



– Homenaje a Joan Noguera Tur –

TERRA. Revista de Desarrollo Local

e-ISSN: 2386-9968

Número 8 (2021), 98-137

DOI 10.7203/terra.8.19092

IIDL – Instituto Interuniversitario de Desarrollo Local

Análisis del efecto Airbnb en la ciudad de Valencia. Situación actual (2020) y perspectivas de futuro

David de la Osada Saurí

Graduado en Geografía y Medio Ambiente (Valencia, España)

david.osada@uv.es

<https://orcid.org/0000-0001-7066-1670>

María Dolores Pitarch Garrido

Instituto Interuniversitario de Desarrollo Local (Universitat de València)

maria.pitarch@uv.es

<https://orcid.org/0000-0001-9109-4687>



Esta obra se distribuye con la licencia Creative Commons
Reconocimiento-No Comercial-Sin Obra Derivada 4.0 Internacional

SECCIÓN ARTÍCULOS

Análisis del efecto Airbnb en la ciudad de Valencia. Situación actual (2020) y perspectivas de futuro

Resumen: Las ciudades experimentan cambios rápidos. Uno de estos tiene como elemento disruptivo el crecimiento del turismo, es decir, de la atractividad de determinados espacios urbanos que ha dado lugar a un aumento de la oferta para los visitantes, tanto de recursos como, sobre todo, de alojamiento. Un elemento clave para explicar este aumento de la oferta es el alquiler turístico o alquiler de corta duración a través de plataformas digitales, entre las que destaca Airbnb. En la ciudad de Valencia, este fenómeno ha experimentado un crecimiento espectacular durante el segundo decenio del presente siglo. A partir de un análisis detallado de la oferta turística en los barrios de Valencia, se detecta una concentración en aquellos espacios con cierto atractivo turístico. En la presente investigación se realiza una aproximación a la relación existente entre el proceso de turistificación, medido a través de la oferta presente en la plataforma digital Airbnb en la ciudad de Valencia, y otros fenómenos como el aumento del precio del alquiler en algunos barrios, el impacto de los proyectos urbanísticos y de protección del patrimonio, etc. En conclusión, parece demostrado que Airbnb ha encontrado acomodo aumentando la presión turística en los barrios centrales y el frente marítimo, sin embargo, aún no se ha llegado a los límites de saturación que existen en otras ciudades, al menos así se desprende del análisis de la opinión de los residentes. El parón turístico originado por la pandemia del Covid-19 puede ser una oportunidad para replantear el modelo turístico de la ciudad.

Palabras clave: Turistificación; Valencia; Airbnb; alquiler vacacional.

Analysis of the Airbnb effect in the city of Valencia. Current situation (2020) and future prospects

Abstract: Cities are undergoing rapid change. One of these transformations has as its disruptive element the growth of tourism, that is, the attractiveness of certain urban spaces which has led to an increase in the supply for visitors, both of resources and, above all, of accommodation. A key element in explaining this increase in short-term rental flats through platforms, among which Airbnb stands out. In the city of Valencia, this phenomenon has experienced spectacular growth during the second decade of this century. Based on a detailed analysis of the tourist offer in the neighbourhoods of Valencia, a concentration has been detected in those areas with a certain tourist attraction. This research do an approximation to the relationship between the process of tourism, measured through the offer in the Airbnb platform in the city of Valencia and other phenomena such as the increase in rent in some neighbourhoods, the impact of urban planning and heritage protection projects, etc. In conclusion, it seems to be demonstrated that Airbnb has found accommodation by increasing the tourist pressure in the central districts and the waterfront, however, the saturation limits which exist in other cities have not yet been reached, at least this is clear from the analysis of the residents' opinion. The tourist stoppage caused by the Covid-19 pandemic may be an opportunity to rethink the city's tourism model.

Key words: Tourist Board; Valencia; Airbnb; holiday rental.

Recibido: 22 de diciembre de 2020

Devuelto para revisión: 22 de abril de 2021

Aceptado: 12 de mayo de 2021

Referencia / Citation:

De la Osada, D., y Pitarch, M. D. (2021). Análisis del efecto Airbnb en la ciudad de Valencia. Situación actual (2020) y perspectivas de futuro. *TERRA. Revista de Desarrollo Local*, (8), 98-137. DOI 10.7203/terra.8.19092

IDEAS CLAVE / HIGHLIGHTS / IDEES CLAU

1. No hay una saturación en Valencia, pero sí está iniciado y consolidado en determinados barrios.
2. Existe un desigual impacto de Airbnb en los barrios de Valencia, mostrando una turistificación polarizada.
3. Airbnb coincide con los espacios con mayor oferta de atractivos y equipamientos turísticos.
4. Los distritos de Ciutat Vella, Eixample y Cabanyal-Canyamelar son los de mayor atractivo turístico.
5. Hay indicios de primeras reacciones sociales contra el turismo descontrolado, identificado en gran parte con los alquileres turísticos.

1. There is no saturation in Valencia, but it has begun and is consolidated in certain neighbourhoods.
2. There is an unequal impact of Airbnb in the neighbourhoods of Valencia, showing a polarised touristification.
3. Airbnb coincides with the areas with the greatest offer of tourist attractions and equipment.
4. The districts of Ciutat Vella, Eixample and Cabanyal-Canyamelar are the most attractive for tourists.
5. There are signs of initial social reactions against uncontrolled tourism, largely identified with tourist rentals.

1. No hi ha una saturació a València, però sí que està iniciat i consolidat en determinats barris.
2. Existeix un desigual impacte d'Airbnb en els barris de València, mostrant una turistificació polaritzada.
3. Airbnb coincideix amb els espais amb major oferta d'atractius i equipaments turístics.
4. Els districtes de Ciutat Vella, Eixample i Cabanyal-Canyamelar són els de major atractiu turístic.
5. Hi ha indicis de primeres reaccions socials contra el turisme descontrolat, identificat en gran part amb els lloguers turístics.

1. INTRODUCCIÓN

La globalización ha trasladado a las ciudades, con más fuerza que en épocas anteriores, la competitividad capitalista y de mercado originando, en las mismas, procesos de diversa índole que pretenden, a través del *city marketing*, posicionarlas como espacios atractivos, es decir, a disposición de la inversión exterior (Soja, 2014). El turismo es uno de los sectores que más se han beneficiado de esta estrategia de mejora o renovación de la imagen urbana (Morrison, 2020).

Con el comienzo de la actual centuria, el turismo urbano ha experimentado un crecimiento enorme a nivel mundial. El pasado año 2019, previo a la pandemia, Bangkok recibió 23 millones de turistas, París y Londres 19 millones cada una y Nueva York 13,6 millones por poner algunos ejemplos. El número de plazas de alojamiento ha crecido también extraordinariamente en los espacios urbanos más atractivos y la generación de una imagen innovadora, moderna y cosmopolita, sin perder sus atractivos tradicionales, ha hecho que las ciudades se conviertan en puntos de atracción turística fundamentales para la entrada de divisas y la generación de puestos de trabajo.

En este contexto ha aparecido un fenómeno relativamente nuevo: la economía colaborativa a través de plataformas web. Esta economía surgió como alternativa a la estructura capitalista, facilitando que las personas puedan compartir/alquilar aquellas propiedades que no usan de manera total o usan en tiempo breves, creando unos valores nuevos, sustituyendo la propiedad por usufructo (Sastre-Centeno e Inglada Galiana, 2019). Realmente, lo novedoso es que este trueque o alquiler corto ha alcanzado el estatus de fenómeno global, facilitado por el uso de herramientas telemáticas (De la Encarnación, 2016; Sastre-Centeno e Inglada Galiana, 2019). El problema es que dentro de esta economía colaborativa han surgido oportunidades para un capitalismo tradicional que ha roto con el espíritu de alquilar “aquello que sobra” para aparecer como verdaderas empresas con dedicación casi exclusiva al producto o servicio que ofrecen, aprovechando el limbo legal en el que se desarrollaron y explotando las nuevas oportunidades de mercado (Machancoses, 2019). Además, se han generado unos datos, tanto de los usuarios como los propios del uso de la web, con los que también pueden sacar rédito (Del Romero, 2018). Durante el desarrollo de lo que nació como una economía colaborativa, los sectores de la movilidad y el turismo han tenido cierto protagonismo. Los motivos de su expansión en estos sectores obedecen a consideraciones económicas y sociales (Ert et al., 2016) junto con una manera de ofrecer experiencias más auténticas a turistas con una amplia gama de ingresos disponibles (Paulauskaite et al., 2017; Gil, 2018), pero, como ya se ha señalado, estas iniciativas solidarias han evolucionado hasta convertirse en enormes empresas, que poco tienen ya de colaborativas, que han transformado el mercado turístico redefiniendo las relaciones entre los visitantes y los anfitriones, y creando nuevos impactos en las ciudades turísticas o exacerbando los ya existentes, incluido el controvertido fenómeno del sobreturismo. Algunos ejemplos son, en el alojamiento, Airbnb, HomeAway y CouchSurfing, en transporte Uber y BlaBlaCar, en márketing, TripAdvisor, en información general y guías de viaje, Wikitravel y ToursByLocals, entre otros (Coca-Stefaniak y Seisedos, 2020).

La irrupción de estos negocios de plataformas online ha consolidado una nueva forma de viajar, en paralelo a modelos más tradicionales, que ha supuesto la llegada de nuevos actores al panorama turístico, en particular a la hostelería (Almeida-Santana y Moreno-Gil, 2017). La irrupción de los pisos de alquiler vacacional a través de plataformas de internet (completos o por habitaciones) en todas las ciudades del mundo ha ampliado

considerablemente la oferta de alojamiento, generando flujos de visitantes cada vez mayores que, en ocasiones, han crecido más rápido que la reacción de las autoridades locales. Estas han venido a dar respuesta cuando ya los problemas de saturación de determinados espacios de la ciudad han sido muy evidentes, con todo lo que ello ha supuesto de reacción por parte de la población y las empresas locales. A pesar de que se prevean algunos cambios en las decisiones relacionadas con los viajes cuando terminen las restricciones originadas por la pandemia del Covid-19 (Li et al., 2020), lo cierto es que la organización de las vacaciones a través de plataformas telemáticas especializadas y las reservas tanto de alojamiento como de actividades a realizar en el destino es previsible que se consoliden definitivamente.

Una de las plataformas de este tipo que han extendido su oferta y crecido en demanda con mayor rapidez es Airbnb, fundada en 2008, que incluye oferta de alojamiento compartido en más de 200 países del mundo y que contiene un número total de plazas superior a las cinco primeras cadenas hoteleras del mundo (Phocuswright, 2018). El peso de la oferta de Airbnb en una ciudad ayuda, pues, a conocer el peso de esta actividad y la localización de los espacios más saturados en los que sea necesario realizar algún tipo de regulación o control. Este es el objetivo de esta investigación: analizar la oferta de alojamiento turístico de Airbnb en relación a su emplazamiento, la localización del resto de la oferta de alojamiento y de los recursos turísticos más atractivos, con el fin de determinar las áreas o barrios en los que se ha producido un proceso de acumulación de turistas y empresas turísticas, que se encuentran en la base de la explicación de la transformación de dichos espacios hacia entornos menos amables con la población local que pueden generar (si no lo están haciendo ya) una gentrificación negativa. Todo ello se analizará en el caso de la ciudad de Valencia, que, aunque, como otras ciudades del mundo, ha experimentado una caída drástica de la llegada de visitantes en la segunda mitad del año 2020 como efecto de la crisis pandémica mundial, es previsible que se recupere cuando se generalice la vacuna contra el Covid-19, siendo entonces un momento crucial para tomar decisiones en favor de un turismo más sostenible y mejor integrado en la vida de la ciudad.

