

¿QUÉ HEMOS APRENDIDO SOBRE EL MERCADO PEER-TO-PEER DE ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS DURANTE LA PANDEMIA? WHAT HAVE WE LEARNED ABOUT THE PEER-TO-PEER MARKET FOR TOURIST ACCOMMODATION DURING THE PANDEMIC?

BEATRIZ BENÍTEZ-AURIOLES¹
Universidad de Málaga

RESUMEN

La pandemia, declarada en marzo de 2020, supuso un drástico cambio de tendencia en el mercado peer-to-peer (p2p) de alojamientos turísticos que, hasta entonces, había experimentado un crecimiento exponencial. En este contexto, el objetivo de este trabajo es determinar si las proposiciones que se habían establecido sobre dicho mercado antes de la pandemia siguen siendo válidas. La metodología utilizada ha consistido en la presentación de algunas conjeturas iniciales para, posteriormente, verificarlas con el análisis de las investigaciones sobre el tema que han aportado estimaciones cuantitativas y argumentos relevantes. Los resultados confirman que debido a la pandemia se produjeron caídas de la demanda, la oferta y los precios que parecen haber contribuido a la contención de los precios de los alquileres a largo plazo. Todo ello permite concluir que, en una fase de fuerte contracción, el análisis económico mantiene su capacidad para comprender el funcionamiento del mercado p2p.

Palabras clave: Airbnb; COVID-19; demanda turística; barreras de entrada y salida; alquiler de viviendas

ABSTRACT

This article The pandemic, declared in March 2020, meant a drastic change in trend in the peer-to-peer (p2p) market for tourist accommodation, which, until then, had experienced exponential growth. In this context, the objective of this work is to determine whether the propositions that had been established about this market before the pandemic are still valid. The methodology used consists in the presentation of some initial conjectures, to later verify them with the analysis of research on the subject providing quantitative estimates and relevant arguments. The results confirm

Fecha de recepción: 17 de febrero de 2022. Fecha de aceptación: 4 de mayo de 2022

¹ Departamento de Economía Aplicada (Política Económica) Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Calle Ejido, 6. 29013 Málaga E-mail: bbaurioles@uma.es

that there were drops in demand, supply and prices due to the pandemic that seem to have contributed to the containment of long-term rental prices. All this allows us to conclude that, in a phase of strong contraction, economic analysis maintains its ability to understand the functioning of the p2p market.

Keywords: Airbnb; COVID-19; tourist demand; entry and exit barriers; housing rentals

1. INTRODUCCIÓN

Desde su fundación en 2008, Airbnb había experimentado un crecimiento exponencial hasta alcanzar un liderazgo indiscutible entre las plataformas que operaban en el mercado peer-to-peer (p2p) de alojamientos turísticos (Hajibaba & Dolnicar, 2018). En 2017 ya ofrecía 4 millones de alojamientos, superando la capacidad del conjunto de las cinco principales cadenas hoteleras del mundo (Hartmans, 2017). Su modelo de negocio fue calificado como una innovación disruptiva (Guttentag, 2015), alteró el mercado convencional y fomentó la llegada de turistas, especialmente al centro de las grandes ciudades, lo que provocó efectos externos indeseables (Bugalski, 2020). De forma paralela, la literatura académica sobre el tema creció hasta el punto que, antes de la pandemia, el volumen de aportaciones era lo suficientemente elevado para justificar varios artículos de revisión (Dann et al., 2019; Dolnicar, 2019; Guttentag, 2019; Hati et al., 2021; Ozdemir & Turker, 2019; Prayag & Ozanne, 2018; Sainaghi, 2020). En este sentido, se había acumulado suficiente evidencia para consolidar algunos hechos estilizados (Benítez-Aurioles, 2020a).

La tendencia expansiva de dicho mercado se quebró a principios de marzo de 2020 cuando, ante la gravedad y los elevados niveles que había alcanzado la propagación de la COVID-19, se declaró la pandemia por parte de la Organización Mundial de la Salud (OMS, 2022). Pocas semanas después, Brian Chesky, CEO y cofundador de Airbnb, envió una carta a los anfitriones de las viviendas comercializadas a través de su plataforma que comenzaba con las siguientes palabras: “Han sido un par de meses devastadores para todos nosotros” (Airbnb, 2020). En ella se informaba que se había permitido la cancelación de reservas, el reembolso completo de las tarifas abonadas, y se anunciaban una serie de ayudas a los anfitriones. La alteración, de forma unilateral, de la política de cancelación por parte de Airbnb suponía, implícitamente, cuestionar el papel que supuestamente desempeñaba la compañía como mero intermediario entre anfitriones y huéspedes (Martínez, 2021). Además, explícitamente, se estaba admitiendo el fuerte impacto negativo que la pandemia tendría sobre el mercado de alquiler de vivienda a corto plazo.

En este nuevo contexto, parece pertinente preguntarse si lo que se había aprendido sobre el mercado p2p de

alojamientos turísticos sigue siendo válido. A tal fin, después de una breve caracterización del funcionamiento de dicho mercado antes de la pandemia, se expondrá la metodología que se ha seguido, así como ciertos datos que permiten plantear algunas conjeturas iniciales sobre la caída de la oferta, la demanda y los precios. Posteriormente, sobre la base de aportaciones recientes, se confirmarán las tendencias apuntadas y, en particular, la caída generalizada de la demanda. Después comprobaremos si las reducidas barreras de entrada, que permitieron la incorporación masiva de oferentes de viviendas particulares a través de plataformas como Airbnb, cuando el mercado estaba expandiéndose, implican, asimismo, reducidas barreras de salida que facilitan la retirada de ofertas cuando el mercado se contrae. A continuación, utilizando argumentos propios del análisis económico, se expondrán las consecuencias que ha tenido el shock simultáneo de oferta y demanda que ha provocado la pandemia sobre el precio y la renta de los propietarios. Luego abordaremos las interacciones entre el mercado de alquiler a corto y a largo plazo de viviendas. Finalmente, se expondrán las conclusiones.

2. FUNCIONAMIENTO DEL MERCADO P2P DE ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS

Airbnb fue considerado como un sinónimo de la denominada economía colaborativa o *sharing economy* (Schor, 2016). El problema es que aún se sigue debatiendo sobre qué es la economía colaborativa y cuáles son sus principales características (Zhu & Liu, 2021).

Aunque existían referencias previas (Felson & Spaeth, 1978), el término *sharing economy* empezó a popularizarse a partir del libro de Botsman y Rogers (2010). Su utilización no se limitó al ámbito académico, sino que también fue frecuente en los medios de comunicación (The Economist, 2013) o en las propias organizaciones internacionales (OECD, 2015; Comisión Europea, 2016). A pesar de todo, no había un consenso acerca de su definición (Codagnone & Martens, 2016), llegándose a plantear la existencia de una confusión semántica (Belk, 2014). Incluso, un reciente repaso de la literatura reconoció que el concepto de economía colaborativa sigue sin estar claro y, por tanto, es difícil determinar qué iniciativas pertenecen a la economía colaborativa (Hossain, 2020).

