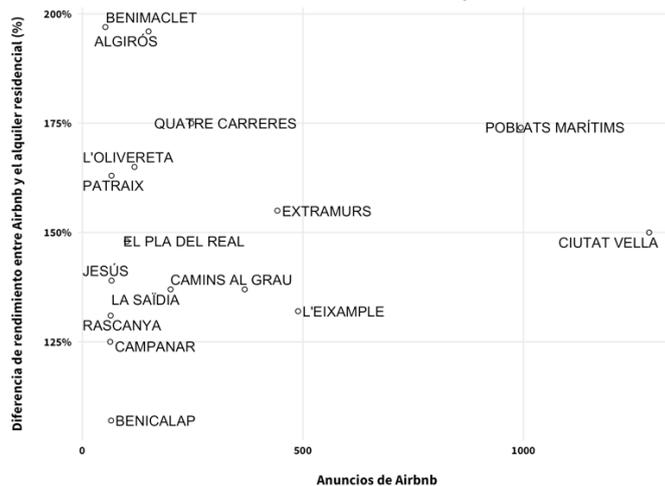


Elaboración propia. Fuente: Idealista, Inside Airbnb, Airdna e INE

### La diferencia de rendimiento entre Airbnb y el mercado residencial

La *diferencia de rendimiento* entre una vivienda en Airbnb y una vivienda en el mercado residencial no se correlaciona con *la distribución de los anuncios de Airbnb* ( $r= 0.09$ ). Los distritos de Algirós o Benimaclet, con una *diferencia de rendimiento* muy elevada, tienen una oferta de Airbnb muy reducida. Este hecho parece contradictorio, pero **evidencia que Airbnb no funciona como un mercado propio, sino como un apéndice del mercado inmobiliario.**

**Gráfico 3.26: Correlación entre la diferencia de rendimiento y los anuncios de Airbnb**



Elaboración propia. Fuente: Idealista, Inside Airbnb, Airdna e INE

### 3.3. ¿POR QUÉ AIRBNB CRECE EN CIUTAT VELLA Y POBLATS MARÍTIMS, Y NO EN ALGIROS Y BENIMACLET?

Los distritos de Ciutat Vella y Poblets Marítims concentran casi el 50% de los *anuncios de viviendas* en Airbnb de todo Valencia. En cambio, en Algirós y Benimaclet estos solo representan el 4.11%. Según la teoría de la diferencia de renta, estos deberían ser los distritos con más anuncios de Airbnb. Los resultados reflejan que sí es el caso de Ciutat Vella y Poblets Marítims, pero no de Algirós y Benimaclet. En este apartado se analizan las similitudes y diferencias entre los dos grupos de distritos, para comprender los factores que explican el desarrollo de Airbnb en determinadas zonas de la ciudad y no en otras.

#### *Elementos en común*

Son los cuatro distritos donde:

- \* las *viviendas* generan más ingresos a través de Airbnb (en términos absolutos).
- \* *la diferencia de renta* entre alquilar una vivienda en Airbnb o alquilarla en el mercado residencial es mayor.

Desde una perspectiva exclusivamente económica, Airbnb se debería estar desarrollando en estos cuatro distritos, debido a que son los distritos en los que más aumentan las rentas inmobiliarias a través de la plataforma.

## Elementos diferentes

Se observan dos diferencias principales:

\* Benimaclet y Algirós son los distritos de Valencia donde *la diferencia de rendimiento* entre los pisos turísticos y el mercado residencial es mayor (197% y 196% respectivamente). En cambio, Poblats Marítims tiene una *diferencia de rendimiento* elevada (la cuarta de la ciudad, 174%), pero Ciutat Vella tiene una *diferencia de rendimiento* media (150%), habiendo siete distritos con una diferencia de rendimiento mayor.

\* Ciutat Vella es el distrito con los alquileres más elevados y Poblats Marítims el quinto. En cambio, Algirós y Benimaclet tienen precios medios, siendo los distritos noveno y décimo en términos de alquileres más elevados. En 2013 Ciutat Vella ya tenía los alquileres más elevados de la ciudad (7.2 €/m<sup>2</sup>). En cambio, los alquileres en Benimaclet y Algirós (5.9 €/m<sup>2</sup>) eran superiores a los alquileres en Poblats Marítims (5.7 €/m<sup>2</sup>).

Con estos datos y manteniendo el resto de variables constantes, el desarrollo de Airbnb en Valencia debería ser mayor en Benimaclet y Algirós que en Ciutat Vella y Poblats Marítims, dado que en los cuatro distritos Airbnb produce elevados ingresos y tiene un diferencial de renta significativo. En cambio, el rendimiento de convertir viviendas en pisos para turistas es superior en Benimaclet y Algirós. Por lo tanto, **el negocio extraer viviendas del mercado del alquiler para convertirlas en pisos turísticos tiene un rendimiento mayor en Benimaclet y Algirós que en ningún otro distrito de la ciudad**. Pero los datos reflejan que esto no está sucediendo. Airbnb apenas se ha desarrollado en estos distritos, que solo acumulan el 4.11% de los *anuncios de viviendas*, frente al 46.32% de los *anuncios de viviendas* que acumulan Ciutat Vella y Poblats Marítims.

Por el contrario, con los datos disponibles y analizados en este informe, se plantea una explicación alternativa. En ese sentido, se sugiere que el desarrollo de Airbnb en Valencia se articula sobre tres elementos:

**1. Airbnb no funciona como un mercado propio, sino como anexo del mercado inmobiliario.** En Valencia Airbnb no se ha expandido en relación al mayor rendimiento que genera un piso turístico en relación a una vivienda en el mercado del alquiler, sino según la capacidad que tienen los pisos turísticos de generar rentas inmobiliarias y de aumentar las rentas inmobiliarias en relación al mercado del alquiler.

2. El aumento de las rentas inmobiliarias tampoco explica de por sí el desarrollo de Airbnb, puesto que el aumento de las rentas inmobiliarias es una condición necesaria pero no suficiente para el desarrollo de Airbnb.

**3. La demanda turística es lo que hace que el potencial de renta se explote y se transforme en mayores rentas inmobiliarias.** Por ello en los distritos no turísticos, un elevado diferencial de renta no se traduce en mayores rentas inmobiliarias ni en conversión de las viviendas en pisos turísticos.

Por lo tanto, en primer lugar se observa que Airbnb ha generado nuevas diferencias de renta en Valencia, lo que hace que las rentas inmobiliarias de la ciudad aumenten mediante la conversión de las viviendas en pisos para turistas. En segundo lugar, el turismo es el factor que hace que las diferencias de renta se exploten y realicen. Así se observa que Airbnb en Valencia se ha convertido en un medio de aumentar las rentas inmobiliarias a través del turismo.

Tomemos el caso de Ciutat Vella. Se trata del distrito de Valencia con más anuncios de Airbnb, con los precios de los alquileres más elevados y donde las viviendas turísticas generan más ingresos. Además, también es el distrito con el diferencial de renta más elevado. Por lo tanto, desde la teoría de la diferencia de renta, en Ciutat Vella la diferencia de renta ya se está explotando y aun así el potencial de renta sigue siendo el más elevado de todo Valencia, lo que significa que se puede explotar aún más. Desde esta perspectiva, el proceso de transformación de viviendas en alojamientos turísticos ya está ocurriendo, pero además debería seguir creciendo en Ciutat Vella más que en cualquier otro distrito de la ciudad. Con un diferencial de renta tan elevado, los propietarios de vivienda de Ciutat Vella aún pueden obtener muchos más ingresos por medio de convertir sus viviendas en pisos turísticos (sobre todo con las viviendas de una habitación o los estudios, como se vio con anterioridad). Pero es improbable que este proceso se culmine, por múltiples razones. En primer lugar, porque según se vaya cerrando el diferencial de renta en Ciutat Vella, mayor será el diferencial de renta relativo en otros distritos. En segundo lugar, porque el efecto turistificador sería tan elevado que difícilmente podría ser asumible en términos políticos y sociales.

