

## Aloxamentos turísticos convencionais fronte á expansión dos alugueiros turísticos. Orixe, causas e consecuencias

Miguel Ángel Solano Sánchez\* / Julia M. Núñez Tabales / José M. Caridad y Ocerín  
Universidad de Córdoba – Facultad de Derecho, Ciencias Económicas y Empresariales

Recibido: 15 de xullo de 2018 / Aceptado: 22 de xaneiro de 2019

### Resumo

Os últimos 10 anos supuxeron un absoluto cambio de paradigma no sector de aloxamentos turísticos a nivel mundial. Fronte aos aloxamentos convencionais xorden desde a economía colaborativa novas formas de aloxamento coñecidas como alugueiros turísticos. O obxectivo deste artigo é analizar este novo fenómeno, a súa orixe, as causas do seu crecemento e as consecuencias derivadas del, tales como a xentrificación e a masificación turística, achegando finalmente algunhas posibles solucións a estas.

### Palabras clave

Aloxamentos turísticos / Alugueiros turísticos / Economía colaborativa / Xentrificación / Masificación turística.

## Conventional tourist accommodations versus the expansion of vacation rentals. Origins, causes and consequences

### Abstract

In the past 10 years, there has been an absolute paradigm shift in the tourist accommodation sector worldwide. Apart from conventional accommodation, new forms of accommodation known as vacation rentals have appeared in the context of collaborative consumption. The objective of this paper is to analyze this new phenomenon, its origin, the causes of its growth and the consequences derived from it, such as gentrification and mass tourism, finally providing some possible solutions for them.

### Keywords

Tourist accommodation / Vacation rentals / Collaborative consumption / Gentrification / Mass tourism.

JEL Codes: Z32, D16.

## 1. Introducción

Os últimos 10 anos supuxeron un absoluto cambio de paradigma no sector de aloxamentos turísticos a nivel mundial. Fronte aos aloxamentos convencionais, tales como hoteis, *Bed & Breakfast* (B&B, en adiante), moteis, cámpings, aloxamentos rurais, albergues (*hostels*), aparthoteis e apartamentos turísticos (AT, en adiante), xorden desde a economía colaborativa<sup>1</sup> novas formas de aloxamento como as vivendas con fins turísticos (VFT, en adiante) e, aínda que pola súa forma de explotación comercial os AT son máis similares aos aloxamentos convencionais, a miúdo son considerados dentro dos alugueiros turísticos polo seu gran parecido coas VFT e porque moitas lexislacións a nivel mundial nin sequer fan distincións entre eles.

\* Correspondencia autor: [d42sosam@uco.es](mailto:d42sosam@uco.es)

<sup>1</sup> Modelos de negocio nos que mediante plataformas se crea un mercado aberto para o uso temporal de bens e servizos, ofrecidos na súa maioría por particulares (Comisión Europea, 2016).

Estas novas formas de aloxamento caracterízanse principalmente por ser un reaproveitamento de vivendas inutilizadas, non en forma de alugamento convencional para uso residencial, senón esporádico e con fins turísticos.

O xurdimento da internet na era das comunicacións propiciou unha posta en común masiva entre oferta de aloxamento turístico e demanda a nivel mundial sen precedentes na historia, supoñendo consecuentemente unha expansión do sector nunca vista ata entón.

O obxectivo deste artigo é, polo tanto, realizar unha visión xeral dos distintos tipos de aloxamentos turísticos, desde os máis tradicionais ata os máis modernos para, posteriormente, centrarse no estudo deste novo fenómeno, os motivos da súa orixe, as causas da súa expansión e as consecuencias tanto positivas como negativas que deste se derivan.

Para isto, en primeiro lugar, ofrecerase unha breve revisión histórica e unha recensión do estado actual dos aloxamentos turísticos convencionais, para logo contrastalos cos alugueiros turísticos, remarcando as súas diferenzas. A seguir, analizarase este novo fenómeno, a súa orixe, un estudo estatístico da súa expansión, as causas do seu éxito e, finalmente, as consecuencias derivadas del, así como algunhas reflexións e conclusións sobre o investigado, ofrecendo posibles solucións aos problemas detectados.

A Táboa 1 enumera os diferentes tipos de aloxamentos turísticos que se analizarán a continuación, clasificándoos conforme a diferentes criterios. En liñas xerais, as diferenzas máis palpables existen entre as VFT fronte aos aloxamentos turísticos convencionais, especialmente as referidas a unha explotación comercial exclusiva (xa que as VFT poden volver transformarse en vivendas en tempada baixa), o seu xurdimento por mor da economía colaborativa e os problemas para a súa delimitación legal (que serán posteriormente analizados).

Táboa 1. Modalidades de aloxamentos turísticos conforme a diferentes criterios

	Explotación exclusivamente turística	Xorde da economía colaborativa	Aloxamento independente do complexo	Localización céntrica	Problemas de delimitación legal	Existencia de zonas comúns
Hotel	Si	Non	Non	N. d.	Non	Si
B&B	Si	Non	Non	N. d.	Non	Si
Motel	Si	Non	Non	Non	Non	Non
Cámping	Si	Non	Non	Non	Non	Si
Aloxamento rural	Si	Non	Non	Non	Non	N. d.
Albergue (hostel)	Si	Non	Non	N. d.	Non	Si
Aparthotel e AT	Si	Non	Si	N. d.	N. d.	N. d.
VFT	Non	Si	Si	Si	Si	Non

Nota: N. d.: non determinante. Fonte: elaboración propia.

## 2. Oferta convencional de aloxamentos turísticos

### 2.1. Hoteis

O sector hostaleiro, segundo Mestres (1999), pode ser definido como o que comprende aqueles establecementos dedicados profesional e habitualmente a prestar un servizo de aloxamento, mediante prezo, con ou sen servizos de carácter complementario.

O hotel é o máis antigo e xenérico de todos os establecementos, e aínda que existen evidencias de servizos de aloxamento desde tempos bíblicos (Levy-Bonvin, 2003), pasando polas pousadas e cantinas medievais (Hollifield, 2009), que dan orixe ao termo francés *hôtel* (usando a raíz de palabras como

*hospital* ou *hospitalidade*), non é ata a chegada da revolución industrial cando se comezan a construír hoteis tal e como son coñecidos hoxe en día, proliferando na Europa Continental, Inglaterra e América, segundo Levy-Bonvin (2003).

Na actualidade, autores como Zervas, Proserpio e Byers (2017) destacan nos seus estudos a ameaza que supón para o sector hostaleiro o fenómeno da economía colaborativa e de portais como Airbnb<sup>2</sup>, estimando reducións de entre o 8% e o 10% dos beneficios hostaleiros de gama media e alta nos últimos 10 anos para a cidade de Austin (Texas). É destacable tamén o traballo de Alabdullatif e Akram (2018) acerca da influencia que o “boca a boca electrónico” (*electronic word of mouth, eWoM* polas súas siglas en inglés), en forma de comentarios positivos e negativos plasmados online, ten nos potenciais consumidores á hora de reservar cuartos de hotel.

## 2.2. Bed & Breakfast (B&B)

A orixe da idea dos B&B pódese situar no Reino Unido a mediados do século XX, con motivo de lles dar unha solución económica ás antigas casas señoriais de varios cuartos, ofrecendo cama e, posteriormente, o almorzo na mesma cociña da casa (de aí a expresión B&B: “cama e almorzo” en inglés). A miúdo o baño era compartido e, na maioría das ocasións, os donos do inmovible vivían nel.