La cuestión es si la economía colaborativa se rige por reglas diferentes a las que existen en los otros mercados. En este sentido, lo que parece evidente es que los factores económicos o financieros son determinantes para explicar la participación de los distintos agentes implicados (Hossain, 2020; Zhu & Liu, 2021). Pensando en el mercado p2p de alojamientos turísticos, al margen de los factores emocionales,

diversas investigaciones constataron la importancia de las motivaciones puramente económicas para explicar la participación en el mercado, tanto por parte de los demandantes o huéspedes (Möhlmann, 2015; Tussyadiah, 2016), como de los oferentes o anfitriones (Deale & Crawford, 2018; Karlsson & Dolnicar, 2016). Además, el comportamiento de la plataforma podría entenderse como una actividad comercial cuyo objetivo es maximizar el número de intercambios en un mercado de dos caras (Rochet & Tirole, 2003). Sobre esa base, el análisis económico aportaría los instrumentos adecuados para entender el funcionamiento del mercado y, en consecuencia, perderían protagonismo los debates sobre la definición de la economía colaborativa o los enfoques sociológicos y psicológicos que se han utilizado para su comprensión.

En consecuencia, serían pertinentes las aportaciones que explican el funcionamiento del mercado p2p de alojamientos turísticos y la formación de los precios a partir de los incentivos económicos que reciben oferentes y demandantes (Benítez-Aurioles, 2018a; Wang & Nicolau, 2017). Así, las peculiaridades que presentan los mercados que operan a través de internet, como los mecanismos de emparejamiento, la generación de la confianza en los intercambios, o la reputación de los oferentes y demandantes podrían tener, igualmente, un marco adecuado en el análisis económico (Benítez-Aurioles, 2018b). Por consiguiente, el mercado p2p de alojamientos turísticos no sería, esencialmente, diferente a cualquier otro mercado y estaría sometido, por tanto, a las mismas reglas. La discusión que podría plantearse es si esta idea sigue siendo válida en el contexto de la grave contracción del mercado que provocó la pandemia. Pues bien, como trataremos de argumentar en los siguientes apartados, existen razones para pensar que los vectores básicos que han caracterizado, antes de la pandemia, el funcionamiento del mercado p2p de alojamientos turísticos, no se han alterado sustancialmente durante la pandemia.

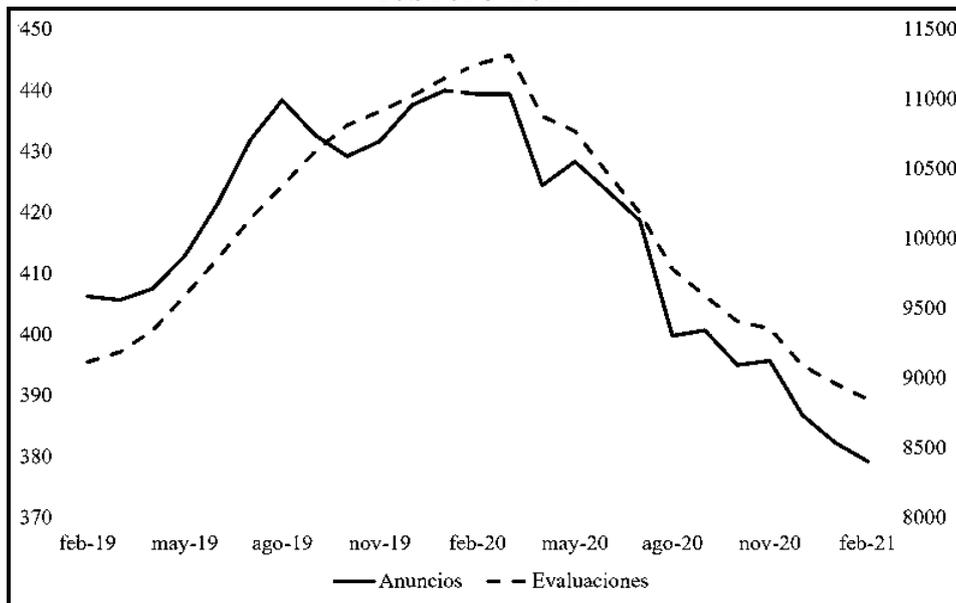
3. CONJETURAS INICIALES Y METODOLOGÍA

De entrada, se establecieron algunas conjeturas iniciales a partir de los datos extraídos de InsideAirbnb (2022) que recoge, para un amplio conjunto de ciudades, información a partir de los anuncios que publica Airbnb. Esta base de datos, a pesar de su carácter no oficial y de que se han detectado algunos errores (Alsuadis, 2021), ha sido frecuentemente utilizada en las investigaciones sobre el mercado p2p de alojamientos turísticos (Dann et al., 2018). En particular, permite conocer, entre otras variables, el número de anuncios por ciudad, el número de evaluaciones que ha recibido cada alojamiento, y el precio ofertado por el anfitrión. El número de

anuncios, lógicamente, es un indicador de la oferta en el mercado. El número de evaluaciones, en la medida en que solo pueden realizarla aquellos huéspedes que han utilizado un alojamiento, es una variable *proxy* de la demanda. Finalmente, aun aceptando que el precio contenido en el anuncio solo refleja la disposición a ofrecer del anfitrión, puede ser utilizado, asimismo, como un indicador fiable del precio efectivo al que se realizan las transacciones.

La información facilitada por InsideAirbnb proviene de *scrapings* realizados en fechas concretas que no siempre son regulares. Por ello, para tener una visión aproximada de lo ocurrido antes y después de la pandemia, seleccionamos las ciudades en las que se dispusieran de datos sobre todos los meses del periodo comprendido entre febrero de 2019 y febrero de 2021. En concreto fueron 15 ciudades: Ámsterdam, Austin, Barcelona, Burdeos, Dublín, Florencia, Los Ángeles, Londres, Lyon, Madrid, Nueva York, París, Sídney, Toronto, y Viena. Posteriormente, agregamos las cifras mensuales del número de anuncios y de evaluaciones que se tomaron, respectivamente, como indicadores de la oferta y la demanda en el conjunto del mercado. En cuanto, a los precios, en primer lugar, calculamos la media por ciudad y, posteriormente, obtuvimos la media agregada ponderada por el número de anuncios de cada ciudad. De esta forma se elaboraron las figuras 1 y 2.

