

LA INCIDENCIA DE AIRBNB EN EL SECTOR TURÍSTICO EXTREMEÑO.

Por Óscar Muñoz Carrera

Licenciado en Sociología por la Universidad Complutense de Madrid
Master Europeo en Población, Sociedad y Territorio.

Presentado: 1 de octubre 2019

Aceptado: 24 de noviembre 2019

Resumen

La aparición de plataformas “colaborativas” de alojamiento turístico, ha supuesto todo un reto para las administraciones autonómicas y municipales, sobre todo por el difícil encaje en el sector turístico convencional y por la magnitud de las externalidades negativas que arrojan sobre el mercado de vivienda en alquiler, así como sobre el mismo sector turístico por considerarlas competencia desleal al carecer en muchos casos de regulación apropiada. En este artículo se pretende dar a conocer la magnitud y tipología de la oferta de alojamientos en la plataforma Airbnb en Extremadura, con la intención de posibilitar una adecuada orientación de las políticas públicas que prevengan o minimicen los efectos negativos ocurridos en otras ciudades y territorios estatales.

Abstrac

The emergence of “collaborative” tourist accommodation platforms has been a challenge for the autonomous and municipal administrations, especially due to the difficult fit in the conventional tourism sector and the magnitude of the negative externalities that they throw on the housing market in rent, as well as on the same tourism sector because they are considered unfair competition because they lack proper regulation in many cases. This article aims to publicize the magnitude and type of housing offer on the Airbnb platform in Extremadura, with the intention of enabling an adequate orientation of public policies that prevent or minimize the negative effects that have occurred in other cities and state territories.

INTRODUCCIÓN

En los últimos años, en un contexto de crecimiento sostenido del turismo en nuestro país, han surgido al amparo de esta evolución positiva del sector y como nuevo nicho de negocio, las plataformas de alquiler vacacional, que han ido adquiriendo mayor relevancia y presencia en los mercados turísticos en nuestro país, y sobre todo en determinadas ciudades y zonas particularmente atractivas para el turismo internacional. Estas plataformas, se insertan dentro de la llamada “economía colaborativa” y se acaban configurando en diferentes subsectores de la cadena de valor turística con una serie de servicios comercializados a través de estas webs de contacto entre actores en teoría particulares (plataformas peer to peer o p2p), que ofertan desde alojamiento, transporte, restauración...).

Estas plataformas funcionan como herramienta de mediación entre prestadores de servicios y consumidores, y se amparan en los múltiples vacíos y ambigüedades legales existentes que les permiten “sortear” el marco regulatorio impuesto al sector turístico más clásico, que tiene que ver con la carga tributaria, los estándares básicos de calidad del servicio, seguridad, etc., cuestiones íntimamente ligadas a los derechos del consumidor.

Podemos cuestionar su enmarque dentro de la “economía colaborativa” ya que su esencia se fundamenta en compartir entre iguales y dar una segunda oportunidad a aquello que no utilizamos, y el hecho de que la función de mediación de estas herramientas se realice a cambio de dinero, no hace más que desvirtuar la filosofía original de lo “colaborativo”, teniendo mucho más que ver con un modelo de economía convencional muy lucrativo que maximiza los beneficios a costa de moverse en una dudosa legalidad. Esta puede ser la filosofía con la que se presentan en apariencia y la que se deja entrever realmente.

LA INFLUENCIA DE LAS PLATAFORMAS DE ALQUILER DE ALOJAMIENTO SOBRE EL ENTORNO URBANO Y EN SECTOR DEL TURISMO.

No albergamos dudas sobre las posibles bondades que aporta el modelo de negocio de estas plataformas, tanto para los propietarios que logran complementar sus ingresos

poniendo en valor propiedades infrautilizadas como puedan ser las segundas residencias, a la vez que se complementa la oferta del alojamiento legal y regulado poniendo a disposición de los turistas alojamientos con precios más competitivos a los de los alojamientos convencionales. Sin embargo, cada vez se hace más palpable el impacto que tienen tanto sobre entornos urbanos en los que se manifiesta a modo de externalidades negativas, como en la configuración de la oferta en el mismo sector del turismo, teniendo todo ello un fuerte eco mediático¹, que también comienza a hacerse patente en el ámbito académico local², poniendo de manifiesto el efecto negativo que la actividad de estas plataformas, particularmente Airbnb ejercen sobre el sector hotelero tradicional en Extremadura.

