

AIRBNB EN LA CIUDAD DE MÉXICO:

**Extiende los beneficios económicos
del turismo y reduce la brecha salarial**

Caso de estudio para la capital del país

Resumen ejecutivo

Aunque el consumo colaborativo ya existía en distintas modalidades, la tecnología le ha dado una nueva dimensión, pues permite otros niveles de interacción entre la oferta y la demanda, al conectar a personas que están en lugares diferentes.

Airbnb es uno de los actores principales dentro del segmento de hogares compartidos. Al igual que plataformas similares, permite a las personas desbloquear la capacidad productiva del capital no utilizado. En años anteriores, esta plataforma digital ha servido para que varias ciudades y pueblos alojen gente durante picos de demanda, lo que ha reducido la necesidad de construir infraestructura que no sería sustentable al término de eventos importantes, como los Juegos Olímpicos, además de que ofrece alternativas de hospedaje que antes no existían.

La Ciudad de México cuenta con 16 delegaciones o *municipios*, pero los hoteles en la capital del país se concentran en apenas unas cuantas: Cuauhtémoc, Miguel Hidalgo y Benito Juárez. En estas mismas delegaciones se encuentran también la mayor parte de los alojamientos de Airbnb, a las que se suma Coyoacán. Si bien Coyoacán ocupa el cuarto lugar con más alojamientos registrados en Airbnb, se ubica en el noveno sitio en disponibilidad de habitaciones de hotel. Aunque esta delegación es considerada un destino turístico, no cuenta con tantos hoteles. Por lo tanto, Airbnb ofrece oportunidades a los visitantes y a otros actores dentro de la economía local que de otra forma no existirían.

Así como sucede en otras partes, aún es un reto calcular el impacto económico y social que han tenido Airbnb y plataformas similares. Sobre todo, porque su presencia sigue siendo pequeña si se compara con la infraestructura turística tradicional. Por ejemplo, en diciembre de 2015, en la Ciudad de México se reservaron 27,000 noches en alojamientos registrados en Airbnb, contra 956,868 en hoteles. Es decir, hubo 35 veces más noches reservadas en hoteles que en Airbnb.

A pesar de dicha complejidad, podemos calcular el impacto en los hogares de los anfitriones. Registrar bienes en plataformas como Airbnb puede ser una opción atractiva para los viajeros y una importante fuente de ingreso para las familias. Gracias a información de Airbnb y de la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares (ENIGH) fue posible calcular el efecto económico real y potencial para los anfitriones con propiedades en las cuatro delegaciones mencionadas.

Hallamos que los ingresos obtenidos por los anfitriones de Airbnb¹ resultaron notablemente altos en comparación con el ingreso promedio anual de cada hogar, según la misma ENIGH. Incluso cuando el alojamiento era solo una habitación, privada o compartida, el ingreso obtenido por las familias vía Airbnb fue considerable. Por ejemplo, en la delegación Cuauhtémoc (en donde el ingreso promedio anual de cada hogar es el más bajo de las cuatro analizadas, pero en donde la presencia hotelera es la más alta por su cercanía con las actividades turísticas), Airbnb representó 22 % del ingreso promedio por hogar en los casos en que el alojamiento era una habitación privada o compartida. Cuando el alojamiento registrado era una casa o departamento, Airbnb representó el 60 % de este ingreso².

Tal como sucede con la llegada de cualquier innovación tecnológica, ha surgido un debate público en torno a la forma en que deben regularse los nuevos tipos de transacciones. En las discusiones se ha abordado la preocupación sobre los efectos de las rentas a corto plazo y sobre la manera en que la ley laboral podría aplicarse a esquemas específicos. Sin embargo, ya que cada ciudad y cada industria son diferentes, y que la tecnología parece moverse más rápido que los marcos legales, el reto a futuro será para los gobiernos, quienes deberán ser flexibles y adaptarse al crecimiento explosivo de la tecnología y sus mercados, que cambian con mucha velocidad.

Por último, debe enfatizarse el hecho de que las plataformas de economía colaborativa pueden desempeñar un papel importante en el intercambio de información que podría contribuir al desarrollo de regulaciones más flexibles. Los datos pueden ayudar a que las autoridades mejoren el diseño y la implementación de políticas mejor orientadas y servicios públicos que beneficien y protejan los intereses a largo plazo de todos los actores.

¹ El ingreso anual se calculó a partir del costo promedio por noche en 2016 y asumiendo que se rentaron cuatro semanas en total en el año.

² Es importante tomar en cuenta que la variación de ingresos entre cada delegación es una variable a considerar. El análisis se hace a partir de un promedio.

Airbnb en la Ciudad de México extiende los beneficios económicos del turismo y reduce la brecha salarial.

Caso de estudio

1. Introducción a la economía colaborativa

La economía colaborativa es un término integral utilizado para describir las transacciones entre pares en la que los bienes o servicios se comparten entre individuos, ya sea de forma gratuita o por una tarifa establecida, por lo general vía internet (diccionario Oxford, 2017).

Por otra parte, el término innovación es uno de los que más comúnmente se asocian a la economía colaborativa, lo que generó un nuevo concepto: personas-negocios. Los principales sectores involucrados en la economía colaborativa –y los más destacados en México– son los de alojamiento y transporte, encabezados por Airbnb y Uber, respectivamente.

La economía colaborativa ha dado lugar al “consumo colaborativo”, pues permite aprovechar la tecnología y la comunicación en línea para compartir bienes y servicios. Los consumidores pueden obtener y también ofrecer recursos o servicios de valor de manera temporal o permanente a través de la interacción directa con otros consumidores, o bien a través de un mediador o tercero que facilita la transacción entre las partes y que, por lo general, establece los términos bajo los cuales se llevará a cabo el intercambio. Aunque la idea del consumo colaborativo no es algo nuevo, la evolución tecnológica le ha otorgado una nueva dimensión, al permitirle varios niveles de interacción y conectar a personas que viven en lugares diferentes.

Las actividades que derivan de la economía colaborativa toman muchas formas, como la recirculación de bienes, utilización de bienes durables, intercambio de servicios e intercambio de bienes productivos. Por tal motivo, impacta a muchas industrias, desde quienes rentan un coche (Carrot Mx), comparten espacios de estacionamiento (Parqueo) o usan servicios de mensajería ecológicos (Kangou), hasta quienes buscan a su siguiente compañero de departamento (Dada Room).

1.1 Beneficios de la economía colaborativa

Desde hace décadas existe la preocupación por el consumo excesivo y los efectos que tiene en el medio ambiente. Los especialistas explican cómo es que las plataformas tecnológicas permiten un mayor consumo colaborativo, lo que brinda más opciones a los consumidores que “condenan la producción en masa y prefieren trabajo artesanal, más personalizado (no el trabajo en fábricas), la economía local (sobre las mundiales), autenticidad (por encima de la cultura plástica) y un mayor compromiso con el mundo material” (Crfagna et al., 2014).

En otros sitios, la economía colaborativa puede verse como una forma de competencia en áreas en las que los monopolios u oligopolios han disuadido a sus contrincantes, y por lo tanto, reducido las opciones que tienen los consumidores, manteniendo precios altos y un mal servicio.

Los expertos que han analizado “la nueva economía colaborativa” la describen como “una fuerza progresiva, disruptiva, que hace más eficientes a las economías y distribuye valor entre consumidores” (Bostman, 2010; Geron, 2013). Otros autores han abordado el tema desde perspectivas diferentes, como el impacto positivo de la reducción de huellas ecológicas y la creación de oportunidades económicas, junto con la colaboración descentralizada (Gansky, 2010; Sperling, 2015). Muchas personas consideran que el consumo entre pares (P2P) es una forma más genuina de transacción que la cultura impersonal del sector comercial de consumo (Cohen, Szejnwald y Brown, 2017).

En este sentido, la tecnología ofrece la posibilidad de dotar de poder a personas comunes, de volver más eficiente el consumo y ayudar a una mejor distribución de bienes. Por ejemplo, el uso compartido del coche tiene el potencial de disminuir el tráfico y, por ende, las emisiones de dióxido de carbono en áreas urbanas. La práctica de compartir el hogar ayuda a reducir el volumen de infraestructura necesaria para eventos durante los cuales la demanda por alojamiento explota, como los Juegos Olímpicos.

Es cierto que era posible hallar otras opciones de alojamiento antes del surgimiento de las rentas entre pares, mismas que se volvieron más accesibles a partir de la creación de plataformas digitales (Rakovets, 2016), sin embargo, la innovación e introducción de las herramientas digitales de alta tecnología desembocaron en la creación de sitios del tipo Airbnb, algo que abrió las puertas a una alternativa que no existía. Ahora los dueños de propiedades pueden ofrecer un bien que de otra manera quedaría subutilizado y los viajeros pueden hallar más información y alternativas (a veces en lugares en los que no sería posible alojarse). Las plataformas de hogares compartidos permiten el uso de bienes de los que antes no podía disponerse.

Según el estudio *Cities, The Sharing Economy and What's Next* (2015) o *Ciudades, economía colaborativa y lo que viene*, la población adulta en Estados Unidos que conoce el concepto de economía colaborativa la ve como algo positivo. Entre los hallazgos del estudio se cuenta que 89 % de las personas están de acuerdo en que el concepto parte de la confianza entre proveedores y usuarios; 86 % de las personas en que resulta en una vida más accesible; 83 % dijeron que la vida se vuelve más conveniente y eficiente; 78 % creen que ayuda a formar comunidades más sólidas; 76 % estuvieron de acuerdo en que la economía colaborativa es mejor para el medio ambiente; y 63 % creen que es mucho más divertido esto que lidiar con compañías tradicionales.

También debe tomarse en cuenta que la economía colaborativa se alinea a las preferencias de los *millennials*³, para quienes el acceso a bienes y servicios es más importante que poseerlos.

1.2 Economía colaborativa y el término *gig economy*

Dentro de la economía colaborativa, los negocios pueden desbloquear el valor o capital no utilizado de la gente —en la forma de bienes o servicios— y ponerlo a disposición de otras personas a través de las plataformas digitales que se sostienen gracias a sus comunidades. A la par de esta tendencia surgió el término *gig economy*⁴.

Aunque no existe un común acuerdo sobre la definición de *gig economy*, algunos investigadores han acordado que es un mercado en el que se celebran contratos a corto plazo con la idea de empleos temporales, ya sean trabajadores independientes profesionales o personas que se dedican a ejercer varios trabajos pequeños según la demanda, promocionándose en plataformas digitales que sirven para conectar proveedores con clientes (Brinkley, 2016; Kuhn, 2016; Warner, 2015). Dentro de la *gig economy*, los trabajadores cuentan con múltiples vías de ingreso en lugar de una sola —forma tradicional, producto de un empleo de tiempo completo—, y controlan el tipo de trabajo que desempeñan y las horas que le dedican.

Esta tendencia es una respuesta a la reducción de los equipos de trabajo en las empresas y a las preferencias laborales de los *millennials*. Esta generación se caracteriza por su capacidad de cambiar de empleo con más frecuencia que las generaciones anteriores y por la creciente tendencia de trabajar de forma independiente para mejorar su balance entre vida y trabajo (Rouse, 2016).

Algunas personas argumentan que las plataformas de economía colaborativa han ayudado a crecer la *gig economy* y afectado a los trabajadores porque el modelo P2P no cuenta con leyes de protección laboral y, en ocasiones, los salarios suelen ser más bajos (Rogers, 2015). Este argumento suele usarse en países en los que los sindicatos están bien arraigados y las demandas laborales son altas.

Algunas plataformas de economía colaborativa son propensas a lidiar con los dilemas de la *gig economy*, mismos que surgen por trabajadores que buscan ingresos a partir de trabajos pequeños, temporales. Este no es problema para los hogares compartidos, pues con ellos se desbloquea capital que no se utilizaba. Si bien las rentas a corto plazo representan una fuente adicional de ingresos para los anfitriones, estos vienen del potencial de los espacios sin explotar y no de las habilidades personales.