Todo ello se debe principalmente a que en Ciutat Vella Airbnb ya está teniendo un fuerte impacto en los precios de los alquileres y en el parque de vivienda en alquiler. Los datos muestran que la presión de Airbnb sobre los precios de los alquileres es muy elevada, principalmente por el fuerte diferencial de renta entre alquilar una vivienda en Airbnb y alquilarla en el mercado residencial. Por eso los anfitriones más comerciales y profesionalizados (los que tienen más de 20 anuncios) se han especializado en este distrito. Los datos

también reflejan que los *anuncios de viviendas* en Airbnb en este distrito ya representan el 39.6% del parque de vivienda en alquiler y que es imposible que la mayoría de estos anuncios provengan del parque de vivienda vacía o de segundas residencias. Por el contrario, es probable que la gran mayoría se hayan extraído del mercado residencial, y se ha estimado que es probable que en este distrito en torno a un mínimo de 905 viviendas residenciales se hayan transformado en pisos turísticos. Este proceso reduce la oferta de vivienda en el distrito, aumenta los precios y también incrementa las expectativas de los inversores (lo que atrae más inversiones que también presionan los precios al alza); además de generar expulsiones y desplazamientos de la población (Cocola-Gant, 2016).

Frente a la oportunidad de mercado que existe en Ciutat Vella para seguir convirtiendo viviendas residenciales en pisos turísticos, es probable que los factores sociales y políticos detengan este crecimiento<sup>40</sup>. Se trata de un distrito muy turistificado donde el proceso de conversión de viviendas en pisos turísticos aumenta la turistificación, lo que genera malestar y rechazo social<sup>41</sup>. Estos conflictos ya han hecho que en algunas ciudades se elaboren normativas que prohíben o limitan esta actividad en algunas áreas<sup>42</sup>. Asimismo, al estar las inversiones inmobiliarias determinadas por las expectativas de revalorización del inmueble, los inversores y los propietarios de vivienda se enfrentan a esta contradicción: invertir en vivienda para convertirla en un piso turístico en un distrito donde Airbnb aumenta las rentas inmobiliarias más que en ningún otro distrito gracias al turismo, pero donde el propio éxito del modelo y la expansión del turismo y de Airbnb pueden generar una situación de malestar social y saturación que hagan que este proceso se frene o revierta desde una perspectiva social o política.

De esta manera, también es probable que los inversores opten por distritos con elevadas oportunidades económicas, pero con menores riesgos fruto de la saturación. La saturación de Ciutat Vella o incluso de Poblats Marítims (que sufre el mismo proceso, pero con menor intensidad) es probable que distribuya el crecimiento de Airbnb hacia otras zonas de la ciudad, como Extramurs o L'Eixample. La razón es que en Valencia:

---

<sup>40</sup> Una vez se supere la crisis sanitaria asociada a la Covid-19 del primer semestre de 2020 (ver Kruihof y Sánchez, 2020).

<sup>41</sup> Sobre los conflictos urbanos en torno a la turistificación, ver: (Mansilla, 2019a, 2019b; Colomb & Novy, 2016).

<sup>42</sup> En la ciudad de Madrid más del 50% de los anuncios de Airbnb se concentran en el distrito Centro (Gil y Sequera, 2020), lo que ha hecho que el Ayuntamiento prohíba de facto la mayoría de los *anuncios de viviendas* en el distrito (y los alrededores), al exigir que las viviendas turísticas necesiten tener acceso independiente.

- i. Hay distritos donde el diferencial de renta se está explotando, pero sigue abierto, lo que brinda oportunidades para que Airbnb siga creciendo en los distritos donde ya se ha establecido.
- ii. Hay zonas con elevado diferencial de renta, pero poca oferta de Airbnb.
- iii. Hay zonas con elevado diferencial de renta y una oferta insignificante de Airbnb.

Los resultados evidencian que actualmente el proceso de convertir viviendas en pisos turísticos aumenta las rentas inmobiliarias considerablemente en muchas zonas de la ciudad. Desde una perspectiva exclusivamente económica, es posible que Airbnb se pueda desarrollar por la mayoría de distritos de la ciudad, debido a que las rentas que produce Airbnb son muy superiores a las rentas que genera una vivienda en alquiler. El efecto principal es que se reduce la oferta de vivienda y suben los precios de los alquileres. Este proceso también puede encontrar barreras políticas y sociales que lo frenen, reviertan o que incluso lo prohíban.

## IV. CONCLUSIONES

---

Durante la última década toda una serie de autores, instituciones y actores económicos han defendido que las plataformas digitales de economía colaborativa van a cambiar nuestras sociedades por completo (Benkler, 2015; Botsman & Rogers, 2010; Rifkin, 2014; World Economic Forum, 2016). Para algunos estamos ante un cambio civilizatorio, que va a transformar la forma en que vivimos, trabajamos, consumimos y organizamos nuestros sistemas productivos y económicos. Con el paso de los años parece que gran parte de las supuestas transformaciones que dichas tecnologías iban a impulsar no se están cumpliendo y por el contrario están causando diversos efectos negativos. De hecho, cada vez es más frecuente que se señale que estas plataformas producen nuevas formas de explotación, de precariedad laboral, de trabajo no remunerado, de externalización de la fuerza productiva, de pérdida de derechos sociales y de otros efectos sociales negativos (Gil, 2010, 2017; Srnicek, 2017; Cancela, 2019; Scholz, 2016; Degryse, 2016; De Rivera, 2017; Fernández-Trujillo, 2020; Ravenelle, 2017, 2019; Hill, 2015; Slee, 2016).

Este informe ha analizado el caso de Airbnb, una de las empresas de “economía colaborativa” más grandes del mundo en el ámbito del hospedaje turístico. El objetivo del estudio era investigar cómo se había desarrollado esta plataforma en la ciudad de Valencia. Los resultados del informe muestran que no se puede hablar de Airbnb en la ciudad de Valencia como de una empresa de economía colaborativa. Se ha visto que el tamaño de la actividad económica que se articula sobre la plataforma y cumple los principios de las economías colaborativas, es completamente insignificante. Por el contrario, gran parte de la actividad en la plataforma responde a formas de economía tradicional que se estructuran sobre un nuevo medio digital. Esto se debe a que el mercado de Airbnb en Valencia está dominado por personas y empresas que se dedican de manera profesional al negocio del alquiler de viviendas como pisos turísticos. El resultado es que la oferta de Airbnb en Valencia se caracteriza por estar dominada por *anuncios de viviendas enteras* (frente al alquiler de *habitaciones propio del home sharing*), *anuncios con impacto*, *anuncios de multigestores* y *anuncios comerciales*. También se observa que los anfitriones que acumulan multitud de anuncios (más de seis), tienen una presencia en el mercado muy significativa, lo que es un indicador de un fuerte grado de profesionalización en este negocio.

La forma en que se configura Airbnb en Valencia hace que los efectos positivos de las economías colaborativas no se desarrollen, y por el contrario surjan múltiples efectos negativos. Principalmente porque este modelo favorece la turistificación de determinadas zonas de la ciudad. Los anuncios de hospedaje no se distribuyen de manera equitativa por todo el territorio, sino que se concentran en las zonas turísticas de

Valencia. Por lo tanto, este modelo de hospedaje, más que redistribuir el turismo por toda la ciudad lo que hace es intensificarlo en las zonas turísticas. También se observa que los actores más profesionalizados en el alquiler de viviendas como pisos turísticos a través de Airbnb, se han especializado y operan fundamentalmente en las zonas turísticas de la ciudad. Por eso en estas áreas hay una sobrerrepresentación de *anuncios de viviendas*, de *anuncios comerciales*, de *anuncios de multigestores* y de *anuncios con impacto*; y *los anfitriones con más de seis anuncios* (los más profesionalizados) también están sobrerrepresentados en estas zonas. El resultado de este modelo es que Airbnb se convierte en un medio turistificador de las áreas turísticas de la ciudad.

Otro efecto de la forma en que se configura Airbnb en Valencia es que la mayor parte de los ingresos que se producen a través de la plataforma se concentran en muy pocos actores. Frente a los discursos y las posibilidades que las economías colaborativas facilitan para obtener ingresos extra o impulsar procesos productivos que tengan efectos redistributivos, en el informe se ha observado que un 10% de los anfitriones perciben más de la mitad de los ingresos que genera Airbnb en Valencia. Se trata de personas y empresas especializadas en el alquiler profesional de pisos turísticos. Los anuncios que más ingresos producen son principalmente *anuncios de viviendas*, *anuncios comerciales*, *anuncios con impacto* y *anuncios de multigestores*. Por lo tanto, la actividad de estos anfitriones es la que más externalidades negativas produce. Por todo ello Airbnb en Valencia no funciona como un medio de redistribución económica. Más bien se trata de una plataforma donde los ingresos se distribuyen de manera muy desigual y donde las formas más profesionalizadas de realizar la actividad son las que más ingresos producen. En ese sentido, los ingresos están principalmente determinados por las posibilidades que tienen los anfitriones para alquilar *viviendas* de un modo profesional en la plataforma.