Ya son perfectamente conocidas algunas de estas externalidades³ que se manifiestan sobre el aumento de los precios en el parque de viviendas en alquiler de los barrios y ciudades, con el consiguiente desplazamiento y expulsión de los vecinos a zonas de alquiler más asequible. Aunque para el caso de la ciudad de Cáceres, parece que la llegada de Airbnb ha servido para salvar de la ruina varios edificios del casco histórico, no parece que haya servido para atraer residentes estables al vecindario⁴. Todo esto se materializa en episodios más o menos irreversibles de gentrificación, especulación inmobiliaria, cambios en el tejido comercial, masificación del turismo, ruidos en zonas comunes de las

- 1 En este reportaje del 22/09/2018 en Canal Extremadura, se resume muy bien esta problemática desde diferentes puntos de vista: propietarios, vecinos y hosteleros. *“¿Alquiler para vivienda o alquiler vacacional? ¿Bien social o rentabilidad económica? Plataformas como Airbnb tienen en jaque a gran parte del sector hotelero y turístico de Extremadura. La guerra por el alquiler sigue y parece que no haya solución a la vista.”* <http://www.canalextramadura.es/alacarta/tv/videos/guerra-abierta-airbnb>
- 2 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>
- 3 <https://www.bbc.com/mundo/noticias-45355426> 30/08/2018. Este artículo de la bbc sintetiza bastante bien toda la problemática asociada al alquiler de vivienda turística.
- 4 https://www.elperiodicoextremadura.com/noticias/caceres/apartamentos-turisticos-limpian-casco-antiguo-locales-abandonados_1163942.html. 18/05/2019 “Los apartamentos turísticos ‘limpian’ el casco antiguo de locales abandonados.”

comunidades de vecinos, etc., cuestiones todas ellas sobre las que poner especial atención sobre los posibles efectos futuros de la actividad de estas plataformas en un escenario de crecimiento sostenido en Extremadura.

Sin extendernos más sobre estas problemáticas muy presentes y de sobra descritas en los medios de comunicación, sí que vamos a constatar cómo su aparición como actores en el tablero del mercado del turismo ha levantado ampollas entre los empresarios del sector que reclaman un mayor control. ¿Qué efectos tienen estas plataformas sobre sector hotelero?, ¿son complementarios sus servicios o compiten por la misma demanda?, ¿influyen sus tarifas de alojamientos mutuamente?

Según un **Estudio de la Escuela Hotelera de Lausanne**⁵, que aborda en clave sectorial todas estas cuestiones anteriores, *“señala que el precio medio en Airbnb puede tener impacto en el RevPar⁶ y que cuanto mayor es la satisfacción en la plataforma menor será el RevPar de los hoteles (...) se considera que hay “evidencia empírica” de que cuantos más usuarios de Airbnb estén satisfechos es más probable que disminuya la demanda de habitaciones de hotel*”, lo que supone que mejoras cualitativas en el servicio prestado por Airbnb conllevaría una bajada del rendimiento económico de los hoteles. Sin embargo, se afirma por un lado, que el precio en Airbnb influye de forma positiva en el RevPar, de tal manera que a mayor tarifa de alquiler en la plataforma, mayor RevPar para los hoteles, y por el otro, que el volumen total de la oferta de alquiler de Airbnb no influye al RevPar de los hoteles, lo que confirmaría la hipótesis de la complementariedad de ambos servicios.

En lo que respecta a las administraciones públicas, responden de diversas maneras ante la implantación y desarrollo de estas plataformas, en función del grado de conflicto

5 https://www.hosteltur.com/128137_punto-afecta-airbnb-ventas-hoteles.html, consultado el 09/10/2018

6 El RevPAR es un indicador para la industria hotelera. Se trata de una medida de balance entre la cantidad de habitaciones que oferta un hotel y los huéspedes que las demandan. La definición en inglés es *Revenue Per Available Room* que quiere decir **Ingresos por habitación disponible**. Se utiliza para calcular la **rentabilidad** de un hotel en un periodo de tiempo determinado. Fuente: <https://www.entornoturistico.com/que-es-el-revpar-y-un-ejemplo-sencillo/>

generado. Si bien, en un principio su implantación y crecimiento en ciudades como Madrid, Barcelona o Palma de Mallorca ha generado fuertes tensiones entre vecinos, empresarios y visitantes debido a la masificación del turismo y, a la hasta hace poco, casi absoluta ausencia de legislación sobre la oferta de estas plataformas acusadas de competencia desleal, en otros lugares de nuestra geografía cuya presencia es cuantitativamente inferior, su existencia es tolerada, mostrándose complementaria al resto de la actividad turística. En función de las diferentes comunidades autónomas, la legislación que regula su actividad varía en diferentes aspectos, siendo las comunidades normativamente más duras las que mayores problemas están teniendo con estas plataformas.

Algunas medidas, tomadas en otras comunidades autónomas suponen la prohibición de alquiler de habitaciones, el alquiler de pisos sin permiso de la comunidad de vecinos, o la exigencia de licencia de uso comercial, entre otras. Nos remitimos a un exhaustivo y recomendable informe realizado por la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia a nivel estatal a finales de julio de 2018 en el que se analiza el desarrollo legislativo de cada Comunidad respecto a la regulación de la vivienda turística⁷.

Mientras tanto, en Extremadura⁸ y tras la entrada en vigor de la *Ley de Desarrollo y Modernización del Turismo de Extremadura* a finales de junio de 2018, la Junta ha tomado cartas en el asunto, detectando cerca de 800 anuncios de alojamientos turísticos ilegales y abriendo unos 300 procedimientos sancionadores.

