

ESTUDIOS GEOGRÁFICOS
80 (286), enero-junio 2019, e005
ISSN: 0014-1496 | eISSN: 1988-8546
<https://doi.org/10.3989/estgeogr.201925.005>

ARTÍCULOS / ARTICLES

VIVIENDAS DE ALQUILER (AIRBNB) Y ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS TRADICIONALES: NUEVO ESCENARIO COMPETITIVO EN EL MERCADO TURÍSTICO DE EXTREMADURA

José Manuel Sánchez Martín

Universidad de Extremadura

jmsanche@unex.es

ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0002-4711-3542>

Juan Ignacio Rengifo Gallego

Universidad de Extremadura

irengifo@unex.es

ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0001-7892-3268>

Víctor Jiménez Barrado

Instituto de Geografía. Pontificia Universidad Católica

victor.jimenez@uc.cl

ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0001-7064-7465>

Recibido: 29/01/2018; Aceptado: 27/02/2019.

Cómo citar este artículo/Citation: Sánchez Martín, J. M., Rengifo Gallego, J. I. y Jiménez Barrado, V. (2019). Viviendas de alquiler (Airbnb) y alojamientos turísticos tradicionales: nuevo escenario competitivo en el mercado turístico de Extremadura. *Estudios Geográficos*, 80 (286), e005. <https://doi.org/10.3989/estgeogr.201925.005>

RESUMEN: La proliferación del alquiler turístico ha adquirido dimensiones importantes en muchos destinos, favorecida por algunas plataformas digitales como Airbnb. Su auge supone un incremento notable en la planta de hospedaje. De ello se deduce que es posible que actúen como competencia desleal, ya que no están sometidos a las normas que deben cumplir los alojamientos legales, desmitificando en este sentido el papel de la economía colaborativa para erigirse en un modelo de negocio más. Extremadura no ha sido ajena a esa tendencia, lo que hace que se haya planteado como hipótesis que la proliferación de este tipo de hospedaje profundiza en los problemas ocasionados por la competencia de establecimientos registrados, sobre todo en determinados tipos de alojamiento. Para comprobarla, se obtuvieron los alquileres promocionados en la plataforma digital, a la vez que se procedió a su georreferenciación, junto a la oferta registrada legalmente. Mediante una matriz de correlación se obtuvieron coeficientes que determinan una correspondencia importante entre el alquiler ilegal y las plazas ofertadas en hoteles y apartamentos turísticos, aunque al realizar el análisis territorial se observa cómo afecta a otras variedades de alojamiento, a la vez que tienen una clara vocación por las áreas más turísticas o sus proximidades.

PALABRAS CLAVE: Airbnb; alquiler turístico; competencia desleal; economía colaborativa; Extremadura.

VACATION RENTALS (AIRBNB) AND CONVENTIONAL TOURIST ACCOMMODATION BUSINESSES: A NEW COMPETITION SCENARIO IN THE EXTREMADURAN TOURIST MARKET

ABSTRACT: The proliferation of vacation rentals in private homes has grown out of proportion in many places—their increment being facilitated by digital platforms such as Airbnb. This growing trend means a substantial rise in the number of available rooms. This may imply that this is a case of unfair competition, given that they are not subject to the same regulations of legal accommodation providers. Because of this, in turn, the myth of the sharing economy is largely debunked and it simply becomes another business model. Extremadura has been no stranger to this trend, a fact that has led to our working hypothesis: the proliferation of vacation rentals in private homes deepens the problems of competition among registered businesses—more so among specific types of accommodation providers. In order to test this hypothesis, the rentals available at the digital platform were retrieved. They were then georeferenced alongside the available rooms at registered businesses. Next, the data was analyzed in a correlation matrix that yielded a strong correlation between illegal rentals and the number of rooms offered by hotels and tourist apartments. However, when a geographical analysis was carried out, two issues become apparent: that the situation also affects other types of accommodation businesses and that it is especially prevalent in popular tourist areas and their surroundings.

KEY WORDS: Airbnb; vacation rentals; unfair competition; sharing economy; Extremadura.

Copyright: © 2019 CSIC. Este es un artículo de acceso abierto distribuido bajo los términos de la licencia de uso y distribución Creative Commons Reconocimiento 4.0 Internacional (CC BY 4.0).

INTRODUCCIÓN

El desarrollo turístico que ha registrado Extremadura desde comienzos del presente siglo ha sido vertiginoso, sobre todo desde el punto de vista de la oferta de hospedaje, si bien, es necesario reconocer que también se han producido avances considerables en la puesta en valor y mejora constante de atractivos turísticos, lo que ha redundado en el aumento de la capacidad de captación de turistas. Prueba de ello es que en apenas 15 años el volumen de establecimientos ha experimentado un crecimiento superior al 200%, mientras que las plazas se han incrementado un 178%. No obstante, durante este mismo periodo, el número de viajeros y de pernoctaciones no ha podido mantener un ritmo de crecimiento tan elevado, cifrándose en el 141% y el 149% respectivamente.

Estos datos muestran cierto desequilibrio entre la oferta y la demanda, ya que el aumento de la capacidad de hospedaje ha sido superior al experimentado por la demanda (Sánchez y Rengifo, 2019). Ello desemboca en algunos desajustes, muy palpables durante los años más duros de la crisis económica (2010 y 2013), pues, a partir de entonces, los principales indicadores turísticos han comenzado a repuntar y restablecer, poco a poco, cierto equilibrio.

De igual modo, se observa que los desajustes no afectan por igual a todas las tipologías de hospedaje.

Las tendencias globales que experimentan tanto la oferta de plazas como las pernoctaciones registradas en las tres variedades de alojamiento muestran un crecimiento superior en la capacidad ofrecida por los alojamientos hoteleros y los rurales que la experimentada por la demanda de los mismos. Este hecho, si cabe, resulta mucho más palpable en el caso del alojamiento rural, donde el desfase entre oferta y demanda se aproxima a una diferencia de 150 puntos, mientras en el caso del establecimiento hotelero apenas supera los 7,7 puntos. En cambio, en los establecimientos extrahoteleros se observa una tendencia inversa, ya que el crecimiento porcentual de la demanda supera casi en 27 puntos al experimentado por la oferta.

Estos datos, por sí reveladores, pueden complementarse con otros igualmente significativos. Así, cuando se recurre a comparar los ratios entre pernoctaciones y plazas ofertadas en los diferentes alojamientos, la variedad de establecimientos hoteleros ha perdido durante ese periodo 7,2 puntos, por 14 el rural, mientras, el extrahotelero se incrementa casi en 7. Aun así, si se consideran los valores interanuales, es posible afirmar que la situación descrita mejora desde 2014, al menos según se deriva del análisis de la estadística oficial reportada por el INE.

Sin embargo, aunque son numerosos los estudios que han dibujado un escenario difícil durante un largo periodo de tiempo, como consecuencia de la cri-

TABLA 1
EVOLUCIÓN DE OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA EN EXTREMADURA

	Establecimientos	Plazas	Viajeros	Pernoctaciones
2001	643	19.773	1.197.566	2.095.977
2016	1.390	35.298	1.693.007	3.125.803
Variación	216,17%	178,52%	141,37%	149,13%

Fuente: I.N.E. (EOAH, EOTR, EOAC, EOAP), 2001 y 2016.