³ Aunque no se cuenta con un marco preciso para este grupo de personas, también conocidos como Generación Y, suelen incluirse todos aquellos nacidos entre los años de 1982 y 2000. Los *millennials* son nativos digitales, tolerantes y diversos, una comunidad orientada al emprendimiento. (National Chamber Foundation, 2012). En abril de 2016, los *millennials* pasaron a los *Baby Boomers* y se convirtieron en la generación con mayor presencia. (Pew Research Center, 2016).

⁴ N. del T. El término *gig* es una expresión coloquial en inglés que hace referencia a un empleo temporal o único; por lo general se utiliza para nombrar a las ‘tocadas’ esporádicas de un grupo de música.

2. Impacto y perspectivas de la industria de la hospitalidad y Airbnb

Gracias a sus más de cuatro millones de alojamientos alrededor del mundo (STR, 2017), Airbnb es la plataforma de economía colaborativa de mayor tamaño en la industria de la hospitalidad, aunque no es la única en el sector. Existen otras plataformas (negocios y sin fines de lucro) como Homestay, Couchsurfing (que permite a la gente quedarse en los hogares de otros sin costo), Wwoof (para personas que busquen aprender sobre agricultura orgánica) y Culture GoGo (enfocada en aquellos que quieren aprender un idioma nuevo).

Airbnb es, en principio, una plataforma digital mediante la cual la gente renta sus espacios o propiedades como alojamiento a viajeros. Los tipos de espacios varían, pero suelen incluir habitaciones privadas, departamentos o casas completas. El atractivo de Airbnb parte del ahorro, las amenidades de cada hogar (cocinas completas, lavadoras y secadoras) y el potencial de obtener experiencias locales más auténticas.

En noviembre de 2016, Airbnb reportó más de 3 millones de alojamientos en todo el mundo. En números brutos, la cantidad de alojamientos fue casi tres veces mayor que el número de habitaciones ofrecidas por el nuevo conjunto Marriott International y Starwood Hotels & Resorts Worldwide (STR, 2017).

El sitio electrónico de Airbnb (www.airbnb.com) es similar a los sitios tradicionales para reservar alojamiento, en los que las búsquedas de un lugar se basan en el destino, fechas y cantidad de huéspedes. El sitio despliega una lista de espacios disponibles que pueden filtrarse según características como precio, vecindario y amenidades; los alojamientos individuales pueden elegirse mediante un mayor número de filtros, como la descripción del mismo, imágenes y reseñas de otros usuarios.

Para reservar o rentar un espacio determinado, la persona debe contar con un perfil de Airbnb. Al interesarse por una propiedad, el viajero enviará una solicitud de reserva al anfitrión, o bien un mensaje si desea obtener más detalles del espacio o hacer alguna pregunta. El anfitrión puede responder a las preguntas del huésped –incluso hacerle preguntas– o aceptar la solicitud de reserva. Vale la pena mencionar que uno de los componentes clave de la plataforma es el factor confianza entre usuarios, en el que las reseñas y retroalimentación toman un papel protagónico. Todas las reservas y transacciones monetarias se hacen vía la plataforma de Airbnb. Airbnb gana al cobrarle una tarifa mínima a huéspedes y anfitriones por cada reserva concretada en la plataforma.

2.1 Usuarios de Airbnb y el valor de la experiencia

Existe una creciente demanda de experiencias únicas, interactivas y más auténticas por parte de los viajeros; experiencias diferentes a los productos y servicios masificados y estandarizados. Gracias a las plataformas de hogares compartidos, los usuarios pueden reservar propiedades o habitaciones de anfitriones locales, con lo que es posible que experimentar esos lugares de forma más auténtica. El interés en las experiencias, junto con la reducción de los costos de viaje, han detonado la industria del turismo (Goldman Sachs, 2016).

El contacto con las comunidades locales es parte de una tendencia que va en crecimiento y mueve a las principales marcas de la industria del viaje a desarrollar servicios que satisfagan la demanda de experiencias de viaje, en las que se incluye el aumento de alojamientos curados/exclusivos en los que los viajeros pueden experimentar el estilo de vida local (The Rise of the Experiential Travel, 2014).

La mayor parte de los huéspedes de Airbnb suelen viajar por placer, así que las reservas para viajes de negocio siguen perteneciéndole a los hoteles, dueños de más del 99 % del mercado (SRT, 2017). En términos de costos de viaje, John (2013) señala que, a las personas que reflexionan más sobre sus gastos, la existencia de plataformas de intercambio de hospitalidad les sirve porque encuentran alternativas de hospedaje más económicas y de forma mucho más rápida. Esto va más en línea con la cultura de ahorro de recursos.

En el reporte titulado *Investing in the Millennial Effect* (2016) o *Inversión en el efecto millennial* se señala que los *millennials* son la ola demográfica más grande en la historia; sus hábitos de consumo favorecen al comercio electrónico y al turismo basado en la economía colaborativa (son la primera generación de “nativos digitales”), pues es más probable que se interesen por vivir experiencias. Los *millennials* pronto se convertirán en el principal motor económico de generación de riqueza y gasto y representarán el 75 % de la fuerza de trabajo en el mundo para el 2025.

En el caso específico de la Ciudad de México, Airbnb cuenta con una amplia distribución de alojamientos. Muchos se concentran en las áreas hoteleras, pero un buen número permiten a los usuarios experimentar y explorar la ciudad al quedarse en lugares a los que solo los residentes tienen acceso. Tal es el caso de Coyoacán, en donde la oferta hotelera no es tan numerosa, pero Airbnb cuenta con varios alojamientos registrados.

2.2 Industria hotelera

Existen ciertas preocupaciones por el impacto potencial de las plataformas de hogares compartidos sobre la demanda de hoteles, pero las investigaciones llevadas a cabo en la materia no han arrojado resultados definitivos. La evidencia dice que el desempeño hotelero sigue siendo sólido, pues siguen sus ciclos normales. Y cuando la demanda en algunas categorías se ha reducido (sobre todo en los de gama más alta), resulta complicado determinar cuáles fueron las variables que determinaron los cambios.

El estudio *Airbnb and Hotel Performance Analysis o Análisis del desempeño de Airbnb y hoteles*, llevado a cabo por STR (2017) pretende ofrecer la comparativa más completa entre el desempeño de Airbnb y el de los hoteles que jamás se haya hecho. El estudio cubre 13 mercados globales (Boston, Ciudad de México, Londres, Los Ángeles, Miami, Nueva Orleans, París, San Francisco, Seattle, Sídney, Tokio y Washington D.C.) y con él se determinó que, si bien el porcentaje de alojamientos correspondiente a Airbnb va en crecimiento, el porcentaje de demanda en el mercado y ganancias sigue siendo bajo, entre el 4 % y 3 %. También reveló un aumento en la tarifa por noche promedio en hoteles en todas las ciudades –excepto en París– en el año que terminó en julio de 2016. Esta es señal de que la mayor parte de los destinos no han sufrido un impacto negativo en los ingresos hoteleros.

En el estudio *Who Benefits from the Sharing Economy? (2016) o ¿Quién resulta beneficiado por la economía colaborativa?*, los autores señalan que los alojamientos de Airbnb podrían llegar a afectar los ingresos de los hoteles, sobre todo aquellos de gama baja, y dañar a proveedores locales –y a sus empleados– ya establecidos. Si se toma en cuenta que los hogares compartidos representan una alternativa para los viajeros, debe verse entonces como un competidor más. Sin embargo, la competencia es también una enorme oportunidad que tienen los actores para enfocarse en el negocio principal, sobre todo porque el turismo no ha dejado de crecer; por lo tanto, no es necesariamente un juego de suma cero. Recientemente, grandes actores, como el director general de Hyatt, dijeron que la llegada de plataformas como Airbnb los ha llevado a concentrarse y hacer crecer su negocio central: el servicio a viajeros de gama alta (CNBC, 2017).

Tal y como se estableció en el mismo estudio, Airbnb y otras plataformas similares podrían verse, de entrada, como negocios disruptivos, sin embargo, podrían terminar haciéndose de su propio nicho de mercado al tiempo que algunos de los principales hoteles se enfocan en su negocio principal o bien en la oferta de servicios que se asemejen a la experiencia de un alojamiento casero.

2.3 Una opción más en los picos de demanda

Gracias a Airbnb, muchas ciudades cuentan con mayor capacidad para alojar viajeros durante picos de demanda. Esto ha reducido la necesidad de construir infraestructura que con el tiempo dejará de ser sostenible y además ofrece alternativas de hospedaje que antes no existían.

Por ejemplo, uno de los problemas en los Juegos Olímpicos en Río de Janeiro 2016 fue la falta de habitaciones de hotel. Cuando en 2009 la ciudad ganó la puja por alojar los Juegos contaba solo con la mitad de las 40 mil habitaciones requeridas por el Comité Olímpico. Se construyeron hoteles para cumplir con el número mínimo de camas disponibles. Sin embargo, al final se necesitaron más habitaciones. Airbnb desempeñó un papel importante en la solución del problema, pues aportó 20 mil alojamientos, además de que la compañía firmó un contrato con el que se convirtió en la “alternativa de alojamiento” oficial de los Juegos Olímpicos de 2016.

Airbnb pudo ofrecer una solución por su flexibilidad: su oferta de habitaciones no requirió de la inversión en un proyecto inmobiliario millonario ni de la aprobación de las autoridades de planeación urbana. Para cuando terminaron los Juegos no quedaron hoteles que luego se enfrentarían al problema de la subutilización.

El caso de Brasil es uno de los más estudiados, sin embargo, lo mismo puede ocurrir con otros eventos de semejante envergadura o temporadas vacacionales. Para los eventos que se repiten cada año, la oferta no siempre aumenta en la misma proporción que la demanda. Por ejemplo, según el análisis de STR (2017), durante el Gran Premio de la Fórmula

1 celebrado en la Ciudad de México, la demanda hotelera aumentó 20 % y las tasas de ocupación subieron de 19 % a 69 %. Además, la demanda de alojamientos registrados en Airbnb subió 167 %, lo que equivale a 900 unidades vendidas. En el Supertazón 50 celebrado en San Francisco en febrero de 2016, la oferta de alojamientos registrados en Airbnb aumentó en 105 % con respecto al mismo domingo, pero de 2015. La demanda aumentó solo 76 %, así que no pudo seguirle el paso a la oferta y dio como resultado un cambio negativo y poco común en la ocupación (-14 %).

Como puede verse, las plataformas de hogares compartidos surten efectos importantes durante los picos de demanda. En especial porque no es eficiente construir infraestructura hotelera para alojar a huéspedes solo en una ocasión, de forma esporádica o en eventos anuales. Las rentas de hogares compartidos no son solo una alternativa atractiva para compensar la falta de alojamientos en ciertos momentos, sino que también abren la posibilidad de estancias más largas.

3. Retos, preocupaciones principales y regulación

3.1 Muchas propiedades, pocos dueños

En algunos sitios, muchos de los alojamientos se concentran en manos de un puñado de anfitriones. El reto es lograr una plataforma entre pares (P2P), pero en sitios en los que unas cuantas personas son dueñas de o gestionan muchas propiedades, la naturaleza del intercambio es otra.

Para algunas personas, las plataformas de hogares compartidos afectan a los mercados de rentas porque varios dueños prefieren rentar sus propiedades en lugares como Airbnb en lugar del mercado tradicional de bienes raíces. Además, algunas ciudades alegan que existe una tendencia cada vez mayor de comprar propiedades en barrios específicos con miras a obtener beneficios económicos a partir del negocio de rentas a corto plazo.

Esta preocupación no es exclusiva de la industria de la hospitalidad. También ocurre con los servicios de transporte, en donde unas cuantas personas son dueñas de muchos vehículos y contratan conductores para operarlos. En esos casos, las plataformas tienen que hacer ajustes para mantener el enfoque P2P, que es la clave para generar confianza y fortalecer el intercambio entre usuarios.