2. BASES TEÓRICAS

Desde finales de los años 90 del siglo pasado, la academia ha prestado una creciente atención al fenómeno del turismo de masas en las ciudades que ha aumentado desde que apareciera en 2008 la plataforma virtual Airbnb, cuyas iniciales responden a “airbed and breakfast”, que viene a significar “colchón inflable y desayuno”. Esta plataforma web está considerada como parte de la llamada economía colaborativa que se basa en el apoyo mutuo por parte de los ciudadanos para ofrecer un nuevo producto, o mejorar uno ya consolidado, que la oferta privada o pública no cubre y que puede ofrecer beneficios a los actores que lo usen. Se realiza normalmente mediante nuevas herramientas de comunicación y suele culminar en manos de un emprendedor social que es quien gestiona, y pone en el mercado (Moreno-Izquierdo et al., 2016). Pero esta plataforma, Airbnb, parece encontrarse hoy en día lejos de estas condiciones, ya que realmente es una empresa de hotelería muy importante en el mundo, sin tener en propiedad ningún edificio ni plaza de alojamiento (Suárez Ramírez, 2018). Además, el trato que ahora se realiza a través de esta plataforma no es como el viejo trueque, o el nuevo *peer-to-peer* (P2P), sino que la empresa obtiene beneficios económicos a partir de un porcentaje del precio que pagan tanto del anfitrión como el inquilino, lo que la acerca más a una agencia hotelera o de

viajes que a una oferta de cooperación entre iguales, aunque no tiene una regulación como tal (De la Encarnación, 2016).

El aumento indiscriminado de la oferta de alojamiento de diverso tipo a través de esta plataforma está creando problemas en las ciudades. Entre ellas destaca el impacto en el mercado inmobiliario, al haber trastocado las reglas, o usos tradicionales, facilitando la capitalización de la oferta. Esto supone que se reduce la oferta de pisos en el mercado de alquiler, pues los anfitriones a veces prefieren ceder su vivienda para el turismo y no para un arrendamiento residencial dado que la estancia corta es más rentable que la larga. A ello se une la adquisición de vivienda, tanto por parte de particulares como, sobre todo, de empresas o fondos de inversión para especular con ella, impidiendo que un creciente número de familias pueda acceder a un hogar (Wachsmuth y Weisler, 2018). Incluso se han llegado a denunciar casos de *mobbing* inmobiliario, sobre todo si el contrato es de renta antigua, como ocurre en muchos procesos de gentrificación, con el objetivo de que abandone la vivienda de forma “voluntaria” y poder rentabilizarla mediante su uso como alquiler vacacional a través de esta plataforma (Pellicer, 2014).

Tampoco los profesionales turísticos han recibido con agrado esta competencia, pues consideran que ha ocurrido una “hotelización” de las viviendas residenciales, fomentando la economía sumergida y sin ningún control al que ellos sí son sometidos, y que, además contribuye a dañar la imagen del sector turístico de las regiones y ciudades donde se asientan (HOSBEC, 2018).

El impacto del incremento de la oferta de alojamiento vacacional no se queda sólo en el mercado más directo, el inmobiliario, sino que también supone una modificación en el entorno, las calles, los barrios y las zonas comerciales en los mismos. Las calles de los barrios turísticos, es decir, donde se localizan los principales recursos, los más visitados, y, por ende, también el mayor número de plazas ofertadas por Airbnb (Gutiérrez et al., 2017; Campos-Sánchez y Chillón, 2020), experimentan un turismo masivo o sobreturismo que supone problemas para el tránsito, tanto en vehículo como andando, florecen terrazas que ocupan las aceras, comercios orientados a los turistas, etc. desplazando (o expulsando) aquellas actividades más necesarias para suministrar productos y servicios a la población residente, que termina no identificándose con el lugar y, en ocasiones, abandonándolo (Miriam-Hermi, 2019; Del Romero y Lara, 2015). La proliferación de franquicias multinacionales que crean una marketinización del espacio público (Klein, 2001) a partir de una arquitectura banal en la que predominan las imágenes de marca con espacios similares que apenas se diferencian en las distintas ciudades del mundo, lo que puede suponer, a la larga, reducción de competitividad (Muñoz, 2006; Muñoz, 2008).

Este turismo masivo, también low cost, ha originado problemas sociales, tanto de convivencia entre quienes se encuentran de vacaciones y los vecinos residentes que tiene que seguir con actividades cotidianas (Bigné et al., 2000), como por la subida de los precios de las viviendas en venta y en alquiler e incluso afecta al mercado laboral, pues las viviendas turísticas suelen presentar trabajos precarios a los que se suma la opacidad fiscal (Cañada y Conde, 2021). Estos desafíos han llevado a protestas en diferentes ciudades con lemas como “Tourist go home”, “la ciudad para quien la habita”, “El turismo mata los barrios”, etc. (Egresi, 2018). Los alquileres de Airbnb han generado impactos que van más allá de los derivados de los comportamientos antisociales de los turistas. A largo plazo, se detectan espacios gentrificados (Hiernaux y González, 2014), que son el resultado de una transformación producto de una intersección de factores, entre los que se encuentra el turismo, como ha ocurrido en casos tan paradigmáticos como Nueva Orleans (Gotham, 2005), Barcelona (Duatis et al., 2016; López-Gay, 2018; Sorando y

Leal, 2019) o Berlín (Füller y Michel, 2014), entre otros (Amore et al., 2020). Esta forma de prestación de servicios de alojamiento turístico ha contribuido, sin duda, no sólo a un creciente sentimiento de “turismofobia” entre los residentes locales, sino también entre los visitantes, que perciben el rechazo y la degradación de los espacios urbanos masificados, así como la pérdida de la autenticidad de la experiencia que vinieron a buscar.

Fruto de esta turismofobia, cuya aparición en España Mansilla y Milano (2018) sitúan en agosto de 2014 en la ciudad de Barcelona en una protesta no oficial en la Plaça del Poeta Boscà. Las principales ciudades mundiales afectadas han respondido intentando regularizar de diferentes maneras este cisne negro que las ciudades no habían previsto (Taleb, 2011). La manera de hacerlo ha sido diversa e incluye varios métodos, que van desde la regulación y tributación, hasta la realización de listados o registros de las viviendas, el desarrollo de una mejor regulación por parte de organismos superiores, etc. Estas actuaciones por parte de la Administración han ido evolucionando, incluso dentro de las propias ciudades, a lo largo del tiempo (Von Briel y Dolnicar, 2021) con la idea guía de que el problema no es el turismo, sino el turismo desmedido, sin control ni fiscal ni social (Cocola-Gant, 2016).

Hay que destacar que en marzo del año 2020, veintidós ciudades europeas, entre las que destacan por su tamaño Ámsterdam, Atenas, Barcelona, Berlín, Bolonia, Burdeos, Bruselas, Colonia, Florencia, Frankfurt, Helsinki, Cracovia, Londres, Milán, Múnich, París, Oporto, Praga, Utrecht, Viena, Varsovia y la propia ciudad de Valencia, se han comprometido con la Comisión Europea a actuar y ordenar la problemática de los alquileres vacacionales (Bugalski, 2020).

La propia ciudad de Barcelona, que ha sido el paradigma español contra Airbnb, puso en marcha tempranamente el sistema de registro. El PEUAT (Plan Especial Urbanístico de Alojamientos Turísticos) de Barcelona, que se revisa de manera periódica, pone límites, acorde a la masificación turística de los territorios, otorgando licencias pares lo que le ha granjeado multitud de críticas (Blanco, 2018; Mansilla y Milano, 2018; Von Briel y Dolnicar, 2021).

Por lo que respecta a Valencia, objeto de análisis en este artículo, esta ciudad ha optado por el registro y tributación de los pisos de alquiler turístico, según el Decreto 75/2015, de 15 de mayo de Registro de Empresas para ofertarse online. Desde marzo de 2020, son responsables del registro, se prohíbe el alquiler de habitaciones sueltas, además de firmar el código ético del turismo de la Comunidad Valenciana, que incluye universalizar el acceso a las viviendas (Generalitat Valenciana, 2021). Realmente, la normativa de prohibición de habitaciones sueltas va en contra del uso de economía colaborativa y más a favor de los intereses de capitalistas tradicionales que usan viviendas enteras para alquilar de forma especulativa, como se ha demostrado en otros trabajos (Gil, 2020). El gobierno municipal ha propuesto una moratoria de dos años para los pisos turísticos en 37 barrios de la ciudad, pero, de momento, queda pendiente de llevar el tema al pleno municipal (Plaza, 2021).

Los numerosos artículos científicos que esta temática ha generado se orientan, sobre todo, al análisis de casos (Andreu et al., 2020), sus consecuencias sobre la oferta turística, y sobre los modos de decisión por parte de los turistas, etc. Desde la Geografía, se han realizado importantes aportaciones, centradas, sobre todo, en el análisis de los modelos de localización de los pisos de Airbnb en las ciudades para detectar aquellas zonas o barrios en los que la presión turística se ha incrementado generando consecuencias no deseadas (Gutiérrez et al., 2017), así como el impacto de este fenómeno en la

gentrificación, que no es sino una de esas posibles consecuencias (Arias, 2018; Cocola-Gant y López, 2020). En estas líneas de análisis territorial se enmarca este artículo, es decir, tal como se desarrolla en el siguiente apartado, el objetivo es el análisis de la relación entre crecimiento turístico, desarrollo urbanístico durante la etapa de la burbuja inmobiliaria y opinión de la población residente sobre un posible proceso de gentrificación (o turistificación) en la ciudad de Valencia.

3. OBJETIVOS, METODOLOGÍA, FUENTES Y CASO DE ESTUDIO

3.1. Objetivos, metodología y fuentes

Los objetivos del presente trabajo son:

- Conocer cuál es la estructura espacial de la oferta de alojamientos turísticos en Valencia, tanto hoteleros como de Airbnb.
- Relacionar dicha estructura con la localización de los principales atractivos turísticos.
- Detectar las transformaciones urbanas en la ciudad de Valencia que han contribuido a desarrollar una imagen internacional, que explica el aumento de los visitantes en las últimas dos décadas.
- Relacionar todo lo anterior para delimitar los espacios o barrios más afectados por la llegada de visitantes, con el fin de indicar las zonas que necesitan una mayor atención por parte de los tomadores de decisiones.
- Introducir el tema de la posible turismofobia en la ciudad de Valencia.

Para tratar de alcanzar los objetivos antes mencionados, se ha utilizado una metodología que se puede resumir en dos bloques. El primero de ellos ha consistido en una revisión bibliográfica que abarca temas como el fenómeno de las plataformas web de alojamientos turísticos, el sobreturismo como un fenómeno global y los proyectos urbanísticos en marcha y de futuro en Valencia.

Paralelamente, se ha recopilado la información estadística de la ciudad, a escala de barrio siempre que ha sido posible, en caso contrario, al menos a escala de distrito. Para ello se han consultado los anuarios de estadística municipal entre los años 2000 y 2019, así como el último Censo de Población y Vivienda de 2011. Además, se han examinado todos los barómetros de opinión llevados a cabo por el ayuntamiento, en especial el de noviembre de 2018 referido a turismo y el de marzo de 2020 que incluyó preguntas sobre alquiler. Para los precios del alquiler en la ciudad de Valencia se ha consultado el portal Idealista.es (datos de febrero de 2020) cuando la pandemia Covid19 no había afectado ni a Airbnb ni a los precios de la vivienda. Para detectar los espacios turísticos se ha contabilizado el número de *hashtags* en Instagram, en el día 18 de junio de 2020 en los distintos lugares de la ciudad. La comprobación de los *hashtags* se ha realizado de manera manual, ya que la georreferenciación de las fotos no es pública, aunque sí lo es el número de *hashtags* de una misma frase. Estos se han revisado en diferentes idiomas: inglés, valenciano y castellano, y se ha tenido en cuenta los diferentes nombres asignados a los recursos, unificándolos.