TABLA 2
TENDENCIAS SEGÚN TIPOLOGÍAS DE ALOJAMIENTO

	Años	Alojamiento Hotelero		Alojamiento Rural		Aloj. Extrahotelero	
		Plazas	Pernoct.	Plazas	Pernoct.	Plazas	Pernoct.
Valores absolutos	2001	14.481	1.804.321	939	66.548	5.104	225.107
	2016	19.569	2.298.166	7.050	400.609	8.781	447.450
Variación	01-16	35,1%	27,4%	650,8%	502,0%	72,0%	98,8%
Pernoct / plaza	2001	124,6		70,9		44,1	
	2016	117,4		56,8		51,0	
Variación	01-16	-7,2		-14,0		6,9	

Fuente: I.N.E. (EOAH, EOTR, EOAC, EOAP), 2001 y 2016.

sis económica y financiera, no puede olvidarse que existe una planificación poco eficaz caracterizada por llevar a cabo políticas turísticas de carácter expansivo (Rengifo, et al., 2013; Sánchez y Rengifo, 2019), en vez de centrarse en el desarrollo de productos específicos orientados a las facilidades turísticas que ofrece el territorio, lo que sin duda redundaría en un aumento equilibrado de toda la oferta turística (Sánchez, et al., 2013). Sendas circunstancias han contribuido a generar un claro desajuste entre la oferta y la demanda debido a la implantación de mayor capacidad de hospedaje, sin considerar que el número de turistas y de pernoctaciones se estancaba e incluso retrocedía, pero también han contribuido a generar mayor competencia entre los alojamientos, cada vez más numerosos.

Estos problemas, que apenas comienzan a remitir, gracias a la ya palpable recuperación económica, se enfrentan a un nuevo reto: la proliferación de las viviendas de alquiler destinadas a uso turístico, que actúan al margen o bordeando la legalidad existente, como sucede con modelos de negocio que se escudaron en el concepto vinculado a la economía colaborativa (p2p), cuya percepción puede resultar difícil de diferenciar del comercio tradicional que se ofrece en Internet.

El aparente vacío legal en el que se mueven estos alquileres se ha intensificado con la aprobación de la Ley 4/2013, de 4 de junio, de medidas de flexibilización y fomento del mercado del alquiler de viviendas, que modificó el Artículo 5 de la Ley 29/1994, de 24 de noviembre, de Arrendamientos Urbanos. Según el mismo, se excluye de ésta el alquiler de viviendas para uso turístico, y se traslada toda la responsabilidad sobre su regulación a las comunidades autónomas, que se encargarán de su regulación. (EXCELTUR, 2015).

Existen numerosos operadores que se dedican al alquiler vacacional, entre los que destacan Airbnb o HomeAway, si bien, en el caso concreto del estudio propuesto, se consideran exclusivamente los alquileres que figuran en la primera plataforma, con una implantación a nivel mundial mucho mayor.

Desde esta perspectiva, la investigación realizada parte de la hipótesis de que la proliferación de este tipo de hospedaje contribuye a profundizar los problemas inherentes a la propia competencia que se establece entre los diferentes tipos de alojamiento, aunque afecta sobre todo a ciertas variedades. No obstante, esa situación general que caracteriza a Extremadura, se intuye que tiene un contraste territorial

notable y que, probablemente, afectará a los principales destinos turísticos de la comunidad.

Con el fin de demostrar esa hipótesis de partida, se plantea como objetivo fundamental comprobar su auge y la distribución territorial que ha adquirido, a la vez que determinar, si es posible, que exista cierto riesgo de ejercer como competencia para los establecimientos que aparecen inscritos en el Registro de Empresas y Actividades Turísticas de la Junta de Extremadura.

El trabajo se organiza, aparte de este primer epígrafe, donde se hace una breve introducción a la situación de partida que presenta el turismo, en otros 5. El segundo se centra en una aproximación al análisis de los antecedentes y al correspondiente marco teórico que existe sobre Airbnb en la literatura reciente. En el tercero se aborda la zona de estudio, así como los materiales y la metodología utilizados para alcanzar los objetivos planteados. Posteriormente, el cuarto apartado muestra los resultados obtenidos, seguidos, en el quinto, por la discusión que estos generan. Finaliza el estudio con las principales conclusiones derivadas del mismo.

MARCO TEÓRICO Y ANTECEDENTES

La economía colaborativa plantea un sistema socioeconómico que parte de la puesta en común de recursos físicos y humanos, de tal modo que incluye desde la creación y producción, hasta el comercio y el consumo compartido de bienes y/o servicios (Matofska, 2017). En numerosas ocasiones aparece vinculado a comportamientos individuales de los consumidores y a las relaciones de intercambio de bienes o servicios que se producen entre ellos a través de las Tecnologías de la Información y Comunicación (Peris, et al., 2016).

En parte, el gran éxito de la economía colaborativa se debe al importante desarrollo de la sociedad de la información, donde las redes sociales han revolucionado las formas de comunicación, de compra e incluso de relación. Este importante cambio social se apoya en otro no menos importante, la creciente preferencia por el uso de un bien frente a su propiedad (Bardhi y Eckhardt, 2012; Belk, 2014), con lo que se consigue un ahorro económico sustancial. Esto sucede en la adquisición de determinados bienes como la segunda residencia o el automóvil, no utilizados durante buena parte del tiempo, aunque suponen un capital inmovilizado importante que podría destinarse a otros usos. De hecho, no podemos obviar que, dentro de la economía colaborativa, plataformas como Uber

en el sector de la automoción y Airbnb en el sector del alquiler turístico son pioneras y ocupan los primeros puestos en este modelo de negocio.

El desarrollo que ha conseguido la economía colaborativa en muy poco tiempo comienza a ser analizado de forma profusa en la literatura científica. Existen multitud de publicaciones que versan sobre dicha temática, aunque la abordan desde perspectivas muy variadas. Destacan estudios muy recientes que delatan el enorme interés que suscita el tema midiendo su impacto en las cadenas de valor (Rong et al., 2018), en los canales de distribución (Tian y Jiang, 2017), en el análisis de nuevos modelos de mercado (Täuscher y Laudien, 2018), e incluso la potencialidad de crecimiento a corto plazo que tienen plataformas en línea como Airbnb (Vigolo, 2017).

En la actualidad, son numerosas las publicaciones que inciden de forma muy directa en diversos aspectos ocasionados por empresas como Airbnb, que ha supuesto una auténtica revolución del alojamiento turístico. Es una empresa fundada en San Francisco en 2008 que se autodefine como un mercado comunitario basado en la confianza, en el que la gente publica, descubre y reserva alojamientos únicos en todo el mundo, ya sea desde su ordenador, tableta o teléfono móvil (Airbnb, 2017). Se trata de una plataforma web cuyo objetivo es compartir hospedaje que sigue la fórmula de comisionado mixto. Según su proceder, el anfitrión le abona un 3% de la reserva realizada y el huésped un porcentaje del 6% o del 12% (Romero, 2014a), con lo cual, el modelo de negocio queda asegurado, pues obtiene entre un mínimo del 9% y un máximo del 15% bruto sobre el monto total que supone el alojamiento, cantidad que va mucho más allá de los costes de la empresa, algo que sí encuadraría con la economía colaborativa sin ánimo de lucro.

Se ha convertido, pues, en un competidor claro de los alojamientos tradicionales (Oskam y Boswijk, 2016), ya que se basa en un modelo de negocio sólido, que ofrece gran variedad de alojamientos que proveerán de experiencias muy variadas, a la vez que es muy visual y actúa a través de una potente aplicación móvil (Romero, 2014b). Aprovecha por tanto los importantes cambios sociales vividos en épocas recientes, donde las TICs desempeñan un papel clave en el desarrollo económico y en las formas de relación.