3.2 Hogares compartidos y el efecto de las rentas a corto plazo

En varios estudios se señala que toma años construir lo que Putnam llama “capital social” entre vecinos y que el hecho de tener una amplia oferta de inquilinos a corto plazo podría ser un riesgo (Quattrone, Prosepio, et. al., 2016). Sin embargo, lo anterior no es un problema nuevo, pues ha sucedido también en ciudades y pueblos en donde la gente acostumbra la compra de segundas propiedades. Para algunos críticos, la preocupación principal es el riesgo de cambiar el tejido social y la estructura demográfica de los vecindarios (Lopez-Gay, 2016) y de terminar convirtiéndolos en zonas turísticas populares con pocos residentes permanentes.

A la gente le gusta la experiencia de los hogares compartidos porque les permite alojarse en sitios en los que no hubiera sido posible quedarse, además de que viven experiencias similares a las de los locales y no a las turísticas. Sin embargo, se corre el riesgo de caer en un exceso de rentas a corto plazo, situación que podría acarrear problemas, pues podría incomodar a los vecinos y cambiar la personalidad o el ambiente que había sido el atractivo original de una zona determinada.

En los últimos dos años, los vecinos de los distritos históricos en París, Londres, Ámsterdam o Barcelona, han protestado por la proliferación de departamentos puestos en renta a turistas, dando como resultado el congestionamiento de sitios locales, ruido excesivo y conducta antisocial, motivos todos de tensiones entre turistas y locales⁵. En un estudio llevado a cabo en Ámsterdam se encontró que, durante la celebración de eventos importantes o en temporada vacacional, los residentes tienden a escapar de la ciudad, lejos del hacinamiento (Pinkster & Boterman, 2017).⁶

⁵La nota “Eight Places that Hate Tourists the Most” (Los ocho lugares en donde más odian a los turistas) del periódico The Independent publicada en 2017, ubica a Barcelona en el puesto número 6, seguida de Ámsterdam, en el 5.

⁶ Parte de este fenómeno ha recibido el nombre de “*Turismofobia*” en España, en donde cada vez es más común que la gente que vive en Barcelona, Palma de Mallorca o Madrid se manifieste en público contra la entrada del turismo en masa a la vida común de los ciudadanos, sobre todo porque resulta complicado moverse en ciertas áreas (Blanchar & Pellicer, 2017).

3.3 Economía colaborativa y gentrificación

Otra de las preocupaciones tiene que ver con la relación entre la economía colaborativa y la gentrificación. El término de gentrificación abarca varios factores que suelen relacionarse con el desplazamiento y la exclusión de comunidades, la renovación de áreas urbanas deterioradas, afluencia de gente que se muda al vecindario en cuestión, la salida de residentes de bajos ingresos que ya no pueden costear la vivienda en su barrio e incluso la migración de locales detonada por la excesiva demanda de visitantes (Cócola, 2015).

En efecto, hay barrios residenciales en los que el registro de propiedades en plataformas de hogares compartidos ha tenido cierto efecto en el aumento de los precios de las rentas, lo que ha impedido que residentes de las clases baja y media baja sigan viviendo ahí. Esto ha sucedido por el aumento en la cantidad de noches de alojamiento y por la transformación de pisos en apartamentos vacacionales (Cócola, 2015).

Sin embargo, varios autores han estudiado un fenómeno complejo bastante similar durante los últimos años y lo llamaron “gentrificación turística”, algo que sucede en varias ciudades o barrios en todo el mundo, sitios en los que la promoción y atracción de turistas ha ido borrando los límites entre las zonas turísticas y residenciales, orillando con esto a los residentes a transformar sus vecindarios en destinos turísticos. Los hoteles desempeñan un papel importante en este proceso que existe desde antes de la aparición de las plataformas de hogares compartidos en lugares como Venecia o Cartagena de Indias.

Con respecto al caso específico de las plataformas de hogares compartidos, un claro ejemplo es el del Distrito Primero de París, uno de los destinos turísticos más famosos del mundo. Varias autoridades y críticos han dicho que la práctica de hogares compartidos ha sido uno de los motivos del descenso de población, así como del aumento de segundas casas y de los costos de vivienda (Bowers, 2017). Lo mismo pasa en el Barrio Gótico de Barcelona, ubicado en el corazón de la ciudad, pues vive ahora un fuerte proceso de *turistificación*, caracterizado por una pequeña presencia de locales y prácticamente una ausencia total de niños (Lopez Gay, 2016). Otros lugares en Europa, como el centro de Lisboa o el barrio de Lavapiés en Madrid, también se han visto amenazados por este fenómeno (Lestegás, 2017).

Por último, hay y habrán muchas variables que afecten el fenómeno de gentrificación, lo que complicará la medición del efecto de la práctica de hogares compartidos o del aumento del turismo debido a este fenómeno.

3.4 Regulación

La innovación y las nuevas tecnologías son el núcleo de la economía colaborativa. Como se dijo anteriormente, facilitan las transacciones comerciales, reducen costos y permiten el uso bajo demanda de bienes y servicios. Históricamente, la tecnología tiende a moverse con más velocidad que los marcos regulatorios; por lo tanto, la economía colaborativa representa un reto para los modelos tradicionales de regulación pública. Los gobiernos deben innovar para adaptarse al crecimiento explosivo de la tecnología y a mercados que cambian con suma rapidez.

En este contexto, los operadores de rentas a corto plazo, como Airbnb, se enfrentan a varios obstáculos, sobre todo en los temas relacionados al uso de tierra, la restricción de rentas a corto plazo en zonas específicas, la cantidad de visitantes que pueden alojarse en una propiedad, la cantidad de noches disponibles para rentar por año, responsabilidades de los anfitriones sobre el comportamiento de sus huéspedes, requerimiento de licencias o permisos especiales para rentas a corto plazo (Gottlieb, 2013).

Tanto gobiernos como ciudades han tomado posturas diferentes para interactuar con estas plataformas de alojamiento compartido, según las características de cada una: prioridades de las comunidades, estructura de los vecindarios, alojamientos disponibles, demandas turísticas, redes de transporte existentes, eventos importantes, entre otras. Sin embargo, la consecuencia de lo mencionado en las últimas dos secciones (el efecto de las rentas a corto plazo y la gentrificación) es que las tendencias turísticas se enfrentarán a un marco legal antiturismo en algunas ciudades del mundo.

Estas son algunas de las regulaciones más comunes que varios países han implementado por diferentes motivos:

- **Ocupación hotelera o impuesto transitorio sobre rentas a corto plazo:** si bien es cierto que varias ciudades no lo aplican, otras sí, e incluso un alto número de ellas requieren que Airbnb cobre el impuesto

transitorio sobre rentas a corto plazo a huéspedes y anfitriones y remitirlo a la ciudad (Ámsterdam⁷, Londres, París, Berlín, Barcelona, Nueva York, Portland, San Francisco, San José, Washington D.C., Chicago). Las tasas y reglas de impuestos sobre rentas varían por ciudad, condado, estado y país.

En junio de 2017, la Ciudad de México se convirtió en la primera ciudad en Latinoamérica en cobrar un impuesto del 3 % por alojamiento en cada reserva vía Airbnb, mismo que se cobra al huésped a través de la plataforma. Airbnb trabajó en conjunto con las autoridades de la Ciudad de México para lanzar las reglas de operación y, a partir de ese momento, todos los intermediarios foráneos pueden suscribirse a las reglas de operación y cobrar y remitir el impuesto al gobierno⁸. Posteriormente, en el mismo año, se firmó un acuerdo similar con el estado de Quintana Roo, uno de los líderes turísticos en México.

- **Permisos y licencias de negocio** que varias ciudades han utilizado como forma de recolección de información de anfitriones con fines fiscales y para limitar la cantidad de rentas legales a corto plazo disponibles. Ámsterdam fue la primera ciudad que aprobó una categoría de “alojamiento vacacional privado para renta” específica, con la que se permite a los individuos la renta de espacios en sus hogares, siempre y cuando hayan registrado su casa y dirección como residencia con las autoridades correspondientes, paguen los impuestos turísticos correspondientes y cumplan con otros requisitos (Interian, 2016). En 2014, la ciudad de Barcelona impuso el requisito de licencia para rentas a corto plazo a cada una de las propiedades en lista, pero dichas licencias se suspendieron desde ese mismo año. Por lo tanto, la única vía legal para convertirse en anfitrión de Airbnb es comprar una propiedad que ya cuente con licencia. La moratoria en la emisión de licencias nuevas aplica a todos los actores dentro del sector de alojamiento y ha levantado barreras de entrada y limitado la competencia.
- **Límite de noches que los anfitriones** pueden rentar espacios en sus propiedades. A partir de 2015, algunas ciudades implementaron ciertos límites (Ámsterdam 60, Londres 90 y San Francisco 60), lo que sentó un precedente para la adopción de medidas similares por parte de otras autoridades en el futuro cercano. Además, algunas ciudades fijaron un número máximo de huéspedes por propiedad (Ámsterdam 4, Portland 6).
- **Otras medidas** que tomaron las ciudades para mantener alojamientos asequibles y proteger a las comunidades locales: **Berlín prohibió a los anfitriones rentar departamentos completos a turistas si no cuentan con un permiso** de la ciudad (la multa en caso de violar la regla asciende a 100,000 euros) y las habitaciones solo pueden rentarse siempre y cuando **el arrendador o dueño ocupe al menos la mitad del departamento como residencia** (Interian, 2016). **En Barcelona**, la alta concentración de huéspedes en el barrio de Ciutat Vella y la preocupación de las autoridades locales y de los vecinos llevaron a Airbnb a proponer el plan “**Un anfitrión, una casa**” (que ya se implementó en San Francisco y Nueva York) para limitar a una sola propiedad por anfitrión las rentas en el área (Barcelona Airbnb Citizen, 2017). **La ciudad de Nueva York prohibió la promoción** de plataformas de hogares compartidos **o la renta por menos de 30 días de departamentos vacíos**. La medida, aprobada en 2016⁹, especifica una penalización de hasta 7,500 dólares al anfitrión que viole la ley. El objetivo es proteger la oferta de alojamientos asequibles (Kieler, 2016).
- **Por atención a las quejas de los vecinos**, en 2016 Airbnb lanzó una herramienta en todo el mundo para recolectar los reclamos y reportes de disturbios provocados por los huéspedes. Los vecinos que sospechen que personas que han tenido malos comportamientos son huéspedes de una propiedad de Airbnb, los cuales la compañía afirma que son muy escasos, pueden ponerse en contacto con la compañía 24 horas los 7 días de la semana. Las quejas pueden ser anónimas. Los motivos de quejas pueden ser el mal uso de espacios comunes, basura, seguridad personal, estacionamiento o ruido, entre otras.

⁷ Ámsterdam fue la primera ciudad en la que Airbnb comenzó a cobrar y pagar impuestos a nombre de los anfitriones.

⁸ El cobro de este impuesto se basa en el Artículo 162 del código fiscal de la ciudad.

⁹ La ley se firmó el 21 de octubre de 2016 y permite la renta de partes del espacio de vivienda o de habitaciones sencillas por menos de 30 días. Es una de las leyes más rigurosas contra las plataformas de hogares compartidos que se haya aprobado en Estados Unidos.

Queda claro que existe la necesidad de regular los cambios que van dándose por diferentes circunstancias con el paso del tiempo. Por ejemplo, académicos de la Universidad de Londres llevaron a cabo un análisis socioeconómico sobre la adopción de Airbnb en la ciudad de Londres. Algunos resultados mostraron que la naturaleza de la plataforma cambió de un año a otro. Uno de los hallazgos fue que las áreas centrales perdieron importancia de forma consistente con los años (Quattrone, Proserpio, et. al., 2016).

Por lo tanto, aunque en teoría los gobiernos deben regular a Airbnb a través de políticas con base en evidencias, en la práctica, la falta de evidencia y la presión de los beneficiados han hecho que los legisladores establezcan una regulación que deberá replantearse pronto.