Segundo a Professional Association of Innkeepers International [PAII] (2018), o clásico B&B inglés adoita constar de entre 4 e 11 cuartos (uns 6 de media) e actualmente contan nun 94% dos casos con baño propio e con outros recursos como internet e televisión. Segundo estudos desta Asociación, o 72% dos propietarios son parella e o 79% viven no local, converténdose nun auténtico estilo de vida no que é difícil discernir o tempo libre do de traballo. Shen, Miao, Lehto e Zhao (2018) poñen de relevo este paradoxo nun recente traballo que estuda os hábitos de traballo de 327 propietarios de B&B nos Estados Unidos, incidindo en que teñen períodos sen respiro durante curtos intervalos de tempo e períodos longos de inactividade nos que resulta beneficioso estar dedicados a un hobby para evadirse do traballo.

O fenómeno deste tipo de aloxamento tamén se foi estendendo ao redor do mundo. Así, en China, expatriados occidentais remodelaron casas tradicionais en zonas rurais e, aínda que a maioría dos seus clientes son turistas internacionais, están a popularizarse tamén entre a sociedade chinesa, segundo os estudos de Ives (2013), posteriormente complementados cos de Huang e Perng (2018) que revelan adicionalmente a importancia que ten no usuario de B&B de tipo rural o coidado do medio ambiente na costa leste taiwanesa.

En Sudáfrica, tal e como pon de manifesto Hikido (2017), o fenómeno B&B adquire un carácter interracial, xa que multitude de mulleres de raza negra que administran o aloxamento estreitan lazos con europeos ou con sudafricanos brancos que adoitan achegar o capital para poñer en marcha o establecemento. En México, o estudo de Serrano, Mendoza, Palmas-Castrejón e Zarza-Delgado (2017) pon de relevo o empoderamento e a saída da pobreza que para moitas mulleres supón traballar en B&B de tipo familiar ou noutras clases de aloxamentos.

Ultimamente, este fenómeno tamén se foi diversificando e especializando, ofrecendo B&B especiais para turistas con mascotas ou turismo *gay-friendly* (Pérez, 2014), entre outros. Os últimos estudos realizados por Prayag, Hall e Wood (2018) poñen de relevancia os sentimentos que lles producen aos propietarios de B&B os comentarios que deixan os seus clientes a través de internet. Unha enquisa realizada a estes en Nova Zelandia proba a existencia de catro perfís distintos acerca das súas reaccións: neutral, desgustado, partidario e aprehensivo.

## 2.3. Moteis

A súa orixe sitúase na California de 1925, cando o arquitecto Arthur Heineman deseñou un espazo residencial coa idea de que os hóspedes puidesen entrar co seu vehículo ata a mesma porta do aloxa-

<sup>2</sup> Plataforma web de economía colaborativa que oferta aloxamentos turísticos, VFT principalmente.

mento. Así, etimoloxicamente, Heineman sumou as palabras *motor* e *hotel*, creando o termo *motel*. Foi ideado, pois, desde os seus inicios, como un extenso conxunto de apartamentos ou estancias separadas con amplos espazos para albergar vehículos, xa que se situaban á beira das grandes estradas para ofrecerlles noites en hotel aos viaxeiros que se atopaban realizando longas travesías (Jackson, 1993). Cómpre mencionar aquí o artigo de Caton e Almeida (2007) no que poñen de relevo o turismo nostáxico de patrimonio sobre a cantidade de moteis e restaurantes ao longo da Ruta 66 nos EE.UU.

Aínda que teña a súa orixe nese país, o concepto axiña se estendeu ao longo do mundo, especialmente en países de tradición anglosaxona e de longas estradas como Australia. Bergin-Seers e Jago (2007) revelan a grande expansión que tiveron neste país os moteis desde a súa aparición en 1949, pasando de 80 establecementos deste tipo a finais dos anos cincuenta aos 700 que había a mediados dos anos sesenta.

En Europa, é destacable a referencia que realiza Čavlović (2018) da cadea de moteis *Slijeme* (Croacia), deseñada polo arquitecto Ivan Vitic en 1965, podendo ser vista como unha extensión mesma da autoestrada do Adriático, hoxe foco sen dúbida do turismo arquitectónico, bastante afastado do seu propósito orixinal como aloxamento de turismo masivo próximo á costa.

No Extremo Oriente, en cambio, o concepto de motel difire algo máis do orixinal. Especialmente en Corea do Sur, Hong Kong ou Xapón, os coñecidos como *love motel* ou *love hotel* adquiren un carácter máis urbano, situados usualmente dentro das grandes cidades (ou nos arredores), e tendo o propósito principal de garantirlles intimidade ás parellas. Non deben confundirse con lugares dedicados á prostitución, xa que usualmente os clientes destes establecementos son persoas que xa manteñen unha relación previa. En Taiwan, o concepto de *love motel* é un híbrido entre o clásico motel americano e o *love hotel* xaponés (Alexander, Che, MacLaren e O’Gorman, 2010).

## 2.4. Cámpings

Segundo Feo (2003), os cámpings pódense definir como terreos acoutados e preparados para recibir aloxamentos móbiles, ben tendas de campaña ou caravanas.

Aínda que hai vestixios de clubs de acampada desde os inicios do século XX, non é ata mediados dos anos corenta cando xorde a súa popularización en Europa, estendéndose posteriormente a outras zonas (Feo, 2003). Autores como Østby (2014) defenden nos seus estudos o *boom* que tivo o cámping na Noruega dos anos sesenta, moi unido ao uso do coche nese país, que tivo serias restricións á importación de vehículos nos anos anteriores. O levantamento destas restricións trouxo consigo un forte interese polas viaxes en automóbil e polas acampadas.

Na actualidade, aínda que a presenza de cámpings existe a nivel mundial, segue sendo un fenómeno maioritariamente europeo. En Europa, Francia encabeza a lista con 7.800 na área metropolitana, segundo o Institut National de la Statistique et des Études Économiques [INSEE] (2016), fronte aos 1.188 que tivo abertos España en agosto de 2016, segundo o Instituto Nacional de Estadística [INE] (2016).

## 2.5. Aloxamentos rurais

Blanco (1996) acouta o termo “turismo rural” describindoo como unha nova forma de turismo que se desenvolve fóra dos núcleos urbanos, producida de forma reducida, usando os distintos recursos naturais, culturais, patrimoniais e de aloxamento no medio rural e contribuindo ao seu desenvolvemento. Posteriormente, Björk (2000) definiría o turismo rural en termos moi semellantes, engadindo o concepto de desenvolvemento sustentable, de maneira que eses recursos non se estraguen co tempo e poidan conservarse inalterados.

Resaltando este último concepto, é interesante mencionar as recentes investigacións de Moral, Fernández e Sánchez (2018) acerca das intencións e actitudes de xerentes e propietarios de aloxamentos rurais de cara a implementar nos seus negocios accións socialmente responsables que impliquen un desenvolvemento sustentable en Andalucía (España). O estudo concluíu que, aínda que a maioría dos

propietarios entenden a importancia de desenvolver accións conducentes a un turismo sustentable, o pequeno tamaño dos seus aloxamentos e, polo tanto, a súa escasa capacidade de reacción neste aspecto impiden a realización destas accións de motu proprio, e así na súa maioría os cambios conducentes a un turismo máis sustentable veñen tanto da presión social da súa contorna como das esixencias que a lei impón.

Este mesmo estudo, grazas á enquisa que realiza, pon de relevancia os tipos de aloxamentos rurais que existen. A grandes trazos, pode concluírse que non existe un tipo de aloxamento rural per se, senón máis ben que o termo *rural* se converte nun adxectivo transversal que impregna os demais tipos de aloxamentos existentes tales como hoteis, apartamentos, vivendas e albergues, rurais todos eles.