En este documento, se pretende dar una visión general de su implantación en Extremadura que sirva para calibrar la dimensión e impacto en el sector turístico en el que se inserta, y que nos permita pensar futuras en líneas de actuación entre administraciones públicas, empresarios del

7 Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, *Estudio sobre la regulación de las viviendas de uso turístico en España*, 19 de julio de 2018. https://www.cnmcc.es/sites/default/files/2133063_1.pdf

8 https://www.elperiodicoextremadura.com/noticias/extremadura/turismo-abre-expediente-sancionador-casi-trescientos-alojamientos-ilegales_1176525.html. 22/07/2019 "Turismo abre expediente sancionador a casi trescientos alojamientos ilegales"

turismo y usuarios de un proceso incipiente en el que ya se han escrito los primeros capítulos en términos de conflicto⁹.

ALGUNAS ACLARACIONES METODOLÓGICAS Y SOBRE LA HERRAMIENTA DATAHIPPO.

La absoluta ausencia de información pública sobre el número de viviendas y alojamientos registrados en estas plataformas, hace que sea muy compleja la obtención de datos precisos y contrastados para calibrar y estudiarlas en su dimensión cuantitativa. Sin embargo, esta ausencia ha abocado a que varios colectivos de investigadores autónomos crearan sus propias herramientas de recopilación y obtención de información en portales web colaborativos (DataHippo, InsideAirbnb, AirDNA o AirBnb data collection, entre otros). El gran problema es que únicamente en DataHippo podemos encontrar estos datos desagregados para Extremadura (accesibles de forma gratuita) a escala autonómica, provincial y municipal, y por ahora solo hasta el mes de octubre de 2018. Es por esto que usaremos esta fuente como principal herramienta de obtención de datos, y que recordemos, se obtiene directamente de las ofertas publicadas en esta plataforma.

Para ello nos serviremos de una herramienta configurada como proyecto colaborativo llamado DataHippo que nos permite cuantificar las ofertas de alquiler turístico registrado en las plataformas *Airbnb*, *HomeAway*, *housetryp* y *onlyapartments*. En su web, podemos encontrar disponibles los datos de localización, precio, capacidad e id del propietario, referido tanto a comunidades autónomas, provincias y municipios. Los datos alojados en esta web se extraen de las mismas plataformas de alojamiento, se depuran, y se

9 En abril de 2017, aparecía este titular "Cáceres persigue los alquileres turísticos con multas" <https://www.hoy.es/caceres/201704/12/intensifican-sanciones-alquileres-turisticos-20170412002412-v.html>; junto con este otro del 06/07/2017 en Canal Extremadura <http://www.canalextramadura.es/portada/actualidad/la-junta-pide-airbnb-que-no-publicite-apartamentos-extremenos>; y más recientemente este otro: La Junta cambia la ley de turismo para poner coto a los alojamientos ilegales" en El Periódico de Extremadura. http://www.elperiodicoextremadura.com/noticias/extremadura/junta-cambia-ley-turismo-poner-coto-alojamientos-ilegales_1077768.html Consultado el 19/09/2018.

sistematizan para que puedan ser utilizadas por la comunidad investigadora. Usaremos los datos obtenidos y revisados entre enero y octubre de 2018 sobre los anuncios publicados en ese periodo referente a Extremadura.

La recogida de datos de estas webs se realiza mediante un software automático de revisión de información, creando un histórico de registros que se va actualizando en cada “batida o revisión”, siendo la última en octubre de 2018. Si el anuncio es nuevo, se crea un nuevo registro, y si ya se ha retirado, el registro permanece pero con la última fecha de revisión en la que aparecía, de tal forma que se crea un directorio general de datos que contiene un histórico de todos los anuncios desde la creación de Datahippo en octubre de 2017.

Es previsible que varios de estos anuncios se publiquen en varias plataformas de manera simultánea, por lo que únicamente vamos a tomar como referencia los datos referentes a Airbnb, por ser la mayoritaria y obviaremos el resto, para intentar evitar duplicidades en el conteo de apartamentos.

Así, los datos que usaremos pretenden hacer una foto aproximada de un periodo temporal concreto, que va desde enero a octubre de 2018, contabilizando el total acumulado de los anuncios en ese periodo. Como hemos podido comprobar, las webs de las plataformas de alojamientos turísticos son muy dinámicas y continuamente se dan de alta nuevas ofertas de alojamiento a la vez que otras tantas desaparecen y muchos de los anuncios que permanecen cambian de precio, características básicas, o de capacidad según sea temporada alta o baja.

La tipología de ofertas de los alojamientos varía según cada plataforma, por lo que es difícil sistematizarla de manera adecuada. Por ejemplo, en Airbnb se ofertan tanto apartamentos como habitaciones individuales y compartidas, mientras que en las otras plataformas encontramos además de apartamentos, son casas rurales, villas, bungalow, camping, estudios, granjas, Bed and Breakfast, pisos, incluso un castillo.

También es destacable la presencia de algunos anuncios de Hostales y Hoteles que publicitan su oferta de alojamiento, y que distorsionan los datos de oferta de plazas, entre otros. Aunque estos casos se pueden considerar como

contadas excepciones, nos da una idea de la permeabilidad y del uso diverso que también se le da a estas plataformas por parte de los empresarios del sector, en una práctica cada vez más alejada de la “economía colaborativa”.