Al estar ante un modelo de hospedaje profesionalizado y comercial, el crecimiento de Airbnb en Valencia no depende de los factores propios del *home sharing* -como el compartir, conocer a personas de otras ciudades, desarrollar relaciones afectivas o de amistad, ni de otros elementos sociales-. Por el contrario, lo que impulsa el desarrollo de Airbnb en Valencia es la capacidad de la plataforma para aumentar las rentas inmobiliarias de la ciudad a través del turismo. Es decir, lo que determina la expansión de Airbnb en Valencia son las posibilidades que genera la plataforma a propietarios e inversores inmobiliarios para incrementar los beneficios que producen sus activos a través de Airbnb, en relación al mercado del alquiler.

Las áreas turísticas de la ciudad son las zonas que concentran la mayor parte de los *anuncios de viviendas* de Airbnb, en las que más aumentan las rentas inmobiliarias a través de la plataforma, donde se han

especializado los anfitriones más profesionalizados y donde más beneficios genera el proceso de convertir viviendas residenciales en pisos para turistas. Para que estas rentas se puedan explotar, lo único que tienen que hacer los inversores y propietarios de vivienda es convertir sus activos en pisos turísticos. El resultado es que la población local es sustituida por turistas que están dispuestos a pagar precios más elevados por las mismas viviendas. La oferta de vivienda en alquiler se reduce, suben los precios de los alquileres y la población local se ve desplazada hacia zonas de la ciudad donde la presión turística es menor. Es un proceso que aumenta los beneficios del sector inmobiliario pero que produce efectos sociales negativos sobre la población. El distrito turístico de Ciudad Vella lidera este proceso, al ser el distrito que concentra más *anuncios de viviendas*, donde más beneficios se obtienen de convertir viviendas en pisos para turistas, donde más elevados son los precios de los alquileres y donde los *anuncios de viviendas* ya representan un 39.6% del parque de vivienda en alquiler.

El carácter empresarial y profesionalizado de Airbnb en Valencia es propio de la primera fase de desarrollo de Airbnb en la mayor parte de las ciudades del mundo. La plataforma genera oportunidades de negocio que hacen que diversos actores se lancen a Airbnb y se profesionalicen en el alquiler de viviendas como pisos turísticos. Pero estas formas de hospedar conllevan una serie de efectos negativos, lo que produce fuertes conflictos sociales. Esta situación ha hecho que grandes ciudades internacionales como San Francisco, Nueva York, Ámsterdam, París o Barcelona hayan aprobado regulaciones que prohíban o limiten ciertas formas de operar en estas plataformas. Destaca la legislación de la ciudad de San Francisco, pionera en este ámbito, que, tras un referéndum municipal y diversos procesos judiciales, aprobó una legislación que solo permitía formas de hospedaje p2p y prohibía el uso profesionalizado de la plataforma, además de exigir la colaboración de la plataforma para el control municipal de la actividad.

Los resultados de este informe muestran que la ciudad de Valencia se enfrenta al mismo reto que el resto de las ciudades globales. Actualmente se encuentra en una fase preliminar, ya superada por otras, en la que el modelo de hospedaje se constituye como un agente dinamizador del mercado inmobiliario, lo que supone un incremento de rentas para algunos actores y el fomento de cierta actividad económica asociada al turismo, pero que hace que surjan múltiples conflictos sociales en relación al modelo y futuro de la ciudad (Mansilla, 2019a, 2019b; Colomb & Novy, 2016). Uno de ellos, nada desdeñable, el relativo a la escasez y carestía del acceso a la vivienda para los vecinos de la propia ciudad. Ahora la ciudad se enfrenta al reto de decidir si seguir dando continuidad a este modelo, o limitar el uso de estas plataformas a aquellas formas que cumplan los principios de las economías colaborativas y que no permitan que las viviendas se conviertan en pisos para turistas. Regulaciones a las que se suele oponer el sector inmobiliario y algunos actores de la industria del turismo, además de las propias plataformas, pero que suelen contar con el apoyo de asociaciones

vecinales, organizaciones sociales y colectivos por el derecho a la ciudad. Una situación también compleja debida a la división de competencias entre las distintas administraciones. Un reto apremiante al que todas las ciudades contemporáneas se están teniendo que enfrentar.

## V. EL FUTURO DE LOS PISOS TURÍSTICOS TRAS LA PANDEMIA DEL COVID-19

---

El turismo es uno de los sectores más afectados por la crisis económica surgida tras la pandemia del Covid-19. El negocio de los pisos turísticos, uno de los mercados de la industria que más había crecido durante la última década, se ha desplomado nada más comenzar la pandemia (Plaza & Ordaz, 2020).

En este informe se ha visto que la oferta de hospedaje en Airbnb en Valencia se compone principalmente de viviendas que se alquilan todo el año como pisos turísticos. Actualmente, estos pisos turísticos están dejando de producir beneficios debido a la nueva crisis del turismo, lo que hace que sus propietarios tengan que decidir el uso que van a dar a esas viviendas en el futuro. Ya se observa que ha comenzado un proceso inverso al que venía desarrollándose durante los últimos años, y algunas de las viviendas que habían sido convertidas en pisos turísticos, ahora comienzan a anunciarse en el mercado residencial (Aranda & Catà, 2020; Barwick, 2020; Ginés, 2020; Loizos, 2020; Lospitao, 2020; Otto, 2020; Puente, 2020; S., 2020; Sherman, 2020; Ventiera, 2020). En Valencia, una investigación muestra que de todas las viviendas en alquiler anunciadas en un portal inmobiliario, en torno al 20% respondían a anuncios de estancias temporales y probablemente se trataba de pisos turísticos (Kruithof & Sánchez, 2020).

Hasta el momento se observan tres reacciones por parte de los propietarios de pisos turísticos: los que deciden alquilar la vivienda en el mercado residencial, los que deciden alquilar la vivienda en el mercado residencial, pero con alquileres de duración media (para poder alquilarlos en Airbnb cuando acabe la crisis) y los que deciden mantener la vivienda como piso turístico, aunque no estén obteniendo ingresos en este momento.

En este apartado se plantea que los siguientes cinco factores son los que principalmente van a determinar que los propietarios de pisos turísticos comiencen a alquilar esas viviendas en el mercado de alquiler residencial:

### *1. Las expectativas sobre la recuperación del turismo*

Los propietarios que esperan que el turismo y el negocio de los pisos turísticos se recupere pronto, serán más proclives a mantener las viviendas en Airbnb, aunque no obtengan ingresos durante unos meses. Los que consideren que el negocio se verá afectado durante un largo periodo, serán los primeros en convertir los pisos turísticos en alquileres residenciales.

### *2. Las rentas del mercado residencial*

Si la diferencia de renta entre una vivienda en Airbnb y una vivienda en el mercado residencial es un elemento fundamental para que los multipropietarios conviertan viviendas en pisos turísticos, ahora

sucede lo contrario. Cuanto mayor sea la diferencia de renta entre ambos mercados, mayor será la reticencia de los propietarios a alquilar la vivienda a un inquilino con un contrato de larga duración. En los sitios donde la diferencia de renta se había cerrado fruto de la subida de los precios de los alquileres, será más fácil que las viviendas vuelvan al mercado residencial. En el informe se ha visto que antes de la pandemia la diferencia de renta en todos los distritos de Valencia era muy elevada (en algunos incluso superando los 22.000€ al año). Esta elevada diferencia de renta es una barrera importante para que los pisos turísticos se comiencen a alquilar de nuevo en el mercado residencial.