4. Tendencias en México y en Latinoamérica

En Latinoamérica, los conceptos como economía colaborativa y las plataformas del tipo de Airbnb han llegado solo a una pequeña parte de la población. A medida que el acceso a internet y el uso de las tecnologías móviles vayan creciendo, las plataformas de economía colaborativa irán ganando popularidad en la región¹⁰. Según un reporte emitido por la Comisión Económica para América Latina (CEPAL, 2016), en 2015, 43.4 % de los hogares latinoamericanos y del Caribe tenían conexión a internet y, en ese mismo año, 54.4 % de la población había usado internet en algún momento, eso es 20 % más que en 2010¹¹. En el mismo documento se dice que el acceso a conexiones de banda ancha aumentó considerablemente durante el periodo 2010-2015, sobre todo en dispositivos móviles, en los que el uso aumentó del 7 % al 58 % de la población.

Con respecto al turismo en la región, en el reporte *Sharing Economy in Latin America* (2016) o *Economía colaborativa en Latinoamérica*, se señala que este tipo de mercado suele estar representado por grandes plataformas y que los tres mercados más importantes para la economía colaborativa y la industria del alojamiento son Brasil, México y Argentina, en cuyas ciudades Airbnb enfoca su capacidad para establecer el negocio.

Sin embargo, debe insistirse en que un gran porcentaje del potencial de alojamiento parte del hecho de que la economía colaborativa es una enorme tendencia y una práctica en crecimiento en países desarrollados. Ciertamente, Estados Unidos es el mejor ejemplo de la tendencia, tanto por la alta tasa de penetración del internet —al que 88.1 % de la población tiene acceso según las estadísticas de 2017 de Internet World Stats— y porque 44 % de los consumidores en Estados Unidos están familiarizados con el concepto de economía colaborativa y 18 % de los adultos afirman haber participado en ésta (National League of Cities, 2015). En otras palabras: el acceso al internet crea oportunidades porque conecta a los viajeros con anfitriones que ofrecen espacios en todo el mundo, incluso países en desarrollo.

En cuanto a la actividad de hogares compartidos en la región, debe resaltarse que algunas ciudades han tenido experiencias positivas en el pasado (a partir de la falta de infraestructura hotelera), mucho antes del surgimiento de plataformas como Airbnb o Couchsurfing. Cuba es el mejor ejemplo en donde, desde 1997, el gobierno autorizó los alojamientos en hogares o la renta de habitaciones a turistas (o lo que ellos conocen como “Casa Particular”) para permitir que los anfitriones obtuvieran un ingreso adicional¹².

Cuba sigue siendo un caso interesante. Luego de que la administración de Obama implementara nuevas políticas con miras a la normalización de la relación con Cuba, Airbnb creció de manera exponencial. Así como ha crecido el turismo en Cuba, la práctica de hogares compartidos ha tenido la flexibilidad de alojar visitantes de forma más rápida que los hoteles. Airbnb había registrado 1,000 alojamientos en Cuba para abril de 2015, un año después ya eran 4,000 y al día de hoy son más de 19,000 (Cuba Trade Magazine, 2017). Con alojamientos en 40 ciudades y pueblos, el quedarse con una familia sigue siendo la mejor (y más barata) manera de viajar y experimentar la isla de Cuba, de conocer a su gente, su comida y sus tradiciones.

¹⁰ La región se caracteriza por su población joven, que incluye a más de 140 millones de adolescentes y jóvenes. Entre los años de 2006 y 2013, aumentó sus niveles de conectividad, doblando la cantidad de personas con acceso a internet (Buenadicha, Ruiz, 2016).

¹¹ Según las Estadísticas de uso de internet y población mundial, actualizadas el 30 de marzo de 2017 y publicadas en el sitio electrónico Internet World Stats, la tasa de penetración de Latinoamérica y el Caribe es de 59.6 %. Para mayor información, ingrese a www.internetworldstats.com

¹² Para más información, visite Casa Particular en www.casaparticularcuba.org

4.1 México

En México, la mayor parte de la gente conoce el concepto de economía colaborativa y lo ven con buenos ojos. Aquí, el mercado se encuentra dominado por compañías como Airbnb y Uber, siendo la segunda el caso más conocido, pues existe un gran descontento con los taxistas de la capital del país, además de que hay un debate alrededor de la legalidad del servicio y sobre la necesidad de su regulación.

En los últimos dos años, la expansión de Airbnb en México ha confirmado la condición turística del país¹³. Según la Organización Mundial de Turismo (2016), el país acaba de convertirse en el noveno país más visitado en el mundo; gracias a eso, en 2016 generó, por primera vez en dos décadas, más ingresos que su industria petrolera.

Si se piensa en viajes, solo algunos segmentos de la población consideran otras alternativas fuera de los hoteles. En muchos lugares, la ocupación de alojamientos registrados en Airbnb corre a cargo de turistas internacionales. De noviembre de 2016 a noviembre de 2017, 1.8 millones de turistas internacionales usaron la plataforma, a diferencia de 800,000 turistas nacionales (El Economista, 2017). Estadísticas de la Secretaría de Turismo (Sectur) indican que casi 90 % del mercado total de turismo en México es nacional, es decir, mexicanos que viajan dentro de su país (Euromonitor International, 2016). Por esto, nuestro país representa una enorme oportunidad de crecimiento para Airbnb, razón por la que amplió sus operaciones en la Ciudad de México y en el resto del territorio nacional durante 2017.

México es el segundo mercado más grande para la compañía después de Brasil, tres ciudades mexicanas se hallan en los 10 principales destinos de Airbnb en Latinoamérica: Playa del Carmen (4ta), Ciudad de México (6ta) y Puerto Vallarta (8va). La compañía ha llegado a sitios en todo el país, con más de 37,000 propiedades, de entre las cuales los principales destinos son Playa del Carmen (8,000), Ciudad de México (6,000), Puerto Vallarta (4,400), Cancún (2,200) y Cabo San Lucas (1,400). Según Jordi Torres, director de Airbnb en Latinoamérica, entre 2015 y 2016, la compañía aumentó el número de huéspedes en un 160 % y el número de alojamientos en 144 %.

Sin embargo, nada de esto sería posible sin acceso a internet, pues sirve para conectar a huéspedes con anfitriones. Para finales de 2015, México había llegado a contar con 65 millones de usuarios, el equivalente al 58.8 % de la población –8 % más que el año anterior–, mientras que la conexión por hogar representaba el 87 %, móviles el 52 % y en espacios de trabajo el 38 %. El principal dispositivo para acceso a internet fueron los smartphones con 77 % y el motivo que se llevó el primer lugar fue el uso de redes sociales (Ampici, 2016).

El aumento en la conciencia tiene el potencial de incrementar las tasas de crecimiento. En México, muchas personas siguen sin utilizar los servicios de compañías digitales para transacciones económicas, ya sea porque no les tienen confianza o porque no las conocen. A medida que esta conciencia evoluciona y se vuelve una práctica común, el uso de plataformas tecnológicas también aumentará.

4.2 Resolución de dilemas de información

En el caso de Airbnb, la existencia de información correspondiente a cada transacción dentro de la plataforma permite usar la tecnología para crear medidas preventivas que logren operaciones seguras dentro de un ambiente también seguro, incluso dentro de contextos sociales en los que la percepción general dicta que podrían ser menos favorables para este tipo de actividad.

Airbnb usa medidas de seguridad basadas en tecnología, como la evaluación de riesgos, para evitar que personas peligrosas se registren en la plataforma. Cada una de las reservaciones hechas en Airbnb pasa por una evaluación de riesgos, implementada con un sistema de detección de riesgos que opera en tiempo real, con aprendizaje automático y análisis predictivo, útiles para evaluar y detener cualquier tipo de actividad sospechosa.

¹³ México ocupa el 9no lugar en el *ranking* de países más visitados en el mundo, después del Reino Unido y por encima de Rusia. De 2014 a 2015, México recibió a 34.1 millones de turistas internacionales (UNWTO Tourism Barometer, 2016).

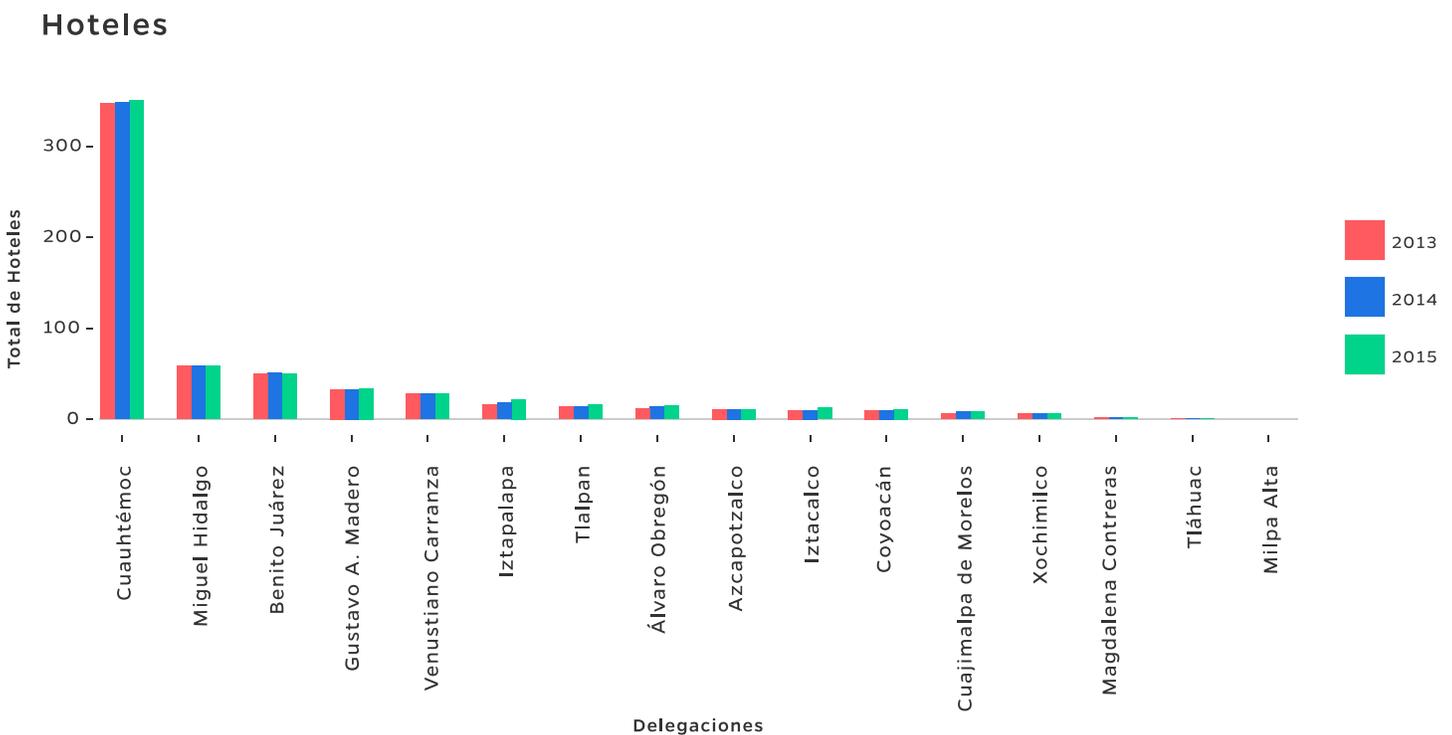
En caso de detectar alguna alerta, Airbnb ejecuta una serie de acciones que van desde la solicitud de información adicional de la persona en cuestión (identificación oficial o verificación de su tarjeta de crédito) a la eliminación del usuario de la plataforma¹⁴.

En 2016, Airbnb registró más de 30 millones de viajes en todo el mundo y solo en el 0.009 % de los hospedajes se registraron daños graves a las propiedades de los anfitriones (es decir, aquellos casos en que éstos recibieron un mínimo de 1,000 dólares de reembolso a través de la Garantía para Anfitriones de Airbnb). Esto quiere decir que un anfitrión podría recibir a un huésped diferente todos los días durante 27 años y nunca reportar daños graves a su propiedad¹⁵.

4.3 Impacto de Airbnb en la Ciudad de México

El turismo en México ha pasado por un periodo positivo desde 2008, sin embargo, Airbnb comenzó a tener una presencia importante hasta 2015. Por lo tanto, es muy pronto para saber si las plataformas de economía colaborativa han contribuido al impulso del turismo. También es demasiado pronto para saber si ésta ha afectado la ocupación hotelera, sobre todo si se considera que las tendencias en ocupación hotelera se ven alteradas por variables económicas tales como el crecimiento económico o las tasas de cambio.