## 2.6. Albergues (hostels)

O hostel (ou albergue, como se coñece en España) xorde na Alemaña de 1909 da man de Richard Schirrmann (Hostelling International, 2018), un mestre de escola que adaptou as aulas dos colexios para aloxamentos engadíndolles camas cando quedaban baleiras durante o verán. En 1912 funda o primeiro albergue de tipo xuvenil da historia no Castelo de *Altena* (*Westfalia*, Alemaña).

Posteriormente, o concepto foise transformando, absorbendo un público non só xuvenil senón de todas as idades que busca aloxamento barato, e foi adquirindo un carácter máis rural, aventureiro e *backpacking* (mochileiro), como solución idónea para estancias curtas durante longas travesías a pé, como o Camiño de Santiago (Santos, 2003).

O albergue ou hostel caracterízase principalmente por ser un aloxamento barato, onde usualmente existen grandes cuartos compartidos de entre 6 e 12 persoas, con aseos e outras zonas comúns como cociña ou sala de estar (Krasnoperova, Shchetkina, Martyn, Gizbrekht e Mlynar, 2016).

O inicio do século XXI trouxo consigo o nacemento dun novo concepto de albergue de tipo urbano e xuvenil, centrado especialmente en estudantes con escasos recursos. O fenómeno colonizou o centro das principais capitais europeas. Así, o público usuario foi cambiando de viaxeiros “nómades” a mozos interesados polo turismo cultural, ampliado posteriormente a vacacións de tipo familiar co alugamento de cuartos enteiros con varias camas. Foi unha auténtica revolución no mundo do aloxamento turístico, que veu non só a facer caer os prezos dos aloxamentos no centro das principais capitais europeas senón a ofrecer unha experiencia de calidade a un prezo razoable (Richards, 2016).

## 2.7. Aparthoteis e AT

En Europa, o termo *aparthotel* fai referencia a un tipo de hotel composto por apartamentos que inclúen varias estancias, incluídas a cociña, o baño e un ou varios dormitorios. En América, en cambio, o termo *aparthotel* fai referencia a un pequeno hotel ou B&B, mentres que para describir o *aparthotel* europeo anteriormente referido se emprega o termo *apartment hotel* (Beaver, 2005).

Os AT son un concepto algo distinto do *aparthotel*. A diferenza deste, non é necesario pasar por recepción no momento da entrada ou da saída. Usualmente, atópanse construídos a modo de complexo, ben como bloque de apartamentos, ben como casas acaroadas, e malia que na súa forma de xestión son máis similares aos aloxamentos convencionais, a miúdo tamén se engloban dentro dos alugamentos turísticos, dependendo da lexislación de cada país.

## 3. Alugueiros turísticos xurdidos da economía colaborativa. As VFT

### 3.1. Definición e precedentes das VFT

Segundo De la Encarnación (2016), as VFT son inmobles (ou parte deles, é dicir, cuartos) privados que se ofrecen para uso turístico durante un período concreto de tempo mediante o seu alugueiro.

Pola forma en que exercen a súa actividade, as VFT encádranse e xorden como un fenómeno totalmente novo dentro da economía colaborativa, ao tratarse dun uso compartido de bens e servizos mediante unha rede entre iguais ou entre pares (coñecido en inglés como sistema *peer-to-peer*, *P2P*, en adiante) (Guillén, 2015).

Etimoloxicamente falando, non é ata o ano 2007, grazas ao estudo de Algar (2007) titulado *Collaborative consumption* e ao posterior libro *What's mine is yours: The rise of collaborative consumption*, de Botsman e Rogers (2010), cando o termo *economía colaborativa* comeza a se facer realmente popular. Nesta obra defínena como a economía construída mediante redes repartidas entre individuos, fronte a institucións centralizadas, transformando a maneira que se ten de producir e consumir. Posteriormente, a Comisión Europea (2016) definiu a economía colaborativa como “modelos de negocio nos que se facilitan actividades mediante plataformas colaborativas que crean un mercado aberto para o uso temporal de mercadorías ou servizos ofrecidos a miúdo por particulares”.

O inicio da economía colaborativa no uso de bens inmobles ten o seu xerme no intercambio de casas, que empeza a estenderse a principios dos anos noventa mediante a empresa HomeExchange, fundada en 1992 por Ed Kushins e orixinalmente cun modelo de negocio baseado nun catálogo por correo, que posteriormente deu o salto á rede de redes (HomeExchange, 2018).

O paso xusto anterior ao fenómeno das VFT dáo Couchsurfing, fundada en 2004 (Couchsurfing, 2017) na cidade de San Francisco. Foi un auténtico pioneiro no sector analizado, xa que foi a primeira entidade sen ánimo de lucro (transformándose máis tarde en empresa) en ofrecer aloxamento en casas de terceiros, “surfeando” entre sofás alleos (*couch* significa “sofá” en inglés, e de aí *Couchsurfing*).

### 3.2. Diferenzas das VFT cos B&B e cos AT

Moitas das características destes novos tipos de aloxamentos son compartidas cos B&B, onde nalgunhas ocasións os límites entre un tipo de aloxamento e outro non están claros (Jordan e Moore, 2018), polo que os B&B marcan un claro precedente nas VFT.

Tanto é así que, en lugares como Hawai, a existencia dun pequeno apartamento anexo (chamado *ohana unit*, xa que *ohana* significa “familia” en hawaiano) a moitas das vivendas construídas nas illas, e utilizado na súa orixe para aloxar familiares e amigos nunhas zonas onde os prezos inmobiliarios non deixaban de crecer, foise transformando de algo parecido a un B&B a directamente unha VFT (Jordan e Moore, 2018).

Para comprendermos mellor as diferenzas e as semellanzas entre un B&B e unha VFT preséntase a Táboa 2.

Aínda que xeralmente os AT e as VFT se encadran dentro dos denominados alugueiros turísticos, ao comparalos pódense resaltar as seguintes diferenzas. En primeiro lugar, os AT englobáanse dentro dun conxunto dedicado exclusivamente a unha explotación turística comercial, mentres que as VFT son propiedades individuais que poden estar rexistradas legalmente para tal fin ou non, exercendo así a súa actividade fóra da lei (Táboa 2) e dentro da economía somerxida, producíndose unha intrusión no sector de aloxamentos turísticos que se atopan dentro dunha actividade regrada (Guillén, 2015). Existe, polo tanto, un verdadeiro problema a nivel mundial por tentar acoutar lexislativamente esta actividade (De la Encarnación, 2016). En segundo lugar, ao contrario que os AT e tal e como se comentou anteriormente, as VFT xorden como un fenómeno diferente ao resto de aloxamentos e dentro da economía colaborativa.

## 4. A expansión das plataformas P2P e do sector de alugueiros turísticos

En febreiro de 2005, Brian Sharples e Carl Shepherd encontrábanse reunidos en Austin (Texas) e decidiron cambiar a industria dos alugueiros turísticos para sempre. En xuño de 2006, nacíu a *web* Homeaway.com, que poñía en contacto a propietarios e hóspedes nos EE.UU. Hoxe ofrecen unha oferta de máis de 2 millóns de aloxamentos distribuídos en 190 países (Homeaway, 2018).

Táboa 2. Diferenzas entre B&amp;B e VFT

B&B	VFT
Normalmente serve almorzo.	Normalmente non serve almorzo.
Polo xeral o aloxamento outórgase dentro dunha casa privada con cuartos non utilizados, e alugados por motivos económicos ou polo gusto de coñecer xente.	O aloxamento dáse nunha estancia separada que pode estar xunto á vivenda do propietario ou non.
A publicidade faise co boca a boca.	Anúncianse na internet.
Ofrece entre 4 e 5 cuartos.	Pode ofrecer desde un cuarto ata unha casa, apartamento, ou bloque de apartamentos.
Normalmente, o negocio non é a principal fonte de ingresos do propietario.	Sen diferenza.
A miúdo, atópanse dentro da lei de aloxamentos do país, malia que algúns non o fagan por mor do seu pequeno tamaño.	Adoitan exercer as súas actividades fóra da lei ou en situacións de baleiro legal.
O propietario adoita vivir no aloxamento.	O propietario non adoita vivir no aloxamento.
Os hóspedes comparten zonas comúns cos seus anfitrións.	Os hóspedes acostuman ter o aloxamento completo para eles.