Figura 1. Evolución del total de anuncios (eje izquierdo) y de revisiones (eje derecho) en Airbnb en el conjunto de las 15 ciudades seleccionadas (*), en miles. Febrero 2019 – febrero 2021



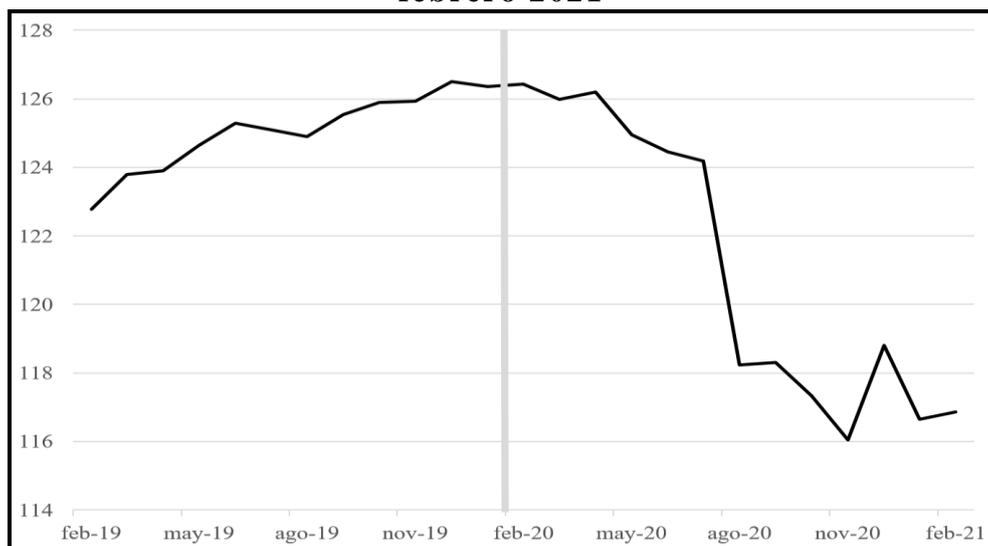
(*) Ámsterdam, Austin, Barcelona, Burdeos, Dublín, Florencia, Los Ángeles, Londres, Lyon, Madrid, Nueva York, París, Sídney, Toronto, y Viena

Fuente: elaboración propia a partir de InsideAirbnb (2022)

La figura 1 muestra el cambio de tendencia que, tanto por el lado de la demanda como por el de la oferta, provocó la pandemia. En efecto, tomando, tal como se ha comentado, el número de evaluaciones como indicador de la demanda, se observa claramente el descenso que experimenta, en el conjunto de las ciudades consideradas, desde el primer trimestre de 2020. Es necesario recordar que los huéspedes disponen de 14 días, a partir de la fecha de salida, para enviar su evaluación, lo cual podría explicar que su número creciera durante el mes de marzo a pesar de que, precisamente, en dicho mes se generalizaron las restricciones a la movilidad como consecuencia de la pandemia. No obstante, desde entonces, se aprecia una clara disminución en el número de evaluaciones que contrasta con la expansión registrada antes de la pandemia.

Asimismo, la evolución en el número de anuncios es compatible con la hipótesis de que la oferta en el mercado p2p se ajusta con cierta rapidez a la evolución de la demanda. Incluso, en el periodo previo a la pandemia, se aprecia una disminución de la oferta de alojamientos cuando acaba la temporada de verano. A partir de febrero de 2020, la tendencia, al margen de ligeros repuntes, es claramente descendente. Es decir, los datos parecen confirmar la flexibilidad que tiene la oferta para adaptarse a las condiciones del mercado, y, en este sentido, es razonable admitir que la caída de la demanda provocada por la pandemia incentivó la salida del mercado de buena parte de los alojamientos cuyas previsiones de ocupación habían descendido de una manera considerable.

Figura 2. Evolución del precio medio por alojamiento, ponderado por el número de anuncios, en el conjunto de las 15 ciudades seleccionadas (*), en dólares. Febrero 2019 – febrero 2021



(*) Ámsterdam, Austin, Barcelona, Burdeos, Dublín, Florencia, Los Ángeles, Londres, Lyon, Madrid, Nueva York, París, Sídney, Toronto, y Viena

Fuente: elaboración propia a partir de InsideAirbnb (2022)

Según la figura 2, cabría admitir que las disminuciones simultáneas que experimentaron tanto la oferta como la demanda en el mercado p2p de alojamientos turísticos determinaron una reducción de los precios que se evidenció, especialmente, en el verano de 2020. Ahora bien, esta afirmación es una simple conjetura que necesita un análisis más riguroso para que pueda ser confirmada, no solamente porque, tal como se ha apuntado más arriba, los precios ofrecidos de los alojamientos no son los precios de intercambio, sino, porque, además, la media ponderada no permite saber si las características de los alojamientos que permanecieron en el mercado, después de la pandemia, son similares a las que tenía la oferta antes de la pandemia.

En definitiva, un simple análisis descriptivo permite plantear, como conjeturas iniciales, que la pandemia redujo tanto la oferta como la demanda provocando una disminución en el número de transacciones en el mercado p2p de alojamientos turísticos.

Desde el punto de vista teórico, las caídas simultáneas de la oferta y de la demanda reducen, en cualquier mercado, la cantidad de intercambios, pero el efecto final sobre los precios es indeterminado. No obstante, los datos parecen apuntar a que los precios también disminuyeron como consecuencia de la pandemia.

Estos hallazgos se confrontaron con los resultados de otras investigaciones. Así, fueron consultadas las bases de datos *Web of Science* y *Scopus* para rastrear los artículos publicados en 2020 y 2021 que contuvieran las palabras “COVID” y “Airbnb”.

Una vez examinado el contenido de los artículos se descartaron aquellos que tenían un carácter meramente especulativo y los que estaban relacionados solo marginalmente con el ámbito del estudio. Finalmente, se seleccionaron 15 trabajos que aportaban análisis cuantitativos y argumentos relevantes sobre el impacto de la pandemia en el mercado p2p de alojamientos turísticos: Benítez-Aurioles (2021a; 2021c); Boros y Kovalcsik (2021); Chen et al. (2020); Dolnicar y Zare (2020); Gossen y Reck (2021); Gyódi (2021); Jang et al. (2021); Kadi et al. (2020); Llaneza y Raya (2021); Liang et al. (2021); Martínez (2021); Trojanek et al. (2021); Yiu y Cheung (2021); y Zhu y Liu (2021). Adicionalmente, se examinaron, con los mismos criterios de búsqueda, las referencias que aparecían en *Google Scholar* para asegurarnos que ninguna contribución relevante pasara desapercibida. Sobre esa base, identificamos las regularidades y los hechos estilizados que había provocado la pandemia sobre el funcionamiento del mercado p2p de alojamientos turísticos.