Por último, para la obtención de la información sobre la oferta de Airbnb en Valencia, su localización y características, se ha recurrido a la página web de InsideAirbnb. La información incluye los anuncios activos en AirBNB durante febrero de 2020, estos se han obtenido mediante un proceso de *scraping*. Los datos conseguidos de esta manera se

han trabajado eliminando el duplicado de ofertas, tanto aquellas que se vinculan a diferentes momentos del año como las que aparecen como un piso completo y, al mismo tiempo, por habitaciones. Este proceso se ha realizado de manera manual comprobando la ID del usuario, la localización, la similitud del anuncio y, en último término, comprobándolo directamente en la web (fotografías). En definitiva, las ofertas descargadas han sido 7.600 alojamientos en total, 49 habitaciones de hotel, 5.014 apartamentos enteros, 2.479 habitaciones y 36 habitaciones compartidas, además de 22 errores que se han desechado. Tras la limpieza, los datos son 7.439 en total (-1,021%), 45 habitaciones de hotel, 4.937 apartamentos enteros, 2.422 habitaciones y 35 habitaciones compartidas.

Como herramienta para la realización de cartografía con la información obtenida y trabajada, se ha utilizado el software ArcGIS 10.5, de Esri.

3.2. Caso de estudio: la ciudad de Valencia

Desde comienzos del siglo XXI, la ciudad de Valencia, nuestro caso de estudio, no ha podido escapar a la condición de posmodernidad señalada en la introducción y, como en todas las grandes ciudades, se ha primado la promoción del espacio urbano para la atracción de activos financieros. Ello ha contribuido inevitablemente a conformar una ciudad que responde a intereses globales, más allá de las demandas de sus residentes, propios de una economía y una sociedad donde todo es líquido (Bauman, 2010) y donde importan más los flujos que los inputs de los ciudadanos. Los años previos a la crisis de 2008 vieron florecer una ciudad que pretendía posicionarse en el mercado internacional a base de un urbanismo de escaparate y la organización de eventos de renombre que visibilizaran una urbe renovada y abierta al mundo (Salom et al., 2019).

La gran transformación, como señala Noguera (2015), llega en “los años bárbaros” de la burbuja inmobiliaria, los grandes eventos y la ubicación de la región “en el mapa”. Una estrategia en la que se optó, deliberadamente, por dejar en un segundo plano los pilares tradicionales de la economía valenciana en favor de “un cambio de orientación que habría de producir enormes beneficios para la región” (p. 320).

La primera década del siglo XXI fue la del urbanismo de autor en Valencia. Se terminaron de construir edificios simbólicos como los de la Ciudad de las Artes y las Ciencias, el Palacio de Congresos, etc. Se organizaron eventos deportivos como la Copa América, que se celebró dos veces: en 2007 y en 2010. En estos años se disparó la cifra de turistas extranjeros en la ciudad. Por otra parte, se construyó en la Marina un circuito de Fórmula 1, en el que se celebró el Gran Premio de Europa entre 2008 y 2012. Sin embargo, el contrato tuvo que cancelarse porque la prueba no era rentable. La política regional, en connivencia con la local, ha potenciado las acciones para la promoción internacional de la ciudad y han descuidado en gran medida los referentes locales (Salom et al., 2019). La consecuencia más inmediata y evidente de esta política ha sido el crecimiento extraordinario del turismo, lo cual ha generado un importante aumento del número de plazas de alojamiento de todo tipo.

El objetivo principal era posicionar a la ciudad en la esfera internacional, a pesar del enorme gasto que ello suponía, hipotecando el futuro financiero de sus residentes (Salom y Pitarch, 2017). Valencia es un ejemplo más de una elevada inversión pública en megaeventos, grandes proyectos e infraestructuras, como producto del llamado “*entrepreneurial urbanism*”, basado en sólidas coaliciones entre las sociedades

financieras, los promotores de suelo y las autoridades locales y regionales (Romero et al., 2016).

La anécdota que mejor puede ilustrar la búsqueda de apariencia más que la de cambios profundos llega cuando, durante la celebración del GP Fórmula 1 de Europa¹ en La Marina de Valencia, se tapó con lonas de color negro la vista hacia el exterior del circuito, de manera que no se transmitiera una “mala imagen de la ciudad” (Levante EMV, 2008). La realidad fue que los beneficios de estos grandes eventos repercutieron muy poco o nada en la población local y los barrios de la ciudad de Valencia (Romero y Tirado, 2016).

Con sus pros y sus contras esta política de *urban benchmarking* puso a la ciudad en el mapa (Cucó, 2013). La llegada de turistas supuso la potenciación de zonas como las playas del barrio de Cabanyal-Canyamelar, de la Malvarrosa y La Marina, se han revalorizado como grandes baluartes del *waterfront* de la ciudad. Además, los barrios más visitados serían muy concretos: el recientemente creado barrio de La Ciutat de les Arts i les Ciències y el centro histórico, distrito de Ciutat Vella y, particularmente el barrio de Russafa, en el distrito de L'Eixample, como la zona urbana de moda “hipster” de la ciudad, denominado “el Soho valenciano” en multitud de inmobiliarias y anuncios de alojamientos (Del Romero y Lara, 2015). El resto de la ciudad apenas se ha visto reflejada ni en este urbanismo postmoderno ni en la nueva imagen abierta y cosmopolita.

A pesar de la crisis desatada en el año 2008, el turismo ha seguido, si no en alza, sí que lo más estable posible resistiendo los envites de la misma (García Domene, 2016; Salom y Pitarch, 2014) mediante lo que se conoce como turismo *low cost*, en el que las aerolíneas baratas y las plataformas online de alojamientos forman el tándem perfecto, sobre todo, a la hora de explotar el turismo urbano. Se trata de un tipo de turismo de corta duración (*city breaks*) que, con las mejoras de las comunicaciones y la generalización de los vuelos baratos, cada vez atrae más turistas y de más lejos (Salom et al., 2019). Como se ha señalado, a partir de 2008 se da una cierta ralentización y/o estancamiento en el número de turistas y en la creación de equipamiento (alojamiento fundamentalmente), pero desde 2012 se retoman las obras, aunque a un ritmo más moderado y ajustado a la demanda, que empieza a dar síntomas de saturación (Salom y Pitarch, 2014).

La siguiente crisis, la asociada a la pandemia del Covid-19, en el año 2020 ha significado un parón en la llegada de turistas, en realidad una disminución notable a nivel mundial de los viajes. La OMT ha calculado en el mes de noviembre de 2020 una caída del 70% en los primeros ocho meses del año. El impacto sobre el sector ha sido importantísimo, con pérdida de puestos de trabajo y de beneficios. La propia plataforma Airbnb tuvo un 80% de cancelaciones el pasado marzo y una parálisis que le ha obligado a prescindir del 25% de su plantilla (Kruithof, 2020; Kruithof y Sánchez, 2020). Es un buen momento, obligado, para la reflexión y algunos académicos han alertado sobre ello (Simancas et al., 2020). Se ha hablado de la incidencia en las ofertas de Airbnb (Aranda y Figuls, 2020), pero parece ser que, en Valencia, al menos en los dos primeros meses, se ha producido un estancamiento de las ofertas publicadas y, aunque se ha dado cierto intercambio entre pisos turísticos y alquileres convencionales, no parece que se hayan producido cambios destacables (Kruithof y Sánchez, 2020).

En definitiva, resulta necesario pensar el modelo turístico a nivel local y realizar las acciones oportunas para reconducir una actividad que en algunas ciudades ha supuesto masificación y degradación tanto ambiental como social, y, a la larga, también económica. Una primera aproximación a una de sus claves, la oferta de alojamiento a

¹ Pese a que se realizaba en Valencia, el GP debía llamarse de Europa, ya que los grandes premios suelen recibir el nombre del país y España ya tenía el circuito de Montmeló.

través de Airbnb, resulta de interés para posibles decisiones en materia de gestión de flujos y de capacidad de carga.

4. RESULTADOS

4.1. La oferta de alojamiento turístico en la ciudad de Valencia: hoteles y apartamentos (Airbnb)

El desarrollo de la oferta de alojamiento turístico a través de la plataforma Airbnb en España ha tenido una buena acogida (en cuanto a número de plazas disponibles) debido a varios motivos: primero por la tendencia en el país a tener la vivienda en propiedad por encima del alquiler. En segundo lugar, porque durante las primeras décadas del actual siglo, se ha dado un movimiento de población (variaciones residenciales) hacia fuera de las ciudades, hacia los municipios del área metropolitana, dejando las viviendas del centro vacías (Miriam-Hermi, 2019). Por último, la crisis ha dejado muchas viviendas vacías y muchas habitaciones que pueden ser aprovechadas para obtener un ingreso extra (Moreno-Izquierdo et al., 2016).

Figura 1. Hoteles de Valencia

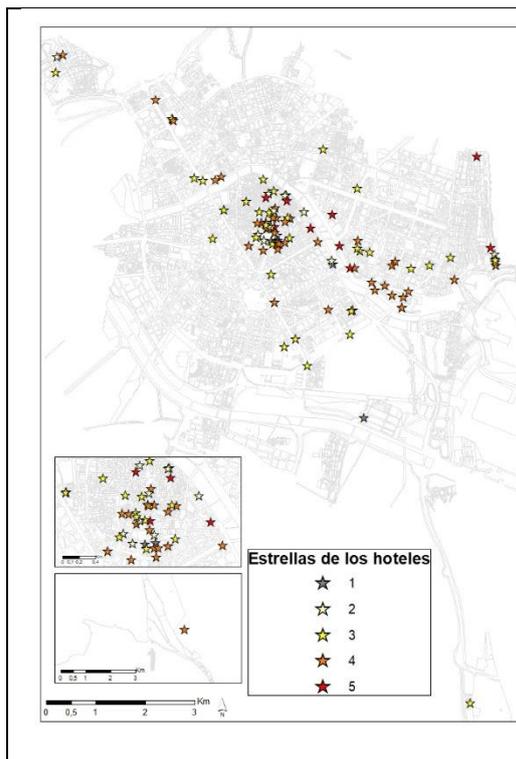
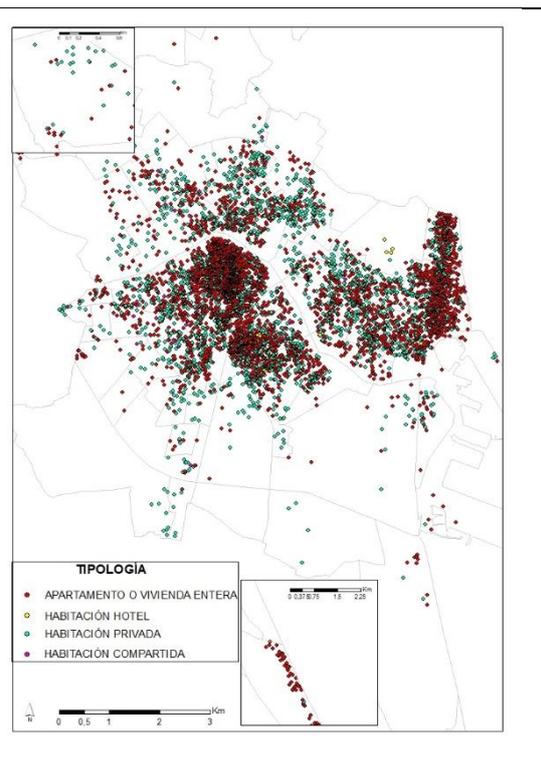


Figura 2. Ofertas de Airbnb en Valencia



Fuente: elaboración propia a partir de datos de InsideAirbnb (Febrero, 2020) y Ayto. de Valencia.