### *3. Las expectativas de los propietarios sobre el futuro uso de la vivienda*

Las expectativas que los propietarios tengan sobre el futuro uso que quieran hacer de sus viviendas, también influye en el uso que hagan de las mismas durante los próximos meses. Los propietarios cuyo objetivo sea vender la vivienda a corto o medio plazo (durante los próximos años), serán más reticentes a alquilar la vivienda en el mercado residencial. Por el contrario, aquellos propietarios que quieren mantener la vivienda en propiedad a largo plazo como parte de su patrimonio y como inversión, serán más susceptibles de alquilar la vivienda en el mercado residencial y de recuperar el rendimiento lo antes posible (aunque el rendimiento de la vivienda sea menor que cuando la alquilaban como piso turístico).

### *4. Las leyes de arrendamiento urbano*

Las leyes de arrendamiento urbano también influyen en los procesos de conversión de vivienda residencial en pisos turísticos. Cuanto más garantistas sean, por ejemplo, en relación a la duración de los contratos de alquiler, mayor será la reticencia a alquilar la vivienda en el mercado residencial. Esto se debe, entre otras razones, a los límites que estas leyes ponen a los propietarios para el usufructo de la vivienda (que lo vayan a necesitar en un futuro para un familiar, que quieran venderla, etc).

### *5. La liquidez de los propietarios*

El tiempo que puedan aguantar los propietarios de pisos turísticos sin que estos les generen ingresos, estará muy determinado por la liquidez de que dispongan. Los propietarios con mayor liquidez y menos dependencia inmediata del ingreso que les proporcionan sus pisos turísticos, podrán aguantar más tiempo con el negocio parado y las viviendas vacías. Por el contrario, los propietarios e inversores que necesiten el ingreso y no cuenten con liquidez suficiente para enfrentarse a la crisis, se verán forzados a alquilar de manera inmediata las viviendas en el mercado residencial. En ese sentido, los inversores que tengan

hipotecas asociadas al piso turístico serán los más afectados, tanto los que tienen un piso turístico como los que tienen 15. La crisis hace que estos inversores no puedan pagar las hipotecas contraídas y se vean obligados a alquilar los pisos turísticos como vivienda residencial (ante la amenaza de que puedan caer en impago hipotecario).

El efecto más inmediato será que aumente la oferta de vivienda residencial, lo que también influirá en los precios de los alquileres y de la vivienda<sup>43</sup>. A medio plazo, la propia caída de los precios y de las inversiones en el sector inmobiliario, también hará que las inversiones destinadas a adquirir viviendas para convertirlas en pisos turísticos se detengan. En definitiva, los factores que llevan años haciendo que viviendas residenciales se conviertan en pisos turísticos, son los mismos que ahora generan el proceso inverso.

Esto no significa que estemos ante el final del negocio de los pisos turísticos; estos efectos durarán lo que dure la crisis. En cuanto comience la recuperación del turismo y del sector inmobiliario, se volverá a abrir un nuevo diferencial de renta entre alquilar una vivienda en el mercado residencial y alquilarla en Airbnb. En ese momento resurgirá el negocio de los pisos turísticos, porque se volverán a dar las condiciones de mercado que han impulsado este negocio durante los últimos años.

La recuperación del turismo pasada la crisis puede suponer el inicio de un nuevo ciclo de conversión de vivienda residencial en pisos turísticos. Si algo caracteriza a los procesos especulativos que se han desarrollado durante los últimos años a través de Airbnb en relación a los procesos de gentrificación clásicos, es la facilidad con la que aumentan las rentas inmobiliarias a través de la plataforma: basta con no renovar el contrato de alquiler a los inquilinos y anunciar la vivienda en Airbnb, sin ni siquiera tener que invertir en la vivienda (Wachsmuth et al., 2018). Este ha sido el motivo principal que ha hecho que los procesos de airbnbización del mercado residencial hayan sido tan rápidos y profundos. En muchos casos, la respuesta por parte de la administración ha llegado tarde o ni si quiera ha llegado. En otros casos, cuando se ha intentado regular, el fenómeno ya se había consolidado y era muy complicado dar marcha atrás<sup>44</sup>.

---

<sup>43</sup>A lo que hay que sumarle la propia caída de los precios que la crisis está produciendo en el sector inmobiliario.

<sup>44</sup>El caso de Barcelona es muy ilustrativo. El Ayuntamiento de Barcelona ha sido a nivel internacional de los que más han hecho por prohibir los procesos de transformación de vivienda residencial en pisos turísticos. En algunas zonas de la ciudad han prohibido este proceso y han conseguido que se cumpla la normativa mediante el control del mercado y la sanción a los infractores. Pero se trata de normativas que llegan tarde. Cuando se aprueba esta normativa en Barcelona ya existen casi 10.000 pisos turísticos que operan con licencia y que no cumplen los principios de las economías

Ahora que el negocio de los pisos turísticos ha entrado en crisis y observamos que muchos se vuelven a alquilar en el mercado residencial, los ayuntamientos tienen una nueva oportunidad para comenzar de cero, regular y decidir el rol que deben cumplir plataformas como Airbnb en sus ciudades<sup>45</sup>. Un debate que va más allá de Airbnb y que aborda cuestiones como la función que deben tener en nuestras ciudades las viviendas y el turismo.

---

colaborativas, aunque se anuncien en plataformas como Airbnb, se trata de viviendas que se podrían alquilar en el mercado residencial.

<sup>45</sup>Ciudades como París y Barcelona ya están trabajando en esta dirección (Burgen, Henley, et al., 2020).

## VI. METODOLOGÍA

---

Para realizar los análisis<sup>46</sup> se han usado las bases de datos de Inside Airbnb. Esta plataforma es un referente en la obtención de datos de Airbnb por medio de *web scraping*<sup>47</sup> y en las investigaciones sobre Airbnb (Gil & Sequera, 2020, 2019; Alsudais, 2017; Barron et al., 2017; 2015; Cansoy & Schor, 2016; Dudás, Vida, Kovalcsik, & Boros, 2017; Gurrán & Phibbs, 2017; Gutierrez, Garcia-Palomares, Romanillos, & Salas-Olmedo, 2016; Kakar, Franco, Voelz, & Wu, 2016; Ma, Hancock, Mingjie, & Naaman, 2017; Quattrone et al., 2016; Red2Red, 2017; Tussyadiah, 2016; Wegmann & Jiao, 2017; Yrigoy, 2018).

La plataforma comenzó a incluir datos de la ciudad de Valencia en febrero de 2019. Para realizar este informe se han utilizado los datos tratados del scrap realizado el 31 de julio de 2019<sup>48</sup> (eran los últimos datos disponibles cuando se comenzó a realizar el informe).

A continuación se añaden apuntes metodológicos en relación a algunas variables del informe.

### Disponibilidad

La variable *disponibilidad* indica los días al año que una vivienda se anuncia en Airbnb. Pero se trata de una cifra conservadora. Esto se debe a dos factores. En primer lugar, porque los días que un anfitrión ya tiene reservada la vivienda con los huéspedes, no aparecen como disponibles en el calendario, sino como días que no se alquila la vivienda. En segundo lugar, muchos anfitriones no tienen el calendario marcado todo el año como disponible, aunque sí alquilan la vivienda todo el año. Estos prefieren funcionar con plazos medios (por ejemplo, de seis meses o incluso menos). Por todo ello, en muchos casos, los días al año que una vivienda se alquila en Airbnb son más días al año de lo que indica la variable *disponibilidad*.

---

<sup>46</sup> Para todo el informe se ha utilizado el programa RStudio, excepto para los mapas, que se ha utilizado DataWrapper.

<sup>47</sup> Para saber más sobre esta técnica de obtención de datos ver:  
[https://es.wikipedia.org/wiki/Web\\_scraping](https://es.wikipedia.org/wiki/Web_scraping)

<sup>48</sup> Los datos se pueden obtener en el siguiente enlace:  
<http://data.insideairbnb.com/spain/vc/valencia/2019-07-31/data/listings.csv.gz>

## Tipos de anfitriones

La tipología de anfitriones se ha tomado de una investigación previa (Gil, 2019). En este informe se ha representado dicha tipología en términos estadísticos. Para ello, cada tipo de anfitrión se ha estipulado de la siguiente manera:

*Anfitriones esporádicos*: los que anuncian viviendas o habitaciones durante un máximo de 30 días al año.

*Anfitriones permanentes*: Los que anuncian una habitación (sin importar los días al año), y los que alquilan una vivienda más de 30 días al año, pero durante un máximo de 120 días.