4. CAÍDA DE LA DEMANDA

Uno de los obstáculos con los que, habitualmente, ha tropezado el análisis del mercado p2p de alojamientos turísticos ha sido la carencia de estadísticas oficiales, lo que ha obligado, frecuentemente, a utilizar técnicas de *scrapings* de la información de las ofertas que las plataformas publican en internet. No obstante, recientemente, para la Unión Europea se publican, con carácter experimental, algunos datos de interés (Eurostat, 2022). Por ejemplo, en la tabla 1 se recoge, para los distintos países de la Unión Europea, las pernoctaciones entre 2019 y 2020 por tipos de alojamiento. El primer hecho destacable es el importante descenso que experimentó el número de pernoctaciones, lo cual es lógico teniendo en cuenta que la caída de la demanda turística registrada como consecuencia de la pandemia fue generalizada. Para el conjunto de la Unión Europea la disminución fue del 46,7 %. Este descenso afectó a todos los países, aunque con apreciables diferencias, oscilando el rango entre el 20,6 % de Alemania y el 72,1 % de Malta.

La contracción general de la demanda en el mercado p2p de alojamientos turísticos durante la pandemia que se aprecia en los países europeos se confirma en estudios realizados sobre destinos específicos. Por ejemplo, Liang et al. (2021) analizaron la información de 12 grandes ciudades del mundo que, además de Europa, pertenecían a América, Asia y Oceanía y reafirmaron el importante descenso de las reservas a través de Airbnb, especialmente de los turistas extranjeros.

Otro hecho destacable es el porcentaje que representan los alojamientos en viviendas completas sobre el total. Antes de la pandemia ya se había apuntado el creciente predominio de este tipo de alojamientos en el mercado p2p (Benítez-Aurioles, 2021a; Ke, 2017), lo cual sugería que, más que un medio para compartir el espacio sobrante de una vivienda, las plataformas, como Airbnb, estarían facilitando el alquiler a corto plazo de viviendas completas (Gyódi, 2019). Pues bien, la pandemia parece que ha reforzado esta tendencia. En todos los países de la Unión Europea, salvo Malta y Estonia, el porcentaje que representan las pernoctaciones en viviendas completas creció en 2020 respecto a 2019, representando, con frecuencia, más del 95 % del total.

Es posible que, si se consolida la preferencia por las viviendas completas, ante los riesgos sanitarios que implicaría el contacto social con los anfitriones, el alquiler de habitaciones y, más aún, las habitaciones compartidas, terminen convirtiéndose en una parte insignificante del mercado p2p de alojamientos turísticos.

Tabla 1. Pernoctaciones (miles) en alojamiento turísticos a partir de datos de plataformas digitales. Viviendas completas (E), viviendas compartidas (S). Porcentaje de E sobre el total (% E). Incremento porcentual del total entre 2019 y 2020 (% Δ total)

País	2019				2020				% Δ total
	Total	E	S	% E	Total	E	S	% E	
AT	15572	14919	653	95,8	9143	8878	265	97,1	-41,3
BE	6987	6232	756	89,2	4467	4164	303	93,2	-36,1
BG	3047	2985	62	98,0	1629	1597	32	98,0	-46,5
CY	4241	4170	71	98,3	1352	1329	23	98,3	-68,1
CZ	9401	8884	517	94,5	3639	3477	162	95,5	-61,3
DE	37236	33535	3701	90,1	29583	27902	1681	94,3	-20,6
DK	4681	4091	590	87,4	2954	2699	255	91,4	-36,9
EE	1523	1484	39	97,4	806	785	21	97,4	-47,1
EL	24302	23934	368	98,5	8936	8813	123	98,6	-63,2
FI	2916	2754	162	94,4	1999	1920	79	96,0	-31,4
HU	9173	8918	255	97,2	3186	3112	74	97,7	-65,3
IE	6912	5876	1036	85,0	2920	2697	223	92,4	-57,8
ES	105602	99511	6091	94,2	44207	42506	1701	96,2	-58,1
FR	99453	94259	5194	94,8	74606	71763	2843	96,2	-25,0
HR	25630	25151	479	98,1	10500	10360	140	98,7	-59,0
IT	76044	72383	3661	95,2	30284	29269	1015	96,6	-60,2
LT	1578	1527	51	96,8	992	965	27	97,3	-37,1
LU	281	213	68	75,8	187	153	34	81,8	-33,5
LV	1338	1281	57	95,7	748	726	22	97,1	-44,1
MT	3212	2850	362	88,7	897	815	82	90,9	-72,1
NL	9396	7936	1460	84,5	5901	5381	520	91,2	-37,2
PL	19685	19057	628	96,8	12969	12618	350	97,3	-34,1
PT	31064	29562	1501	95,2	12577	12134	443	96,5	-59,5
RO	4192	4044	148	96,5	2312	2252	60	97,4	-44,8
SE	3650	3229	422	88,5	2594	2426	168	93,5	-28,9
SI	2584	2478	106	95,9	877	848	29	96,7	-66,1
SK	2238	2134	105	95,4	1435	1384	50	96,4	-35,9
EU -27	511939	483398	28541	94,4	271698	260974	10724	96,1	-46,9

AT: Austria; BE: Bélgica; BG: Bulgaria; CY: Chipre; CZ: R. Checa; DE: Alemania; DK: Dinamarca; EE: Estonia; EL: Grecia; FI: Finlandia; HU: Hungría; IE: Irlanda; ES: España; FR: Francia; HR: Croacia; IT: Italia; LT: Lituania; LU: Luxemburgo; LV: Letonia; MT: Malta; NL: Países Bajos; PL: Polonia; PT: Portugal; RO: Rumanía; SE: Suecia; SI: Eslovenia; SK: Eslovaquia
Fuente: Eurostat (2022)

5. BARRERAS DE ENTRADA Y SALIDA

Entre las *barreras de entrada* que, tradicionalmente, han obstaculizado la incorporación de nuevas empresas al mercado de alojamientos convencionales se encontraban unos elevados costes iniciales de capital, que exigían una determinada escala

de producción para poder ser rentabilizados. En cambio, en el mercado p2p de alojamientos turísticos dichos costes son, prácticamente, nulos. Basta con tener una vivienda vacía o espacio sobrante en una vivienda habitada para incorporarse al mercado. De hecho, Einav et al. (2016) presentaron un modelo teórico en el que los hoteles competían con los propietarios particulares para atraer a los huéspedes donde la clave se encontraba en las diferencias en la estructura de costes. Mientras que en el mercado convencional existían importantes costes fijos (incluidos los de construcción) que suponían una barrera de entrada para los nuevos competidores, en el mercado p2p esos costes eran despreciables de manera que su oferta era muy flexible, incorporándose al mercado cuando la demanda aumentaba y retirándose cuando descendía. Aquí juega un papel crucial la plataforma al reducir los costes de información y búsqueda de los potenciales huéspedes, y facilitando, de esta forma, las transacciones. Es decir, otra de las barreras de entrada que se han reducido drásticamente han sido las relacionadas con la comercialización del producto. Así los costes de marketing y publicidad en los que incurren los establecimientos convencionales se minimizan para los oferentes individuales ya que plataformas, como Airbnb, proporcionan la visibilidad que necesitan reduciendo, al mismo tiempo, los costes de transacción y búsqueda para los demandantes potenciales, con independencia del lugar del mundo en donde se encuentren.