A pesar del enorme impacto que ha tenido en los principales destinos turísticos, algunos autores insisten en posicionar esta plataforma como parte de la economía colaborativa, donde el concepto de com-

partir activos físicos infrautilizados se muestra en su faceta más difusa (Botsman y Rogers, 2011; Gansky, 2010). De hecho, dadas las especiales características de este modelo de negocio, donde se bordea la legalidad, no han tardado en surgir numerosos estudios referidos a ésta y otras plataformas desde el punto de vista del Derecho Administrativo (Fernández, 2016; Pacheco, 2016).

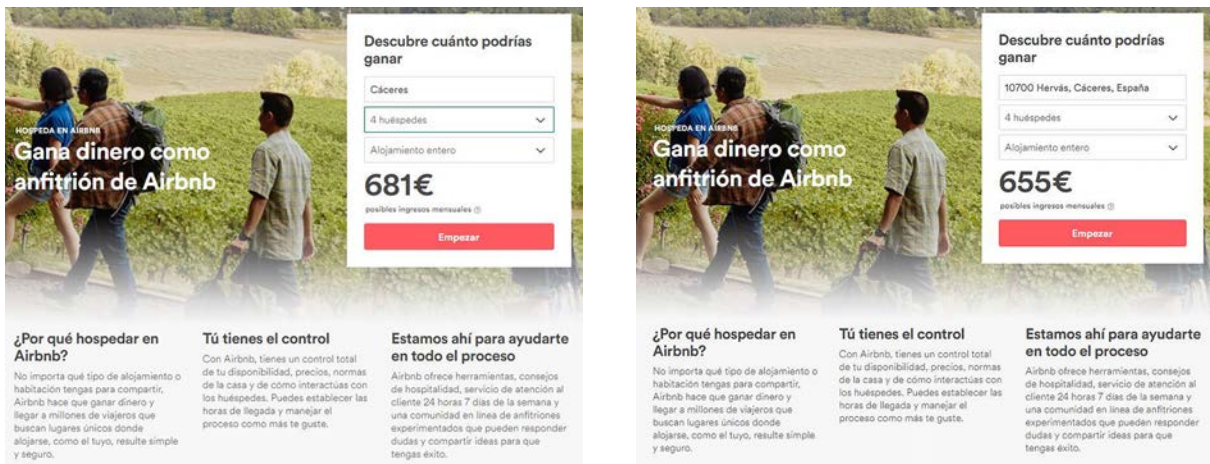
Aunque Airbnb ha sido vista como ejemplo de economía colaborativa en el ámbito turístico, conviene precisar que para los huéspedes es una opción de bajo coste (Guttentag, 2015), mientras que para los anfitriones es una forma de obtener ingresos complementarios (Hamari et al., 2015; Stors y Kagermeier, 2015).

Las ventajas descritas, tanto para huéspedes como para anfitriones, aun cuando ambos pagan la oportuna comisión a la plataforma, suponen una traba importante para algunos establecimientos que los ven como un tipo de competencia desleal. Por ello, se desarrollan estudios que tratan de analizar el impacto que supone el auge de este tipo de economía colaborativa para los establecimientos turísticos, cifrado en algunos estudios en una horquilla que fluctúa entre el 8% y el 10%, aunque afecta de forma desigual a cada tipo de alojamiento (Zervas et al. 2017) y a cada territorio.

Este negocio ha experimentado gran auge en todo el mundo ya que está presente en más de 65.000 ciudades de 191 países distintos y que acoge a más de 200.000.000 huéspedes (Airbnb, 2017). Tiene una gran capacidad de captación para atraer a futuros anfitriones, ya que permite realizar simulaciones con las que orientan a posibles interesados sobre los beneficios que le puede reportar el alquiler de una vivienda o incluso de una habitación.

Según la simulación realizada para alquilar una vivienda con capacidad para 4 huéspedes en los núcleos de Cáceres y Hervás, referencias del turismo cultural y del turismo rural en Extremadura, se estiman unos ingresos de 681 y 655 euros mensuales, lo que teóricamente proporcionaría unos ingresos anuales de 8.172 y 7.860 €. Estos valores son importantes si se tiene en cuenta que la renta disponible en cada municipio se sitúa en 20.710 € y 15.880 € respectivamente (Datasmacro, 2017). Es decir, considerando los ingresos obtenidos por alquiler, es posible incrementar de forma significativa la renta, como lo reflejan aumentos del 39,5% y el 49,5%, en sendos casos utilizados para mostrar la estrategia de captación.

FIGURA 1.
INGRESOS MENSUALES ORIENTATIVOS. EJ. CÁCERES Y HERVÁS (22/12/2017)



Fuente: https://www.airbnb.es/host/homes?from_nav=1

No obstante, en la propia web de Airbnb se advierte de que los posibles ingresos mensuales estimados para el anfitrión se basan en una ocupación del 50% y en reservas previas en el mismo entorno y con las mismas características. Esto no asegura en ningún momento que se alcancen dichos ingresos, ya que con toda probabilidad serán variables a lo largo del año. Sin embargo, la cifra orientativa permanece en el subconsciente del potencial anfitrión, ejerciendo su papel de factor atrayente.

Los beneficios potenciales han animado a numerosas personas a poner en el mercado del alquiler turístico una cantidad considerable de plazas, que entran en competencia directa con la oferta legalmente recogida en el Registro de Empresas y Actividades Turísticas de Extremadura. Asimismo, las plazas disponibles varían considerando que algunos establecimientos, inferiores al 10% según nuestra investigación, no tienen continuidad en el tiempo y el alquiler puede ser meramente temporal, ya sea durante los fines de semana, los meses estivales o puentes de larga duración.

El beneficio económico que reporta a los anfitriones se complementa con los precios que éstos ofertan al cliente potencial, más asequibles que los oficiales expuestos por los establecimientos regulados, según se desprende de las búsquedas realizadas en Airbnb para el alquiler de vivienda sin registrar y en Booking para las legalmente inscritas en el Registro de Empresas. Éstas se han realizado para la ciudad de Cáceres considerando las características dominantes

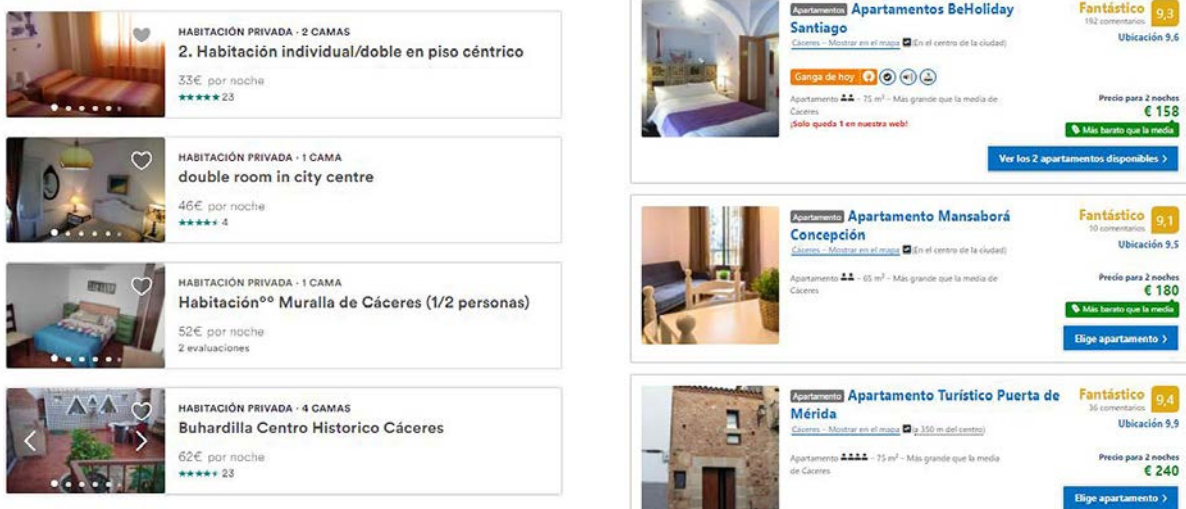
del viajero y la estancia. Por ello, se ha tomado como base una estancia de 2 personas y de 2 días en régimen de sólo alojamiento, coincidiendo además con un fin de semana.