*Anfitriones B&B y hoteles fantasma*: los que anuncian dos o más *habitaciones*. Ambas categorías se han agrupado porque los datos no permiten distinguir si el anfitrión convive en la vivienda con los huéspedes (*anfitriones B&B*) o los huéspedes solo conviven con otros huéspedes (*hoteles fantasma*).

*Anfitriones profesionales e inversores*: los que alquilan dos o más *viviendas*. Ambas categorías se han agrupado porque los datos no permiten distinguir si el anfitrión es el propietario de la vivienda que se alquila de forma permanente en Airbnb (*anfitrión inversor*), o si se trata de una persona o empresa que gestiona viviendas que se alquilan en Airbnb pero no son de su propiedad (*anfitrión profesional*).

## Nivel de ocupación

Inside Airbnb no incluye la variable *tasa de ocupación*, por lo que esta variable se ha tomado de la base de datos de Airdna. Para el resto del informe no se ha recurrido a los datos de Airdna por cuestión de presupuesto, debido a que los datos de Inside Airbnb son públicos y los de Airdna de pago. Para el informe se ha tomado la tasa de ocupación que ofrece Airdna y se ha aplicado a los anuncios de la base de datos de Inside Airbnb por distrito.

## Ingresos

Los ingresos se han calculado multiplicando los días al año que el anfitrión tiene marcado su anuncio como disponible en el calendario de Airbnb, por la tasa de ocupación y el precio del anuncio. Se trata de una cifra conservadora, debido a que el anuncio está más días al año disponible que lo que aparece en el scrap (como se explicó con anterioridad).

## Precios de los alquileres y de la vivienda

Para los precios de los alquileres y de la vivienda se han utilizado los datos facilitados por el portal inmobiliario Idealista. Los datos no incluyen los distritos de Poblats de l'Oest, Poblats del Nord y Poblats del Sud, y los datos del año 2019 no incluyen los meses de noviembre y diciembre (los datos se recibieron en el mes de octubre).

## Datos del parque inmobiliario

Los datos del parque inmobiliario de Valencia -*parque de vivienda, primeras residencias, segundas residencias, vivienda vacía y parque de vivienda en alquiler*-, son los datos oficiales del Instituto Nacional de Estadística y se han obtenido en la página del Ayuntamiento de Valencia (2019).

## Diferencia de renta y diferencia de rendimiento entre Airbnb y el mercado residencial

Para calcular la *diferencia de renta* y la *diferencia de rendimiento*, se ha estipulado que las viviendas<sup>49</sup> tienen de media 70 m<sup>2</sup>. Por lo tanto, la *diferencia de la renta* y la *diferencia de rendimiento* será menor en el caso de las viviendas que tengan más de 70 m<sup>2</sup> y superior en las viviendas de menos de 70 m<sup>2</sup>. Esto hace que estos resultados sean conservadores por el propio tamaño de las viviendas que se anuncian en Airbnb en Valencia: un 91.09% tienen tres o menos habitaciones, un 64.99% tienen dos o menos habitaciones y un 29.59% tienen una o menos habitaciones. Además, el ingreso estipulado para Airbnb también es un dato conservador. Esto se debe a que se calcula partiendo de los días al año que los anuncios figuran como disponibles en la plataforma, lo que hace que el valor representando sea menor del valor real (como se explicó con anterioridad). También se ha reducido el ingreso estipulado para cada anuncio un 20%, que se han interpretado como costes de gestión. En muchos casos no existen dichos costes, porque son tareas que realiza la propia persona. En definitiva, se han tomado estas decisiones para que el resultado de la *diferencia de renta* y de la *diferencia de rendimiento*, sea lo más conservador posible.

---

<sup>49</sup> Por lo general se estipula que un estudio tiene 30 m<sup>2</sup>, a los que se le añaden 12 m<sup>2</sup> por habitación más un 15% de espacios comunes. De esta manera una vivienda de tres habitaciones tendría unos 76 m<sup>2</sup>.

## Anexos de los análisis de correlación

Todos los coeficientes de correlación del informe responden a análisis de coeficientes de correlación de Pearson. El objetivo de estos análisis es identificar el grado de asociación entre dos variables. En la mayoría de casos que se ha empleado esta técnica en el informe, ha sido para observar en qué grado el crecimiento de Airbnb<sup>50</sup> ha sido proporcional a la evolución del mercado inmobiliario<sup>51</sup>. En ese sentido, cabe hacer algunos apuntes.

Los análisis de correlación no indican causalidad, sino asociación. Lo que estas correlaciones señalan es que hay una asociación positiva entre Airbnb y el mercado inmobiliario, pero no que Airbnb sea la causa de la evolución del mercado inmobiliario. Como se ha señalado en el informe, Airbnb es uno de los factores que inciden en la subida de los precios de los alquileres y en la oferta de vivienda residencial, pero no la única.

Lo que sí se observa con claridad es que Airbnb no crece al margen del sector inmobiliario, sino que crece en un contexto de revalorización del sector inmobiliario y de subida de los precios de los alquileres. Esto se debe, como se concluye en el informe, a que Airbnb no funciona como un mercado propio sino como un apéndice del sector inmobiliario, que aumenta las rentas inmobiliarias y la rentabilidad de las inversiones en vivienda, como señalan investigaciones previas (Gil, 2019; Cocola-Gant & Gago, 2019). Estos resultados también nos permiten plantear que en un contexto de devaluación del parque inmobiliario Airbnb no crecería al mismo ritmo, porque precisamente la causa principal de su crecimiento es la propia revalorización del parque inmobiliario.

Otro elemento a señalar es que casi el 50% de los *anuncios de viviendas* en Airbnb se concentran en dos distintos. Eso hace que la asociación entre Airbnb y el mercado inmobiliario a nivel de ciudad parezca más débil de lo que es (si nos centramos en exclusiva en los resultados de los coeficientes), al no recoger el fuerte impacto que tiene en los distritos donde se concentra gran parte de la actividad. Por eso en el informe también se han hecho otro tipo de análisis, como estudiar la relación entre *los anuncios de viviendas y el parque de vivienda en alquiler*, que si bien no permite determinar el impacto de Airbnb sobre los precios, sí que evidencian el fuerte efecto que Airbnb tiene sobre la oferta de vivienda en alquiler en determinadas zonas, lo

---

<sup>50</sup> La distribución territorial de los *anuncios de Airbnb por distrito*, pero también de *los anuncios con impacto*, de *los anuncios de multigestores*, etc.

<sup>51</sup> Los precios de los alquileres, los precios de la vivienda, la subida de los alquileres, la diferencia de renta, etc.

que incide en los precios de los alquileres (como en Ciutat Vella, donde estos anuncios representan el 39.6% del parque de vivienda en alquiler, lo que genera muchísima presión sobre los precios, sobre todo porque existe un diferencial de renta entre Airbnb y el mercado residencial muy elevado, como también se ha visto). En ese sentido, cabe plantear que para analizar el impacto de Airbnb en el mercado inmobiliario con mayor profundidad, se puede analizar el impacto que tiene en estos dos distritos y en el resto de la ciudad, utilizando otras técnicas, como se ha hecho en otros apartados del informe y en investigaciones en otras ciudades (Gil & Sequera, 2020). Asimismo, en la sexta nota metodológica de este apartado se muestran los coeficientes de correlación habiendo omitido los casos de Ciutat Vella y Pobles Marítims.