Fonte: elaboración propia a partir de Jordan e Moore (2018).

En outubro de 2007, Brian Chesky e Joe Gebbia necesitaban un diñeiro extra para poder seguir pagando o seu alugueiro en San Francisco. Ocorréuselles comprar tres colchóns inchables para alugalos por noite. Bautizaron aquela idea como “*airbed and breakfast*”. En febreiro de 2008, Nathan Blecharczyk, arquitecto técnico graduado en Harvard, uniuse a Brian e Joe para fundar Airbnb (Salter, 2012) e cambiar o mundo dos alugueiros turísticos para sempre. Na actualidade, aloxan na súa *web* case 5 millóns de anuncios de propiedades de arredor de máis de 191 países do mundo (Airbnb, 2018).

A partir da Táboa 3, pódese analizar a presenza que ambas as dúas compañías teñen a nivel mundial e estadounidense. Así, pódese observar a través desta Táboa 3 que Airbnb ten unha proxección a nivel mundial, copando as grandes capitais europeas, maior que a que ten Homeaway, que obtén a súa presenza internacional a través das filiais do seu grupo (véxase Táboa 4); polo tanto, o grao de coñecemento xeneralizado de Airbnb como marca a nivel mundial é superior. É destacable tamén que Homeaway ten unha presenza moito máis decisiva dentro das zonas eminentemente vacacionais dentro dos EE.UU., e só é superada por Airbnb nas grandes cidades como Nova York, Os Ánxeles ou Florida.

Desde a aparición de Homeaway e Airbnb, fóronse xerando multitude de empresas online de intermediación entre particulares, tipo plataforma P2P, parecidas en funcionamento a estas. Para observar a súa relevancia actual, analizarase o Ranking Alexa<sup>3</sup> a nivel mundial en xuño de 2018 a través da Táboa 4, onde se expoñen as *webs* máis visitadas do sector e a súa posición global.

Na Táboa 4 pódense observar os países nos que este fenómeno esperta máis interese e no que está, polo tanto, máis desenvolvido. Liderando a clasificación está EE.UU., lugar de orixe desta nova forma

<sup>3</sup> Elaborado por Alexa Internet, Inc., empresa filial de Amazon que prové as estatísticas das visitas dun sitio *web* obtida a través dos usuarios que teñen instalada a Alexa Toolbar.

de aloxamento; destacables son tamén o Reino Unido, Francia, Alemaña, España, Australia e Brasil. Analizando máis detidamente, ponse de relevancia a dimensión real do grupo Homeaway –desvirtuada en parte na Táboa 3 ao considerar só o portal Homeaway–, con forte presenza internacional pero cun sistema diferente ao de Airbnb, moito máis rexionalizado que este último e con varios portais actuando de forma independente, fronte á centralización que se observa en Airbnb.

Táboa 3. Top 10 de destinos de Airbnb (mundial) e top 10 de destinos de Homeaway (EE.UU.) en número de propiedades anunciadas

Cidade	Airbnb	Homeaway	Cidade (Estado, EE.UU.)	Homeaway	Airbnb
1. París	65.973	9.804	1. Kissimmee (Florida)	12.163	5.950
2. Londres	49.533	5.248	2. Davenport (Florida)	7.808	3.113
3. Río de Xaneiro	42.380	1.255	3. Panama City Beach (Florida)	5.289	1.091
4. Roma	25.386	10.473	4. Myrtle Beach (Carolina do Sur)	5.034	1.127
5. Barcelona	21.737	5.805	5. Nova York (Nova York)	4.237	20.304
6. Nova York	20.304	4.237	6. Gulf Shores (Alabama)	4.228	457
7. Berlín	18.451	1.059	7. Orange Beach (Alabama)	4.116	335
8. Ámsterdam	17.205	1.583	8. Os Ánxeles (California)	3.578	8.367
9. Copenhague	16.502	285	9. Miami (Florida)	3.510	6.941
10. Brooklyn	15.179	817	10. Hilton Head Island (Carolina do Sur)	3.439	760

Nota: datos de setembro de 2016. Fonte: elaboración propia a partir de Beyond Pricing a través de VRM Intel (2016).

Táboa 4. Vinte primeiros portais do sector de alugueiros turísticos a nivel mundial (xuño de 2018)

Nome	Observacións	Posición no ránking global
1. Booking		108º
2. Airbnb		304º
3. VRBO	Do grupo Homeaway para EE.UU.	2.665º
4. Couchsurfing		4.341º
5. Homeaway		5.922º
6. Fewo-Direkt	Do grupo Homeaway para Alemaña.	15.559º
7. Abritel	Do grupo Homeaway para Francia.	17.560º
8. Homeaway.co.uk	Do grupo Homeaway para o Reino Unido.	20.718º
9. Homelidays	Do grupo Homeaway para Francia.	46.676º
10. Holiday Lettings	Do grupo Tripadvisor para o Reino Unido.	50.858º
11. Owners Direct	Do grupo Homeaway para o Reino Unido.	54.105º
12. FlipKey	Do grupo Tripadvisor para EE.UU.	55.218º
13. Stayz	Do grupo Homeaway para Australia.	58.366º
14. Luxury Retreats	Do grupo Airbnb.	58.950º
15. Rentalia	Portal español.	63.772º
16. Homestay		67.188º
17. TUI Villas		68.902º
18. Alugue Temporado	Do grupo Homeaway para Brasil.	68.922º
19. Top Rural	Do grupo Homeaway para España.	70.624º
20. Spain Holiday	Portal español.	83.375º

Fonte: elaboración propia a partir de Alexa a través de Need More Rentals (2018).

Esta expansión de plataformas P2P tivo como consecuencia un crecemento deste fenómeno de alugueiros turísticos, que se foi elevando ano tras ano estendéndose polo mundo. Con respecto aos ingre-



sos do sector (Figura 1), obsérvase un pronunciado crecemento anual do 14,3% entre os anos 2016 e 2017, estimando crecementos anuais dun 8,5% de media. Calcúlase, se se cumpren os prognósticos, que o sector medrará un 35,85% entre os anos 2018 e 2022.

Se se analiza o crecemento do número de hóspedes (Figura 2), obsérvanse tendencias de crecemento moi parecidas ás da Figura 1, cun crecemento do 10,4% entre os anos 2016 e 2017, e un crecemento total agardado do 32,95% entre os anos 2018 e 2022.

Por último, e tomando como base a Booking (que lidera a lista da Táboa 4), realízase unha aproximación do peso relativo que ocupan os distintos tipos de aloxamentos turísticos dispostos nos apartados 2 e 3 a nivel mundial (Figura 3). Para iso, tómase como base o total global de anuncios por tipos de aloxamento para xuño de 2018.