Según se deduce de la búsqueda realizada, los apartamentos tienen un coste sensiblemente inferior, oscilan entre 33 y 52 euros/noche, en comparación con el que ofrecen los apartamentos turísticos regulados, cuyo coste fluctúa entre los 79 y 100 euros/noche. Obviamente, las diferencias de precio son aún mayores con los establecimientos hoteleros.

La gran ventaja competitiva en el precio de la oferta de alquiler deriva de diferencias en la protección al viajero, en la información al usuario, en la calidad exigida al alojamiento, en la protección de la convivencia, en la regulación transversal de las actividades económicas, etc. (EXCELTUR, 2015).

A tenor de lo expuesto, es fácil entender que existen criterios objetivos que explican la proliferación del alquiler de alojamientos turísticos ilegales en los principales destinos de Extremadura, pues los beneficios para los anfitriones y para los clientes son importantes. Sin embargo, no se puede obviar que suponen una traba considerable para la viabilidad empresarial de los establecimientos regulados con los que compiten y se encuentran sometidos a una legislación que busca la seguridad jurídica para la clientela y persigue la calidad con el objetivo claro de beneficiar la imagen de marca.

FIGURA 2.
COMPARATIVA EN COSTE DE LA ESTANCIA (16-12-2017)



Fuente: Airbnb y Booking.

ZONA DE ESTUDIO, MATERIALES Y MÉTODOS

Localización del área de estudio

La zona elegida para llevar a cabo el análisis es la Comunidad Autónoma de Extremadura, que ha conseguido desarrollar de forma muy rápida una capacidad de hospedaje cifrada en 38.992 plazas, según se desprende de los datos suministrados por el Registro de Empresas y Actividades Turísticas (2017).

El sector turístico implantado en la comunidad se enfrenta a varios problemas según se desprende de las diferentes encuestas que publica el INE sobre la coyuntura turística en alojamientos hoteleros, extrahoteleros y rurales durante 2016. Entre ellos, destacan 3 de forma especial:

- La marcada estacionalidad en toda la gama de establecimientos, ya que el 70% de las pernoctaciones se concentra entre abril y octubre, con máximos muy destacados durante los meses estivales.

- El grado de ocupación general, preocupantemente bajo en algunos tipos de alojamientos, como el rural, cifrado durante 2016 en el 14,83%, aunque la situación es algo más halagüeña si se consideran exclusivamente los fines de semana.
- La estancia media también es reducida, con variaciones importantes según el tipo de alojamiento, aunque las más bajas se corresponden con el sector hotelero y los apartamentos turísticos.

Estos tres problemas estructurales del sector turístico extremeño suponen todo un reto, y se ven magnificados con el excesivo desarrollo de la oferta existente, al que se añade en la actualidad, la creada *ex novo* por plataformas digitales como Airbnb, cuya presencia en Extremadura durante 2017 era de 617 apartamentos de alquiler que ofrecían en su conjunto 4.028 plazas, más del 10% de la oferta legal establecida.

TABLA 3.
MAGNITUDES TURÍSTICAS SEGÚN TIPOLOGÍAS DE ALOJAMIENTO. 2016

	Grado ocupación (%)	Grado ocupación Fin semana (%)	Estancia media
Hotelero	31,81	40,13	1,74
Camping	29,11	35,76	2,41
Apto. turístico	22,91	33,52	1,88
Rural	14,83	29,98	2,27

Fuente: INE, 2016.

Fuentes de información

La información sobre la que se sustenta la investigación realizada parte de 4 fuentes claramente diferenciadas.

La primera es la Dirección General de Turismo de la Junta de Extremadura, a través del Registro General de Empresas y Actividades Turísticas, cuyas prerrogativas y funcionamiento quedaron recogidos en el Decreto 53/2000, de 8 de marzo, si bien, tras la entrada en vigor de la Ley 2/2011, de 31 de enero, de Desarrollo y Modernización del Turismo de Extremadura quedó derogado y sustituido por el Decreto 205/2012, de 15 de octubre. Éste último, actualmente en vigor, establece en el artículo 3 los fines del mismo: “El Registro de Empresas y Actividades Turísticas tiene como finalidad primordial facilitar el conocimiento y publicidad de los sujetos y establecimientos que desarrollan actividades y prestan servicios turísticos en el ámbito de la Comunidad Autónoma de Extremadura”.

Este registro ha facilitado toda la información relativa a los establecimientos turísticos que operan en Extremadura, siendo por ello la fuente más fiable para realizar un análisis sobre la oferta de alojamientos. La fecha de obtención de los mismos fue el 17 de octubre de 2017. Dado que la localización de los establecimientos se centraba en el término municipal, se ha procedido a geolocalizar cada uno de ellos, de tal forma que se conozca con precisión su localización sobre el territorio.

La segunda fuente utilizada ha sido la web oficial de Airbnb (www.airbnb.com) que ha permitido obtener la relación de los apartamentos que se ofertan en esta plataforma a fecha de 31 de octubre de 2017. Obviamente, han sido contrastados con los establecimientos que figuran en el Registro de Em-

presas y se ha generado la base de datos correspondiente sólo con aquéllos que no constaban en dicho registro y que, por tanto, se encontraban en situación irregular.

La tercera es el Instituto Nacional de Estadística (INE), que ha proporcionado información sobre viajeros, pernoctaciones, estancia media y grado de ocupación, a partir de la encuesta de ocupación que publica para los diferentes tipos de alojamiento y que tiene carácter mensual y anual.

La última fuente a la que se ha recurrido es la base cartográfica proporcionada por el Instituto Geográfico Nacional (IGN), correspondiente a la Base Topográfica Nacional a escala 1:100.000 en su versión de 2017. Esta escala de trabajo cuenta con una resolución de 20 metros e integra información geográfica suministrada por diversas fuentes oficiales.

Dichas fuentes han permitido elaborar una base de datos a escala municipal en la que cada uno de los 388 municipios de Extremadura dispone de toda la información individualizada de los alojamientos existentes, ya sean los disponibles en el Registro de Empresas (1.417 establecimientos), ya sea en la web de Airbnb (617 alquileres).

Técnicas de análisis

Dadas las características del estudio, se ha optado por aplicar una técnica estadística bivariante, la matriz de correlación lineal, profusamente utilizada en diversas disciplinas científicas para determinar la relación entre diferentes variables, aunque su uso no está exento de riesgos al presuponer relaciones lineales (Sánchez, 1995). A la misma, se ha añadido la regresión lineal que también se ajustaba a nuestros propósitos.

TABLA 4
FUENTES E INFORMACIÓN SUMINISTRADA

Organización	Fuente	Información suministrada	Nivel	Actuación	Análisis	
Junta de Extremadura	Registro General de Empresas y Actividades Turísticas	Establecimientos Plazas	Término municipal	Geolocalización y agregación en término municipal	Estadístico (SPSS)	Territorial (ArcGis)
Airbnb	Airbnb.com	Establecimientos Plazas		Eliminación de alojamientos registrados		
IGN	BCN100	Divisiones administrativas		Geolocalización		

Fuente: Elaboración propia.