DISTRIBUCIÓN DE LA OFERTA DE ALOJAMIENTOS VACACIONALES EN EXTREMADURA.

Estudiemos la oferta total de alojamientos de todo tipo en la región. En la siguiente tabla, podemos ver la distribución de la oferta acumulada¹⁰ por provincia recogida en los tres primeros trimestres de 2018. Observamos que poco más del 65% (856) del total se encuentra localizada en la provincia de Cáceres, dejando cerca del 35% (453) restante a Badajoz, con un total de **1.309 alojamientos** ofertados en la región.

Tabla 1. Alojamientos vacacionales por tipo de plataforma (Enero-septiembre 2018)

	Airbnb	Homeaway	Onlyapartments	Housetryp	TOTAL
Badajoz	453	126	9	4	592
Cáceres	856	547	36	23	1462
Extremadura	1309	673	45	27	2054

Fuente: DataHippo y elaboración propia.

En lo referente al tipo de alojamiento que se anuncia, Airbnb ofrece la posibilidad de alquiler de habitaciones compartidas, habitaciones privadas o viviendas completas tal y como podemos ver la tabla siguiente:

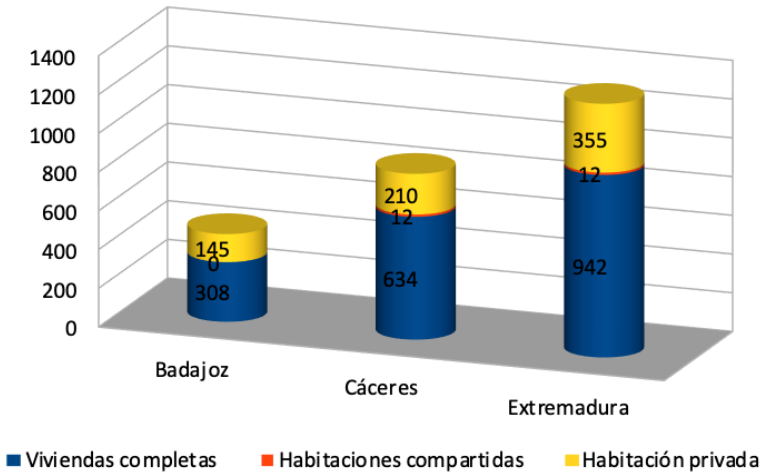
Tabla 2. Ofertas por tipo de alojamiento Airbnb (Ene-sep 2018)

	Viviendas completas	Habitaciones compartidas	Habitación privada	Total	%
Badajoz	308	0	145	453	34,61 %
Cáceres	634	12	210	856	65,39 %
Extremadura	942	12	355	1309	
%	71,96%	0,92%	27,12%		100,00 %

Fuente: DataHippo y elaboración propia.

10 Recordemos que aquí se contabilizan el total de anuncios que han estado activos en algún momento de estos 9 primeros meses de 2018.

Ofertas por tipo alojamiento Airbnb. Ene-sep 2018



Fuente: Datahippo y elaboración propia.

Vemos que Airbnb tiene una variada oferta orientada a perfiles turísticos diferentes, que buscan compartir una experiencia de hospedaje que supone la interacción con el propietario o otros huéspedes del alojamiento a la vez que se consiguen mejores precios. Probablemente los perfiles de clientes de esta modalidad sean los relacionados con personas jóvenes, en muchos casos estudiantes de viaje, con posibilidades económicas más limitadas y con mayor predisposición a conocer gente. Esta modalidad de alojamiento en habitaciones compartidas (12 anuncios) y habitaciones privadas (355 anuncios) supera el 27% de la oferta de Airbnb en Extremadura. Los datos extraídos no especifican si es casa rural, apartamento, piso, etc., pero es razonable pensar que el grueso de las habitaciones privadas y casi todas las compartidas, se ubican en entornos urbanos.

La oferta con mayor volumen es la de viviendas completas (942), lo que supone casi el 72% del total de anuncios de esta plataforma en Extremadura. Nuevamente, la provincia de Cáceres, es la que acumula mayor oferta de

alojamientos en esta modalidad, el 68%, frente al 32% de la provincia de Badajoz.

Estas cifras pueden resultar más significativas si se ponen en relación con el número total de *Establecimientos turísticos operativos en Extremadura*, que según la Dirección General de Turismo en 2017¹¹, ascendía a 1.398, por lo que podemos ver que la oferta aproximada de alojamientos turísticos publicitados en estas plataformas, es muy similar a la cifra de establecimientos turísticos en Extremadura¹².

Esto nos puede dar una idea de la importancia que pueden tener estas plataformas de alojamiento en el sector turístico extremeño, en su oferta e infraestructura, y de la necesidad de tenerla en cuenta en los planes de desarrollo turístico y la elaboración de políticas públicas. También es razonable suponer, que aunque algunos de los alojamientos ofertados cuenten con todos los permisos y cumplan con las pertinentes normativas para ejercer su actividad (es el caso de las casas rurales), muchos otros escapen a cualquier tipo de regulación, ya sea tributaria, sanitaria, de seguridad, ambiental etc., lo que supone un riesgo para los estándares de calidad turística de Extremadura, una disminución de ingresos tributarios, o incluso competencia desleal en el sector turístico. A este respecto, como ya hemos podido apreciar más arriba, la Junta de Extremadura lleva meses abriendo expedientes sancionadores a alojamientos irregulares con la intención de invertir esta situación.