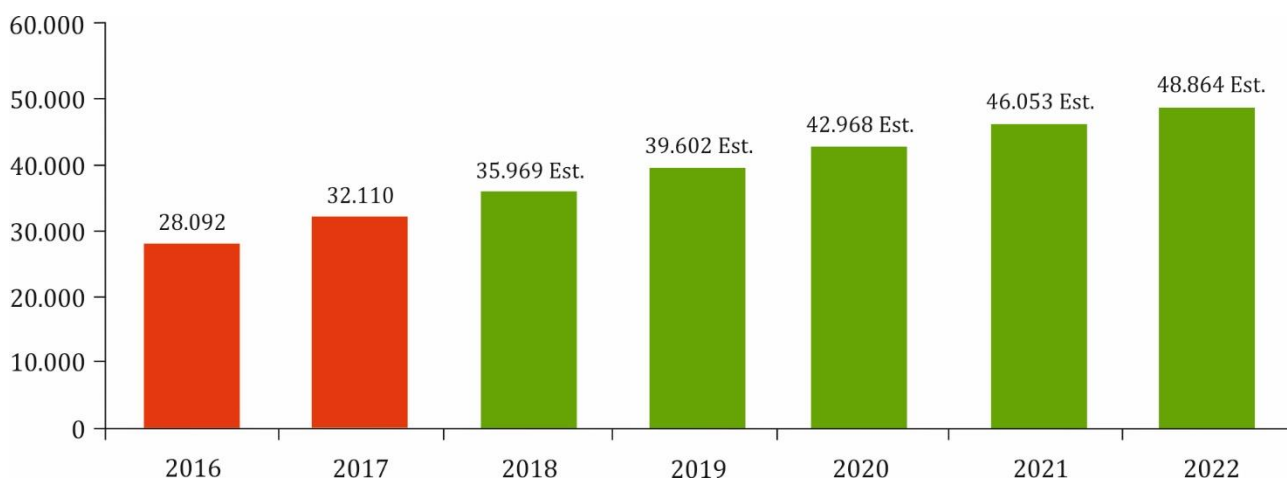


Figura 1. Ingresos por alugueiros turísticos a nivel mundial (en millóns de USD). Nota: estimacións a partir de 2018. Fonte: elaboración propia a partir de Statista (2018).



Figura 2. Millóns de hóspedes en alugueiros turísticos. Nota: estimacións a partir de 2018. Fonte: elaboración propia a partir de Statista (2018).

É evidente unha preponderancia maioritaria do sector hostaleiro como a forma de aloxamento turístico máis común aínda existente (Figura 3). En termos de prazas, a súa porcentaxe sobre as demais

sería maior, xa que aquí son contabilizados os aloxamentos por unidades; porén, o normal é que os hoteis dispoñan dun número bastante alto de prazas, fronte a outros establecementos como os B&B ou as VFT.

Obsérvase tamén como as demais formas de aloxamentos convencionais ocupan, mesmo xuntas, un sector minoritario dentro da oferta de aloxamento que propón Booking a nivel mundial. B&B, moteis, cámpings, aloxamentos rurais e albergues non chegan a supoñer en conxunto nin o 12,5% da oferta.

Finalmente, ponse de manifesto a expansión dos mencionados alugueiros turísticos (AT e VFT), configurándose, se se inclúen dentro da estatística as VFT por cuartos, como o tipo de oferta maioritaria por unidade de establecemento, chegando a un 44,6% da oferta total de aloxamentos presentada en Booking para xuño de 2018.

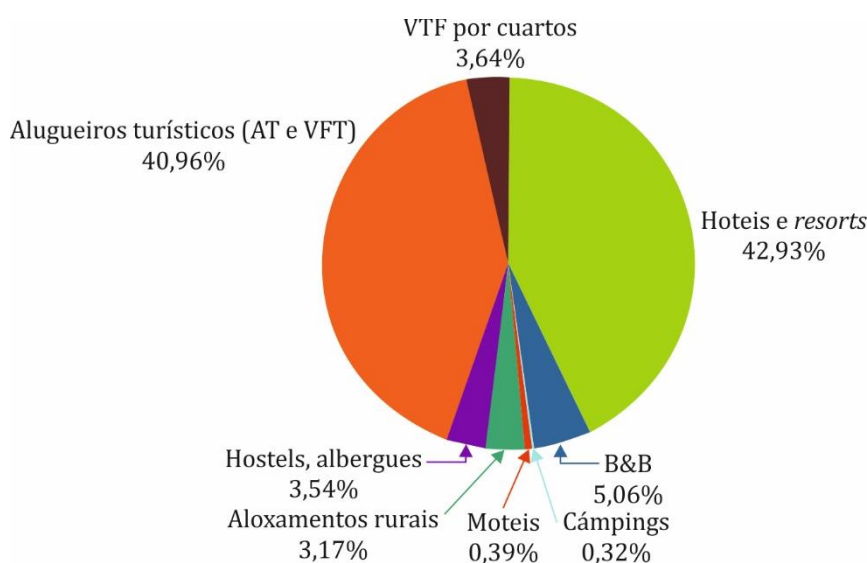


Figura 3. Peso relativo dos tipos de aloxamentos turísticos a nivel mundial. Fonte: elaboración propia a partir de Booking (2018).

É evidente unha preponderancia maioritaria do sector hostaleiro como a forma de aloxamento turístico máis común aínda existente (Figura 3). En termos de prazas, a súa porcentaxe sobre as demais sería maior, xa que aquí son contabilizados os aloxamentos por unidades; porén, o normal é que os hoteis dispoñan dun número bastante alto de prazas, fronte a outros establecementos como os B&B ou as VFT.

Obsérvase tamén como as demais formas de aloxamentos convencionais ocupan, mesmo xuntas, un sector minoritario dentro da oferta de aloxamento que propón Booking a nivel mundial. B&B, moteis, cámpings, aloxamentos rurais e albergues non chegan a supoñer en conxunto nin o 12,5% da oferta.

Finalmente, ponse de manifesto a expansión dos mencionados alugueiros turísticos (AT e VFT), configurándose, se se inclúen dentro da estatística as VFT por cuartos, como o tipo de oferta maioritaria por unidade de establecemento, chegando a un 44,6% da oferta total de aloxamentos presentada en Booking para xuño de 2018.

## 5. As causas do crecemento dos alugueiros turísticos

Demostrado, polo tanto, o esmagador éxito dos alugueiros turísticos, o seguinte paso é a formulación das razóns do triunfo do sector a día de hoxe, que se resume en parte en adaptar o produto ofer-

tado aos requirimentos do cliente. Seguidamente, pormenorizaranse os factores explicativos deste notable crecemento.

En primeiro lugar, nunca ata agora a humanidade estivera tan conectada. Nunca antes tantos millóns de persoas de calquera parte do mundo puideron comunicarse dunha maneira tan inmediata e directa, sen se coñeceren absolutamente de nada, e tendo tan só un posible interese común. Como consecuencia, existe unha expansión sen precedentes tanto da oferta como da demanda desde que esta posibilidade é factible. Sen dúbida, a internet permitiulles a estas plataformas P2P facer de intermediarios entre millóns de compradores e vendedores no mundo (Gwin, 2004).

Seguidamente, analízanse algunhas das razóns polas que os clientes prefiren hospedarse nun alugueiro turístico fronte a un aloxamento convencional. Segundo Statista (2016), nunha enquisa realizada a 1.620 usuarios de alugueiro turístico en EE.UU. en xuño de 2016 (Figura 4) sobre as razóns polas que se aloxaron neste tipo de establecemento, as enquisas permitían respostas múltiples.



Figura 4. Principais razóns polas que os viaxeiros se hospedaron en alugueiro turístico (EE.UU., xuño de 2016). Fonte: elaboración propia a partir de Statista (2016).

Analizando a Figura 4, pódense extraer catro grandes razóns que explican o éxito desta nova forma de hospedaxe: dispoñibilidade de cociña, intimidade, experiencia caseira e/ou local pero, sobre todo, prezo inferior.