**Primera nota** (Gráficos 2.8, 2.9, 2.10 y 2.11).

**Tabla Anexo 1: Resultados de los análisis de correlación entre la distribución territorial de los anuncios de Airbnb y cuatro variables del informe.**

VARIABLES	COEFICIENTE DE CORRELACIÓN
Distribución por distritos de los anuncios de los <i>anfitriones con un único anuncio</i>	0.96
Distribución por distritos de los anuncios de los <i>anfitriones con entre dos y cinco anuncios</i>	0.99
Distribución por distritos de los anuncios de los <i>anfitriones con entre seis y 20 anuncios</i>	0.94
Distribución por distritos de los anuncios de los <i>anfitriones con más de 20 anuncios</i>	0.87

**Segunda nota** (Gràfics 2.38, 2.39 y 2.40).

**Tabla Anexo 2: Resultados de los análisis de correlación entre *los ingresos que se obtienen en Airbnb* y cuatro variables del informe.**

VARIABLE	COEFICIENTE DE CORRELACIÓN
El número de anuncios que tienen los anfitriones	0.88
El precio de los hospedajes	0.21
Los días al año que se anuncia el hospedaje	0.16

**Tercera nota** (Gràfics 3.3 y 3.4).

**Tabla Anexo 3: Resultados de los análisis de correlación entre *los anuncios de Airbnb* y los precios de los alquileres (de 2013 a 2019) y los precios de la vivienda (de 2015 a 2019).**

VARIABLE	COEFICIENTE DE CORRELACIÓN
Precio de los alquileres	0.98
Precio de las viviendas	0.93

**Cuarta nota** (Gràfics 3.20 y 3.21).

**Tabla Anexo 4: Resultados de los análisis de correlación entre *la diferencia de renta y la diferencia de rendimiento* entre Airbnb y el mercado residencial (la segunda correlación excluye el distrito de Ciutat Vella).**

VARIABLES	COEFICIENTE DE CORRELACIÓN
La diferencia de renta y la diferencia de rendimiento entre Airbnb y el mercado residencial	0.79
La diferencia de renta y la diferencia de rendimiento entre Airbnb y el mercado residencial (sin Ciutat Vella)	0.88

### **Quinta nota: la distribución de los anuncios de Airbnb por distritos**

Para analizar la relación entre Airbnb y: los precios de los alquileres, la subida de los precios de los alquileres, los precios de la vivienda, la diferencia de renta o la diferencia de rendimiento, etc; se ha utilizado *la distribución de los anuncios de Airbnb por distritos*.

Para analizar con mayor profundidad la relación entre el mercado inmobiliario y Airbnb, también se podrían realizar los análisis que se han realizado en este informe, pero no solo en relación al número de anuncios por distrito, sino también elaborando distintas medidas de densidad (número de anuncios en relación al parque de viviendas, el parque de vivienda en alquiler, las viviendas vacías y las primeras y segundas residencias). El objetivo sería observar posibles diferencias en los resultados.

A modo de prueba, se han repetido los análisis cuyos resultados se muestran en la Tabla 3.4 del informe, pero sustituyendo la variable *anuncios de Airbnb por distrito* (la que se usa en este informe) por una medida de densidad de Airbnb basada en el *número de anuncios de viviendas en Airbnb* en relación al *parque de viviendas en alquiler*. En este caso, los coeficientes de correlación entre ambas variables son muy similares, como se observa en la Tabla Anexo 5.

**Tabla Anexo 5: Resultados de los análisis de correlación entre *los anuncios de Airbnb por distrito* y *la densidad de anuncios de Airbnb*; y cinco variables del informe.**

VARIABLE	Anuncios de Airbnb por distrito (variable utilizada en el informe)	Densidad de anuncios de Airbnb en relación a al parque de viviendas en alquiler
Precio de los alquileres	0.77	0.77
Subida de los alquileres	0.52	0.48
Ingresos que genera una vivienda en Airbnb	0.7	0.71
Diferencia de renta entre alquilar una vivienda en Airbnb o en el mercado residencial	0.56	0.57
Rentabilidad de convertir una vivienda en un piso turístico	0.09	0.1

### Sexta nota: ¿Qué pasa cuando se elimina a Ciutat Vella y Poblats Marítims del análisis?

A lo largo del informe se ha señalado la fuerte presencia que Airbnb tiene en los distritos de Ciutat Vella y Poblats Marítims, lo que hace que el impacto de la plataforma en el mercado inmobiliario en estos distritos sea mayor que en el resto de la ciudad. A continuación se muestran los resultados de los análisis hechos con anterioridad, pero también se muestran los resultados de esos mismos análisis cuando se excluye a Ciutat Vella y Poblats Marítims del análisis.

**Tabla Anexo 6: Resultados de los análisis de correlación entre los precios de los alquileres y seis variables del informe.**

	COEFICIENTE DE CORRELACIÓN	COEFICIENTE DE CORRELACIÓN (sin Ciutat Vella ni Poblats Marítims)
<i>Anuncios de viviendas</i>	0.77	0.74
<i>Anuncios con impacto</i>	0.77	0.76
<i>Anuncios de multigestores</i>	0.79	0.75
Entre 2 y 5 anuncios	0.72	0.7
Entre 6 y 20 anuncios	0.78	0.67
Más de 20 anuncios	0.81	0.78

**Tabla Anexo 7: Resultados de los análisis de correlación entre los precios de la vivienda y seis variables del informe.**

VARIABLE	COEFICIENTE DE CORRELACIÓN	COEFICIENTE DE CORRELACIÓN (sin Ciutat Vella ni Poblats Marítims)
<i>Anuncios de viviendas</i>	0.49	0.57
<i>Anuncios con impacto</i>	0.51	0.59
<i>Anuncios de multigestores</i>	0.53	0.6
Entre 2 y 5 anuncios	0.43	0.48
Entre 6 y 20 anuncios	0.56	0.63
Más de 20 anuncios	0.6	0.68

**Tabla Anexo 8: Resultados de los análisis de correlación entre *la subida de los alquileres entre 2013 y 2019* y seis variables del informe.**

VARIABLE	COEFICIENTE DE CORRELACIÓN	COEFICIENTE DE CORRELACIÓN (sin Ciutat Vella ni Poblat Marítims)
<i>Anuncios de viviendas</i>	0.52	0.4
<i>Anuncios con impacto</i>	0.5	0.39
<i>Anuncios de multigestores</i>	0.47	0.36
Entre 2 y 5 anuncios	0.54	0.42
Entre 6 y 20 anuncios	0.36	0.08
Más de 20 anuncios	0.36	0.3

**Tabla Anexo 9: Resultados de los análisis de correlación entre *la distribución territorial de los anuncios de Airbnb* y cinco variables del informe.**

VARIABLE	COEFICIENTE DE CORRELACIÓN	COEFICIENTE DE CORRELACIÓN (sin Ciutat Vella ni Poblat Marítims)
Precio de los alquileres	0.77	0.74
Subida de los alquileres	0.52	0.4
Ingresos que genera una vivienda en Airbnb	0.7	0.51
Diferencia de renta entre alquilar una vivienda en Airbnb o en el mercado residencial	0.56	0.4
Diferencia de rendimiento entre alquilar una vivienda en Airbnb o en el mercado residencial	0.09	0.12

## VII. BIBLIOGRAFÍA

---

Airbnb Citizen. (s. f.-a). Los hogares compartidos: una solución que merece la pena explorar.

Ajuntament de València (2019), Estadísticas por Temas, Edificios y Viviendas.

<http://www.valencia.es/ayuntamiento/catalogo.nsf/IndiceAnuario?readForm&lang=1&capitulo=4&tema=3&bdOrigen=ayuntamiento/estadistica.nsf&idApoyo=58FB3C7A3D56E414C1257DD40057EB6C>

Alemany, A., & Colau, A. (2013). *Vidas hipotecadas: De la burbuja inmobiliaria al derecho a la vivienda*.

Cuadrilátero de libros.

Aranda, J. L., & Catà, J. (2020, marzo 17). Los alquileres turísticos se pasan al alquiler tradicional por el coronavirus. EL PAÍS. <https://elpais.com/economia/2020-03-17/los-alquileres-turisticos-se-pasan-al-alquiler-tradicional-por-el-coronavirus.html>

Ardura, Á., Lorente, I., Mohíno, I., & Ruiz, J. (2019). “No estamos tan mal como Barcelona”: Análisis de la proliferación y regulación de las viviendas de uso turístico en Madrid y Barcelona. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 83, 7.

Barron, K., Kung, E., & Proserpio, D. (2017). The Sharing Economy and Housing Affordability: Evidence from Airbnb.

Barwick, R. (2020). With Travel on Pause, Airbnb Looks to Long-Term Stays. Adweek.

<https://www.adweek.com/brand-marketing/with-travel-on-pause-airbnb-looks-to-long-term-stays/>

Benkler, Y. (2015). *La riqueza de las redes. Cómo la producción social transforma los mercados y la libertad*.

Icaria.

BJH Advisors. (2016). Short changing New York City. The impact of Airbnb on New York City’s housing market.