Es muy probable que gran parte de los propietarios que publicitan su vivienda, no realizan esta actividad de manera regular, si no más bien como un servicio de carácter estacional, que aporta unos ingresos extraordinarios a la economía

11 Información obtenida del "Estudio anual de la evolución de los principales indicadores turísticos de Extremadura en 2017 (informe ampliado)", elaborado por la Unidad de Estadística de la Dirección General de Turismo. Los datos utilizados corresponden a 31 de diciembre de 2017. <http://www.turismoextremadura.com/.content/observatorio/2017/EstudiosYMemoriasAnuales/EstudioAnualTuristico2017.pdf>

12 Obviamente hay que tener cierta precaución con los datos de alojamientos en Airbnb, posiblemente varios de los alojamientos que se publicitan estén convenientemente regulados y sometidos a las normativas y ordenanzas correspondientes y estén incluidos en el registro de Establecimientos turísticos, por lo que hay que tomar estas cifras como lo que son: aproximaciones que contribuyen a hacernos una idea de la dimensión de su impacto.

doméstica, publicitando el alojamiento en determinadas épocas del año en las que obtener mayor rendimiento o en momentos de necesidad. De esta forma se puede explicar la variabilidad y estacionalidad de la oferta de alojamiento según la época del año.

CAPACIDAD TOTAL PLAZAS DE ALOJAMIENTO.

En lo referente al número de plazas total para cualquier tipo de alojamiento, observamos el cuadro de más abajo. Al igual que en la distribución de alojamientos, Cáceres acumula el mayor número de plazas con el 65,5% de las mismas, es decir, con 4.493 plazas, mientras que Badajoz, con el 34,5% acumula 2.367 plazas.

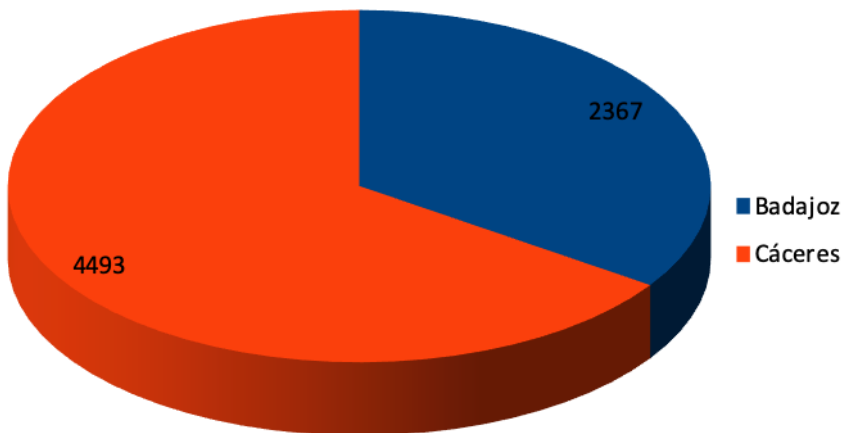
⊗ Tabla 3. Capacidad en plazas de alojamiento ofertadas en Airbnb (Enero-Sept. 2018)

	Airbnb	%
Badajoz	2.367	34,50 %
Cáceres	4.493	65,50 %
Extremadura	6.860	100,00 %

Fuente: DataHippo y elaboración propia.

Fuente: Datahippo y elaboración propia.

Capacidad plazas alojamiento Airbnb Ene-oct 2018



Según los datos del *Estudio anual de la evolución de los principales indicadores turísticos de Extremadura en 2017*, a finales de diciembre de este año, la oferta de plazas en la región de situaba en las 41.576 plazas totales. Si a estas plazas le sumáramos las 6.860 ofertadas por Airbnb, la oferta total subiría a más de **48.000 plazas** de alojamiento en toda la región. Si diéramos por hecho que todos los alojamientos de esta plataforma no estuvieran regulados y no estuvieran contabilizados en las cifras del turismo regional, esto supondría que la oferta de plazas de Airbnb, podría añadir un **16,50% más** a la oferta de plazas de alojamiento en toda Extremadura.

DISTRIBUCIÓN DE ALOJAMIENTOS EN LAS PRINCIPALES CIUDADES Y ÁREAS RURALES DE EXTREMADURA.

En lo que se refiere a las grandes zonas urbanas de la comunidad, tendremos en cuenta principalmente a los cuatro grandes núcleos de población, es decir Cáceres, Badajoz, Mérida y Plasencia que estudiaremos más detenidamente, aunque también creemos importante establecer una comparativa entre lo rural/urbano por lo que trabajaremos posteriormente con el global de alojamientos en municipios mayores de 10.000 habitantes y el resto con poblaciones menores.