La localización de la oferta de Airbnb en las ciudades, es mucho más diversa que la de los hoteles, estos últimos buscan las zonas más turísticas y a ser posible con edificios grandes, mientras que las plataformas ofertan viviendas o apartamentos en cualquier parte de la ciudad, aunque normalmente aumenta la oferta en las zonas centrales (Moreno-

Izquierdo et al., 2016), y en barrios excepcionales como el Waterfront de las ciudades litorales.

La ciudad de Valencia no ha sido ajena a estos patrones que se han descrito. Una primera aproximación a la localización tanto de la oferta de apartamentos turísticos como de los hoteles evidencia una clara concentración, a pesar de que el número de localizaciones de alojamientos de la plataforma Airbnb es mucho más elevado que el de los hoteles, como es evidente, y, en teoría, por su carácter colaborativo, debería extenderse de manera mucho más equilibrada por el conjunto de la ciudad.

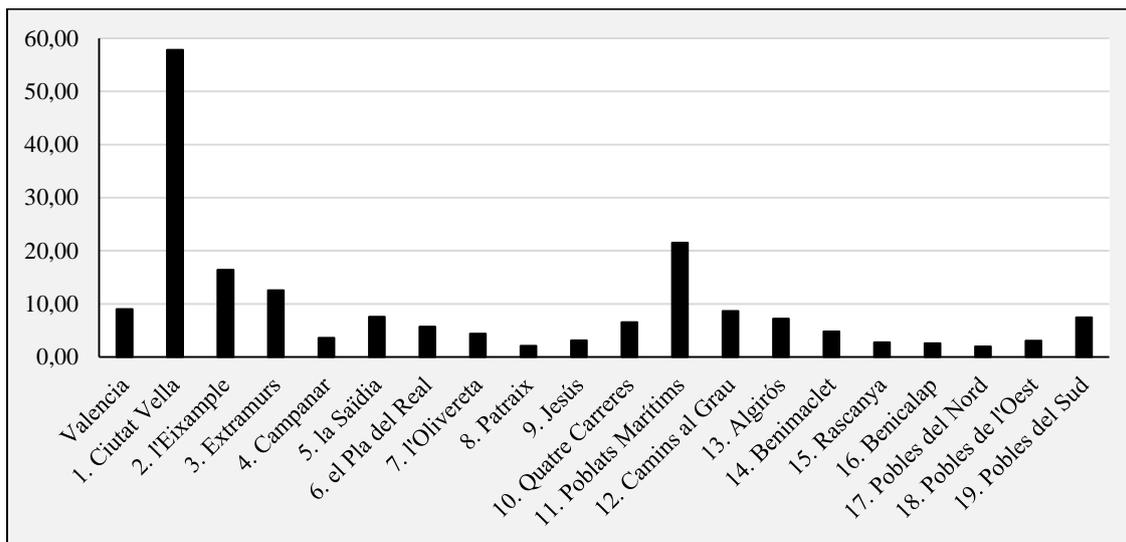
En primer lugar, nos acercamos a la oferta hotelera (número de hoteles). Se aprecia de manera clara que esta oferta presenta un patrón de mayor concentración espacial, en el centro de la ciudad, donde destacan los distritos de Ciutat Vella (27), seguidos de Eixample (7) y Extramurs (5); la zona de La Ciutat de les Arts i les Ciències donde predomina su distrito Camins al Grau (15) y Quatres Carreres (6); le sigue la zona de playa con 7 hoteles el distrito de Poblats Marítims y, por último, el barrio de Benicalap (4) que con los 3 hoteles ubicados en Poblats de l'Oest son los situados más cerca del Palacio de Congresos, todos ellos de nueva construcción (Figura 1). Son los hoteles más alejados del centro los que ofrecen mayor número de plazas debido a que la normativa urbanística permitió en esos suelos la edificación en altura, siendo en el centro las normas más restrictivas y respetuosas con la estructura urbana preexistente, además de que en el centro se localizan los hoteles más antiguos y de mayor tradición (Tabla 1).

Los barrios en los que ha crecido la oferta de alojamiento hotelero entre 2000 y 2015 han sido Ciutat Vella (10 hoteles nuevos), y Poblats Marítims (9 hoteles nuevos) y Eixample (1 hotel nuevo). El crecimiento de la oferta de alojamiento en los barrios cercanos a las playas de la ciudad coincide, como se verá a continuación, con un aumento destacable de la oferta de Airbnb.

Por lo que respecta a la localización de la oferta de Airbnb en la ciudad, destacan los barrios centrales, como son El Carme, Sant Francesc y El Mercat, en el distrito de Ciutat Vella, a los que se une el barrio de Russafa, en el distrito de L'Eixample (Figura 2). Destaca también la zona de Cabanyal-Canyamelar, el Grau y la Malva-Rosa. En todos ellos predominan las viviendas completas, seguidas por el alquiler de habitaciones y muy escasamente las habitaciones compartidas (Navarro y Pitarch, 2019).

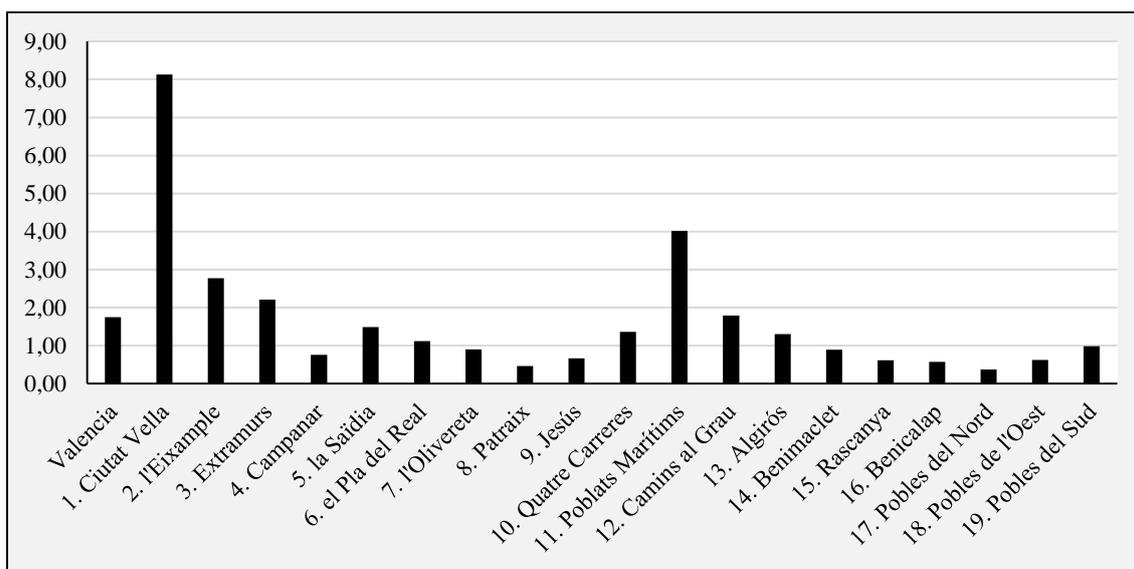
La oferta de alojamientos gestionada a través de Airbnb, aunque se distribuye por toda la ciudad (no hay ningún distrito sin plazas de este tipo, cosa que sí ocurre con las plazas hoteleras), la realidad es que se encuentra muy concentrada en los barrios más turísticos, como se ha señalado anteriormente. Es relativamente escasa en los alrededores del Palacio de Congresos y en el barrio de La Ciutat de les Arts i les Ciències, en ambos casos la oferta de camas hoteleras es muy alta y, además, la construcción de ambos atractivos turísticos vino acompañada de un desarrollo inmobiliario de enormes dimensiones y de elevada calidad (abundan las *gated communities*) que acogió familias de clase media y alta, por lo que se trata fundamentalmente de zonas residenciales. La demanda de ambos espacios es fundamentalmente de negocios. Además, la mayoría de los turistas que usan Airbnb suelen preferir precios económicos no siempre disponibles en la tipología de edificios de ambas zonas. De hecho, en estos barrios, el precio medio del alquiler vacacional está por encima del precio medio de la ciudad.

Figura 3. Total oferta Airbnb/1.000 hab. en Valencia por distritos. Febrero de 2020



Fuente: elaboración propia a partir de Airbnb (InsideAirbnb).

Figura 4. Porcentaje de pisos anunciados en Airbnb sobre el total de pisos de cada distrito de Valencia. Febrero de 2020



Fuente: elaboración propia a partir de Airbnb (InsideAirbnb).

Con el fin de ajustar mejor la interpretación, se ha calculado la oferta de Airbnb (sólo de pisos completos) cada 1.000 habitantes en los diferentes distritos de la ciudad (Figura 3). Por otra parte, para evitar el efecto del tamaño de la planta inmobiliaria de los barrios de Valencia, se ha calculado el porcentaje de la oferta de Airbnb en cada distrito sobre el total de viviendas (Figura 4). En ambos casos, cabe destacar, como se ha comentado, la concentración de la oferta en el casco histórico, tanto en términos absolutos como relativos. Se evidencia el poco peso de la oferta de habitaciones (Tabla 1), es decir, de lo que podría incluirse en el concepto de economía colaborativa (Gil, 2018). En el barrio en que esta oferta de habitaciones (no de pisos completos) es más abundante, San Francesc, distrito de Ciutat Vella, apenas llega al 2,5%, mientras que el barrio con mayor presencia

de pisos completos anunciados en Airbnb, el Mercat, este porcentaje llega hasta el 14,5% (Figura 5).