*Housing Conservation Coordinators Inc.*

Boix Palop, A. (2018). Economía colaborativa para el desarrollo local. En *La sostenibilidad socioeconómica de las ciudades: estudios jurídicos* (pp. 369-409). Tirant lo Blanch.

Boix Palop, A. (2018b). Estrategias regulatorias para la resolución de los conflictos de intereses generados por la proliferación del alojamiento de corta duración con intermediación digital, en De la Encarnación, A. (dir.); Boix Palop, A. (coord.) (2018): *La regulación del alojamiento colaborativo*, Aranzadi- Thomson Reuters.

- Botsman, R., & Rogers, R. (2010). *What's mine is yours: How collaborative consumption is changing the way we live*. Collins London; LFT.
- Burgen, S., Henley, J., & Carroll, R. (2020, mayo 9). Airbnb slump means Europe's cities can return to residents, say officials. *The Guardian*.  
<https://www.theguardian.com/technology/2020/may/09/airbnb-slump-europe-cities-residents-barcelona-dublin>
- Cancela, E. (2019). *Despertar del sueño tecnológico. Crónica sobre la derrota de la democracia frente al capital*. AKAL.
- Cansoy, M., & Schor, J. (2016). Who gets to share in the «sharing economy»: Understanding the patterns of participation and exchange in Airbnb. Unpublished Paper, Boston College.
- CBRE Research. (2018). EMEA Investor Intentions Survey 2018. CBRE.
- Cocola-Gant, A., & Gago, A. (2019). Airbnb, buy-to-let investment and tourism-driven displacement: A case study in Lisbon. *Environment and Planning A: Economy and Space*.
- Cocola-Gant, A. (2016). *Apartamentos turísticos, hoteles y desplazamiento de población*. Agustin Cocola-Gant.
- Colomb, C., & Novy, J. (2016). *Protest and resistance in the tourist city*. Routledge.
- Combs, J., Kerrigan, D., & David, W. (Forthcoming). Short-term rentals in Canada: Uneven growth, uneven impacts. *Canadian Journal of Urban Research*.
- Cox, M. (2019). Airbnb y los falsos 'anfitriones': ¿qué esconde la compañía? *El País*.  
[https://retina.elpais.com/retina/2019/12/12/innovacion/1576159691\\_344895.html](https://retina.elpais.com/retina/2019/12/12/innovacion/1576159691_344895.html)
- De la Encarnación, A.M. (2016). Alojamiento colaborativo, viviendas de uso turístico y plataformas virtuales. *REALA*, 5.
- De la Encarnación, A. (dir.); Boix Palop, A. (coord.) (2018): *La regulación del alojamiento colaborativo*. Aranzadi- Thomson Reuters.
- De Rivera, J. (2019). *Sociología de las instituciones digitales y consumo colaborativo*. Tesis inédita.
- Degryse, C. (2016). Digitalisation of the economy and its impact on labour markets. *ETUI*.
- Doménech Pascual, G. (2018). La regulación autonómica y local de las viviendas de uso turístico, *Anuario de Derecho Municipal* 2017, 17, 43-73.

- Edelman, B. G., & Luca, M. (2014). Digital discrimination: The case of Airbnb. com. Harvard Business School.  
[https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2377353](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2377353)
- Elíasson, L., & Ragnarsson, Ö. P. (2018). Short-term renting of residential apartments: Effects of Airbnb in the Icelandic housing market. Economics and Monetary Policy Department of the Central Bank of Iceland.
- Farha, L. (2017). Informe de la Relatora Especial sobre una vivienda adecuada como elemento integrante del derecho a un nivel de vida adecuado y sobre el derecho de no discriminación a este respecto. Organización de las Naciones Unidas, Asamblea General.
- Farha, L. (2020). Directrices para la Aplicación del Derecho a una Vivienda Adecuada. Informe de la Relatora Especial sobre una vivienda adecuada como elemento integrante del derecho a un nivel de vida adecuado y sobre el derecho de no discriminación a este respecto. Naciones Unidas.
- Fernández-Trujillo Moares, F. (2020). Precariedad e inestabilidad: contradicciones en el trabajo en las plataformas de reparto de comida. *Teknokultura. Revista De Cultura Digital Y Movimientos Sociales*, 17(1), 35-40.
- Frenken, K., & Schor, J. (2017). Putting the sharing economy into perspective. *Environmental Innovation and Societal Transitions*, 23, 3–10.
- Gallagher, L. (2017). *The Airbnb Story: How Three Ordinary Guys Disrupted an Industry, Made Billions... and Created Plenty of Controversy*. Houghton Mifflin Harcourt.
- García-López, M.-À., Jofre-Monseny, J., Martínez Mazza, R., & Segú, M. (2019). Do short-term rental platforms affect housing markets? Evidence from Airbnb in Barcelona.
- Gil, J. (2019). Crisis, innovación tecnológica y mercantilización neoliberal de la vida. El caso de Airbnb [Tesis doctoral]. Universidad Nacional de Educación a Distancia.
- Gil, J. (2020). La subida de los alquileres: ¿falta de oferta o fondos buitres? *Papeles*, 148.
- Gil, J. (2019). Redistribución económica y precariedad. El caso de los anfitriones de Airbnb. *Recerca: revista de pensament i anàlisi*, 24, 92-113.
- Gil, J. (2018a). Efectos de los sistemas de hospedaje P2P. El caso de Airbnb en 15 ciudades globales. En *Francisco Javier García Castilla y María José Díaz Santiago (Eds.) Investigación y prácticas sociológicas: Escenarios para la transformación social*. UNED.

- Gil, J. (2018b). ¿Cómo regular el hospedaje entre particulares? Criterios de regulación utilizando el caso de Airbnb. En Ana María de la Encarnación y Andrés Boix (Ed.): *La regulación del alojamiento colaborativo. Viviendas de uso turístico y alquiler de corta estancia en el Derecho español*. Thompson-Reuters Aranzadi.
- Gil, J. (2018c). Las múltiples formas de trabajo en las economías colaborativas y su regulación: El caso de «Airbnb». En Adrián Todolí y Macarena Hernández (Eds.): *Trabajo en plataformas digitales: Innovación, derecho y mercado*. Thompson-Reuters Aranzadi.
- Gil, J. (2018d). ¿Qué son las economías colaborativas? *Papeles*, 141.
- Gil, J. (2017). Desigualdades, límites y posibilidades para la transformación del capital en las economías colaborativas. *Revista de Estudios para el Desarrollo Social de la Comunicación*, 15, 32–67.
- Gil, J., & Sequera, J. (2020). The professionalization of Airbnb in Madrid: Far from a collaborative economy. *Current Issues in Tourism*.
- Gil, J., & 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.
- Gimeno Fernández, C (2018). “La regulación de las viviendas de uso turístico en la Comunidad Valenciana”. La regulación del alojamiento colaborativo: viviendas de uso turístico y alquiler de corta estancia en el derecho español / coord. por Andrés Boix Palop; Ana María de la Encarnación Valcárcel (dir.), ISBN 9788491779728, 347-364
- Ginés, G. (2020, mayo 17). El virus tumba los pisos turísticos y da alas al alquiler residencial. abc. [https://www.abc.es/economia/abci-virus-tumba-pisos-turisticos-y-alas-alquiler-residencial-202005170200\\_noticia.html](https://www.abc.es/economia/abci-virus-tumba-pisos-turisticos-y-alas-alquiler-residencial-202005170200_noticia.html)
- Hill, S. (2015). *Raw Deal: How the "Uber Economy" and Runaway Capitalism Are Screwing American Workers*. St. Martin's Press.
- Kakar, V., Franco, J., Voelz, J., & Wu, J. (2016). Effects of Host Race Information on Airbnb Listing Prices in San Francisco.
- Kruithof Ausina, A (2019). Análisis de la regulación de vivienda turística, una perspectiva autonómica y municipal. Càtedra d’Economia Col·laborativa i Transformació Digital.
- Kruithof Ausina, A y Sánchez Ocaña, J.M (2020). Alquiler turístico y crisis sanitaria en València: marzo-abril 2020. Documents de la Càtedra d’Economia Col·laborativa i Transformació Digital, 1.
- 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.