O nivel de intimidade e confort que outorga un alugueiro turístico non é o que se pode ofrecer nun cuarto de hotel. Sen dúbida, a sensación de "estar como na túa propia casa" é moito maior nun apartamento ou vivenda do que nun hotel. Isto, especialmente nos casos de parellas con nenos, é un punto clave. A isto engádeselle, na maioría das ocasións, a vantaxe engadida de contar cunha cociña propia, co consecuente aforro que supón o non ter que estar a comer fóra da estancia durante toda a viaxe.

Por outra banda, a experiencia "local", é dicir, a sensación de atoparse máis integrado na contorna é outro plus engadido para os hóspedes. A miúdo os hoteis son máis fríos e impersonais e, en ocasións, están situados tamén en lugares afastados das zonas históricas e/ou turísticas máis auténticas da cidade. Estar integrado nun inmoble dentro da zona que se visita proporciona, sen dúbida, unha sensación maior de vivencia no ambiente "real" da cidade.

Finalmente, se se fala de prezo, pódese comprobar (Táboa 5) como o prezo de aloxarse nun alugueiro turístico é sensiblemente inferior ao do seu máis inmediato competidor, como son os hoteis.

Obsérvanse, polo tanto, diferenzas acusadas (Táboa 5) entre o prezo medio diario dun alugueiro turístico fronte a unha media de todo tipo de cuartos hostaleiros, que adoitan estar en torno a un 40% máis caras. É notable o caso de Barcelona, no que sucede xusto o contrario. Posiblemente, a presión turística da cidade e a demanda de alugueiros turísticos disparasen os prezos, así como a loita que o

Concello de Barcelona mantén coas VFT ilegais e os permisos especiais que estas requiren sexan os factores decisivos deste sorprendente resultado (Busbud, 2015).

En termos xerais, os motivos que propiciaron un prezo menor con respecto a outras formas de aloxamento convencionais foron o exceso de oferta que supuxo esta expansión das plataformas P2P, poñendo en valor recursos infrautilizados aos que non se lles estaba obtendo un rendemento económico. A isto cómpre engadir que na maioría das ocasións este tipo de vivendas se atopan nun baleiro legal, sen estar rexistradas nin tributar pola súa actividade, fenómeno que explica tamén estas diferenzas no prezo.

Táboa 5. Comparación de prezos medios de alugueiros turísticos anunciados en Airbnb fronte ao de hoteis en 2015. Principais capitais mundiais (en dólares americanos)

Cidade	Prezo medio Airbnb	Prezo medio hotel	Diferenza
Berlín	\$65	\$128	-49,22%
París	\$110	\$214	-48,60%
Madrid	\$73	\$132	-44,70%
Londres	\$144	\$252	-42,86%
Toronto	\$89	\$148	-39,86%
Nova York	\$164	\$245	-33,06%
Sydney	\$140	\$185	-24,32%
Ámsterdam	\$146	\$191	-23,56%
Os Ánxeles	\$170	\$175	-2,86%
Barcelona	\$312	\$172	81,40%

Fonte: elaboración propia a partir de Busbud (2015).

## 6. Problemas orixinados polas VFT e outros alugueiros turísticos. Delimitación legal, xentrificación e masificación turística

Xa se foron citando ao longo do apartado 3.2. os problemas para delimitar legalmente as VFT. Conforme a De la Encarnación (2016), a economía colaborativa supón un cambio de paradigma no sector do aloxamento, e esta nova forma de hospedaxe choca coa normativa de moitos países, que só contemplaban aloxamentos rexistrados unicamente con fins turísticos, e non cesións temporais de inmobles ou de partes deles (cuartos).

O problema da delimitación legal desta nova actividade non é exclusivo, xa que logo, dun país en concreto, e afecta especialmente a EE.UU., Países Baixos, Francia, Alemaña, Reino Unido e España, estados nos que o fenómeno, tal e como se analizou (Táboa 4), tivo unha maior repercusión e onde se realizaron os maiores esforzos por acoutar lexislativamente estas actividades, ben no ámbito local, rexional ou estatal.

Outro inconveniente derivado deste novo fenómeno é a chamada “xentrificación” das cidades nas súas zonas máis turísticas. Esta xorde cando os residentes das áreas céntricas e/ou turísticas da cidade vense obrigados a se desprazaren cara a barrios máis periféricos (Cócola, 2015). O termo, atribuído orixinalmente a Glass (1964), xorde etimoloxicamente do inglés *gentry*, unha clase social inglesa de baixa e media nobreza que, aproveitando os seus recursos, mercaba inmobles vellos e/ou deteriorados no centro das cidades a baixo prezo para reformalos e mudarse a eles, desprazando así os seus residentes orixinais (de clase media ou baixa) cara a zonas máis periféricas da cidade.

Na actualidade, o fenómeno transformouse no que hoxe se coñece como xentrificación turística, e consiste en que as zonas turísticas e/ou céntricas da cidade se encheron de alugueiros turísticos, transformándose en auténticos espazos destinados ao consumo turístico. Así, o visitante usuario des-

tes alugueiros turísticos é considerado como o novo *gentry*, que grazas aos seus recursos se aloxa nestas zonas da cidade (Cócola, 2015) fomentando que máis vivendas na zona se destinen ao turismo (xa que é máis rendible que alugalas a un residente permanente) e, en consecuencia, subindo o prezo dos alugueiros. Isto forza a moitos dos habitantes destas zonas a se desprazaren a barrios máis afastados do centro, que teñen alugueiros máis baratos.

Ademais, a proliferación de aloxamentos máis baratos que os aloxamentos convencionais (Táboa 5) implica un aumento na demanda turística ata o punto da masificación, o que provoca problemas de convivencia cos residentes. Segundo o recente informe *Coping with success. Managing overcrowding in tourism destination* (World Travel and Tourism Council [WTTC], 2017), cidades como Roma, Venecia, Ámsterdam, París, Praga ou Barcelona atópanse entre as máis masificadas turisticamente do mundo.

Obsérvase así como estes son tamén fenómenos producidos a nivel mundial. Xa existen numerosos estudos sobre a xentrificación en cidades masificadas polo turismo como Ámsterdam, onde Pinkster e Boterman (2017) describen como o histórico Distrito da Canle se transformou dunha zona residencial nunha área de lecer e aloxamento turístico.

Notable é tamén o estudo de Minoia (2017) sobre a xentrificación en Venecia, cidade na que tamén se orixinaron recentemente soadas protestas (EFE, 2018) en contra da polémica decisión do Concello de colocar tornos de control para turistas debido á masificación durante o 1 de maio (Día do Traballo) no único punto de entrada á cidade. Por último, Cócola (2016) tamén reflicte no seu estudo a xentrificación á que está sometida a cidade de Barcelona.

## 7. Conclusións

Dentro dos aloxamentos turísticos convencionais, obsérvase unha crecente preocupación no uso da internet por parte dos seus clientes á hora da influencia que os comentarios destes poidan ter sobre os seus futuros clientes potenciais. Este fenómeno é especialmente evidente nos establecementos hostaleiros e nos B&B.

É perceptible tamén como a “guerra comercial” entre tipos de aloxamentos turísticos a nivel internacional se dá, de forma maioritaria, entre hoteis (aloxamento convencional) e alugueiros turísticos (AT e VFT). O resto de establecementos convencionais supoñen no seu conxunto un 12,5% da oferta de aloxamento mundial total e son, polo tanto, escasamente relevantes na actualidade.

Por outra banda, un acceso á internet xeneralizado a nivel mundial propiciou o xurdimento de diversas plataformas P2P, que poñen en común a axentes no mercado con intereses complementarios dentro da economía colaborativa e a compartición de recursos. No eido do aloxamento turístico, isto traducíuse na reconversión de moitas vivendas existentes (na súa maioría desaproveitadas) mediante o seu alugamento con fins turísticos.