En la Ciudad de México, los hoteles se concentran en unas cuantas delegaciones, según se muestra en la gráfica:

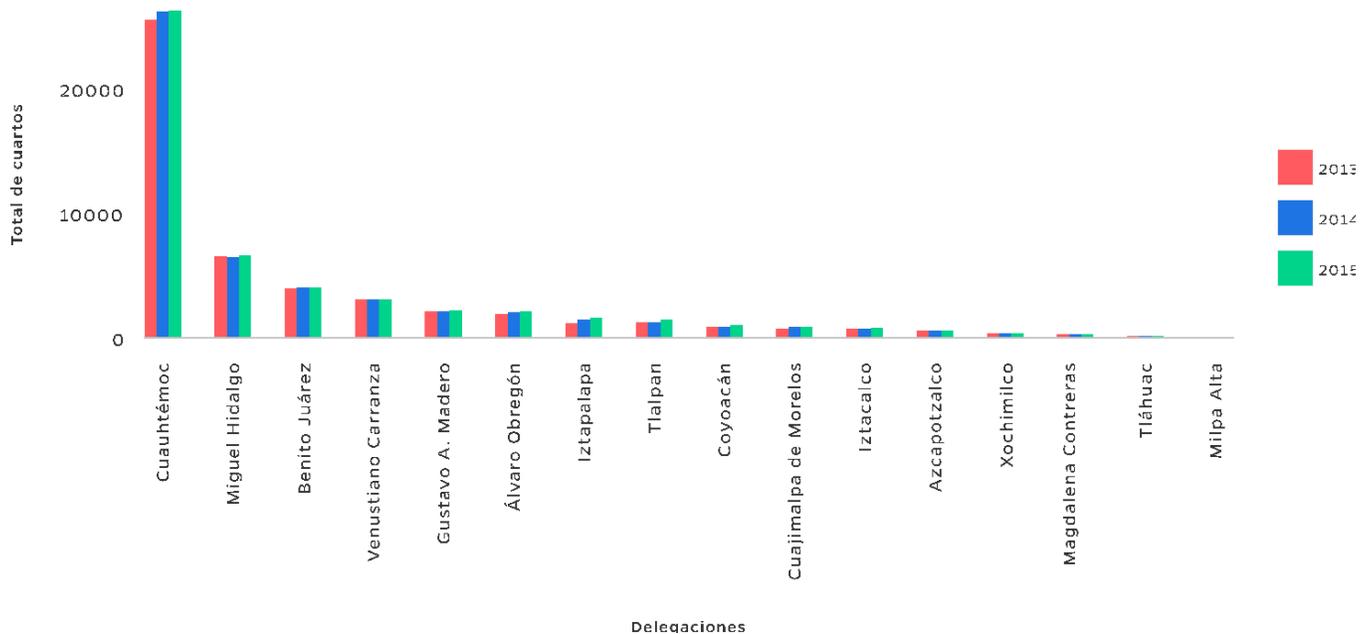


Gráfica 1. Total de hoteles por delegación.

¹⁴ Información proporcionada por el equipo de Airbnb México

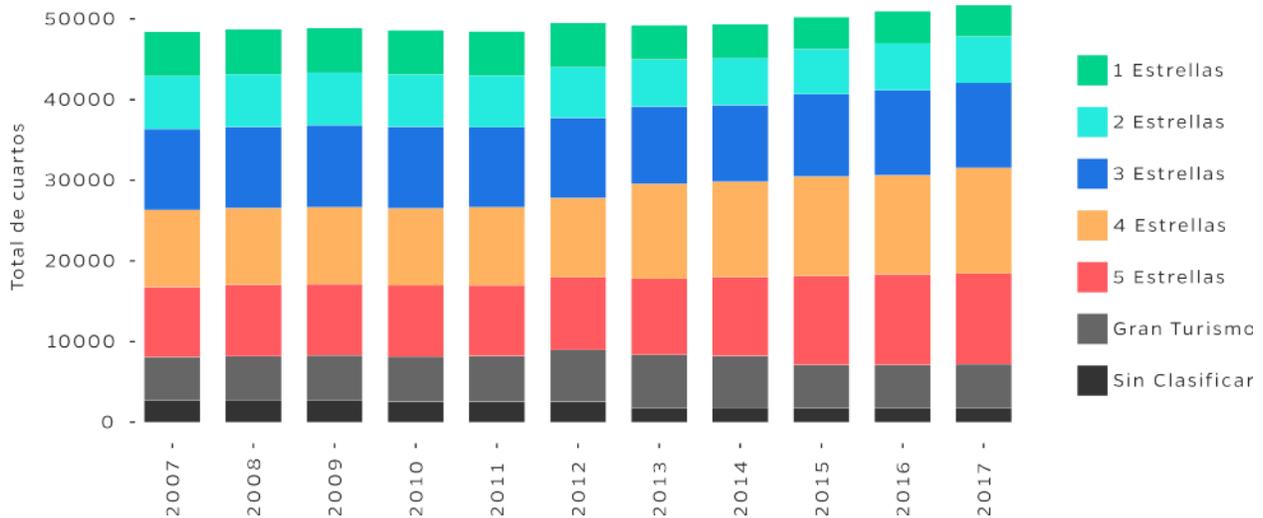
¹⁵ Información proporcionada por el equipo de Airbnb México

Esta concentración se mantiene si tomamos en cuenta el número de habitaciones disponibles en cada delegación.



Gráfica 2. Total de habitaciones de hotel por delegación.

Como puede verse en la siguiente gráfica, la infraestructura hotelera no ha cambiado mucho con el tiempo:



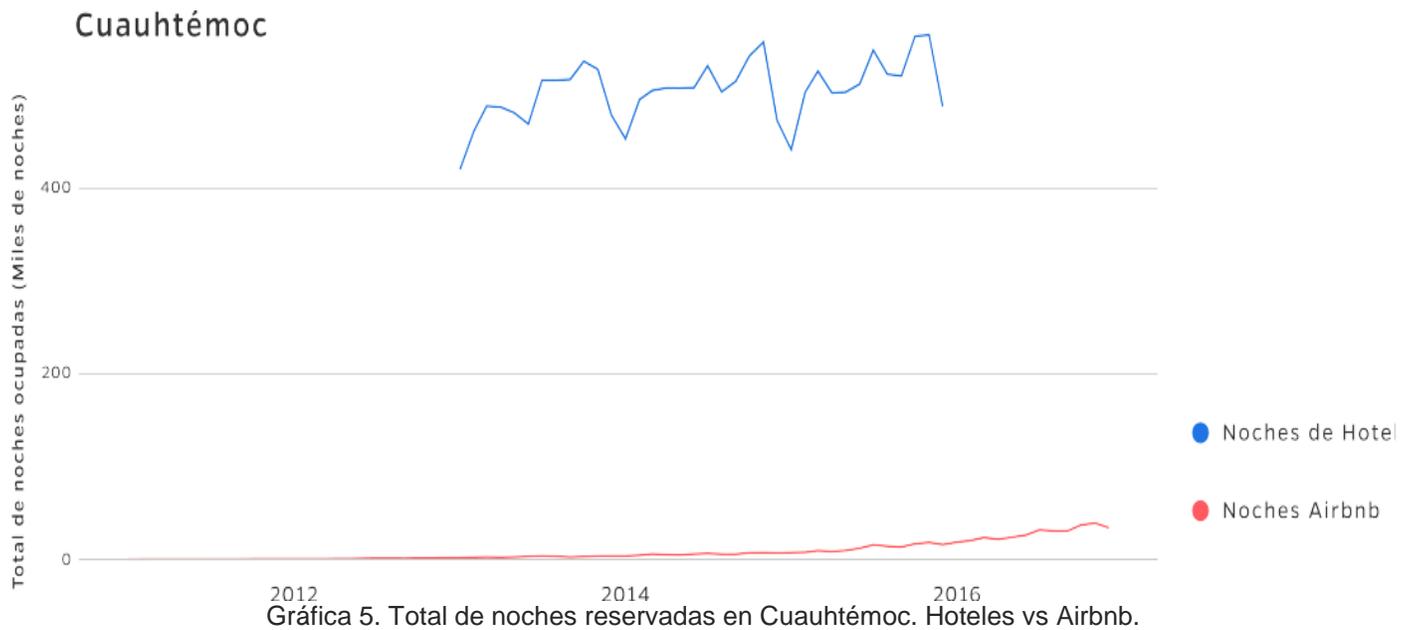
Gráfica 3. Total de habitaciones por categoría.

Si se observa la actividad de Airbnb por delegación a partir de 2011 puede detectarse una tendencia creciente, pero también el mismo patrón de predominio que se ve en la industria hotelera. La presencia de Airbnb se concentra en cuatro delegaciones: Cuauhtémoc, Miguel Hidalgo, Benito Juárez y Coyoacán (en los primeras tres se hallan la mayoría de los hoteles).



Las delegaciones de Cuauhtémoc, Miguel Hidalgo y Benito Juárez concentran la mayor parte de la oferta de Airbnb, además de la mayoría de las habitaciones de hotel. Sin embargo, Coyoacán es la excepción pues, si bien ocupa el cuarto lugar en número de alojamientos de Airbnb, es la novena delegación en cuanto a disponibilidad de cuartos de hotel. Aunque Coyoacán se considera un destino turístico, hay pocos hoteles en la zona.

Si comparamos la demanda de la industria hotelera con la demanda de alojamientos de Airbnb, es posible observar que los segundos son pocos si se toma en cuenta la cantidad de hoteles, por lo que es complicado medir el impacto de la plataforma en la economía. En la gráfica 5 se comparan las habitaciones ocupadas al mes dentro de la industria hotelera con las noches reservadas en alojamientos de Airbnb en la delegación Cuauhtémoc¹⁶.



¹⁶ La demanda de noches de la *Sector se calcula multiplicando la ocupación mensual por la cantidad de habitaciones disponibles cada noche del mes corriente.

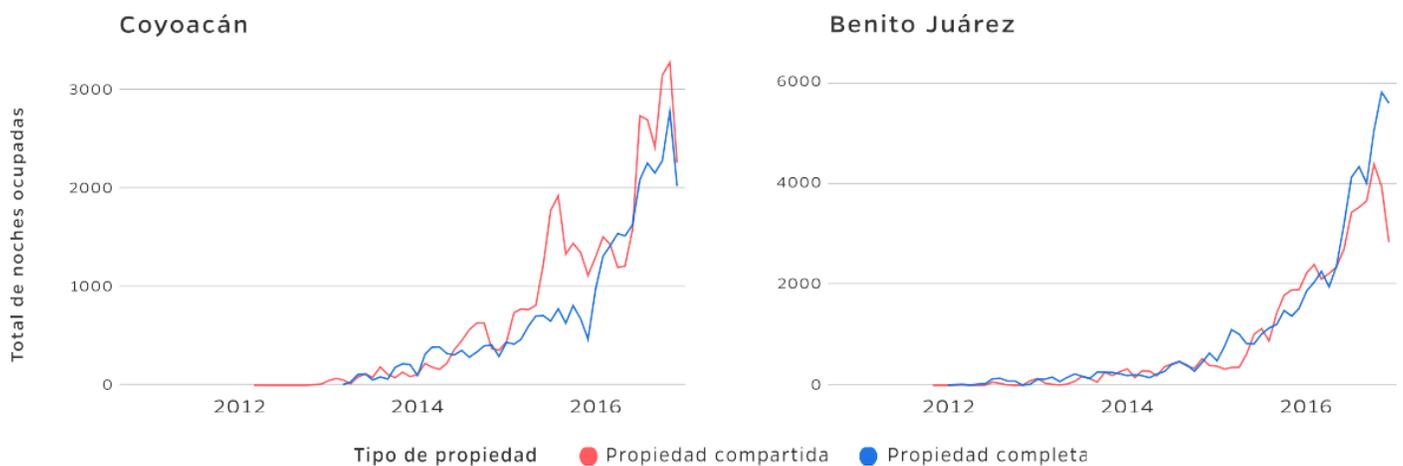
El punto más bajo de habitaciones ocupadas por noche en la delegación Cuauhtémoc está cerca de las 420,488, mientras que el punto más alto de actividad en Airbnb (noches por mes) está en 34,029. Por lo tanto, la demanda mensual de cuartos de hotel es más de diez veces mayor que la de Airbnb.