Tabla 1. Datos sobre oferta hotelera y de Airbnb por distritos de Valencia

	Total hoteles	Plazas hoteleras	Plazas hoteleras/1000 hab.	Total Oferta en Airbnb (número de anuncios no repetidos)	% del total de Airbnb sobre el total de viviendas de todo tipo
Valencia	85	16.341	20,54	7.121	1,70
1. Ciutat Vella	28	2.834	104,69	1.565	8,35
2. l'Eixample	7	1.110	26,05	701	3,08
3. Extramurs	5	305	6,27	611	2,18
4. Campanar	4	1.618	42,20	139	0,74
5. la Saïdia	0	-	-	356	1,41
6. el Pla del Real	3	867	28,39	175	1,09
7. l'Olivereta	0	-	-	153	0,59
8. Patraix	0	-	-	123	0,48
9. Jesús	0	-	-	166	0,68
10. Quatre Carreres	6	1.371	18,55	484	1,32
11. Poblats Marítims	7	806	14,43	1.201	3,86
12. Camins al Grau	15	4.775	72,96	567	1,83
13. Algirós	0	-	-	266	1,20
14. Benimaclet	1	126	4,39	138	0,82
15. Rascanya	0	-	-	148	0,62
16. Benicalap	4	1.443	30,90	122	0,55
17. Pobles del Nord	0	-	-	12	0,34
18. Pobles de l'Oest	3	907	63,04	43	0,54
19. Pobles del Sud	2	179	8,67	151	0,76

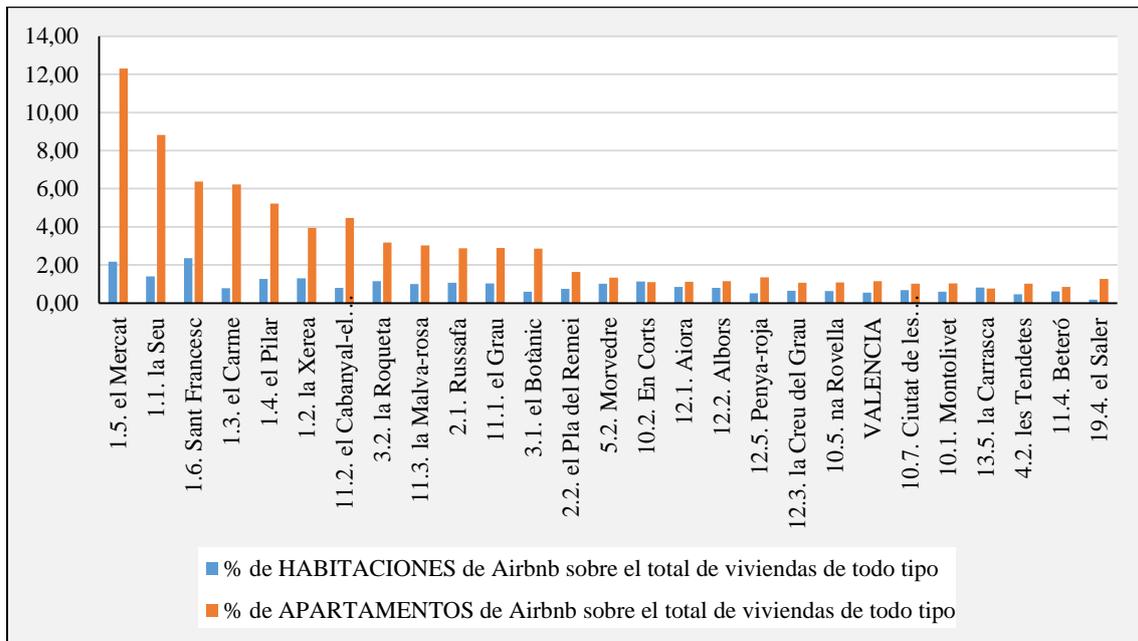
Fuente: elaboración propia a partir de datos de Ayuntamiento de Valencia e InsideAirbnb (2020). Datos de población del Padrón de 2018.

En análisis por barrios nos acerca un poco más al detalle espacial (Figuras 5, 6 y 7). Los seis primeros barrios corresponden todos a Ciutat Vella, sólo en el séptimo lugar aparece un barrio alejado del centro, el Cabanyal-Canyamelar, y en noveno lugar, la Malvarrosa, ambos en el frente marítimo, al norte del puerto de Valencia. El primero de ellos, además, barrio “de moda”, en gran parte a raíz de los movimientos vecinales que impidieron su fractura a consecuencia del plan de ampliación de la avenida Blasco Ibáñez hasta el mar, y consiguieron su declaración como Bien de Interés Cultural con categoría de conjunto histórico. Las características propias de este barrio, derivadas de una evolución histórica y urbanística singular y diferente de la ciudad de Valencia, han atraído a inversores extranjeros². La recuperación de los edificios antiguos y la cercanía al mar lo hacen

² Noticia en el periódico Las Provincias (14 de abril, 2018). “Burbuja inmobiliaria en el Cabanyal: los extranjeros compran ya el 90% de las viviendas. Los precios de venta de las plantas bajas y los pisos del barrio marinerio aumentan hasta un 50% en sólo cinco años”

especialmente atractivo. Además, es objeto de un Plan Especial para garantizar su protección (protege más de 1.200 edificios, entre otros elementos singulares) y una EDUSI, que sanciona su unicidad, lo que resulta especialmente atractivo para los visitantes y los inversores. Las asociaciones de vecinos, que ya lucharon contra la ampliación de la avenida Blasco Ibáñez, han presentado alegaciones al plan entre las que figuran el miedo a la gentrificación y sobre todo la turistificación³.

Figura 5. % de la oferta de Airbnb sobre el total de viviendas en los 20 barrios con mayor peso



Fuente: elaboración propia a partir de datos de Airbnb y Censo de Población y Viviendas, 2011.

Otro problema asociado a la oferta de Airbnb es la ilegalidad de un porcentaje de las plazas ofertadas. Aunque la ley valenciana requiere que este tipo de cesiones de uso realizadas tanto por tratamiento telemático, gestoras u operadoras sean reguladas (así se indica en los decretos de 92/2009, de 3 de julio y del Decreto 206/2010, de 3 de diciembre (De la Encarnación, 2016) se ha calculado que un 54% son viviendas sin registro de alquiler (Montera34 y Universidad de Valencia, 2019).

<https://www.lasprovincias.es/valencia-ciudad/burbuja-inmobiliaria-cabanyal-extranjeros-compradores-viviendas-20180409134940-nt.html>

Noticia en el periódico ValenciaPlaza (23 de marzo, 2019). “El Cabanyal acapara en València la compra de inmuebles por parte de inversores extranjeros”

<https://valenciaplaza.com/el-cabanyal-acapara-en-valencia-la-compra-de-inmuebles-por-parte-de-inversores-extranjeros>

³ Según se recoge en la página web de la Associació Cuidem Cabanyal-Canyamelar: <https://cabanyal-canyamelar.com/>

Figura 6. % de apartamentos Airbnb sobre viviendas totales

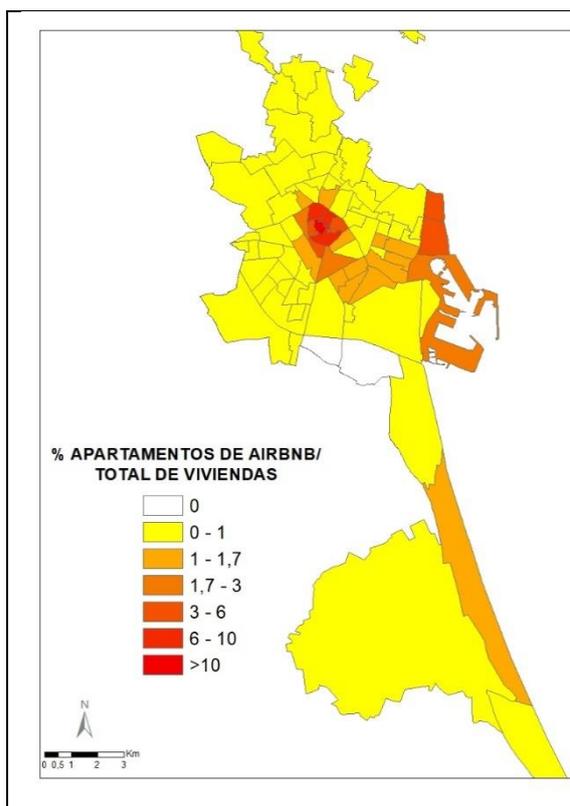
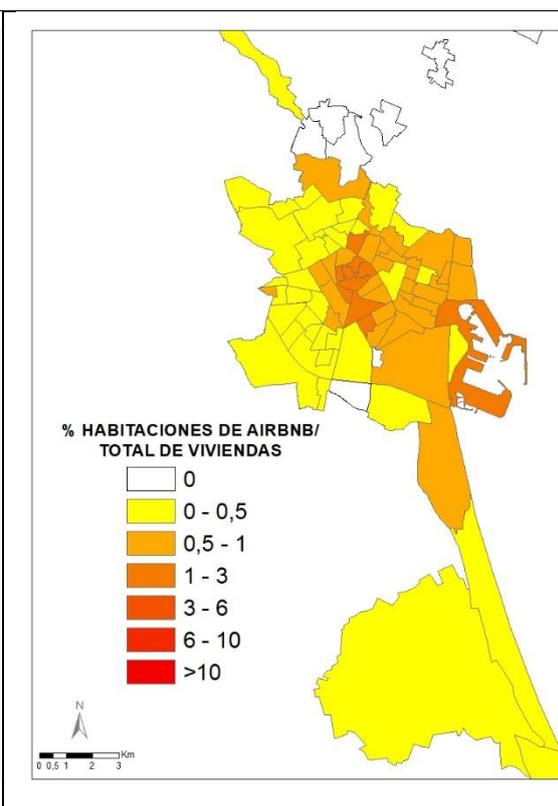


Figura 7. % de habitaciones Airbnb sobre viviendas totales



Fuente: elaboración propia a partir de datos de Airbnb (InsideAirbnb).

4.2. Cambios morfológicos en la ciudad de Valencia. Proyectos urbanísticos destacables

Las zonas que se han señalado como turísticas y que han tenido cambios más destacados en las dos últimas décadas han sido (Figura 8):

1. Los barrios limítrofes a la Ciutat de les Arts i les Ciències, en los que la adecuación del penúltimo tramo del río Turia ha mejorado su calidad e imagen. Se trata de: Penya-Roja, Na Rovella y el barrio llamado Ciutat de les Arts i les Ciències. Su crecimiento ha venido asociado a enormes edificios residenciales con diversos equipamientos privados (*gated communities*) y un desarrollo comercial y hotelero fuerte, sobre todo en Penya-Roja (Martí Font, 2017). Actualmente el barrio de Na Rovella se encuentra en plena expansión con un proyecto deportivo de importancia, como es el Casal España Arena, que ha atraído inversores inmobiliarios, tanto es así, que su crecimiento actual pudiera ir en consonancia con el crecimiento de la burbuja inmobiliaria, por lo que respecta a su tipología, edificios de diseño (Saler Homes⁴) y comunidades cerradas en lo que es una continuación de la avenida Francia (Ciudad de las Artes y las Ciencias).
2. La zona cercana en Palacio de Congresos, cuyo crecimiento es comparable a la anterior zona, se han multiplicado las viviendas tipo *gated communities* (Martí Font, 2017), también la zona comercial y en este caso la construcción del Nuevo Mestalla, que se encuentra paralizada ya más de una década.

⁴ Saler Homes vivienda de diseño y *gated communities*, consulta en: <https://www.neinorhomes.com/promocion/saler-homes>

3. También hay diversos cambios en el waterfront de la ciudad. En los barrios de Malva-Rosa y Cabanyal-El Canyameral se han desarrollado actuaciones urbanísticas en el propio paseo marítimo o en las zonas colindantes, con la instalación de locales hosteleros y de restauración que se repiten en la zona urbana de las primeras líneas de playa. Hay que señalar que el barrio del Cabanyal-Canyamelar es el único de Valencia que tiene asignado un Plan Estrategia de Desarrollo Urbano Sostenible e Integrado que abarca los barrios Cabanyal-Canyamelar-Cap de França (EDUSI 3C Valencia)⁵. Esta renovación de la trama y los edificios históricos ha generado importantes expectativas, siendo un área en la que se han instalado extranjeros procedentes de la UE con altas cualificaciones, esperando encontrar un entorno agradable, urbano y cosmopolita. Sin embargo, en los mismos barrios conviven desde hace décadas grupos de población de rentas muy bajas, en riesgo de exclusión, inmigrantes de los países del este y minorías étnicas. A pesar de ello, se trata de un barrio con una imagen positiva, vinculado a un proceso de transformación urbanística del frente marino que en la actualidad tiene equipamientos de restauración, de ocio nocturno, un espacio cultural y una zona verde muy frecuentada por los ciudadanos y visitantes.
4. Los barrios centrales son los que presentan mayor intensidad de uso cultural, tanto de manera pública como privada. Sin embargo, carecen de zonas deportivas siendo las más cercanas las del parque fluvial del río Turia. En la actualidad, se presentan varios proyectos, algunos ya ejecutados, entre los que destacan la peatonalización y transformación a espacios más verdes de la plaza de Brujas, la plaza de la Reina y la plaza del Ayuntamiento⁶, además de la finalización del Parc Central⁷ en la actual playa de vías de Renfe.