O exceso de oferta xurdido deste fenómeno, unido na maioría de ocasións á existencia de situacións sen carga legal ou mesmo de ilegalidade (polo tanto, sen suxeición a tributación), propiciou uns prezos de aloxamentos turísticos por baixo dos que ata agora eran usuais, situación frecuentemente denunciada por parte dos propietarios de aloxamentos convencionais como competencia desleal.

Os prezos baixos, polo tanto, así como unha maior intimidade, a dispoñibilidade de cociña e a sensación dunha maior inmersión cultural coa contorna son as principais razóns que explican o éxito deste novo tipo de aloxamentos.

Con todo, este novo cambio de paradigma tamén implica situacións non desexadas non só para os propietarios de aloxamentos convencionais senón para os veciños dos barrios afectados por ese novo tipo de alugueiros. A súa maior rendibilidade fronte ao alugamento residencial tradicional provoca un ascenso nos prezos deste último, desprazando da zona a moitos dos seus residentes habituais, que agora non se poden permitir o prezo dun alugueiro na súa contorna. Esta nova realidade é coñecida co nome de xentrificación.

Ademais diso, estes prezos baixos traen como consecuencia un aumento do número de visitantes, que ás veces chegan a colapsar as cidades. Especialmente graves son os casos das cidades de Venecia (Italia), Ámsterdam (Países Baixos) e Barcelona (España), entre outras. Este fenómeno é coñecido co nome de masificación turística e supón un auténtico problema para moitos concellos.

Finalmente, conclúese que o fenómeno do alugueiro turístico facilitou un turismo máis alcanzable, creou unha fonte de recursos e emprego alí onde non a había e supuxo unha revitalización dos distritos centrais de moitas cidades; porén, non se poden esquecer os seus efectos negativos tales como a xentrificación e a masificación turística, aos que se recomenda mitigar mediante unha loita contra a fraude máis decidida, unha delimitación legal clara, ou a aplicación dun tratamento fiscal máis favorable para o alugueiro residencial convencional.

## Bibliografía

- Airbnb (2018): *Datos básicos*. Airbnb, Centro de Prensa. Recuperado de <https://press.airbnb.com/es/fast-facts/>
- Alabdullatif, A. A., e Akram, M.S. (2018). Exploring the impact of electronic word of mouth and property characteristics on customers' online booking decision. *TEM Journal-Technology Education Management Informatics*, 7(2), 411-420. DOI: <https://dx.doi.org/10.18421/TEM72-24>
- Alexander, M., Che, C. C.; MacLaren, A., e O'Gorman, K. D. (2010). Love motels: Oriental phenomenon or emergent sector? *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 22(2), 194-208. DOI: <https://doi.org/10.1108/0959611011018188>
- Algar, R. (2007). Collaborative consumption. *Leisure Report*, 4, 72-83.
- Beaver, A. (2005). *A dictionary of travel and tourism terminology*. Wallingford, England: CABI.
- Bergin-Seers, S., e Jago, L. (2007). Performance measurement in small motels in Australia. *Tourism and Hospitality Research*, 7(2), 144-155. DOI: <https://doi.org/10.1057/palgrave.thr.6050036>
- Björk, P. (2000). Ecotourism from a conceptual perspective, an extended definition of a unique tourism form. *International Journal of Tourism*, 2, 189-202. DOI: [https://doi.org/10.1002/\(sici\)1522-1970\(200005/06\)2:3<189::aid-jtr195>3.3.co;2-k](https://doi.org/10.1002/(sici)1522-1970(200005/06)2:3<189::aid-jtr195>3.3.co;2-k)
- Blanco, F. (1996). Fundamentos de la política comunitaria y española en materia de turismo rural. *Estudios Turísticos*, 131, 25-49. Recuperado de <http://estadisticas.tourspain.es/img-iet/Revistas/RET-131-1996-pag25-49-76831.pdf>
- Booking. (2018). Busques el alojamiento que busques, lo tenemos... Recuperado de [https://www.booking.com/index.es.html?label=gen173nr-1BCAEoggjCAIhYSDNYBGhGiAEBmAEKwgEKd2luZG93cyAxMMgBDNgBAegBAZICAXmoAgM:sid=ea1464c3588d729c4d34d0887be0ddc6:sb\\_price\\_type=total&](https://www.booking.com/index.es.html?label=gen173nr-1BCAEoggjCAIhYSDNYBGhGiAEBmAEKwgEKd2luZG93cyAxMMgBDNgBAegBAZICAXmoAgM:sid=ea1464c3588d729c4d34d0887be0ddc6:sb_price_type=total&)
- Botsman, R., e Rogers, R. (2010). *What's mine is yours: The rise of collaborative consumption*. New York, NY: HarperBusiness.
- Busbud. (2015). *Comparing Airbnb and Hotel Rates Around The Globe*. Recuperado de <https://www.busbud.com/blog/airbnb-vs-hotel-rates/>
- Caton, K., e Almeida, C. (2007). Heritage tourism on Route 66: Deconstructing Nostalgia", *Journal of Travel Research*, 45(4), 371-386. DOI: <https://doi.org/10.1177/0047287507299572>
- Čavlović, M. (2018). Constructing a travel landscape: A case study of the Sljeme Motels along the Adriatic Highway. *Architectural Histories*, 6(1), 1-14. DOI: <https://doi.org/10.5334/ah.187>
- Cócola, A. (2015). Tourism and commercial gentrification. *En RC21 International Conference on "The Ideal City: Between Myth and Reality. Representations, Policies, Contradictions and Challenges for Tomorrow's Urban Life". Urbino (Italia), 27-29 August 2015*. Recuperado de <http://www.rc21.org/en/conferences/urbino2015/>
- Cócola, A. (2016). Holiday rentals: The new gentrification battlefront. *Sociological Research Online*, 21(3), 1-9. DOI: <https://doi.org/10.5153/sro.4071>
- Comisión Europea. (2016). *Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones. Una Agenda Europea para la economía colaborativa. (COM/2016/0356 final)*. Bruselas, Bélgica: Comisión Europea. Recuperado de <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX%3A52016DC0356>
- Couchsurfing. (2017). *Couchsurfing. Our story*. Recuperado de <http://www.couchsurfing.com/about/about-us/>