En la delegación Benito Juárez y en particular en Coyoacán, la infraestructura hotelera es mucho más limitada dada su naturaleza residencial. Si las comparamos, de nuevo con Airbnb, veremos que sus números se acercan mucho más.



Si se analiza la información de la gráfica 6 sobre Coyoacán, puede verse que la diferencia entre el punto más alto de la actividad de Airbnb y el punto más bajo de la demanda hotelera es menor a 10,000 habitaciones o noches por mes.

En ambas delegaciones se observa una paridad en los tipos de alojamientos, lo que indica que los anfitriones de Airbnb tienden a ser personas que rentan una habitación y no casas o departamentos enteros, a diferencia de lo que ocurre en Cuauhtémoc y Miguel Hidalgo.

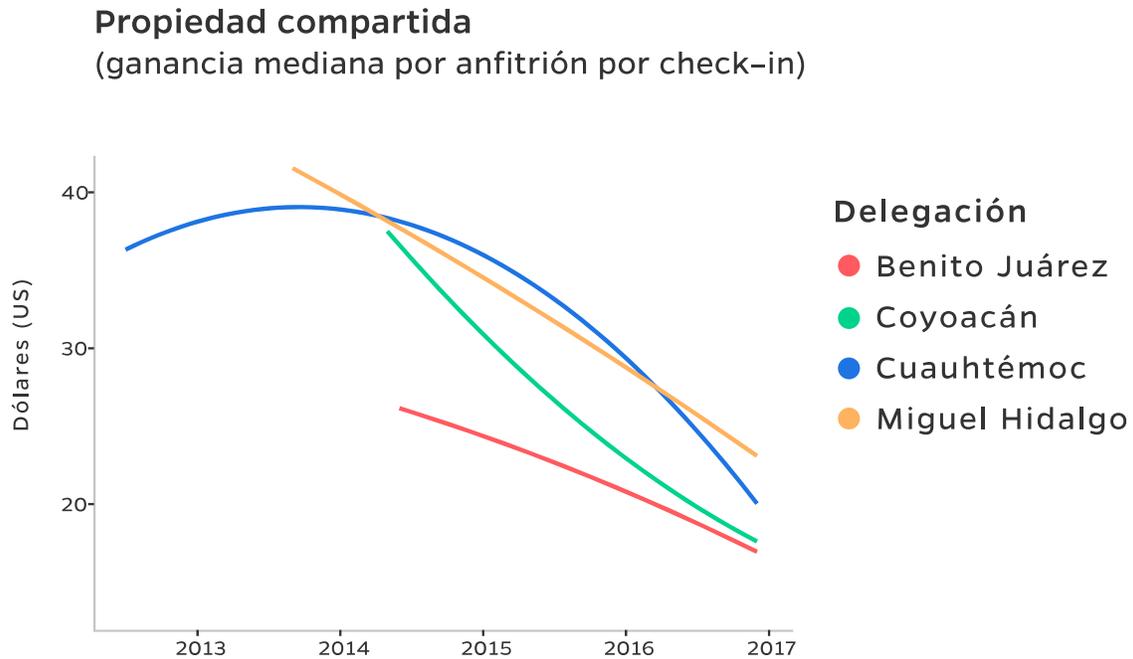


4.4 Derrama económica (Trickle down effect)

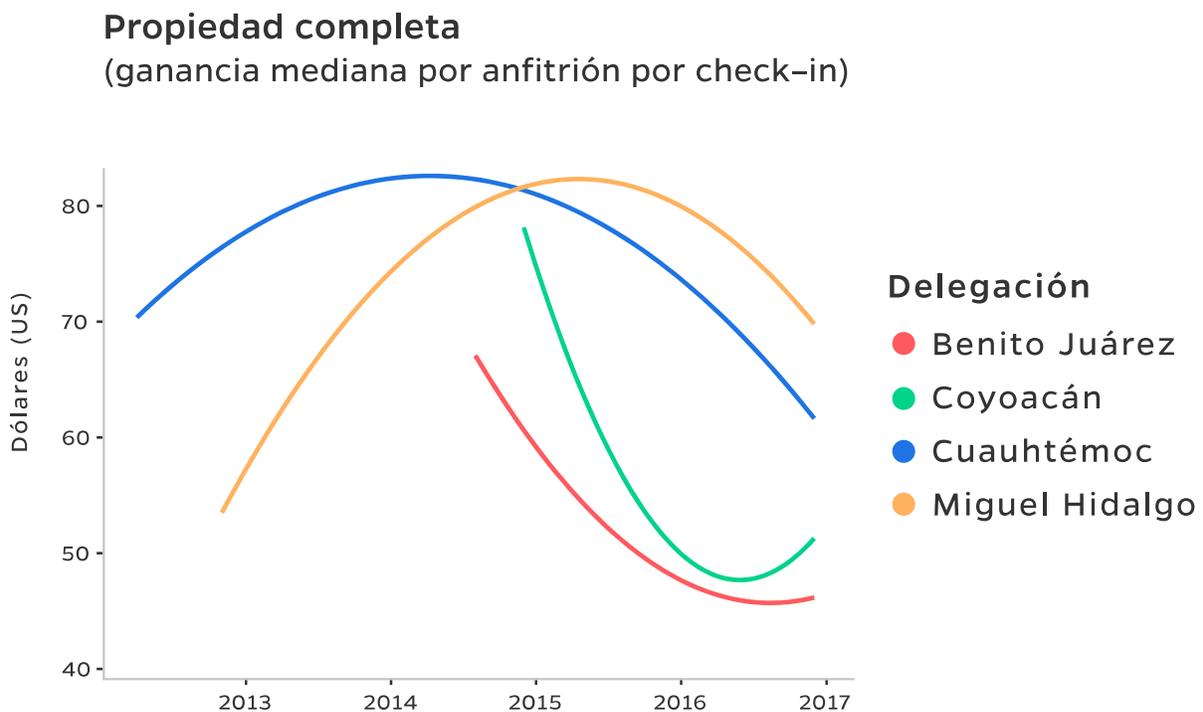
La colocación de bienes en plataformas como Airbnb puede representar una importante fuente de ingresos. Gracias a información de Airbnb y de la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares (ENIGH) fue posible dar con el

efecto económico potencial en las cuatro delegaciones mencionadas, en las que la mayoría de los hoteles y alojamientos de Airbnb se concentran.

En las gráficas 8 y 9 se muestra la mediana de las ganancias por noche para anfitriones de Airbnb en cada una de las cuatro delegaciones más activas, ganancias por habitaciones privadas o compartidas y por casas o departamentos completos.

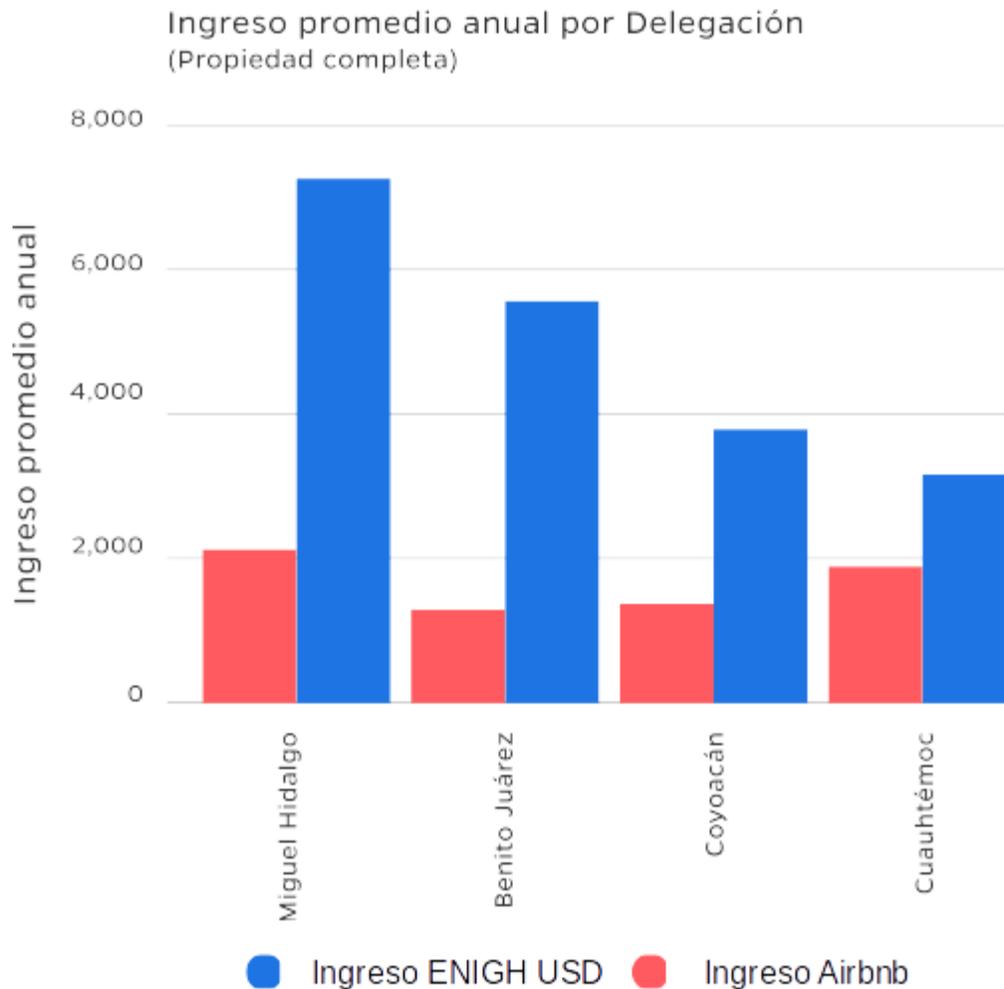


Gráfica 8. Ganancias medias por noche de los anfitriones de Airbnb por habitaciones compartidas/privadas.



Gráfica 9. Ganancias medias por noche de los anfitriones de Airbnb por casas/departamentos completos.

Comparamos el ingreso anual estimado de los anfitriones de Airbnb en las cuatro delegaciones con el ingreso promedio de los hogares¹⁷. Cuando la alternativa fue incluir una casa o departamento entero en la plataforma de Airbnb, el ingreso de dicha fuente llegó casi al 60 % del ingreso promedio en la delegación Cuauhtémoc.