38. Tabla 5. Alojamientos ofertados por plataforma en ciudades. (Ene-Sep 2018)

	Airbnb	Homeaway	onlyapartm.	houset	% Airbnb TOTAL Extrem	Sep-airbnb
Badajoz	72	10	1	0	5,50 %	25
Cáceres	187	40	2	3	14,29 %	144
Mérida	165	29	2	1	12,61 %	104
Plasencia	50	11	0	0	3,82 %	16
TOTAL	474	90	5	4	1309	289

Fuente: DataHippo y elaboración propia.

Cáceres encabeza la cantidad de ofertas de alojamiento respecto al resto de ciudades con un total de 187, lo que supone poco menos del 15% de la oferta total en Extremadura. Mérida en este caso ocupa el segundo lugar con una oferta de 165 alojamientos (12,61% de la oferta total), seguido por Badajoz muy de lejos con 72 alojamientos (5,5%) y por

Plasencia con 50, lo que supone poco menos del 4% de la oferta en la región.

Es reseñable, en vista de lo observado en esta tabla, el fuerte tirón de ofertas encontrado en la ciudad de Mérida, dejando atrás a la capital provincial, Badajoz. En este caso, parece que la amplia oferta turística emeritense tiene su reflejo en el número de alojamientos existentes en la ciudad, muy comparable en este aspecto al de Cáceres.

DISTRIBUCIÓN DE ALOJAMIENTOS EN MUNICIPIOS EXTREMEÑOS MAYORES Y MENORES DE 10.000 HABITANTES.

Creemos importante estudiar el impacto de la oferta de estas plataformas sobre el turismo rural, ya que guarda una serie de características muy diferentes a las del entorno urbano. En zonas de naturaleza rural, podemos encontrar mayores índices de vivienda vacía, de manera permanente o estacional, una mayor dificultad de acceso para el transporte privado y público (lo que dificulta el turismo de masas), y una configuración de la oferta hotelera clásica más orientada a un turismo más minoritario con cifras de alojamientos más modestas: casas rurales, granjas de agroturismo, hoteles rurales, etc.

Hemos contabilizado la oferta existente en los trece municipios extremeños con más de 10.000 habitantes (Cáceres, Badajoz, Mérida, Plasencia, Don Benito, Almendralejo, Villanueva de la Serena, Navalmoral de la Mata, Zafra, Montijo, Villafranca de los Barros, Coria y Olivenza), y los hemos agrupado, poniéndolos en comparación con los municipios menores de 10.000, lo que arroja los resultados de la siguiente tabla:

Tabla 6. Alojamientos por plataformas y tamaño de los municipios (ene-sep 2018)

	Airbnb	Homeaway	onlyapartm.	houset	% Airbnb	Sep. Airbnb
<10.000 hab	775	578	40	23	59,21 %	193
>10.000 hab	534	95	5	4	40,79 %	302
TOTAL	1309	673	45	27	100,00 %	495

Fuente: DataHippo y elaboración propia.

Según apreciamos, la oferta de alojamientos turísticos resulta mayor en municipios con menos de 10.000, concretamente, 775 alojamientos, lo que representa cerca del 60% de la oferta, corresponden a estas entidades rurales. Comprobamos de esta manera, que no son las áreas urbanas las que concentran mayor oferta a pesar de que a priori podemos pensar que pueden tener mayor capacidad de atracción del turismo debido a la mejor dotación de infraestructuras turísticas y de comunicaciones además de la posibilidad de atracción sobre otros tipos de turismo como el de negocios, del que difícilmente las zonas rurales tienen unas posibilidades mucho más limitadas.

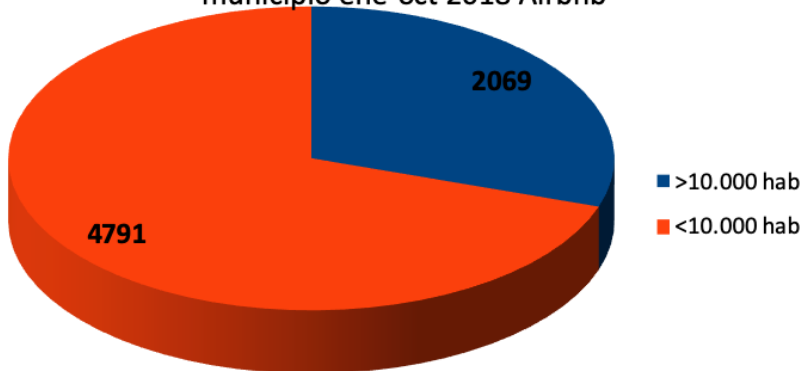
En lo que a capacidad de plazas de alojamiento se refiere, esta dinámica se acentúa, de tal manera que casi el 70% de las plazas de alojamiento turístico ofertadas en estas plataformas en Extremadura se encuentran en municipios menores de 10.000 habitantes.

Tabla 7. Plazas alojamiento Extremadura según el tamaño del municipio Airbnb (Enero-septiembre 2018).

Tamaño pobl.	Totales	%
>10.000 hab	2069	30,16 %
<10.000 hab	4791	69,84 %
Extremadura	6860	100,00 %

Fuente: DataHippo y elaboración propia.

Plazas de alojamiento Extremadura por tamaño municipio ene-oct 2018 Airbnb



Fuente: Datahippo y elaboración propia.