De forma análoga, las *barreras de salida* en el mercado p2p también son reducidas debido, básicamente, a unos costes fijos, prácticamente, despreciables. En efecto, el análisis económico elemental predice que una empresa cerrará temporalmente si sus ingresos totales no cubren sus costes variables totales. En este caso, mientras está cerrada, la empresa seguirá soportando sus costes fijos, pero evitará los variables. En cambio, abandonará definitivamente el mercado si sus ingresos totales son menores que los costes totales y, en consecuencia, evitará tanto los costes variables como los fijos. Pues bien, los cierres temporales son habituales en la industria hotelera cuando, en determinados meses del año, la demanda turística es muy reducida. Asimismo, antes de la pandemia existía evidencia sobre la estacionalidad de la demanda turística en el mercado p2p de alojamientos turísticos (Benítez-Aurioles, 2021b) y, por tanto, podía verificarse la variabilidad de la oferta según el nivel de la demanda.

En el contexto anterior, si admitimos que los costes fijos nos son relevantes entonces la decisión de abandonar temporal o definitivamente el mercado, por parte de los oferentes individuales, dependerá de otro tipo de consideraciones que, en términos generales, podríamos agruparlas dentro del coste de oportunidad, es decir, el beneficio máximo que se sacrifica al tomar una decisión determinada. Así, en el mercado p2p existe

evidencia que demuestra que la demanda se concentra en una parte de la oferta y que, la mayoría de los alojamientos apenas son demandados (Benítez-Aurioles, 2020b). En estas circunstancias abandonar el mercado, ya sea temporal o definitivamente, implicaría un coste despreciable. Por otro lado, la pandemia, quizás, ha aumentado el incentivo para ofrecer la vivienda en el mercado de alquiler a largo plazo y, en consecuencia, retirarla del mercado de alquiler turístico a corto plazo. Sobre este tema volveremos más adelante.

En cualquier caso, existen aportaciones que demuestran que, durante la pandemia, se ha producido una apreciable reducción en la oferta de alojamientos en el mercado p2p. Así, Benítez-Aurioles (2021c), Gyódi (2021) y Liang et al. (2021), con datos de distintas ciudades del mundo, coincidieron en que se había producido una reducción de los anuncios contenidos en la plataforma Airbnb durante 2020. En esta línea también existe evidencia en el análisis de casos concretos como, por ejemplo, Budapest (Boros & Kovalcsik, 2021), Sídney (Chen et al., 2020), o Hong Kong (Yiu & Cheung, 2021). En consecuencia, durante la pandemia se ha comprobado, no sólo que las barreras de entrada eran reducidas, como ya se había demostrado, sino también las barreras de salida en el mercado p2p de alojamientos turísticos.

6. PRECIOS Y RENTA

De acuerdo con lo expuesto, la pandemia redujo simultáneamente la oferta y la demanda en el mercado p2p de alojamientos turísticos. En principio, sobre esa base, no puede determinarse a priori el impacto definitivo que tendrá sobre los precios o la renta de los propietarios. El resultado final dependerá de la intensidad de los shocks y de la sensibilidad que la cantidad demandada y ofrecida tienen respecto al precio. Es decir, al menos en el plano teórico, todas las posibilidades están abiertas. No obstante, las estimaciones cuantitativas que se han realizado apuntan a que los precios y las rentas recibidas por los anfitriones que permanecieron en el mercado descendieron, lo cual es compatible con una reducción de la demanda más intensa que la oferta.

De hecho, Benítez-Aurioles (2021c), con datos mensuales de panel, extraídos de los anuncios de Airbnb de 22 ciudades, comparando el periodo febrero-octubre 2020 con el mismo periodo del año anterior, y aplicando un análisis de diferencias en diferencias, concluye que el precio disminuyó de manera estadísticamente significativa en todos los casos durante la pandemia. Por su parte, Chen et al. (2020), con datos de Airbnb para la ciudad australiana de Sídney, llegaron a la conclusión que, comparando enero de 2020 con agosto del mismo año, los anfitriones habrían perdido casi un 90 % de su renta. Jang et al. (2021) aplicaron una regresión ponderada

geográficamente, comparando los datos de abril de 2020 con los del mismo mes del año anterior en los 67 condados de Florida, y determinaron que la pérdida de ingreso fue espacialmente heterogénea dependiendo de los atributos del destino como, por ejemplo, la distancia al aeropuerto o su carácter rural o urbano.

Particularmente interesante es el trabajo de Llaneza y Raya (2021) que estudiaron la evolución del mercado de alquileres a corto plazo en Barcelona entre noviembre de 2014 y enero de 2021, tanto comercializados a través de Airbnb como de HomeAway. Usando un enfoque de efectos fijos a nivel de propiedad, además de detectar una caída en los precios durante la pandemia, distinguieron el comportamiento de los anfitriones profesionales (aquellos que alquilan más de una propiedad) del de los no profesionales. Sus resultados sugerían la implementación de una estrategia, especialmente por parte de los anfitriones profesionales, que tenía como objetivo intentar atraer una demanda más estable, combinando estancias mínimas más prolongadas con precios más reducidos, para, de esta manera, adaptarse al contexto de disminución general de la demanda turística que provocó la pandemia. En realidad, antes de la pandemia, ya se había demostrado que los anfitriones profesionales son capaces de adaptar sus precios de manera más eficiente ante las fluctuaciones de la demanda (Li et al., 2019). En este sentido, los resultados de Llaneza y Raya (2021) confirman lo que ya se sabía, es decir, que los anfitriones y, en particular, los profesionales, responden a los incentivos que les presenta el mercado buscando maximizar su beneficio lo cual encaja, una vez más, con los principios básicos del análisis económico.

7. INTERACCIONES CON EL MERCADO DE ALQUILER A LARGO PLAZO

Antes de la pandemia se había documentado las interacciones que existían entre el mercado p2p de alojamientos turísticos y otro tipo de mercados, en particular el de alojamientos turísticos convencionales (hoteles) y el de vivienda. La evidencia sobre el efecto de Airbnb sobre el desempeño del sector hotelero es, por ahora, mixta, en cuanto que existen estudios que detectaron un impacto negativo (Benítez-Aurioles, 2019; Zervas et al., 2017), junto con otros que no encontraron una influencia estadísticamente significativa (Blal et al. 2018; Strømmen-Bakhtiar & Vinogradov, 2019). No obstante, la reducción de la demanda turística a nivel global no es el mejor escenario para ampliar el conocimiento sobre las relaciones entre Airbnb y la industria hotelera, en la medida en que ambos mercados sufrieron un impacto negativo, lo cual impide la simulación de un experimento natural. En cambio, la pandemia ha proporcionado

una buena oportunidad para aportaciones relevantes sobre los efectos del mercado p2p de alojamientos turísticos sobre el precio y alquiler a largo plazo de la vivienda.