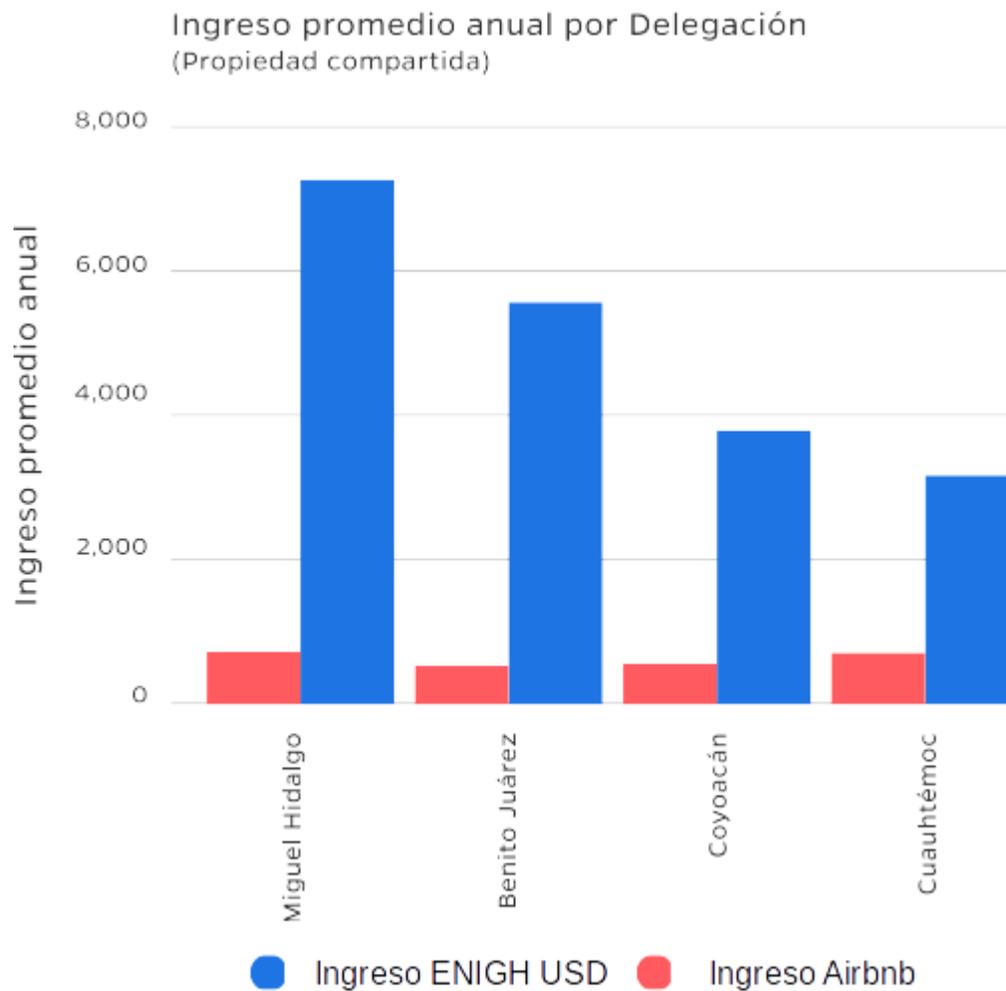


Gráfica 10. Ingreso promedio por delegación en hogares comparado con el ingreso promedio vía Airbnb en casas/departamentos completos.

Sin embargo, en cada una de las cuatro delegaciones, cuando lo que se ofreció fue una habitación privada o compartida vía Airbnb, el ingreso de los anfitriones fue inferior que el promedio anual, pero igual resultó en un porcentaje significativo. En la delegación Cuauhtémoc, el ingreso de los anfitriones de Airbnb representó el 22 % del ingreso promedio anual¹⁸ y en la delegación Benito Juárez el 10 % del ingreso promedio. Incluso en el punto más bajo es un ingreso importante.

¹⁷ El ingreso anual se calculó utilizando el precio por noche promedio de 2016 y con la idea de cuatro semanas de rentas al año.

¹⁸ Es importante tomar en cuenta que la variación del ingreso entre delegaciones debe considerarse. El presente análisis se llevó a cabo con un promedio.



Gráfica 11. Ingreso promedio por hogar por delegación comparado con el ingreso promedio de anfitriones Airbnb por la renta de habitaciones privadas o compartidas.

En las delegaciones de Coyoacán y Benito Juárez hay menos casas y departamentos completos registrados que en las de Miguel Hidalgo o Cuauhtémoc.

Como se dijo antes, el impacto sobre la economía debe considerar múltiples variables. En contraste con la ocupación hotelera, las plataformas de economía colaborativa no generan más empleos, pero pueden impulsar la actividad de las economías locales. Existe la hipótesis de que las plataformas de economía colaborativa incentivan estancias más largas y los visitantes internacionales tienden a gastar más que los nacionales. En la Ciudad de México, el gasto diario de un visitante es de 1,623 pesos y, de estos, 44 % se gasta en el vecindario de estancia¹⁹.

En muchos casos, aumentar la cantidad de hoteles disponibles no es una alternativa viable debido a restricciones de uso de suelo. Por lo tanto, las plataformas de hogares compartidos pueden ayudar a que el visitante gaste su dinero en otras zonas.

Por último, en lo que toca a los anfitriones, contrario a lo que sucede en otras industrias como en la de renta de vehículos, existe una mucho mayor participación de mujeres anfitrionas dentro de la plataforma. A escala mundial, 55 % son anfitrionas y en México es el 51 %.

¹⁹ Datos de encuestas internas proporcionados por Airbnb

Otro hallazgo interesante surge de la comparación de las edades de los anfitriones entre delegaciones. En la Tabla 1 puede verse que en las delegaciones la edad media de los anfitriones está por encima de los 30 años. Si nos enfocamos en las cuatro delegaciones con mayor actividad dentro de Airbnb, resalta que en Coyoacán los anfitriones tienden a ser cuatro años mayores que los de Cuauhtémoc, Miguel Hidalgo y Benito Juárez. Es interesante dado que en Coyoacán es donde contamos con la mayor cantidad de habitaciones compartidas.

Delegación	Edad media de los anfitriones
Coyoacán	40
Tlalpan	39
Cuajimalpa de Morelos	38
Venustiano Carranza	38
Miguel Hidalgo	36
Benito Juárez	36
Cuauhtémoc	36
Álvaro Obregón	35
Gustavo A. Madero	35
Iztacalco	33

Tabla 1. Edad media de los anfitriones por delegación

4.5 Coyoacán

Coyoacán se encuentra en el sur de la ciudad y es una zona conocida por su riqueza cultural, patrimonio y tradición. Su centro histórico, también llamado Villa de Coyoacán, está lleno de plazas, mercados, restaurantes, cafés (muchos de ellos ubicados en edificios coloniales), así como librerías y una plétora de recintos culturales, como el famoso Museo de Frida Kahlo y el Museo Nacional de la Acuarela. Desde hace décadas se ha promovido el desarrollo turístico de la villa a través de la organización de festividades y la inclusión de iniciativas como el Turibús (autobuses rojos de dos pisos) o el tranvía turístico, que ofrece recorridos de día o de noche.

A pesar de ser un punto popular para visitantes locales e internacionales y una de las trece zonas turísticas de la Ciudad de México, Coyoacán cuenta con una oferta de alojamientos bastante limitada. Información recopilada para este estudio de los cuatro sitios de reservas más populares (Expedia, Despegar, Hotels y Booking) mostró las opciones de alojamiento en la Villa de Coyoacán en un radio máximo de 1.2 kilómetros tomando como centro el Museo Frida Kahlo. Los resultados revelaron un total de 19 casas, *bed & breakfast*, departamentos²⁰ y hostales disponibles en el área y no apareció ningún hotel.²¹ Cuando uno busca en plataformas tipo Expedia, Booking, Despegar y Hotels con la ubicación de Coyoacán, las alternativas disponibles no aparecen en la zona turística de Coyoacán, sino más bien en los vecindarios aledaños.

²⁰ Debe mencionarse que Expedia ofrece rentas de departamentos en otros vecindarios (Condesa, Escandón, Roma, Del Valle y Nápoles) y aunque está lejos de ser su negocio principal, indica una clara influencia de las plataformas de hogares compartidos.

²¹ La investigación llevada a cabo en las cuatro plataformas partió de la palabra Coyoacán como criterio de búsqueda, misma que se autocompletó en cada una de ellas, junto con Distrito Federal o Ciudad de México. Se incluyeron otros criterios como: zona/distrito, atracción principal/distancia: *Museo Frida Kahlo*, fechas de viaje (diferentes fines de semana durante el verano y otoño de 2017). Esta fue la cantidad de propiedades que arrojó cada plataforma: Expedia 5, Booking 19, Despegar 7, Hotels 6. La mayoría apareció en más de un sitio electrónico.



Imagen 1. Permisos hoteleros en Coyoacán.

La Imagen 1 muestra (en azul oscuro) todos los terrenos en los que se permite la construcción de hoteles en la delegación de Coyoacán²².

La falta de desarrollos hoteleros en la villa no es una sorpresa²³. Es un distrito histórico en donde el Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH) está encargado de supervisar cualquier tipo de construcción. Las leyes protegen su uso residencial y prohíben el cambio de uso en las propiedades, la remodelación de fachadas, la altura de nuevos edificios y la cantidad de espacios de estacionamiento.

Es también destacable la cantidad de grupos o asociaciones organizadas de vecinos que desempeñan un papel activo en el cuidado del vecindario y en la generación de iniciativas de mejora. Los principales intereses de dichos grupos son mejorar los servicios urbanos y la infraestructura, defender el desplazamiento de residentes que llevan ahí largo tiempo por la construcción de condominios de gama media y alta y reducir los conflictos y tensiones que surgen por el uso de suelo, espacios públicos y festividades (Lezama López, 2006).

Algo similar sucede en los casos del centro de Tlalpan y San Ángel, pues también son zonas de interés turístico y que carecen de infraestructura hotelera, aunque siguen siendo parte de otras dos zonas turísticas en la Ciudad de México. Coyoacán es un buen ejemplo de cómo las plataformas de hogares compartidos pueden hacer de la zona una alternativa de hospedaje que de otra forma no existiría. Es una situación en la que todos ganan: aumenta el turismo, la ciudad recibe mayores ingresos por vía de los impuestos y los visitantes gastan más dinero en esa zona, lo que resulta en ingresos adicionales para los locales.

²² Información del año 2013 obtenida de la base de datos de registro de tierras de la CDMX.

²³ Si el radio de investigación se amplía a 1.6 km o más, es posible hallar un par de cadenas hoteleras y muchos hoteles o moteles baratos sobre avenidas de tráfico pesado (Universidad, Insurgentes, Calzada de Tlalpan).

5. Recomendaciones

Las ciudades se enfrentan a un nuevo reto por la regulación de las tecnologías P2P, mismas que están creando mercados de bienes y servicios que de otra forma no se hubieran monetizado. Aunque algunas ciudades solo buscan implementar regulaciones antiguas, otras se preparan para modificarlas o, incluso, lo que es mejor, desarrollar nuevos marcos regulatorios o disposiciones específicas para la economía colaborativa. Estos marcos legales deben hallar el balance adecuado entre innovación, desarrollo económico, turismo, equidad, accesibilidad y seguridad. Al mismo tiempo, deben ser conscientes de los procesos que implementan para entender a los nuevos negocios en todas sus dimensiones, sin desalentar los nuevos modelos de ingresos disponibles gracias a estas herramientas.

México es un mercado muy importante para Airbnb, pues vive un crecimiento constante en el número de usuarios, tanto de huéspedes como de anfitriones, una tendencia que se espera siga creciendo en los próximos años. Si bien se ha dado ya un primer paso en la Ciudad de México para cobrar impuestos y legitimar la plataforma, todavía queda mucho por recorrer en cuanto al desarrollo de un marco legal adecuado.

Tal y como se dijo en *Cities, The Sharing Economy and What's Next? (2015)* o *Ciudades, economía colaborativa y lo que viene*, “No existe un marco regulatorio ‘unitalla’ al que toda localidad pueda o deba adherirse para recibir la nueva actividad económica. Uno de los aspectos de verdad innovadores de las ciudades es su habilidad para experimentar y desarrollar soluciones únicas, locales, para hacer frente a los nuevos retos”.

En este contexto, para regular, los gobiernos locales deben ser capaces de entender la operación de las plataformas de hogares compartidos, tomar en cuenta los factores multidimensionales y el compromiso con los actores correctos, su sustentabilidad, la cualidad local de cada lugar (aquello que los hace especiales), el impacto potencial de las economías locales, el intercambio de ideas, la posibilidad de capturar y analizar información nueva y las políticas con base en evidencia en todo del mundo.

Si bien muchas jurisdicciones se centran en la regulación de las rentas a corto plazo a través de impuestos y obligaciones, también es importante tomar en cuenta la protección de los bienes locales, los residentes y sus vecindarios, y considerar medidas para asegurar la moderación de los periodos de estancia y la minimización de consecuencias negativas (Interain, 2016). En este sentido, se debe dar importancia a la consideración de mecanismos que ayuden a identificar y multar a los actores comerciales que publiciten varias propiedades. Como se vio en otros casos, la falta de esta perspectiva y la corta visión política puede llevar a un problema más grande que sería el rechazo de la actividad turística por parte de los residentes.