Esto quiere decir que de un total de 6.860 plazas, 4.791 se encontraban en zonas rurales con menos de 10.000 habitantes.

Otra de las razones que pueden influir en este dato, puede tener que ver con que en estas zonas rurales existe gran cantidad de vivienda secundaria y vacía, que puede ser destinada al alquiler turístico, como complemento de ingresos domésticos y como forma de sacar mayor rendimiento a propiedades que de otra manera permanecerían vacías durante gran parte del año. El auge del turismo rural y la puesta en valor del patrimonio arquitectónico y cultural probablemente han influido en la demanda de alojamiento y la posterior generación de esa oferta, que en muchos casos viene asociada a servicios complementarios que ofrecen por ejemplo, las granjas de agroturismo.

CONCLUSIONES.

A la vista de los datos, parece ser que el fenómeno de Airbnb se ha introducido de lleno en el sector turístico convencional. Aprovechando los vacíos legales, ha logrado configurar una oferta turística de alojamientos con plazas suficientes como para aumentar notablemente la capacidad de la oferta en la región. A su vez, airbnb tiene mayor presencia en zonas rurales muy probablemente debido a la menor cantidad de infraestructuras hoteleras y a la mayor demanda de alojamiento registrada en épocas estivales que fomentan la aparición oferta en esta plataforma.

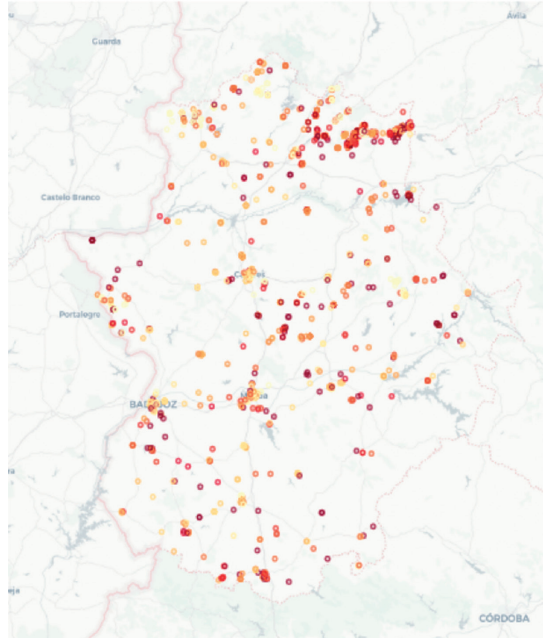
Por otro lado, la presencia en las cuatro grandes ciudades extremeñas supera el 35% del total siendo significativo la escasa presencia en Badajoz, reflejo del desigual desarrollo turístico de esta zona respecto a Cáceres y Mérida.

Parece necesario que en los planes de desarrollo turístico de Extremadura¹³, se tenga presente de alguna manera tanto en lo referente a la oferta como a la demanda el volumen de alojamientos y de plazas de estas plataformas para poder realizar una planificación estratégica más realista y acorde con las necesidades tanto del sector turístico como de los visitantes, que evite la competencia desleal fomentando un turismo de excelencia y calidad en la región.

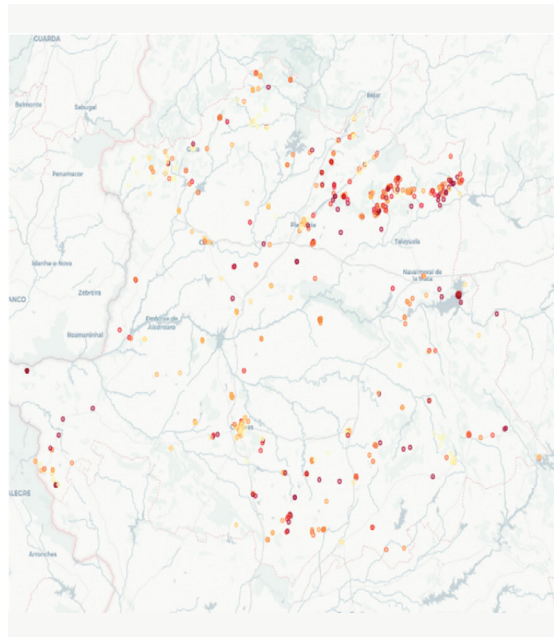
13 En el *Plan Turístico de Extremadura 2017-2020*, (Dirección General de Turismo) la presencia de las plataformas de alojamiento turístico solo se aborda desde el punto de vista del auge de la demanda por las nuevas tecnologías y el "consumo colaborativo".

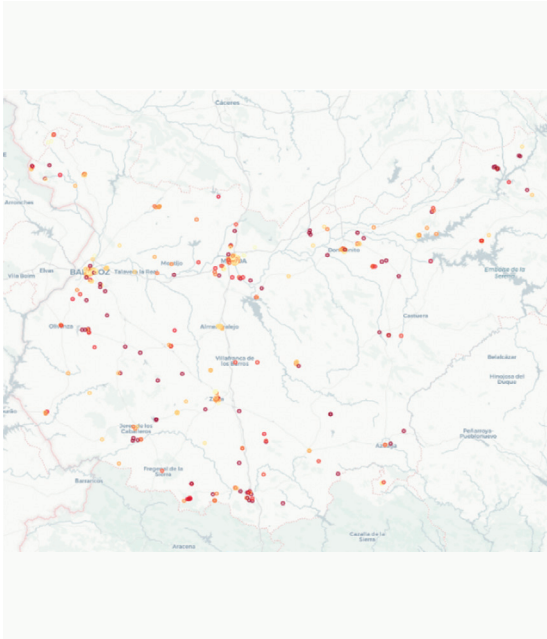
ANEXO. Mapas.