Se aplicaron tomando como referencia todas las plazas de alojamiento disponibles, tanto en establecimientos regulados como en los no regulados y que operan a través de la plataforma digital Airbnb, con el fin obtener un primer acercamiento a la situación en que se encuentran sendas tipologías. Ello facilita, de una forma sencilla, establecer qué tipo de alojamiento registrado coexiste en mayor tensión con la capacidad de hospedaje que ofrece Airbnb.

Por otra parte, utilizamos un Sistema de Información Geográfica para aproximarnos al análisis territorial que presentan sendos tipos de alojamiento, profusamente utilizado en la literatura reciente para investigar aspectos turísticos muy diversos y complejos (Sánchez et al, 2001; Sánchez et al, 2017; Sánchez et al, 2018).

RESULTADOS

La realización de una matriz de correlación lineal entre las plazas ofertadas por cada tipo de alojamiento muestra coeficientes muy ilustrativos, pues, se observa cómo los apartamentos de alquiler ofrecidos por Airbnb ejercen un tipo de competencia muy variable en función de la variedad de alojamiento, aparte de la que ejercen entre los registrados legalmente. Ello implica que en los municipios que existen más plazas de alojamiento, sobre todo de algunos tipos, se han implantado numerosos alquileres a través de la plataforma online.

En este sentido cabe señalar que los coeficientes de correlación más elevados se obtienen cuando se comparan las plazas ofertadas por la plataforma online y los apartamentos turísticos (0,814), así como con los hoteles (0,769). De ello se deduce que Airbnb ejerce, aunque sea potencialmente, una competencia desleal a sendos tipos de establecimientos. Existe, además, cierto grado de relación entre el volumen de plazas existente en hostales (0,552) y pensiones (0,499) y el ofrecido en alquiler, lo cual incide nuevamente en la potencial competencia desleal, ya que los establecimientos comerciales que conforman la oferta hotelera en Extremadura compiten con ella por captar clientes, aunque en condiciones económicas muy diferentes.

También se detectan correlaciones positivas con los campamentos de turismo (0,410), aunque es posible que no compitan con ellos debido a la diferente demanda a la que van dirigidos, sucediendo algo muy similar con los albergues (0,267).

Contra todo pronóstico, al menos si consideramos la situación general que determina el índice sintético de Pearson, las correlaciones con los establecimientos rurales no son muy elevadas, ya que fluctúan entre 0,106 obtenido entre los apartamentos de alquiler y las casas rurales, siendo además la única que es significativa a nivel 0,05 bilateral, y los 0,012 con los apartamentos rurales.

TABLA 5
RESULTADOS DE LA MATRIZ DE CORRELACIÓN LINEAL

	Hotel	Hotel-Apto.	Hostal	Pensión	Apto. tco.	Albergue	Campamento	Hotel rural	Apto. rural	Casa rural	AIRBNB
Hotel	1	,519**	,731**	,455**	,727**	,200**	,299**	,071	,026	,053	,769**
Hotel-Apto.	,519**	1	,315**	,088	,024	-,002	,001	-,029	-,010	-,013	,158**
Hostal	,731**	,315**	1	,341**	,601**	,117*	,347**	,195**	-,004	,105*	,552**
Pensión	,455**	,088	,341**	1	,509**	,142**	,092	,015	-,031	,045	,499**
Apto. tco.	,727**	,024	,601**	,509**	1	,256**	,444**	,114*	,013	,218**	,814**
Albergue	,200**	-,002	,117*	,142**	,256**	1	,158**	,063	,042	,117*	,267**
Campamento	,299**	,001	,347**	,092	,444**	,158**	1	,331**	-,025	,478**	,410**
Hotel rural	,071	-,029	,195**	,015	,114*	,063	,331**	1	,024	,335**	,083
Apto. rural	,026	-,010	-,004	-,031	,013	,042	-,025	,024	1	,159**	,012
Casa rural	,053	-,013	,105*	,045	,218**	,117*	,478**	,335**	,159**	1	,106*
AIRBNB	,769**	,158**	,552**	,499**	,814**	,267**	,410**	,083	,012	,106*	1

** La correlación es significativa al nivel 0,01. * La correlación es significativa a nivel 0,05.

Fuente: Elaboración propia.

El panorama genérico obtenido mediante esta técnica induce a pensar que los grandes perjudicados por la implantación de los alquileres a través de la plataforma Airbnb son los establecimientos vinculados a la tipología hotelera y, sobre todo, a los apartamentos turísticos.

Es más, la matriz de correlación indica que los alquileres ilegales pueden suponer una competencia superior a la que pudiera existir entre los alojamientos legales. Tal vez, el ejemplo más significativo sea el índice obtenido entre los hoteles y los apartamentos turísticos registrados legalmente, cifrado en 0,727.

Sendas relaciones y su representación gráfica en forma de regresión lineal permiten discriminar claramente que Cáceres, Mérida y Badajoz pueden actuar como auténticos polarizadores de la correlación, erigiéndose en outliers, valores atípicos, que condicionan los índices de correlación obtenidos. No podemos obviar que esas 3 ciudades acaparan aproximadamente el 25% de toda la oferta de alquiler turístico promocionado por Airbnb.

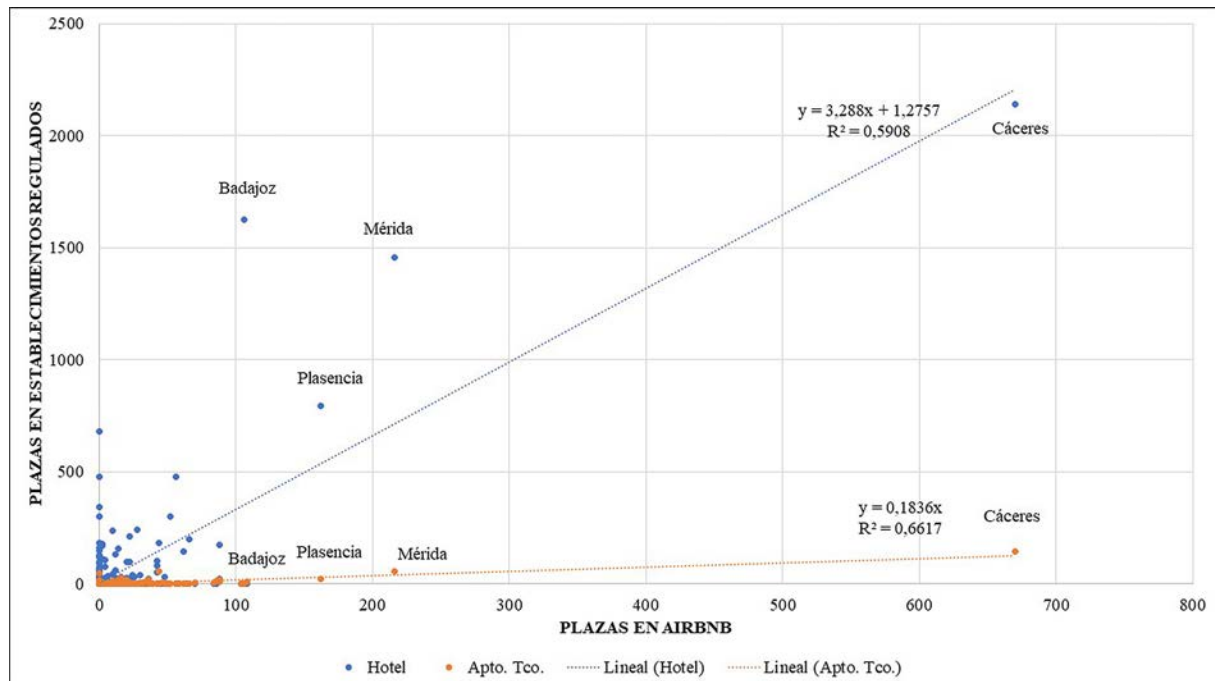
La situación definida por la relación existente entre varios tipos de alojamientos hace necesario recurrir a

un análisis territorial, con mayor detalle, que sea capaz de mostrar si realmente existe una competencia clara entre los alojamientos registrados legalmente y los que actúan al margen de la legislación.