La compleja tarea de regulación debe realizarse con información sobre las características locales del lugar y sobre experiencias previas y evidencia (para saber qué es lo que ya ha funcionado y lo que no) y traducirse en medidas sencillas y fáciles de presentar que, junto con estrategias de implementación, ayuden a que se cumplan. En otras palabras, es imperativo evitar regulaciones o procesos logísticos costosos que resulten contraproducentes.

Por último, debe ponerse énfasis en que las plataformas de economía colaborativa pueden desempeñar un importante papel en el intercambio de información que luego contribuirá a la implementación de regulaciones más flexibles. Una mayor cantidad de información podría ayudar a las autoridades a mejorar el diseño e implementación de políticas y servicios públicos mejor orientados, que beneficien y protejan los intereses a largo plazo de todos los actores involucrados.

Bibliografía

- Belk, R., Sherry, J., Wallendorf, M. (1988). A [naturalistic inquiry into buyer and elle behavior at a swap meet](http://www3.nd.edu/~jsherry/pdf/1988/Naturalistic%20Inquiry.pdf). *Journal of Consumer Research*. Vol. 14, No. 4. (pp. 449-470). Recuperado de www3.nd.edu/~jsherry/pdf/1988/Naturalistic%20Inquiry.pdf
- Blanchar, C., Pellicer, LI. (2017, May 28). *Turismofobia: la cara menos amable de una industria millonaria*. El País. Economía. Recuperado de http://economia.elpais.com/economia/2017/05/27/actualidad/1495908161_850351.html
- Bowers, B. (2017). *Airbnb in Paris*. Global Manager Abroad. School of Management, Bucknell University. Recuperado de <http://digitalcommons.bucknell.edu/glbm400/4>
- Brinkley, I. (2016) *In Search of the Gig Economy*. The Work Foundation. Recuperado de http://www.theworkfoundation.com/wp-content/uploads/2016/11/407_In-search-of-the-gig-economy_June2016.pdf
- Cócola Gant, A. (2015). *Tourism and Commercial Gentrification*. Paper presented at the RC21 International Conference on "The Ideal City: between myth and reality. Representations, policies, contradictions and challenges for tomorrow's urban life" Urbino (Italy). Recuperado de <http://www.rc21.org/en/wp-content/uploads/2014/12/E4-C%C3%B3cola-Gant.pdf>
- Coffey, H. (2017, mayo 15). *Eight places that hate tourist the most*. The Independent. Indy/Go. Recuperado de www.independent.co.uk/travel/news-and-advice/places-hate-tourist-the-most-countries-ban-visitors-venice-thailand-amsterdam-japan-onsen-santorini-a7733136.html
- Cohen, M., Szejnwald H., Brown, P. (eds). (2017) *Social Change and the coming of Post-Consumer Society: Theoretical Advances*. Earthscan Routledge.
- Cooper, R. (2012). *The Millennial Generation Research Review*. The National Chamber Foundation. Recuperado de <https://www.uschamberfoundation.org/sites/default/files/article/foundation/MillennialGeneration.pdf>
- Cox, Jeff (2017, noviembre 10), Hyatt CEO says Airbnb has actually helped the hotel giant grow, *CNBC Online News Portal*. Recuperado de <https://www.cnn.com/2017/11/10/hyatt-ceo-says-airbnb-has-actually-helped-the-hotel-giant-grow.html>
- Ertz, M., Durif, F., Arcand, M. (2016). Collaborative consumption: Conceptual snapshot at a buzzword. *Academy of Strategic Management Journal*. Recuperado de www.researchgate.net/publication/311259925_Collaborative_consumption_Conceptual_snapshot_at_a_buzzword
- García Galindo, José (30 de noviembre de 2017), Airbnb apostará al turismo nacional, dice Ángel Terral, director de la compañía en México, *El Economista*. Recuperado de <https://www.eleconomista.com.mx/opinion/Airbnb-apostara-al-turismo-nacional-dice-Angel-Terral-director-de-la-compania-en-Mexico-20171130-0096.html>
- Gig economy. (2017). Cambridge Dictionary Online. Recuperado de <http://dictionary.cambridge.org/es/diccionario/ingles/gig-economy>
- Guttentag D. (2015). Airbnb: Disruptive Innovation and the Rise of an Informal Tourism Accommodation Sector. *Current Issues in Tourism*. 18 (12): 1192–217. Recuperado de <https://es.scribd.com/document/313826706/Airbnb-Disruptive-Innovation-and-the-Rise-of-an-Informal-Tourism-Accommodation-Sector>
- Haywood, J., Mayock, P., Freitag, J., Kwabena A. O., Fiorilla, B., (2017). *Airbnb & Hotel Performance: An analysis of proprietary data in 13 global markets*. STR. Recuperado de http://www.str.com/Media/Default/Research/STR_AirbnbHotelPerformance.pdf

Hirshon, L., Jones, M., Levin, D., McCarthy, K., Morano B., Simon, S. (2015). *Cities, The Sharing Economy and What's Next*. National League of Cities: Center for City Solutions and Applied Research. Recuperado de <http://www.nlc.org/sites/default/files/2017-01/Report%20-%20-%20Cities%20the%20Sharing%20Economy%20and%20Whats%20Next%20final.pdf>

Interian, J. (2016). Up in the Air: Harmonizing the Sharing Economy Through Airbnb Regulations. *Boston College International and Comparative Law Review*. Vol. 39. Iss. 1. Recuperado de <http://lawdigitalcommons.bc.edu/iclr/vol39/iss1/6/>

Internet Usage Statistics, The Internet Big Picture: World Internet Users and Population Stats. (2017). Miniwatts Marketing Group. Recuperado de www.internetworldstats.com/stats.htm

Investing in the Millennial Effect. (2016). Goldman Sachs. Asset Management Australia. Recuperado de <https://www.gsam.com/content/dam/gsam/pdfs/common/en/public/articles/global-equity-outlook/investing-in-the-millennial-effect.pdf?sa=n&rd=n>

Kieler, A. (2016, oct, 24). *Dear New Yorkers: Your Short-Term Airbnb Listing Could Lead to \$7,500 Fine*. Consumerist. Recuperado de <https://consumerist.com/2016/10/21/dear-new-yorkers-your-short-term-airbnb-listing-could-lead-to-7500-fine/>

Kuhn, K.M. (marzo, 2016). *The Rise of the "Gig Economy" and Implications for Understanding Work and Workers*. Vol 9. Issue 1. Cambridge CORE. Cambridge University Press. Recuperado de <https://www.cambridge.org/core/journals/industrial-and-organizational-psychology/article/the-rise-of-the-gig-economy-and-implications-for-understanding-work-and-workers/0359098FEC51B66EFC02101105B25FCF>

Laboy, Suzete, (2017, mayo 23) What's behind Airbnb's overnight success in Cuba?, *Cuba Trade Magazine*, Recuperado de <http://www.cubatrademagazine.com/whats-behind-airbnbs-overnight-success-cuba/>

Leaphart, J., Geron, T. (2016). *Sharing Solutions? An Analysis of Taxing the Sharing Economy in the United States and Europe*. Tulane Law School. 2016.

Lezama-López, Y. (2006). Involving Local Communities in the Conservation and Rehabilitation of Historic Areas in Mexico City: the case of Coyoacán. In *Designing Sustainable Cities in the Developing World*. Ashgate Publishing.

Lestegás, I. (2017, mayo 23). Cuando el turismo te echa de tu casa. *Contexto y Acción*. Observatorio Social de La Caixa. Recuperado de <http://cxt.es/es/20170517/Firmas/12838/Gentrificacion-barrios-turismo-sur-alquiler.htm>

López, J. (2016, marzo 9). Usuarios de Airbnb en México crecieron 188%. *Online News Portal El Financiero*. Recuperado de www.elfinanciero.com.mx/empresas/usuarios-de-airbnb-en-mexico-crecieron-188.html

López-Gay, A. (2016). *Cambios Demográficos en Entornos Urbanos Bajo Presión Turística: El Caso del Barri Gòtic de Barcelona*. Paper presented at the XV Congress of the Spanish Population (Spain). Recuperado de <http://www.rc21.org/en/wp-content/uploads/2014/12/E4-C%C3%B3cola-Gant.pdf>

Medina González, A. (2016, marzo 3). Turismo de experiencias: Así cambió Airbnb los viajes. *Online Magazine Alto Nivel*. Recuperado de www.altonivel.com.mx/55803-turismo-de-experiencias-asi-cambio-airbnb-los-viajes/

Mehmed, N. R. (2016). Airbnb and the Sharing Economy: Policy Implications for Local Governments. *SPNHA Review*. Grand Valley State University. Vol 12. Iss. 1. Recuperado de <http://scholarworks.gvsu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1052&context=spnhareview>

Rakovets, E. (2016). *Peer-to-peer as a travel accommodation option and the customer value* (Thesis for Degree Program in Hotel, Tourism and Restaurant Management). Saimaa University of Applied Sciences, Faculty of Tourism and Hospitality Imatra. Recuperado de www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/120287/Rakovets_Elizaveta.pdf?sequence=1

- Rogers B. (2015). *The Social Costs of Uber*. The University of Chicago Law Review. Recuperado de <https://lawreview.uchicago.edu/page/social-costs-uber>
- Rojas, E.F, Poveda, L., Grimblatt, N. (2016). *Estado de la banda ancha en América Latina y el Caribe*. Naciones Unidas - CEPAL. Serie Documentos de Proyectos. Recuperado de http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/40528/S1601049_es.pdf?sequence=6&isAllowed=y
- Rouse, M. (2016). Gig economy. *Whatis.com*. Tech Target. Recuperado de <http://whatis.techtarget.com/definition/gig-economy>
- Sharing Economy* (2017). English Oxford Living Dictionary. Recuperado de https://en.oxforddictionaries.com/definition/sharing_economy
- Stemler, A. (2016, agosto 23). The Myth of the Sharing Economy and Its Implications for Regulating Innovation. *Emory Law Journal, Forthcoming*. Kelley School of Business. Indiana University. Recuperado de https://papers.ssrn.com/sol3/Papers.cfm?abstract_id=2828308
- Skowronnek, A., Vogel, L., Parnow, J. (2016). *Airbnb vs. Berlin*. (Student project realized within the course From Reading to Exploring - Visual Storytelling in Data Journalism). Design Faculty at FH Postdam. Recuperado de <http://airbnbsberlin.com/>
- Pinkster, F.M., Willem, R.B. (2017). *When the spell is broken: gentrification, urban tourism and privileged discontent in the Amsterdam canal district*. Universiteit van Amsterdam, The Netherlands. Recuperado de <http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1474474017706176>
- The Rise of Experiential Travel*. (2014). Peak Adventure Travel Group + Skift. Recuperado de <https://skift.com/wp-content/uploads/2014/06/skift-peak-experiential-traveler-report1.pdf>
- Quattrone, G., Proserpio, D., Quercia, D., Capra, L., & Musolesi, M. (2016). Who Benefits from the “Sharing” Economy of Airbnb?. *Proceedings of the 25th International Conference on World Wide Web* (pp. 1385– 1394). Republic and Canton of Geneva, Switzerland: International World Wide Web Conferences Steering Committee. Recuperado de www.ucl.ac.uk/~ucfamus/papers/www16_airbnb.pdf
- Varma, A., Jukic, N., Pestek, A., Shultz, C., Nestorov, A. (2016). Airbnb: Exciting Innovation or Passing Fad?. *Tourism Management Perspectives*. (pp. 228-237). Recuperado de www.sciencedirect.com/science/article/pii/S221197361630085X
- Warner, M. (junio 18, 2015). *Asking tough questions about the Gig economy*. The Washington Post. Recuperado de https://www.washingtonpost.com/opinions/asking-tough-questions-about-the-gig-economy/2015/06/18/b43f2d0a-1461-11e5-9ddc-e3353542100c_story.html?utm_term=.44d8e49ca42f
- 11th Study on the Habits of Internet Users in Mexico*. (2016). Asociación Mexicana de Internet - AMIPCI. Recuperado de www.amipci.org.mx/images/Estudio_Habitosdel_Usuario_2016.pdf
- Flows in Mexico*. (2016). Euromonitor International. Recuperado de <http://www.euromonitor.com/flows-in-mexico/report>