En los años de expansión de Airbnb se generó un cierto consenso sobre el impacto, estadísticamente significativo, aunque modesto en términos cuantitativos, que estaba teniendo dicha expansión sobre el precio de venta y alquiler de las viviendas. Por ejemplo, Barron et al. (2018) analizaron 100 áreas metropolitanas de Estados Unidos y concluyeron que un aumento del 1% en la oferta de Airbnb, provocaba un incremento de los precios de alquiler en un 0,018% y los de compra en un 0,026%. En la misma línea, se sitúan otros trabajos como el de Benítez-Aurioles y Tussyadiah (2020) para Londres o el de García-López et al. (2020) para Barcelona. Lo que la pandemia ha posibilitado es el análisis en un contexto de contracción, y no de expansión, del mercado p2p de alojamientos turísticos.

Algunas aportaciones iniciales apuntaron al trasvase de viviendas desde el mercado p2p al de alquileres a largo plazo, especialmente por aquellos anfitriones que buscaban la rentabilidad de sus propiedades (Dolnicar & Zare, 2020). Esta conjetura empezó, posteriormente, a encontrar soporte empírico. Aquí podrían citarse las aportaciones de Gossen y Reck (2021) para Berlin, la de Gyódi (2021) para nueve ciudades europeas, o la de Kadi et al. (2020) para cuatro ciudades austriacas. A partir de ahí, queda por demostrar en qué medida la migración de las viviendas hacia el mercado de alquiler a largo plazo ha afectado significativamente al precio de dichos alquileres o, de una manera más genérica, si la reducción del mercado p2p de alojamientos turísticos se puede asociar con la disminución de los precios de los alquileres a largo plazo. En este sentido, la evidencia, hasta ahora, es limitada. Por ejemplo, Trojanek et al. (2021) encontraron una relación entre la contracción de la oferta de Airbnb y la bajada en el precio de los alquileres a largo plazo en Varsovia. En cualquier caso, parece que hay un amplio margen para nuevos trabajos de investigación que confirmen estos hallazgos preliminares.

8. CONCLUSIONES

Algunos de los debates iniciales que surgieron en torno al mercado p2p de alojamientos turísticos perdieron relevancia a medida que se demostró que los incentivos económicos explicaban adecuadamente el comportamiento tanto de los anfitriones como de los huéspedes. El interés por determinar si el alquiler a corto plazo de viviendas particulares pertenecía a la economía colaborativa disminuyó en relación con la discusión sobre el funcionamiento real del mercado. En este sentido, la caída generalizada de la demanda turística, asociada

la pandemia de la COVID-19, supone una oportunidad para verificar si los argumentos que se habían planteado antes de la pandemia, en un contexto de expansión del mercado, seguían manteniendo su vigencia.

De entrada, lo ocurrido durante la pandemia ha reforzado la idea de que el mercado p2p de alojamientos turísticos puede caracterizarse, básicamente, como un mercado de alquiler de viviendas completas a corto plazo. El hecho de que las pernoctaciones en viviendas compartidas con el anfitrión representen una parte muy reducida del mercado avala la tesis de que los factores emocionales o sociales que, frecuentemente, se han relacionado con la economía colaborativa, tienen una importancia menor, respecto a los puramente económicos, para explicar el comportamiento de los agentes (anfitriones, huéspedes, y las plataformas, como Airbnb).

Otro hecho relevante, detectado durante la pandemia, ha sido la reducción de la oferta como consecuencia del acusado descenso de la demanda. Esto encaja con un modelo en el que los propietarios de viviendas particulares tienen una gran flexibilidad, a diferencia de lo que ocurre en la industria hotelera, para entrar y salir del mercado dependiendo de las condiciones de la demanda turística. Es decir, que las barreras de entrada y de salida son reducidas en el mercado p2p de alojamientos turísticos.

Por otro lado, se ha confirmado que los shocks simultáneos de oferta y demanda han venido acompañados de reducciones de precios y de la renta de los anfitriones. En cualquier caso, también existe evidencia de que los anfitriones denominados profesionales (aquellos que ofrecen más de un alojamiento en el mercado) han diseñado ofertas y estrategias de precios destinadas a intentar estabilizar la demanda consistente en combinar precios reducidos con la exigencia de estancias más prolongadas. De esta manera, en algunos casos, el alquiler a corto plazo de viviendas turísticas se estaría transformando en un mercado a medio plazo con lo que, en cierta medida, podría competir con el mercado a largo plazo atrayendo huéspedes, tanto locales como extranjeros, cuya motivación principal no sea el turismo. Esto, no solo hace pensar que los oferentes conocen las técnicas básicas del *revenue management*, sino que reafirma la pertinencia del marco que proporciona el análisis económico para entender lo que ocurre en ese mercado.

Por último, se han presentado algunos indicios que apuntan hacia el trasvase de viviendas desde el mercado de alquiler a corto plazo hacia el mercado de alquiler a largo plazo, lo que, supuestamente, debería estar contribuyendo a aliviar la presión sobre los precios de alquiler y de venta de viviendas. No obstante, este es un tema sobre el que las aportaciones son parciales y escasas y, en consecuencia, se

necesita más trabajo empírico para confirmar estas conjeturas iniciales.

En definitiva, la pandemia ha servido para acelerar algunas tendencias que ya se venían observando en el mercado p2p de alojamientos turísticos y para confirmarnos que lo que habíamos aprendido hasta entonces sigue siendo válido en un escenario de fuerte contracción de la demanda. En consecuencia, el análisis económico ha demostrado su capacidad para comprender el funcionamiento de dicho mercado, no sólo en una fase expansiva, sino también cuando la pandemia provocó la caída de la oferta, de la demanda y de los precios.