Un análisis riguroso de los datos desagregados por municipio muestra que los alquileres de la plataforma digital se concentran en las áreas con mayor desarrollo turístico, que coinciden normalmente con las principales ciudades turísticas (Cáceres, Mérida, Plasencia o Badajoz) o en sus proximidades (Trujillanos o Casar de Cáceres, ambos distan aproximadamente 10 km de Mérida y Cáceres, respectivamente).

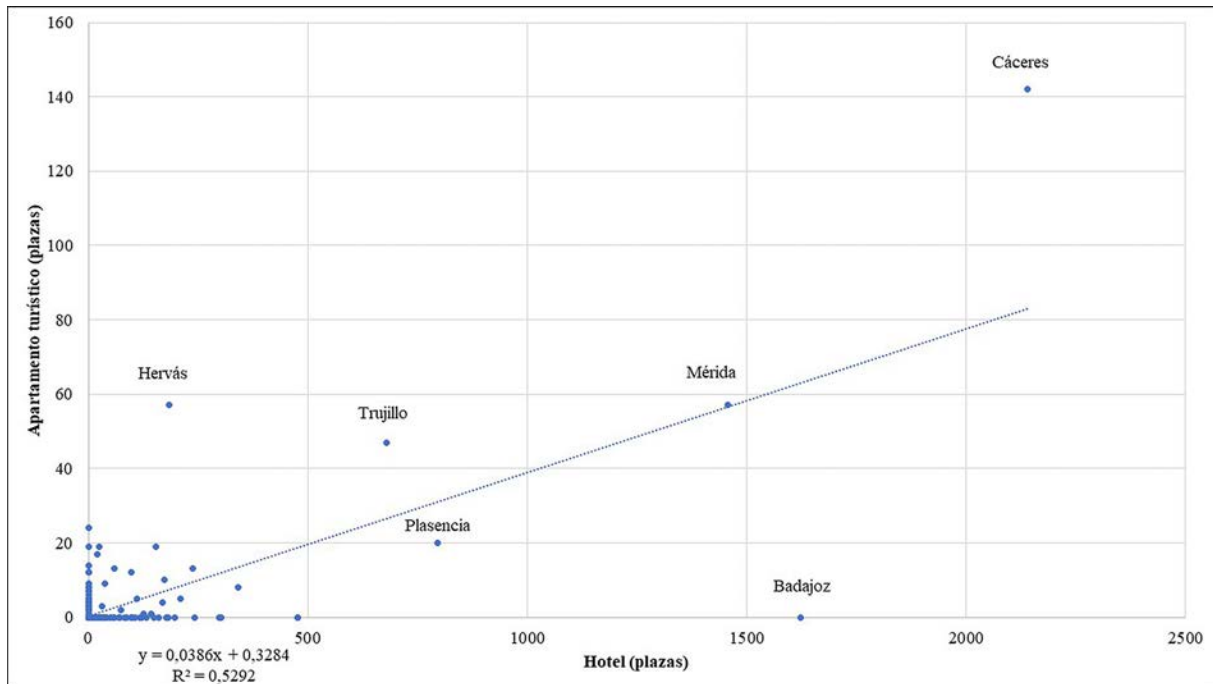
Junto a estos destinos, consolidadas en el panorama turístico extremeño, existen otros municipios que disponen de un mayor volumen de alojamiento no registrado. Se hallan, en buena parte de los casos, en áreas vinculadas al turismo rural, como sucede en la comarca de La Vera (Losar, Jarandilla, Villanueva, Madrigal o Aldeanueva); el sur de la provincia de Badajoz (Monesterio, Cabeza la Vaca o Calera de León); así como en el entorno del parque nacional de Monfragüe (Torrejón el Rubio).

FIGURA 3
RELACIONES ENTRE PLAZAS EN HOTELES Y APARTAMENTOS TURÍSTICOS Y AIRBNB



Fuente: Elaboración propia.

FIGURA 4
REGRESIONES LINEALES ENTRE PLAZAS DE HOTEL Y DE APARTAMENTO TURÍSTICO



Fuente: Elaboración propia.

TABLA 6
PLAZAS DE HOSPEDAJE SEGÚN TIPOLOGÍA Y VARIEDAD DE ALOJAMIENTO

Municipios	Variedad de alojamiento			Tipología de alojamiento		
	Hotel	Apto. Tco.	Airbnb	Hotelero	Extrahotelero	Rural
Cáceres	2.139	142	670	2.443	851	4
Mérida	1.457	57	216	1.834	403	0
Plasencia	795	20	162	913	458	19
Losar de la Vera	0	7	108	127	855	88
Badajoz	1.623	0	106	1.880	0	0
Trujillanos	0	0	104	0	0	0
Jarandilla de la Vera	173	10	88	218	1.139	223
Villanueva de la Vera	20	17	88	20	17	123
Casar de Cáceres	0	14	86	68	20	10
Casas del Castañar	0	3	84	30	3	98
Madrigal de la Vera	0	4	70	83	496	78
Monesterio	198	0	66	235	369	29
Aldeanueva de la Vera	0	0	64	34	341	61
Torrejón el Rubio	144	1	62	170	1	121
Cabeza la Vaca	0	0	58	10	0	39
Zafra	476	0	56	682	15	28
Calera de León	0	0	56	0	0	18
Olivenza	299	0	52	337	0	12
Garganta la Olla	0	0	50	12	0	57

Fuente: Elaboración propia.

Bajo esa óptica, es posible determinar que, a priori, existe cierta competencia con otras tipologías de alojamiento legal, como sucede con los establecimientos rurales, que en cierto modo pasaban desapercibidos cuando se tomaba como referencia la situación general de la comunidad autónoma.

La situación descrita puede incluso perjudicar la apertura de establecimientos legales en algunos núcleos que carecen de ellos, pues ya existe una completa planta de alquileres promovidos por Airbnb. Dicha circunstancia se produce, entre otros municipios, en Calera de León, que carece de alojamientos hoteleros y extrahoteleros, y tan sólo oferta 18 plazas en establecimientos rurales, frente a las 56 disponibles en la plataforma online.

Queda patente, por lo tanto, que Airbnb se erige como competencia para los establecimientos que cumplen con la legalidad vigente, generando posibles pérdidas en el volumen de turistas alojados y, consecuentemente, en el número de pernoctaciones, llegando incluso a “impedir” el desarrollo de una oferta legal en determinados espacios.

El análisis territorial corrobora la expansión que tienen los apartamentos de alquiler no registrados, pues afecta a buena parte del territorio extremeño, coincidiendo con los espacios turísticos más desarrollados. De igual modo, la peculiar distribución incide en que son las ciudades turísticas las que disponen de mayor volumen de plazas ilegales, aunque comienzan a aparecer alquileres en Airbnb en áreas de fuerte desarrollo turístico, como sucede en destinos orientados al turismo rural en su sentido más amplio. De hecho, es posible detectar una clara concentración de alquileres en el norte de la provincia de Cáceres y el sur de la provincia de Badajoz, además de otros espacios coincidentes con zonas montañosas, como ocurre en el entorno del Geoparque Villuercas – Ibores – Jara; la Sierra de San Pedro; o los enclaves de la Sierra de Montánchez y de la Sierra Grande de Hornachos.