Mapa 1: Distribución de la oferta de alojamientos de Airbnb en Extremadura.
[Histórico datos Datahippo desde octubre 2017]

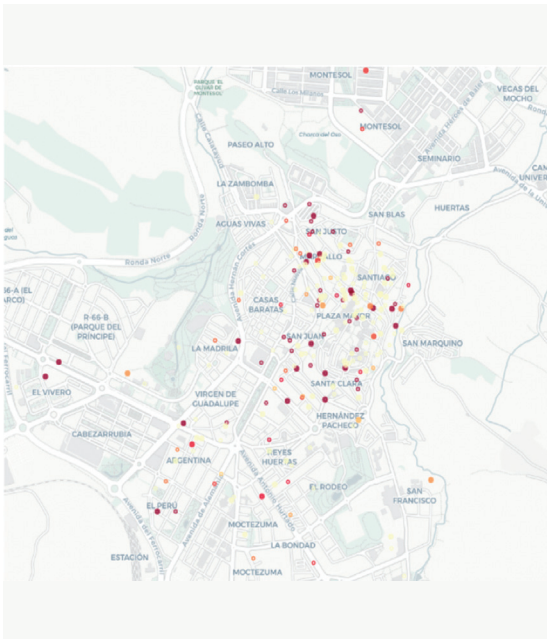


Mapa 2: Distribución de la oferta alojamientos Airbnb Cáceres Provincia. [Histórico datos Datahippo desde octubre 2017]



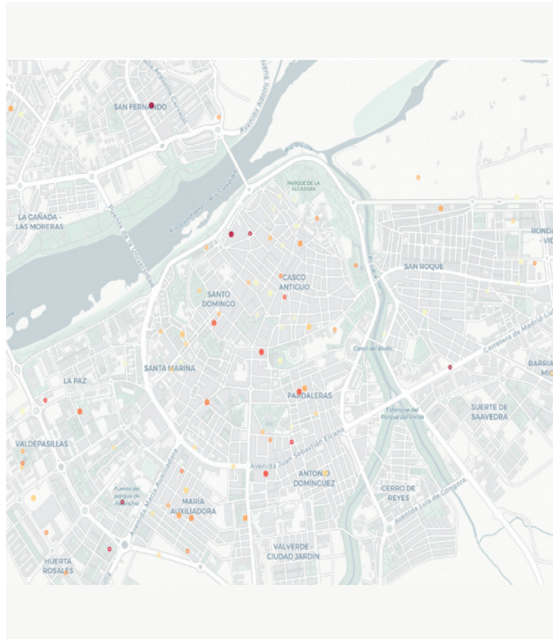


Mapa 3: Distribución de la oferta de alojamientos Airbnb Badajoz Provincia. (Histórico datos Datahippo desde octubre 2017)

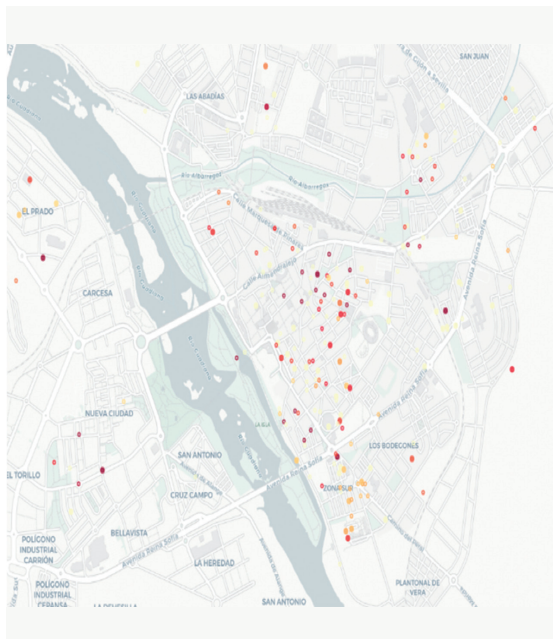


Mapa 4: Distribución de la oferta de alojamientos Airbnb Cáceres Ciudad. (Histórico datos Datahippo desde octubre 2017)

Mapa 5: Distribución de la oferta de alojamientos Airbnb Badajoz Ciudad. [Histórico datos Datahippo desde octubre 2017]



Mapa 6: Distribución de la oferta de alojamientos Airbnb Mérida. [Histórico datos Datahippo desde octubre 2017]





Mapa 7: Distribución de la oferta de alojamientos Airbnb Plasencia. [Histórico datos Datahippo desde octubre 2017]

BIBLIOGRAFÍA:

- **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>**