9. REFERENCIAS

- AIRBNB (2020): *Carta a los anfitriones. 1 de abril de 2020*.
<https://news.airbnb.com/ea/carta-a-los-anfitriones/>
- AIRBNB (2022). Evaluaciones de alojamientos.
https://www.airbnb.es/help/article/13/evaluaciones-de-alojamientos?_set_bev_on_new_domain=1621762763_NjUyZGI0ZWY2OWE5
- ALSUDAIS, A. (2021). Incorrect data in the widely used Inside Airbnb dataset. *Decision Support Systems*, 141, 113453.
<https://doi.org/10.1016/j.dss.2020.113453>
- BARRON, K., KUNG, E., & PROSERPIO, D. (2018): “The Sharing Economy and Housing Affordability: Evidence from Airbnb”. *ACM EC '18: 2018 ACM Conference on Economics and Computation (ACM EC '18)*, June 18–22, 2018, Ithaca, NY, USA. <https://doi.org/10.1145/3219166.3219180>
- BELK, R. (2014): “Sharing versus pseudo-sharing in Web 2.0”. *The Anthropologist*, 18(1), 7-23.
<https://doi.org/10.1080/09720073.2014.11891518>
- BENÍTEZ-AURIOLES, B. (2018a): “Why are flexible booking policies priced negatively?”. *Tourism Management*, 67, 312-325. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.02.008>
- BENÍTEZ-AURIOLES, B. (2018b): “Mercados a través de internet”. *Boletín Económico de ICE*, (3104), 65-75.
<https://doi.org/10.32796/bice.2021.3139.7285>
- BENÍTEZ-AURIOLES, B. (2019): “Is Airbnb bad for hotels?”. *Current Issues in Tourism*, 1-4.
<https://doi.org/10.1080/13683500.2019.1646226>
- BENÍTEZ-AURIOLES, B. (2020a): *Peer-to-peer market for tourist accommodation: Characterization and implications*. Doctoral dissertation, Universidad de Málaga.
<https://hdl.handle.net/10630/20842>
- BENÍTEZ-AURIOLES, B. (2020b): “The exhaustion of the herding effect in peer-to-peer accommodation”. *Tourism Economics*.
<https://doi.org/10.1177/1354816620946537>
- BENÍTEZ-AURIOLES, B. (2021a): “Recent trends in the peer-to-peer market for tourist accommodation”. *e-Review of Tourism Research (eRTR)*, 18(4), 478-494.
<https://journals.tdl.org/ertr/index.php/ertr/article/view/427>

- BENÍTEZ-AURIOLES, B. (2021b): “Seasonality in the peer-to-peer market for tourist accommodation: the case of Majorca”. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*. <https://doi.org/10.1108/JHTI-10-2020-0192>
- BENÍTEZ-AURIOLES, B. (2021c): “How the peer-to-peer market for tourist accommodation has responded to COVID-19”. *International Journal of Tourism Cities*. <https://doi.org/10.1108/IJTC-07-2021-0140>
- BENÍTEZ-AURIOLES, B., & TUSSYADIAH, I. (2020): “What Airbnb does to the housing market”. *Annals of Tourism Research*, 90. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.103108>
- BLAL, I., SINGAL, M., & TEMPLIN, J. (2018): “Airbnb’s effect on hotel sales growth”. *International Journal of Hospitality Management*, 73, 85-92. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2018.02.006>
- BOROS, L., & KOVALCSIK, T. (2021): “A COVID-19-járvány hatása a budapesti Airbnb-piacra”. *Területi Statisztika*, 61(3), 380-402. <https://doi.org/10.15196/TS610306>
- BOTSMAN, R., & ROGERS, R. (2010): *What's mine is yours: The rise of collaborative consumption*. New York: Harper Collins.
- BUGALSKI, Ł. (2020): “The undisrupted growth of the Airbnb phenomenon between 2014–2020. The touristification of European Cities before the COVID-19 outbreak”. *Sustainability*, 12(23). <https://doi.org/10.3390/su12239841>
- CHEN, G., CHENG, M., EDWARDS, D., & XU, L. (2020): “COVID-19 pandemic exposes the vulnerability of the sharing economy: a novel accounting framework”. *Journal of Sustainable Tourism*, 1-18. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1868484>
- CODAGNONE, C., & MARTENS, B. (2016): *Scoping the Sharing Economy: Origins, Definitions, Impact and Regulatory Issues*. Institute for Prospective Technological Studies. Digital Economy Working Paper 2016/01. <https://ec.europa.eu/jrc/sites/default/files/JRC100369.pdf>
- COMISIÓN EUROPEA (2016): *Una Agenda Europea para la economía colaborativa*. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:52016DC0356&from=EN>
- DANN, D., TEUBNER, T., & WEINHARDT, C. (2019): “Poster child and guinea pig—insights from a structured literature review on Airbnb”. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 31(1), 427-473. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-03-2018-0186>
- DEALE, C. S., & CRAWFORD, A. (2018): “Providers’ perceptions of the online community marketplace for lodging accommodations”. *Tourism and Hospitality Research*, 18(4), 470-477. <https://doi.org/10.1177/1467358416682067>
- DOLNICAR, S. (2019): “A review of research into paid online peer-to-peer accommodation: Launching the Annals of Tourism Research curated collection on peer-to-peer accommodation”. *Annals of Tourism Research*, 75, 248-264. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2019.02.003>

- DOLNICAR, S., & ZARE, S. (2020): “COVID19 and Airbnb—Disrupting the disruptor”. *Annals of Tourism Research*, 83. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102961>
- EINAV, L., FARRONATO, C., & LEVIN, J. (2016): “Peer-to-Peer Markets”. *Annual Review of Economics*, 8, 615–635. <https://doi.org/10.1146/annurev-economics-080315-015334>
- EUROSTAT (2022): *Collaborative Economy Platforms*. <https://ec.europa.eu/eurostat/web/experimental-statistics/collaborative-economy-platforms>
- FELSON, M., & SPAETH, J. L. (1978): “Community structure and collaborative consumption: A routine activity approach”. *American Behavioral Scientist*, 21(4), 614-624. <https://doi.org/10.1177/000276427802100411>
- GARCIA-LÓPEZ, M. À., JOFRE-MONSENY, J., MARTÍNEZ-MAZZA, R., & SEGÚ, M. (2020): “Do short-term rental platforms affect housing markets? Evidence from Airbnb in Barcelona”. *Journal of Urban Economics*, 119. <https://doi.org/10.1016/j.jue.2020.103278>
- GOSSEN, J., & RECK, F. (2021): “The End of the Sharing Economy? Impact of COVID-19 on Airbnb in Germany”. *Economic Research Guardian*, 11(2), 255-269. [https://www.ecrg.ro/files/p2021.11\(2\)2021ySI1y7.pdf](https://www.ecrg.ro/files/p2021.11(2)2021ySI1y7.pdf)
- GUTTENTAG, D. (2015): “Airbnb: disruptive innovation and the rise of an informal tourism accommodation sector”. *Current Issues in Tourism*, 18(12), 1192-1217. <https://doi.org/10.1080/13683500.2013.827159>
- GUTTENTAG, D. (2019): “Progress on Airbnb: a literature review”. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*. <https://doi.org/10.1108/JHTT-08-2018-0075>
- GYÓDI, K. (2019): “Airbnb in European cities: Business as usual or true sharing economy?”. *Journal of Cleaner Production*, 221, 536-551. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.02.221>
- GYÓDI, K. (2021): “Airbnb and hotels during COVID-19: different strategies to survive”. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*. <https://doi.org/10.1108/IJCTHR-09-2020-0221>
- HAJIBABA, H. & DOLNICAR, S. (2018): “Airbnb and its Competitors”. En S. Dolnicar (Ed.) *Peer-to-Peer Accommodation Networks: Pushing the boundaries* (pp. 63-76). Oxford: Goodfellow Publishers. <https://dx.doi.org/10.23912/9781911396512-3604>
- HARTMANS, A. (2017): “Airbnb now has more listings worldwide than the top five hotel brands combined”. *Business Insider*. Aug 10. <https://www.businessinsider.com/airbnb-total-worldwide-listings-2017-8?IR=T>
- HATI, S. R. H., BALQIAH, T. E., HANANTO, A., & YULIATI, E. (2021): “A decade of systematic literature review on Airbnb: the sharing economy from a multiple stakeholder perspective”. *Heliyon*, 7(10). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e08222>
- HOSSAIN, M. (2020): “Sharing economy: A comprehensive literature review”. *International Journal of Hospitality Management*, 87. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102470>
- INSIDEAIRBNB (2022). Get the Data. <http://insideairbnb.com/get-the-data>