DISCUSIÓN

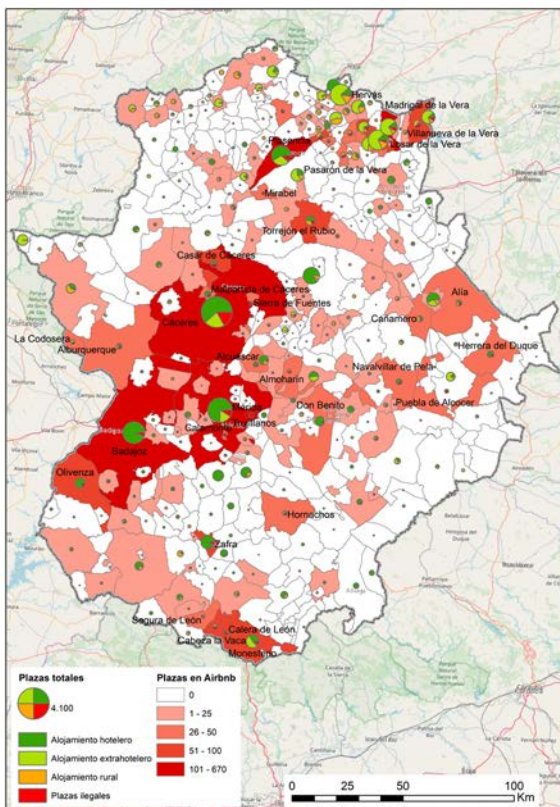
A tenor de los resultados obtenidos, se ha podido demostrar que la oferta de alojamientos que sustenta el sistema turístico de Extremadura no ha tenido ni tiene un panorama tan halagüeño como se ha hecho ver desde la propia Administración Autonómica, hechos que se recogen en abundancia en la prensa (Martín, 2016, 2017).

La visión oficial que se transmite en los últimos años se ha centrado en contabilizar el volumen de viajeros o de pernoctaciones, obviando el crecimiento espectacular que se ha producido en la planta de alojamientos y la necesidad de complementar los estudios de oferta y demanda para dar una imagen realista del sector. Asimismo, se han ignorado ciertos parámetros turísticos de carácter casi estructural como el grado de ocupación, muy escaso, como se ha visto, en algunos tipos de alojamiento; o se ha promovido la lucha demagógica para aumentar una estancia media de difícil crecimiento dadas las características peculiares del turismo de interior.

Lejos de esa versión idílica, los problemas que atazan al sector del alojamiento son muy amplios y abarcan desde la estacionalidad y baja estancia media, hasta unos porcentajes de ocupación reducidos, a lo que se añade una oferta en aumento, no ya de alojamientos legales, sino también ilegales.

Este último problema, la proliferación de alquileres turísticos a través de plataformas como Airbnb, no ha hecho más que incrementar la competencia

FIGURA 5
DISTRIBUCIÓN TERRITORIAL DE PLAZAS SEGÚN TIPO DE ALOJAMIENTO



Fuente: Elaboración propia.

existente entre la oferta legal, obvia y hasta necesaria, por otra parte. En cambio, el alquiler que opera al margen de la legalidad supone una auténtica competencia desleal para el resto de alojamientos. Se escudan en vericuetos legales, se amparan en la economía colaborativa o en la dependencia de normativas muy dispares de comunidades autónomas e incluso de municipios, que poco favorecen la unidad de respuesta, necesaria en este caso. Extremadura no ha sido ajena a esta tendencia de incremento en el número de alojamientos ilegales, concentrada en los principales destinos turísticos, sobre los que ejerce un papel de alojamiento alternativo, de bajo coste y que opera al margen de la legislación y de la tributación, con todo lo que ello conlleva.

Al no estar sometidos a la legislación, carecen de inspecciones y es posible que se favorezca la picaresca, ofertando una ilusión que nada tiene que ver con la realidad. Por ello, se hace cada vez más necesario consultar las opiniones que vierten los huéspedes sobre cada uno de esos alojamientos, de tal forma que, al menos, no se fomente el engaño, algo cada vez más frecuente aprovechando el anonimato de la red.

Lamentablemente, la única respuesta posible para frenar el auge y la competencia desleal que supone el alquiler ilegal es tratar de regular su funcionamiento y que cualquiera de sus variedades esté sometida a los mismos controles que tienen el resto de establecimientos. Obviamente, es posible que, de darse esa circunstancia, ya no sea una alternativa tan económica y, a veces, poco profesional, lo que redundará en la mejora del sector.

CONCLUSIONES

Tras la realización de este análisis sobre la situación actual del alquiler turístico en Extremadura a través de la plataforma Airbnb y su relación con la oferta legal, colegimos lo siguiente:

- La oferta de alojamientos registrados legalmente en Extremadura ha aumentado de forma muy significativa a lo largo del presente siglo, hecho que ha afectado a todas las modalidades de alo-

jamiento. Mientras tanto, el número de viajeros y de pernoctaciones se ha incrementado en menor medida, lo que se ha traducido en un desajuste entre la capacidad de hospedaje ofertada y la demandada.

- La plataforma digital Airbnb se ha implantado en Extremadura de forma acelerada y, en la práctica, oferta más de 4.000 plazas de alquiler, lo que supone más del 10% de la oferta legal existente.
- La capacidad de captación de Airbnb es intensa, ya que ofrece grandes ventajas a propietarios, que pueden obtener pingües beneficios, y a huéspedes, que logran una estancia con un bajo coste.
- En el contexto general de Extremadura existe una competencia directa entre el alquiler turístico y determinadas tipologías de alojamiento, entre los que destacan los hoteles y los apartamentos turísticos.
- El análisis territorial refleja que existe una predilección por ofertar alquileres turísticos en los principales destinos, entre los que destacan las principales ciudades de Extremadura. No obstante, también afecta a otros espacios turísticos consolidados y enfocados a la práctica del turismo rural, como sucede en el norte de la provincia de Cáceres y el sur de la de Badajoz. Es en estos espacios donde se detecta que, además, ejerce una incidencia negativa sobre otras modalidades de hospedaje, como los alojamientos rurales.

AGRADECIMIENTOS

Esta publicación se encuadra dentro de las investigaciones llevadas a cabo durante la ejecución del proyecto “Diseño y elaboración de productos estratégicos diferenciados para la potenciación del turismo rural en Extremadura. De la detección de problemas a la propuesta de soluciones basadas en criterios geoestadísticos”, cuya clave es IB 16040, financiado por la Consejería de Economía e Infraestructuras de la Junta de Extremadura y por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER).