- EFE. (29 de abril de 2018): Protestas contra los tornos para el control de turistas de Venecia. *El Mundo*. Recuperado de <http://www.elmundo.es/internacional/2018/04/29/5ae5f2f822601d93738b459d.html>
- Encarnación, A. M. de la (2016). El alojamiento colaborativo: viviendas de uso turístico y plataformas virtuales. *Revista de Estudios de la Administración Local y Autonómica. Nueva Época*, 5, 30-55. Recuperado de [https://www.researchgate.net/publication/317194406\\_El\\_alojamiento\\_colaborativo\\_Viviendas\\_de\\_uso\\_turistico\\_y\\_plataformas\\_virtuales](https://www.researchgate.net/publication/317194406_El_alojamiento_colaborativo_Viviendas_de_uso_turistico_y_plataformas_virtuales)
- Feo, F. (2003). Los campings en España. *Cuadernos de Turismo*, 11, 83-96. Recuperado de <http://revistas.um.es/turismo/article/view/19591/18941>
- Glass, R. (1964). Aspects of change. En J. Brown Saracino (Ed.): *The gentrification debates: A reader* (pp. 19-29). New York, NY: Routledge.
- Guillén, N. A. (2015). La vivienda de uso turístico y su incidencia en el panorama normativo español. *Revista Aragonesa de Administración Pública*, 45, 101-144. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5444230>
- Gwin, C. R. (2004). International comparisons of Real Estate e-nformation on the Internet", *Journal of Real Estate*, 26(1), 1-24. Recuperado de [http://pages.jh.edu/jrer/papers/pdf/past/vol26n01/01.1\\_24.pdf](http://pages.jh.edu/jrer/papers/pdf/past/vol26n01/01.1_24.pdf)
- Hikido, A. (2017). Entrepreneurship in South African township tourism: The impact of interracial social capital. *Ethnic and Racial Studies*, 41(14), 2580-2598. DOI: <https://doi.org/10.1080/01419870.2017.1392026>
- Hollifield, S. (2009). Hotel terminology: An etymological approach. En G. Rață, I. Petroman e C. Petroman (Eds.), *Language education today: Between theory and practice* (pp. 139-146). Newcastle, England: Cambridge Scholars.
- Homeaway. (2018). <https://www.homeaway.com/>
- Homeexchange. (2018). <https://www.homeexchange.com/>
- Hostelling International. (2018): *Quiénes somos*. Recuperado de <https://www.hihostels.com/es/about-hi/quienes-somos-old>
- Huang, H.-C., e Perng, Y.-H. (2018). Empirical research on key factors in environmental protection based ecotourism of B&B. *Eurasia Journal of Mathematics Science and Technology Education*, 14(1), 467-474. DOI: <https://doi.org/10.12973/ejmste/78636>
- INE. (2016). *Establecimientos, plazas, parcelas, grados de ocupación y personal empleado por categorías*. Madrid: INE. Recuperado de <http://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=2042>
- INSEE. (2016). *Les campings: un confort accru, une fréquentation en hausse*. Paris, France: INSEE. Recuperado de <https://bpifrance-creation.fr/entrepreneur/actualites/campings-confort-accru-frequentation-hausse>
- Ives, M. (Aug. 13, 2013). From outsiders to innkeepers in China's sleepy countryside. *The New York Times*. Recuperado de <http://www.nytimes.com/2013/08/14/business/global/in-chinas-countryside-travelers-find-foreigner-run-hotels.html>
- Jackson, K. (April 25, 1993). The world's first motel rests upon its memories. *The Seattle Times*. Recuperado de <http://community.seattletimes.nwsourc.com/archive/?date=19930425&slug=1697701>
- Jordan, E. J., e Moore, J. (2018). An in-depth exploration of residents' perceived impacts of transient vacation rentals. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 35(1), 90-101. DOI: <https://doi.org/10.1080/10548408.2017.1315844>
- Krasnoperova, V., Shchetkina, A., Martyn, D., Gizbrekht, E., e Mlynar, E. (2016). The role of the hotel industry in the world economy. *Экономика и социум*, 12, 16-19. Recuperado de <https://readera.ru/the-role-of-the-hotel-industry-in-the-world-economy-140124669>
- Levy-Bonvin, J. (2003). *Hotels. Hospitality Net*.
- Mestres, J. R. (1999). *Técnicas de gestión y dirección hotelera*. 2ª ed. Barcelona: Gestión 2000.
- Minoia, P. (2017). Venice reshaped? Tourist gentrification and sense of place. En N. Bellini e C. Pasquinelli (Eds.), *Tourism in the City: Towards an Integrative Agenda on Urban Tourism* (pp. 261-274). Cham, Switzerland: Springer. DOI: [https://doi.org/10.1007/978-3-319-26877-4\\_18](https://doi.org/10.1007/978-3-319-26877-4_18)
- Moral, M., Fernández, M. T., e Sánchez, M. J. (2018). Actitudes de los gerentes de los alojamientos rurales hacia el desarrollo de un turismo sostenible. *Cuadernos de Turismo*, 41, 443-464. DOI: <https://doi.org/10.6018/turismo.41.327101>
- Need More Rentals. (2018): *Advertising on vacation rental listing sites*. Recuperado de <https://www.needmorereals.com/vacation-rental-advertising-listing-sites/>
- Østby, P. (2014). Car mobility and camping tourism in Norway, 1950-1970. *Journal of Tourism History*, 5(3), 287-304. DOI: <https://doi.org/10.1080/1755182x.2014.938777>
- PAII. (2018). *Your home for the innkeeping industry*. Recuperado de <http://www.paii.com/About-the-Industry>

- Pérez, J. (2014). Ranking homophobia: Comments on the Spartacus International Gay Travel Index. *Sexuality Policy Watch Working Papers*, 9. Rio de Janeiro, RJ: Sexuality Policy Watch. Recuperado de <https://sxpolitics.org/working-papers-no-9-ranking-homophobia-comments-on-the-spartacus-international-gay-travel-index/10833>
- Pinkster, F. M., e Boterman, W. R. (2017). When the spell is broken: gentrification, urban tourism and privileged discontent in the Amsterdam canal district. *Cultural Geographies*, 24(3), 457-472. DOI: <https://doi.org/10.1177/1474474017706176>
- Prayag, G., Hall, C. M., e Wood, H. (2018). I feel good! Perceptions and emotional responses of bed & breakfast providers in New Zealand toward Trip Advisor", *Journal of Hospitality Marketing and Management*, 27(1), 1-20. DOI: <https://doi.org/10.1080/19368623.2017.1318731>
- Richards, G. (2016). Hostels and the making of new urban spaces. En A.P. Russo e G. Richards (Eds.), *Reinventing the local in tourism: Producing, consuming and negotiating place* (pp. 171-184). Bristol, England: Channel View. Recuperado de [https://www.researchgate.net/publication/306214189\\_Hostels\\_and\\_the\\_making\\_of\\_new\\_urban\\_spaces](https://www.researchgate.net/publication/306214189_Hostels_and_the_making_of_new_urban_spaces)
- Salter, J. (Sept 7, 2012). Airbnb: The story behind the \$1.3bn room-letting website. *The Telegraph*. Recuperado de <https://www.telegraph.co.uk/technology/news/9525267/Airbnb-The-story-behind-the-1.3bn-room-letting-website.html>
- Santos, X. M. (2003). El Camino de Santiago: turistas y peregrinos hacia Compostela. *Cuadernos de Turismo*, 18(18), 135-150. Recuperado de <https://revistas.um.es/turismo/article/view/17791>
- Serrano, R., Mendoza Colín, R., Palmas-Castrejón, D., e Zarza-Delgado, P. (2017). Women's participation in lodging sector. The case of family-owned bed and breakfast in Tonatico, Mexico. *Rosa dos Ventos-Turismo e Hospitalidade*, 9(3), 318-337. DOI: <https://doi.org/10.18226/21789061.v9i3p318>
- Shen, R. (K.), Miao, L., Lehto, X., e Zhao, X. (R.) (2018). Work or/and life? An exploratory study of respite experience of bed and breakfast innkeepers. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 42(1), 142-165. DOI: <https://doi.org/10.1177/1096348015597028>
- Statista. (2016). *Leading reasons travelers stay in vacation rentals in the United States as of June 2016*. Recuperado de <https://www.statista.com/statistics/303324/most-common-reasons-for-travelers-to-stay-in-vacation-rentals-us/>
- Statista. (2018). *Vacation rentals worldwide*. Statista.
- VRM Intel. (2016). *Airbnb vs. HomeAway: Who is winning the race to the top of the vacation rental industry?* Recuperado de <http://www.vrmintel.com/airbnb-vs-homeaway-winning-race-top-vacation-rental-industry/>
- WTTC. (2017). *Coping with success. Managing overcrowding in tourism destination*. London, England: WTTC. Recuperado de <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/policy-research/coping-with-success---managing-overcrowding-in-tourism-destinations-2017.pdf>
- Zervas, G., Proserpio, D., e Byers, J. W. (2017). The rise of the sharing economy: Estimating the impact of Airbnb on the hotel industry. *Journal of Marketing Research*, 54(5), 687-705. DOI: <https://doi.org/10.1509/jmr.15.0204>