- JANG, S., KIM, J., KIM, J., & KIM, S. S. (2021): "Spatial and experimental analysis of peer-to-peer accommodation consumption during COVID-19". *Journal of Destination Marketing & Management*, 20. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2021.100563>
- KADI, J., SCHNEIDER, A., & SEIDL, R. (2020): "Short-term rentals, housing markets and COVID-19: Theoretical considerations and empirical evidence from four Austrian cities". *Critical Housing Analysis*, 7(2), 47-57. <https://dx.doi.org/10.13060/23362839.2020.7.2.514>
- KARLSSON, L., & DOLNICAR, S. (2016): "Someone's been sleeping in my bed". *Annals of Tourism Research*, 58, 159-162. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2016.02.006>
- KE, Q. (2017): "Sharing means renting?: An entire-marketplace analysis of Airbnb". *Proceedings of the 2017 ACM on Web Science Conference* (pp. 131-139). ACM. <https://doi.org/10.1145/3091478.3091504>
- LI, J., MORENO, A., & ZHANG, D. J. (2019): "Agent Pricing in the Sharing Economy: Evidence from Airbnb". En M. Hu (Ed.) *Sharing Economy* (pp. 485-503). Cham: Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-030-01863-4_20
- LLANEZA, C., & RAYA, J. M. (2021): "The effect of COVID-19 on the peer-to-peer rental market". *Tourism Economics*. <https://doi.org/10.1177/13548166211044229>
- LIANG, S., LENG, H., YUAN, Q., & YUAN, C. (2021): "Impact of the COVID-19 pandemic: Insights from vacation rentals in twelve mega cities". *Sustainable Cities and Society*, 74. <https://doi.org/10.1016/j.scs.2021.103121>
- MARTÍNEZ, A. (2021): "COVID-19, alquiler turístico y políticas de cancelación ¿emergencia en tiempos de pandemia de la oculta(da) naturaleza de las plataformas digitales?". *IDP. Revista d'Internet, Dret i Política*, 32. <https://doi.org/10.7238/idp.v0i32.374912>
- MÖHLMANN, M. (2015): "Collaborative consumption: determinants of satisfaction and the likelihood of using a sharing economy option again". *Journal of Consumer Behaviour*, 14(3), 193-207. <https://doi.org/10.1002/cb.1512>
- OECD (2015): *New Form of Work in the Sharing Economy. Background for Discussion*. Paris: OECD. [https://one.oecd.org/document/DSTI/ICCP/IIS\(2015\)3/en/pdf](https://one.oecd.org/document/DSTI/ICCP/IIS(2015)3/en/pdf)
- OMS (2022): *COVID-19: cronología de la actuación de la OMS*. <https://www.who.int/es/news/item/27-04-2020-who-timeline--covid-19>
- OZDEMIR, G., & TURKER, D. (2019): "Institutionalization of the sharing in the context of Airbnb: a systematic literature review and content analysis". *Anatolia*, 30(4), 601-613. <https://doi.org/10.1080/13032917.2019.1669686>
- PRAYAG, G., & OZANNE, L. K. (2018): "A systematic review of peer-to-peer (P2P) accommodation sharing research from 2010 to 2016: progress and prospects from the multi-level perspective". *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 27(6), 649-678. <https://doi.org/10.1080/19368623.2018.1429977>
- ROCHET, J. C., & TIROLE, J. (2003): "Platform competition in two-sided markets". *Journal of the European Economic*

- Association*, 1(4), 990-1029.
<https://doi.org/10.1162/154247603322493212>
- SAINAGHI, R. (2020): “The current state of academic research into peer-to-peer accommodation platforms”. *International Journal of Hospitality Management*, 89.
<https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102555>
- SCHOR, J. (2016): “Debating the sharing economy”. *Journal of Self-Governance and Management Economics*, 4(3), 7-22.
<https://www.icscarsharing.it/wp-content/uploads/2019/02/2014-Schor-Debating-the-Sharing-Economy.pdf>
- STRØMMEN-BAKHTIAR, A., & VINOGRADOV, E. (2019): “The effects of Airbnb on hotels in Norway”. *Society and Economy*, 41(1), 87-105.
<https://doi.org/10.1556/204.2018.001>
- THE ECONOMIST (2013): *The Rise of the Sharing Economy*. Mar 9th.
<http://www.economist.com/news/leaders/21573104-internet-everything-hire-rise-sharing-economy>
- TROJANEK, R., GLUSZAK, M., HEBDZYNSKI, M., & TANAS, J. (2021): “The COVID-19 pandemic, Airbnb and housing market dynamics in Warsaw”. *Critical Housing Analysis*, 8(1), 72-84.
<https://dx.doi.org/10.13060/23362839.2021.8.1.524>
- TUSSYADIAH, I. P. (2016): “Factors of satisfaction and intention to use peer-to-peer accommodation”. *International Journal of Hospitality Management*, 55, 70-80.
<https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2016.03.005>
- WANG, D. & NICOLAU, J. L. (2017): “Price determinants of sharing economy based accommodation rental: A study of listings from 33 cities on Airbnb.com”. *International Journal of Hospitality Management*, 62, 120-131.
<https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2016.12.007>
- YIU, C. Y., & CHEUNG, K. S. (2021): “Urban Zoning for Sustainable Tourism: A Continuum of Accommodation to Enhance City Resilience”. *Sustainability*, 13(13).
<https://doi.org/10.3390/su13137317>
- ZERVAS, G., PROSERPIO, D., & BYERS, J. W. (2017): “The rise of the sharing economy: Estimating the impact of Airbnb on the hotel industry”. *Journal of Marketing Research*, 54(5), 687-705. <https://doi.org/10.1509/jmr.15.0204>
- ZHU, X., & LIU, K. (2021): “A systematic review and future directions of the sharing economy: business models, operational insights and environment-based utilities”. *Journal of Cleaner Production*, 290.
<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.125209>