BIBLIOGRAFÍA

- Airbnb. (2017). Airbnb.es. <https://www.airbnb.es/about/about-us> (Fecha de consulta: 27/10/ 2017)
- Bardhi, F. y Eckhardt, G. (2012). "Access-based consumption: The case of car sharing", *Journal of Consumer Research*, 39(4), pp. 881-898. <https://doi.org/10.1086/666376>
- Belk, R. (2014). "You are what you can access: Sharing and collaborative consumption online", *Journal of Business Research*, 67(8), pp. 1595-1600. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.10.001>
- Botsman, R. y Rogers, R. (2011). *What's Mine is Yours. How Collaborative Consumption is Changing the Way We Live*. Londres, Harper Collins, p. 304.
- Datosmacro. datosmacro.com. <https://www.datosmacro.com/mercado-laboral/renta/espana/municipios> (Fecha de consulta: 15/11/2017).
- EXCELTUR (2015). *Impactos sociales y económicos sobre los destinos españoles derivados del exponencial aumento del alquiler de viviendas turísticas de corta duración, impulsado por los nuevos modelos y canales de comercialización P2O*. <http://www.exceltur.org/wp-content/uploads/2015/06/Alojamiento-tur%C3%ADstico-en-viviendas-de-alquiler-Impactos-y-retos-asociados.-Informe-completo.-Exceltur.pdf> (Fecha de consulta: 18/12/2017).
- Fernández, C. (2016). *Derecho Administrativo del Turismo*. Madrid, España: Marcial Pons.
- Gansky, L. (2010). *Why the Future is Sharing*. Nueva York, Estados Unidos: Penguin Group.
- Guttentag, D. (2015). "Airbnb: disruptive innovation and the rise of an informal tourism accommodation". *Current Issues in Tourism*, 18(12), pp. 1192-1217. <https://doi.org/10.1080/13683500.2013.827159>
- Hamari, J.; Sjöklint, M. y Ukknen, A. (2015). "The sharing economy: why people participate in collaborative consumption". *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 67 (9), pp. 2047-2059. <https://doi.org/10.1002/asi.23552>
- Martín, F. (2016). "Extremadura registra un "récord histórico" de turistas en 2015". *20 minutos*. <http://www.20minutos.es/noticia/2663959/0/extremadura-registra-record-historico-turistas-2015/> (Fecha de consulta: 3/12/2017).
- Martín, F. (2017). "Extremadura registra este verano "máximos históricos", con más de 1 millón de plazas ocupadas". *La Vanguardia*. <http://www.lavanguardia.com/local/extremadura/20171018/432161121016/extremadura-registra-este-verano-maximos-historicos-con-mas-de-1-millon-de-plazas-ocupadas.html> (Fecha de consulta: 18/10/2017).
- Matofska, B. (2017). "What is the Sharing Economy?" <https://www.thepeoplewhoshare.com/sharing-economy-guide>. (Fecha de consulta: 19/11/2017).
- Oskam, J. y Boswijk, A. (2016). "Airbnb: the future of networked hospitality businesses". *Journal of Tourism Futures*, 2(1), pp. 22-42. <https://doi.org/10.1108/JTF-11-2015-0048>
- Pacheco, M. (2016). "La Web 2.0 como instrumento esencial en la economía colaborativa: auge de negocios de dudosa legalidad". *Revista CESCO de Derecho de Consumo*, 17, pp. 76-84. <https://ruidera.uclm.es/xmlui/handle/10578/20558> (Fecha de consulta: 19/11/2017).
- Peris, M.; Estellés, S. y Rueda, C. (2016). "Mercado y economía colaborativa conceptos y caso wallapop". *Economía industrial*, 402, pp. 19-26. <http://hdl.handle.net/10251/111634> (Fecha de consulta: 19/11/2017).
- Rengifo, J.I.; Sánchez, J.M. y Sánchez, M. (2013). "Análisis del desarrollo del turismo rural en la provincia de Cáceres en los inicios del siglo XXI". *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 11 (4), pp. 615-630. <http://www.pasosonline.org/es/articulos/download/file?fid=57.647> (Fecha de consulta: 19/11/2017).
- Romero, A. (2014a). "Razones por las que AIRBNB va como un tiro: el auge del consumo colaborativo en el turismo". *Tecnohotel: revista profesional para la hostelería y restauración*, 460, pp. 72. https://issuu.com/peldano/docs/tecnohotel_460/72?e=1189233/6424202 (Fecha de consulta: 19/11/2017).
- Romero, A. (2014b). "Nuevos modelos de negocio en el sector turístico: implicaciones del escenario p2p". <https://www.aecit.org/files/congress/18/papers/75.pdf> (Fecha de consulta: 19/11/2017).
- Rong, K.; Hu, J.; Ma, Y.; Lim, M.; Liu, Y. y Lu, C. (2018). "The sharing economy and its implications for sustainable value chains". *Resources, Conservation & Recycling* (130), pp. 188-189. <https://doi.org/10.1016/j.resconrec.2017.12.001>

- Sánchez, J.M. (1995). "La matriz de correlación lineal en climatología. Los riesgos interpretativos: Su reducción o eliminación". *Estudios Geográficos*, 56(219), pp. 411-434.
- Sánchez, J.M., Gurría, J.L.; Leco, F. y Pérez, M.N. (2001). "SIG para el desarrollo turístico en los espacios rurales de Extremadura". *Estudios Geográficos*, LXII (243), pp. 338-368. <https://doi.org/10.3989/egeogr.2001.i243.288>
- Sánchez, J.M. y Rengifo, J.I. (2019). "Evolución del sector turístico en la Extremadura del Siglo XXI: auge, crisis y recuperación". *Lurralde: investigación y espacio* (42), pp. 19-50. <http://www.ingeba.org/lurralde/lurranet/lur42/42sanchez.pdf> (Fecha de consulta: 20/12/2017).
- Sánchez, J.M.; Rengifo, J.I. y Sánchez, M. (2017). "Caracterización espacial del turismo en Extremadura mediante análisis de agrupamiento (Grouping Analysis). Un ensayo técnico". *Geofocus. Revista Internacional de Ciencia y Tecnología de la Información Geográfica*, 19, pp. 207-235. <https://doi.org/10.21138/GF.490>
- Sánchez, J.M., Sánchez, M. y Rengifo, J.I. (2013). "La evaluación del potencial para el desarrollo del turismo rural. Una aplicación metodológica sobre la provincia de Cáceres". *Geofocus. Revista Internacional de Ciencia y Tecnología de la Información Geográfica*, 13(1), pp. 99-130. http://geofocus.rediris.es/2013/Articulo5_2013_1.pdf (Fecha de consulta: 19/11/2017).
- Sánchez, J.M., Sánchez, M. y Rengifo, J.I. (2018). "Patrones de distribución de la oferta turística mediante técnicas geoestadísticas en Extremadura (2004-2014)". *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 76, pp. 276-302. <https://doi.org/10.21138/bage.2571>
- Stors, N. y Kagermeier, A. (2015). "Motives for Using Airbnb in Metropolitan Tourism—Why do People Sleep in the Bed of a Stranger?". *Regions Magazine*, 299(3), pp. 17-19. <https://doi.org/10.1080/13673882.2015.11500081>
- Täuscher, K. y Laudien, S. (2018). "Understanding platform business models: A mixed methods study of marketplaces". *European Management Journal*, 36(3), pp. 319-329. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2017.06.005>
- Tian, L. y Jiang, B. (2017). "Effects of Consumer-to-Consumer Product Sharing on Distribution Channel". *Production and operations management*, 2017, pp. 1-18. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2839101 (Fecha de consulta: 19/11/2019).
- Vigolo, V. (2017). "Understanding Marketing Approaches to Older Tourists: A Selection of Case Studies". En *Older Tourist Behavior and Marketing Tools. Tourism, Hospitality & Event Management* (págs. 127-155). Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-319-47735-0_6
- Zervas, G., Proserpio, D. y Byers, J. (2017). "The Rise of the Sharing Economy: Estimating the Impact of Airbnb on the Hotel Industry". *Journal of Marketing Research*, 54(5), pp. 687-705. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2366898 (Fecha de consulta: 19/11/2017).