A los espacios urbanos anteriores, claramente turísticos, hay que añadir un quinto espacio: el barrio de Nazaret, al sur del puerto y de los barrios anteriormente descritos. Cabe destacar el proyecto de construcción de un gran jardín litoral que incorpora una zona verde con un terciario por decidir y un equipamiento deportivo de importancia, al tener previsto el estadio del otro equipo de fútbol de la ciudad, su ciudad deportiva y otros equipamientos de este carácter⁸, sin olvidar la localización de la ZAL del puerto, que ha originado numerosas protestas vecinales y de asociaciones ecologistas, como ‘Per l’Horta’, que en junio de 2020 interpuso un recurso de reposición contra el acuerdo de la Junta de Gobierno del Ayuntamiento de Valencia que dio licencia al proyecto de la ZAL⁹.

Queda patente cómo el urbanismo ha sido una de las herramientas más importantes para la promoción turística de las ciudades, que ha tenido como consecuencia, entre otras, el cambio en la identidad de algunos barrios de Valencia, como ha ocurrido en otras ciudades turísticas (García-Amaya et al., 2019).

Fuera de estos barrios, salvo proyectos como el Espai Rambleta y el Parque de Cabecera, los cambios experimentados son escasos, salvo la mejora de los servicios necesarios, en particular sanitarios, con la construcción del hospital Nueva Fe.

⁵ Consulta en: <http://www.valencia.es/edusi3c/>

⁶ Consulta en: <https://xn--laplaaesteua-odb.com/la-placa-valencia/>

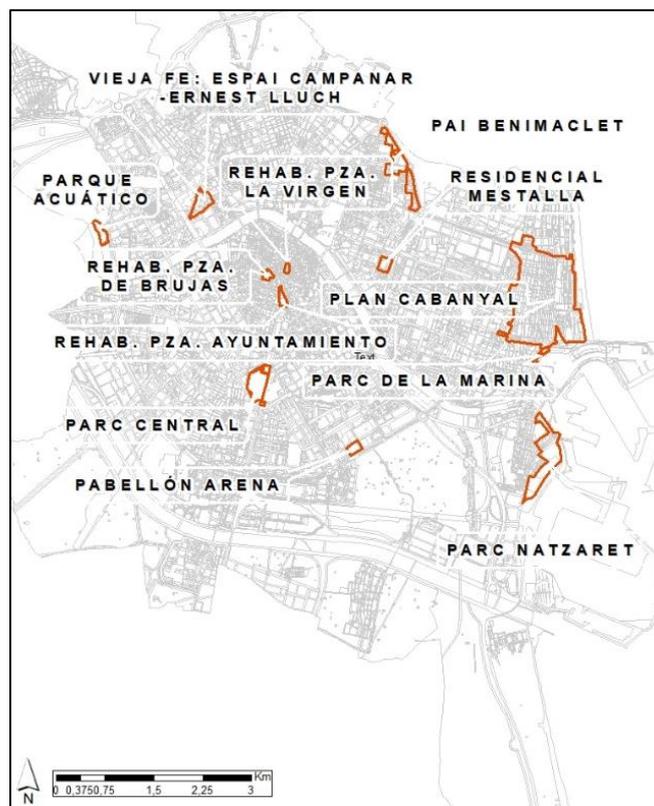
⁷ Consulta en: <https://valenciaparquecentral.es/>

⁸ Consulta en:

http://www.valencia.es/ayuntamiento/urbanismo2.nsf/vTramitacionWebv/F2808FD3A929A9C12583C400292411?OpenDocument&lang=1&nivel=5_2&Categoria=&bdorigen=ayuntamiento/urbanismo.nsf

⁹ Consulta en: <https://www.levante-emv.com/valencia/2020/06/17/asociacion-per-l-horta-recurre-11407726.html>

Figura 8. Proyectos presentes y futuros de la ciudad de Valencia



Fuente: elaboración propia a partir de consulta bibliográfica de periódicos locales y de la web de urbanismo de la ciudad de Valencia.

4.3. La oferta de recursos y equipamiento turístico en la ciudad de Valencia

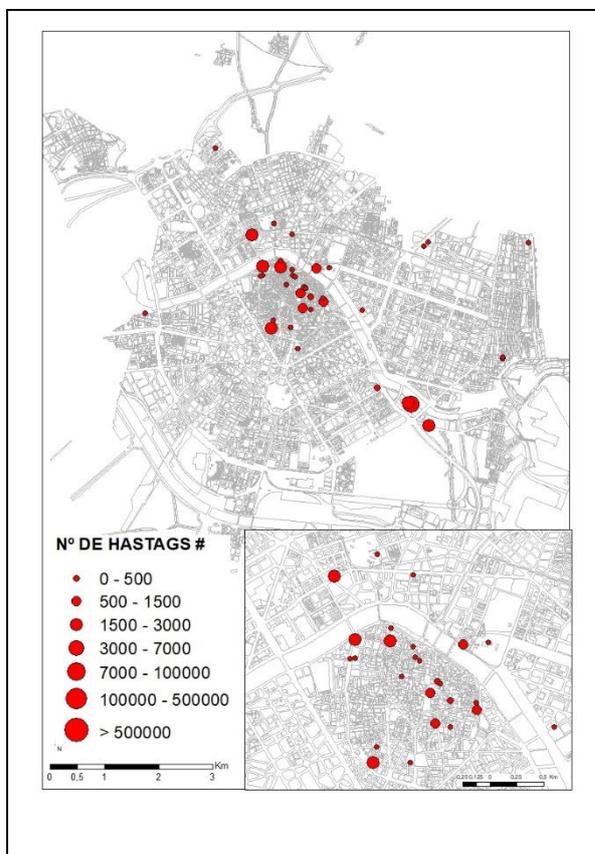
La localización de los principales atractivos turísticos explica la concentración de los visitantes, y, por tanto, la de la oferta de equipamientos y servicios a ellos dirigidos. También, como han señalado diversos estudios, los apartamentos turísticos son más abundantes en estas zonas (Paulauskaite et al., 2017; Cócola-Gant y López Gay, 2020). El caso de Valencia no es diferente.

El casco histórico de la ciudad es el espacio que concentra mayor número de atractivos, en particular los dos Patrimonios de la Humanidad: La Lonja de la Seda y la celebración cada jueves de la reunión del Tribunal de las Aguas en la puerta de la Catedral. En la página web de turismo del Ayuntamiento se ofertan 17 recursos en este espacio, entre los que se encuentran cuatro museos y un mercado. Existen, en realidad, más de 50 BICs (Bien de Interés Cultural) de la tipología Monumentos, a los que se añaden otros tantos de otras tipologías, además de los Bienes de Relevancia Local, más de cien, y el patrimonio inmaterial. De hecho, el Casco Histórico, que coincide con el distrito de Ciutat Vella, abarca cuatro barrios, es considerado el único BIC de la tipología Conjunto Histórico de la ciudad. Como se indica en la declaración de BIC: “El conjunto histórico de la ciudad de Valencia constituye el patrimonio cultural más importante de la Comunidad Valenciana, caracterizado por una morfología urbana heterogénea y con múltiples renovaciones estructurales”¹⁰. Todo ello nos da una idea de la relevancia para

¹⁰ Inventario General del Patrimonio Cultural Valenciano: <http://www.ceice.gva.es/es/web/patrimonio-cultural-y-museos/bics>

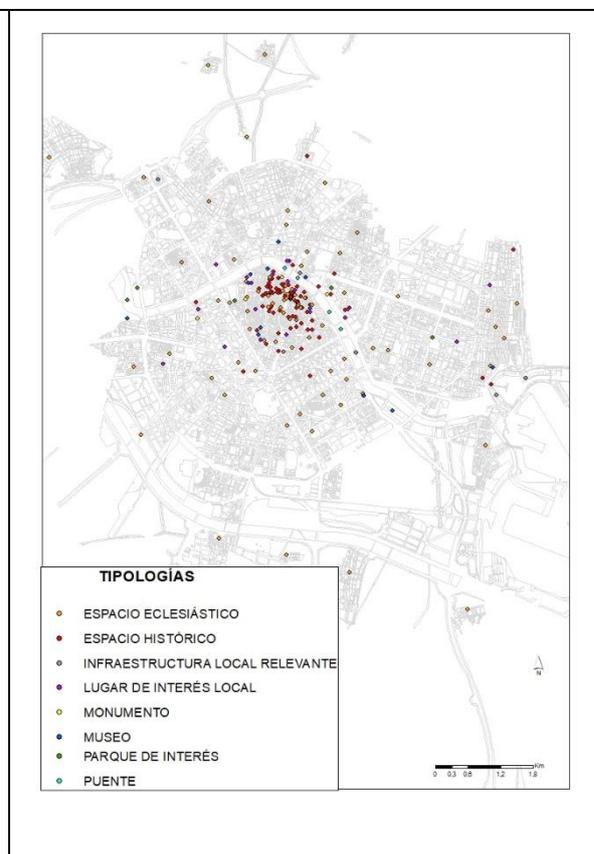
el turismo de este espacio, que supone una pequeña parte de la superficie de la ciudad, 169 hectáreas, el 1,2% del total (Figuras 9 y 10).

Figura 9. Hashtags de los museos de la ciudad a junio de 2020



Fuente: Instagram. Junio 2020.

Figura 10. Lugares de interés turístico de Valencia



Fuente: capa Monumentos-Turísticos disponible en la web del Ayuntamiento de Valencia: <https://www.valencia.es/ayuntamiento/>

En los barrios periféricos al centro también existen recursos y atractivos para los visitantes. Cabe destacar el margen litoral y la desembocadura del río Turia. A partir de las enormes inversiones en arquitectura vanguardista y de autor, el final del río experimentó una transformación espectacular entre finales de los años 80 del siglo pasado y la primera década del actual. La construcción de la Ciudad de las Artes y las Ciencias (CAC) contó con la participación de dos de los arquitectos más internacionales del momento: Félix Candela y Santiago Calatrava. Este recurso, la CAC, es el más visitado, en particular el Oceanogràfic, el acuario oceanográfico más grande de Europa con 110.000m² y 42 millones de litros de agua, aunque también cuenta con una sala de proyecciones de cine IMAX, planetario y Láser, el Hemisfèric, un museo interactivo de ciencia, el Museo de las Ciencias Príncipe Felipe, un palacio de la ópera, el Palau de les Arts Reina Sofía, y otros espacios y edificios que en conjunto han generado la imagen actual de la ciudad, atrayendo gran número de visitantes, tanto turistas como excursionistas. La Figura 9 muestra los hashtags de Instagram que los visitantes han enviado asociados a las fotografías realizadas en estos lugares turísticos. A pesar de que la recolección de esta información se realizó en época de pandemia, verano de 2020, y

aunque no podemos diferenciar entre turistas y visitantes locales, lo que resulta evidente es la importancia de los dos espacios señalados: el casco histórico y la CAC.

A esta zona se unen las playas-puerto y la Albufera. Dos espacios naturales, el primero de ellos ampliamente antropizado, y el segundo un parque natural, que son considerablemente utilizadas por la población local, pero que también complementan a los atractivos de mayor jerarquía y cuyas actividades complementarias asociadas (excursiones, visitas guiadas, etc.) han generado una creciente demanda.