- Loizos, C. (2020, abril 24). COVID-19 forced Airbnb to rethink its product offerings; here's some of what it came up with. TechCrunch. <https://social.techcrunch.com/2020/04/24/covid-19-forced-airbnb-to-rethink-its-product-offerings-heres-some-of-what-it-came-up-with/>
- López, I., & Rodríguez, E. (2010). *Fin de ciclo: Financiarización, territorio y sociedad de propietarios en la onda larga del capitalismo hispano (1959-2010)*. Traficantes de sueños.
- Lospitao, C. (2020, mayo 4). Los propietarios de viviendas turísticas buscan la “supervivencia” en el alquiler de temporada. Idealista/news. <https://www.idealista.com/news/inmobiliario/vivienda/2020/05/04/782351-los-propietarios-de-viviendas-turisticas-buscan-la-supervivencia-en-el-alquiler>
- Madden, D., & Marcuse, P. (2016). *En defensa de la vivienda*. Madrid: Capitán Swing.
- Mansilla, J. A. (2019a). No es turismofobia, es lucha de clases. Políticas urbanas, malestar social y turismo en un barrio de Barcelona. *Revista Nodo*, 13 (26), 42-60.
- Mansilla, J. A. (2019b). The neighbourhood as a class front. Social movements and urban tourism in Poblenou, Barcelona. *Revista Internacional de Sociología*, 77(2).
- Merante, M., & Horn, K. M. (2016). *Is Home Sharing Driving up Rents? Evidence from Airbnb in Boston*.
- Milano, C., & Mansilla, J. A. (Eds.). (2018). *Ciudad de vacaciones: Conflictos urbanos en espacios turísticos*. Pollen. <https://www.traficantes.net/libros/ciudad-de-vacaciones>
- Naredo, J. M. (2011). *El modelo inmobiliario español: Y su culminación en el caso Valenciano*. Icaria.
- Naredo, J. M. (2014). El modelo inmobiliario español y sus consecuencias. *Boletín CF+ S*, 44, 13–28.
- Otto, C. (2020, abril 29). El covid-19 acorralla los pisos de Airbnb: «Ganaba 3.700€ al mes y ahora pierdo 1.000». El Confidencial. [https://www.elconfidencial.com/tecnologia/2020-04-29/coronavirus-covid-airbnb-pisos-idealista\\_2554019/](https://www.elconfidencial.com/tecnologia/2020-04-29/coronavirus-covid-airbnb-pisos-idealista_2554019/)
- Paccoud, A. (2017). Buy-to-let gentrification: Extending social change through tenure shifts. *Environment and Planning A*, 49(4), 839–856.
- Plaza, A., & Ordaz, A. (2020, marzo 23). Este gráfico muestra el desplome mundial del negocio de los apartamentos turísticos. eldiario.es. [https://www.eldiario.es/economia/grafico-muestra-mundial-apartamentos-turisticos\\_0\\_1008949816.html](https://www.eldiario.es/economia/grafico-muestra-mundial-apartamentos-turisticos_0_1008949816.html)
- Puente, A. (2020, abril 14). Propietarios de pisos turísticos buscan ahora inquilinos por meses: «Ganamos la mitad, pero es eso o nada». eldiario.es. [https://www.eldiario.es/catalunya/Propietarios-turisticos-buscan-inquilinos-Alquilamos\\_0\\_1014548788.html](https://www.eldiario.es/catalunya/Propietarios-turisticos-buscan-inquilinos-Alquilamos_0_1014548788.html)
- PwC, & Urban Land Institute. (2018). *Emerging Trends in Real Estate. Reshaping the future. Europe 2018*. PwC.

- Ravenelle, A. J. (2017). Sharing economy workers: Selling, not sharing. *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society*, 10(2), 281–295.
- Ravenelle, A. J. (2019). *Hustle and Gig: Struggling and Surviving in the Sharing Economy* (Edición: First). University of California Press.
- Rifkin, J. (2014). *La sociedad de coste marginal cero: El internet de las cosas, el procomún colaborativo y el eclipse del capitalismo*. Grupo Planeta (GBS).
- Schor, J. (2017). Does the sharing economy increase inequality within the eighty percent?: Findings from a qualitative study of platform providers. *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society*, 10(2), 263–279.
- Schor, J. B., & Attwood-Charles, W. (2017). The Sharing Economy: Labor, inequality and sociability on for-profit platforms. *Sociology Compass*.
- Scholz, T. (2016). *Platform cooperativism. Challenging the corporate sharing economy*.
- S., J. (2020, abril 27). La agonía de los dueños de pisos turísticos: Jorge deja de ingresar 7.000 euros al mes por dos apartamentos. *El Español*. [https://www.elspanol.com/espana/madrid/20200427/agonia-duenos-pisos-turisticos-jorge-ingresar-apartamentos/485451883\\_0.amp.html](https://www.elspanol.com/espana/madrid/20200427/agonia-duenos-pisos-turisticos-jorge-ingresar-apartamentos/485451883_0.amp.html)
- Segú, M. (2018). Do short-term rent platforms affect rents? Evidence from Airbnb in Barcelona. Munich Personal RePEc Archive.
- Sequera, J., & Gil, J. (2018). Resistencias contra la ciudad turística. Airbnb en Madrid. En *En Claudio Milano y José A. Mansilla (Eds). Ciudad de vacaciones. Conflictos urbanos en espacios turísticos*. Pol-len Edicions.
- Sequera, J., & Nofre, J. (2018). Shaken, not stirred: New debates on touristification and the limits of gentrification. *City*, 22(5-6), 843–855.
- Sherman, E. (2020, mayo 12). How Airbnb Hosts Can Survive The Great Reservation Cancellation. *Forbes*. <https://www.forbes.com/sites/eriksherman/2020/05/12/airbnb-hosts-cancellations-survive-strategies/>
- Slee, T. (2016). *Lo tuyo es mío: Contra la economía colaborativa*. Taurus.
- Srnicek, N. (2017). *Platform capitalism*. John Wiley & Sons.
- Sundararajan, A. (2016). *The sharing economy: The end of employment and the rise of crowd-based capitalism*. Mit Press.

- Soriano Arnanz, A (2018). Medidas de control y acceso al mercado del alojamiento «colaborativo», la declaración responsable y el registro en la Comunidad Valenciana”. La regulación del alojamiento colaborativo: viviendas de uso turístico y alquiler de corta estancia en el derecho español / coord. por Andrés Boix Palop; Ana María de la Encarnación Valcárcel (dir.), ISBN 9788491779728, 325-334.
- Ventiera, S. (2020, mayo 20). In Airbnb Hubs, Furnished Short-Term Rentals Are Now Pouring Onto the Market. Real Estate News and Advice | Realtor.Com®. <https://www.realtor.com/news/trends/in-airbnb-hubs-furnished-short-term-rentals-are-pouring-onto-the-market/>
- Wachsmuth, D., Chaney, D., Kerrigan, D., Shillolo, A., & Basalaev-Binder, R. (2018). The high cost of short-term rentals in New York City. A report from the Urban Politics and Governance research group, School of Urban Planning, McGill University.< <http://www.sharebetter.org/wp-content/uploads/2018/01/High-Cost-Short-Term-Rentals.pdf>, 2, 2018.
- Wachsmuth, D., & Weisler, A. (2018). Airbnb and the rent gap: Gentrification through the sharing economy. *Environment and Planning A: Economy and Space*, 50(6), 1147–1170.
- World Economic Forum. (2016). *The Future of Jobs: Employment, Skills and Workforce Strategy for the Fourth Industrial Revolution*. World Economic Forum.
- Xie, K., & Kwock, L. (2018). Are consumers loyal to home-sharing services? Impacts of host attributes and frequency of past stays. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*.
- Yrigoy, I. (2017). Airbnb en Menorca: ¿una nueva forma de gentrificación turística? Localización de la vivienda turística, agentes e impactos sobre el alquiler residencial. *Scripta Nova: revista electrónica de geografía y ciencias sociales*, 21.
- Yrigoy, I. (2018). Rent gap reloaded: Airbnb and the shift from residential to touristic rental housing in the Palma Old Quarter in Mallorca, Spain. *Urban Studies*, 00, 1-18.
- Zervas, G., Proserpio, D., & Byers, J. W. (2014). The rise of the sharing economy: Estimating the impact of Airbnb on the hotel industry. *Journal of Marketing Research*.  
<http://journals.ama.org/doi/abs/10.1509/jmr.15.0204>