El análisis de la oferta y distribución de los comercios y la hostelería en la ciudad, nos da una imagen similar a la de los recursos turísticos: existe una clara concentración de estos equipamientos, en particular en el centro histórico, pero también asociados a las transformaciones que han tenido lugar en las últimas dos décadas, en especial la CAC y el *Waterfront* (Tabla 2).

Tabla 2. Locales comerciales en la ciudad de Valencia por distrito y diferencias en los últimos 18 años

Districtos	Comercio, restaurantes, hostelería y reparaciones	Porcentaje del sector sobre el total de la ciudad	Número de locales del sector por cada 1.000 hab.	Diferencia entre 2000-2018
Valencia	34.573	100	43,45	6.957
1. Ciutat Vella	4.094	11,84	151,24	1.212
2. l'Eixample	3.766	10,89	88,37	921
3. Extramurs	2.721	7,87	55,97	439
4. Campanar	1.664	4,81	43,40	556
5. la Saïdia	1.358	3,93	28,84	141
6. el Pla del Real	1.367	3,95	44,76	398
7. l'Olivereta	1.218	3,52	25,09	134
8. Patraix	2.067	5,98	35,77	394
9. Jesús	1.433	4,14	27,23	168
10. Quatre Carreres	2.456	7,10	33,23	385
11. Poblets Marítims	1.947	5,63	34,87	212
12. Camins al Grau	2.252	6,51	34,41	836
13. Algirós	1.362	3,94	37,10	159
14. Benimaclet	1.052	3,04	36,63	242
15. Rascanya	1.309	3,79	24,44	333
16. Benicalap	1.202	3,48	25,74	382
17. Pobles del Nord	172	0,50	26,20	37
18. Pobles de l'Oest	485	1,40	33,71	188
19. Pobles del Sud	706	2,04	34,19	122
No consta	1.942	5,62	-	-302

Fuente: anuarios estadísticos entre el año 2000 y 2018 de Valencia.

Como se ha avanzado, la distribución de los locales está muy concentrada en los distritos de Ciutat Vella (4.094 locales, el 11,8% y más de 150 locales por cada 1.000 habitantes) y Eixample (3.766, el 10,8%), seguidos por Extramurs (2.721, 7,8%) y Patraix (2.067).

Las zonas turísticas señaladas, como el distrito de Quatre Carreres con 2.456 licencias, es la cuarta zona con más comercios, con el 7,1% del total de la ciudad, pero que en términos relativos pierde posición ya que supone 33 establecimientos por cada 1.000 habitantes, por detrás de Extramurs, Pla del Real o Campanar. Destaca también la zona universitaria (y de ocio nocturno), Camins al Grau y Poblets Marítims que, sobre todo en su línea costera, tiene 1.947 licencias de comercios y hostelería, el 5,6% de la ciudad, con 34,8 establecimientos por cada 1.000 habitantes, algo por debajo de la media de la ciudad (Tabla 2).

El crecimiento entre los años 2000 y 2018 se ha dado sobre todo en los barrios centrales de Ciutat Vella, con 1.212 locales más, y el Eixample, con 921 locales, seguidos de Camins al Grau con 826. Quatre Carreres y Poblets Marítims también experimentan crecimiento, pero menor, con 385 y 212 locales respectivamente.

Tabla 3. Rehabilitaciones por distrito de la ciudad de Valencia periodo 2002-2017

Distrito	REHABILITACIÓN 2002-2007		REHABILITACIÓN 2002-2008	
	Rehab. Integral	Rehab. Parcial	Rehab. Integral	Rehab. Parcial
Valencia	293	1.594	228	2.254
1. Ciutat Vella	153	274	88	404
2. l'Eixample	21	256	26	397
3. Extramurs	27	145	12	306
4. Campanar	3	21	2	54
5. la Saïdia	8	61	5	78
6. el Pla del Real	1	50	1	68
7. l'Olivereta	2	52	2	55
8. Patraix	5	48	3	83
9. Jesús	1	79	1	58
10. Quatre Carreres	2	94	3	107
11. Poblets Marítims	28	125	39	187
12. Camins al Grau	6	103	6	114
13. Algirós	1	20	1	55
14. Benimaclet	2	49	9	67
15. Rascanya	2	92	2	50
16. Benicalap	0	59	1	58
17. Pobles del Nord	17	14	12	17
18. Pobles de l'Oest	6	22	9	19
19. Pobles del Sud	8	30	6	77

Fuente: anuarios estadísticos de Valencia entre el 2002 y 2018.

En conclusión, las zonas más dinámicas de la ciudad son también aquellas dónde se concentra el turismo y donde se han desarrollado los principales proyectos urbanísticos. La oferta de alojamiento turístico se ha adaptado también a esta estructura: es más abundante en los barrios en los que se localizan no sólo los recursos o atractivos, sino también el equipamiento turístico, lo cual hace pensar en una cierta polarización, y, con ella, saturación y desplazamiento de residentes como ha ocurrido en otras ciudades. Sin

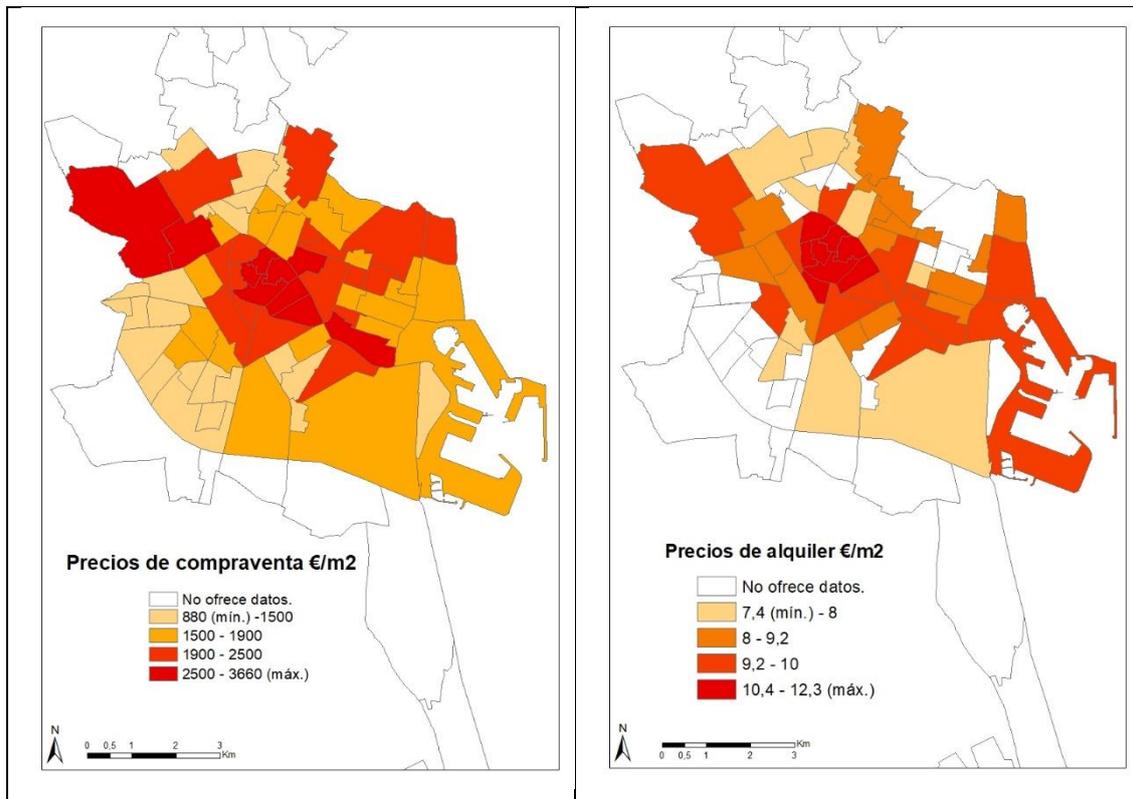
embargo, en los tres distritos que concentran el grueso de anuncios de Airbnb se da también una alta petición de licencias tanto de rehabilitación integral como de rehabilitación parcial de las viviendas (Tabla 3). Aunque no es posible distinguir si se dedican o no al alquiler vacacional, sí parece probable que exista una relación directa. Lo que evidencia, sin duda, es una renovación del parque de viviendas que coincide con el incremento de los anuncios en Airbnb. A continuación, analizamos brevemente el mercado inmobiliario con el fin de aproximarnos a un posible efecto del incremento de la oferta de Airbnb sobre el precio del alquiler en los distintos barrios de la ciudad.

4.4. La oferta inmobiliaria en la ciudad de Valencia

Uno de los aspectos más negativos, si no el que más, de la proliferación de los apartamentos turísticos es el efecto que tienen sobre el precio de la vivienda, en particular el precio del alquiler. Para acercarnos a esta posible realidad en la ciudad de Valencia hemos utilizado la información procedente de una de las plataformas virtuales de venta y alquiler de pisos más importantes, Idealista, que, además realiza informes sobre el precio medio de las viviendas en las distintas ciudades españolas y facilita los resultados a través de su web. Estos mismos resultados también están disponibles en la Oficina de Estadística del Ayuntamiento de Valencia.

Figura 11. Precio de la vivienda en compraventa por barrios en Valencia (Febrero 2020)

Figura 12. Precio de la vivienda en alquiler por barrios en Valencia (Febrero 2020)



Fuente: elaboración propia a partir de Idealista.com (Febrero de 2020).

A partir de esta información, se puede constatar que los distritos de Ciutat Vella, el Eixample y Pla del Real son los que presentan un mayor precio de la vivienda. Sin

embargo, a nivel de barrio es posible detectar algunas diferencias, en especial si nos centramos en el precio del alquiler (Figuras 11 y 12).

En febrero de 2020, justo antes de la pandemia de la Covid-19, los barrios con un mayor precio del alquiler son los del Mercat y el Pla el Remei, ambos en el distrito de Ciutat Vella. Les siguen La Xerea, El Pilar, La Seu y El Carmen. Todos ellos en el centro de la ciudad, de hecho, en la parte más antigua, en la que se localizan un elevado número de apartamentos turísticos, equipamientos (restauración, hostelería) y recursos. Les siguen San Francesc, la zona más nueva de Ciutat Vella, y los barrios de la primera periferia, como La Roqueta, Gran Vía y Russafa. La zona de Ciutat de les Arts i de les Ciències ocupa también uno de los primeros puestos en cuanto a precio del alquiler, por encima de 10 euros el m². Se ha calculado la correlación¹¹ entre el precio del alquiler y el porcentaje de oferta anunciada en Airbnb total por barrios. El resultado es 0,77, una correlación bastante elevada, que, aunque no indica causa y consecuencia, sí que señala una relación entre ambos fenómenos. La correlación entre el precio de venta y la oferta de Airbnb es algo menor, 0,51, lo que significa que el precio del alquiler se ve más afectado que el de compra-venta, lo cual parece lógico dado que es el mismo mercado. Cabe destacar que el cálculo de las mismas correlaciones entre los barrios de cada distrito arroja resultados desiguales, como es el caso de Poblats Marítims, que incluye el barrio del Cabanyal-Canyamel, con una correlación de 0,73 en el caso del alquiler y 0,76 en el caso del precio de venta, ambos resultados elevados y muy similares, mientras que en el caso de Ciutat Vella, la correlación es de 0,47 en el caso del alquiler y más baja, 0,34 en el caso del precio de venta, o en el caso del distrito de la Saïdia, muy cercano al centro, pero en el margen izquierdo del río, con resultados dispares: 0,86 para el alquiler, lo que indica una relación muy elevada, y 0,45 en el caso del precio de venta. Ello indica que las diferencias entre barrios son importantes, pero que, en cualquier caso, la relación entre ambos tipos de alquiler, el tradicional y el turístico, es evidente.

A ello hay que añadir que la mayoría de estos barrios alcanzan su máximo histórico, tanto en precio de venta como de alquiler, precisamente entre 2019 y 2020, fechas en las que el crecimiento de la oferta de alojamiento turístico ha llegado a su máximo. No hay duda que esa situación tendría alguna repercusión en la vida de los residentes. Vemos a continuación si esto ocurre.

4.5. La opinión de los residentes en los barrios turísticos

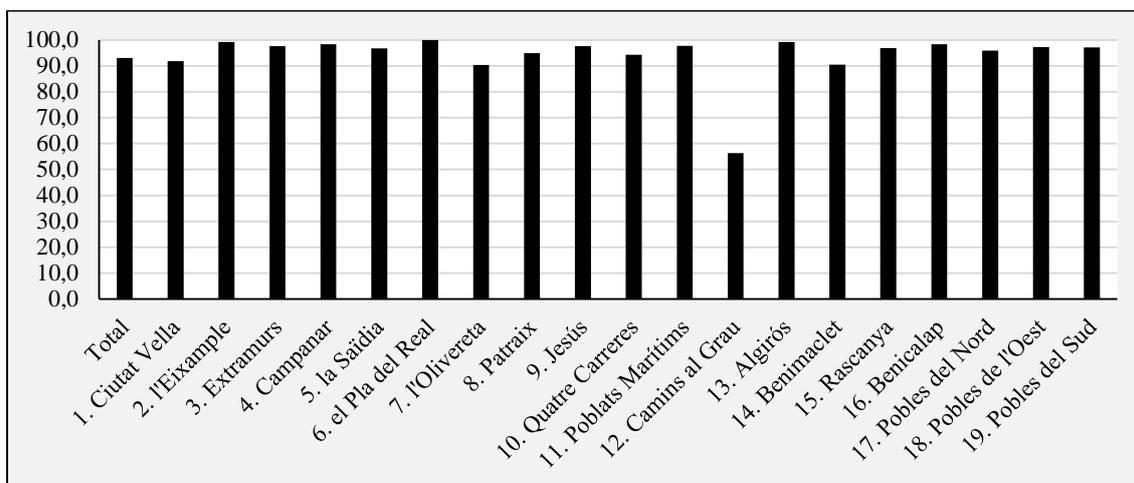
Por último, se ha acudido al barómetro municipal para conocer la opinión ciudadana sobre el turismo, tanto a nivel global como por distrito. Se han utilizado los observatorios de marzo de 2020, diciembre de 2019 y, sobre todo, noviembre de 2018, cuyo tema era el turismo.

En el barómetro de 2018 se preguntaron cuestiones sobre la percepción del turismo por parte de la población local. Algunas respuestas son muy homogéneas en todos los distritos, como por ejemplo la cuestión general sobre la cantidad de turismo en la ciudad (Figura 13). En todos los distritos, excepto en uno, las respuestas “mucho” y “bastante” suman más del 90%. Sin embargo, cuando la pregunta se centra en el barrio de residencia, las respuestas difieren claramente (Figura 14). Mientras la respuesta afirmativa supone

¹¹ La ecuación para el coeficiente de correlación es:
$$Correl(X, Y) = \frac{\sum (x - \bar{x})(y - \bar{y})}{\sqrt{\sum (x - \bar{x})^2 \sum (y - \bar{y})^2}}$$
 donde \bar{x} e \bar{y} son las medias de muestra PROMEDIO (matriz1) y PROMEDIO (matriz2).

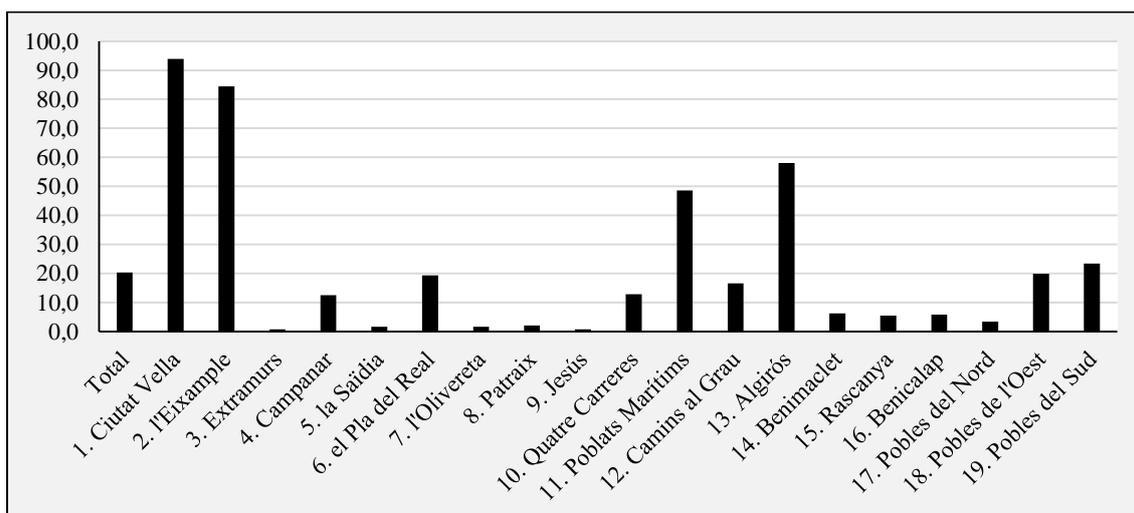
sólo un 5,2% del total de respuestas, en el distrito de Ciutat Vella este porcentaje asciende a casi el 25%. En Algirós supone un 20% y en L’Eixample un 18,6%. Los distritos del frente marítimo, Poblats Marítims y Poblats del Sud, presentan también porcentajes elevados, al menos por encima de la media, de respuestas afirmativas. Se trata de barrios muy visitados, en los que, además, se concentra una buena parte del equipamiento turístico y en los que los turistas son muy visibles, mucho más que, por ejemplo, en el distrito de Quatre Carreres, en el que se localiza el barrio de La CAC, donde el turista, al acudir a espacios muy concretos, es proporcionalmente menos visible. En general, la población encuestada opina que el turismo es beneficioso para la ciudad (92,5%).

Figura 13. Porcentaje de respuestas “mucho” y “bastante” a la pregunta: ¿Usted cree que en la ciudad de Valencia hay mucho, bastante, poco o ningún turismo?



Fuente: barómetro municipal de la ciudad de Valencia. Noviembre 2018.

Figura 14. Porcentaje de respuestas “mucho” y “bastante” a la pregunta: ¿Usted cree que en su barrio hay mucho, bastante, poco o ningún turismo?



Fuente: barómetro municipal de la ciudad de Valencia. Noviembre 2018.

En cuanto a los problemas que genera el turismo, la población encuestada presenta diferencias según el distrito de residencia. Respecto a la afirmación que el turismo

aumenta los precios del alquiler, el 63% de los encuestados están de acuerdo o muy de acuerdo con ella. Por distritos, son Pobles de l'Oest, Jesús y Campanar los que acumulan los porcentajes más elevados de encuestados con esta opinión, mientras que, Ciutat Vella presenta el porcentaje más bajo, menos del 14%. Pobllats Marítims, sin embargo, sí presenta un porcentaje de respuestas afirmativas superior a la media de la ciudad (Tabla 4).

Tabla 4. Opinión de los residentes según distrito de residencia en la ciudad de Valencia

	Contestan "Muy de acuerdo" y "de acuerdo" con que los pisos turísticos suben el precio del alquiler	Sabe que hay uno o más de un piso turístico en su edificio. Respuesta: Sí
Valencia	63,1	8,0
1. Ciutat Vella	13,9	52,9
2. l'Eixample	55,1	19,5
3. Extramurs	24,0	6,5
4. Campanar	84,0	3,7
5. la Saïdia	45,2	12,8
6. el Pla del Real	64,0	2,6
7. l'Olivereta	76,9	6,4
8. Patraix	77,6	3,7
9. Jesús	85,1	0,8
10. Quatre Carreres	57,1	4,2
11. Pobllats Marítims	70,2	8,7
12. Camins al Grau	50,9	11,3
13. Algirós	69,4	10,1
14. Benimaclet	54,9	3,6
15. Rascanya	75,6	1,5
16. Benicalap	82,3	1,7
17. Pobles del Nord	74,0	0,0
18. Pobles de l'Oest	96,2	2,8
19. Pobles del Sud	52,7	4,8

Fuente: barómetro de la ciudad de Valencia.

Sorprende el porcentaje de respuestas afirmativas a la pregunta sobre si hay uno o más pisos turísticos en su edificio. El 8% de los encuestados contestaron que sí, en especial en Ciutat Vella y en L'Eixample, donde esta cifra asciende al 52,9% y al 19,5% respectivamente. Otros distritos, como Camins al Grau, Algirós y Pobllats Maritims, presentan también elevados porcentajes de encuestados que viven en un edificio con algún piso turístico.

5. DISCUSIÓN

El análisis de la oferta de apartamentos turísticos y su impacto en la vida de la ciudad de Valencia nos señala que aún no se ha llegado a los niveles de saturación existentes en otras ciudades del mundo.

La oferta de Airbnb genera impactos diferentes según su tipología. Como señala Gil (2020), se trata de un “equilibrio problemático” ya que, cuando la oferta es controlada por profesionales e inversores, el beneficio económico no necesariamente permanece en la ciudad o barrio, y, además, la actividad turística, en su forma de alojamiento, sustituye el uso residencial, lo que supone, además, presión sobre el precio de los alquileres, molestias y desafección por parte de los residentes.

Las plataformas digitales argumentan que los pisos en alquiler vacacional antes eran viviendas vacías o segundas residencias. El informe de Gil (2020) indica que de las 4.900 viviendas completas anunciadas en Airbnb, 2.700 habrían cambiado de uso, del residencial al turístico. La causa fundamental del cambio es el incremento de la renta, que supone entre 500 y 1.200 euros más al mes al pasar a alquiler vacacional. El centro histórico es el distrito con el precio de alquiler residencial más elevado de la ciudad, y ello sólo se explica por el turismo.

La normativa urbanística del ayuntamiento de Valencia indica que las viviendas turísticas sólo pueden localizarse en las plantas inferiores de los edificios con uso residencial. El Plan Espacial de Ciudad Vella (PEP) restringe aún más el uso tanto de vivienda turística como hoteles.

Son varios los informes sobre apartamentos turísticos en Valencia que se han centrado en diversos temas, fundamentalmente en su valoración como economía colaborativa (tipo de anuncios, host, anfitriones, etc.). En nuestro caso hemos querido centrarnos en el modelo territorial dentro de la ciudad.

La oferta de Airbnb es considerada P2P, es decir, economía colaborativa basada en relaciones e intercambios de particular a particular, entre iguales. A estos usuarios se les aplica el régimen jurídico civil y “no están obligados a cumplir la normativa de protección de consumidores y usuarios” (Gil, 2020, p. 55). Por eso el término “compartir” se utiliza, en muchas ocasiones, como una forma de promoción y para ocultar prácticas empresariales que pueden estar vulnerando los derechos fundamentales.

Otro término utilizado para incluir la oferta de Airbnb es el de “capitalismo de plataforma”, concepto más adecuado y que supone una nueva forma de extender la lógica neoliberal hacia muchos ámbitos. Como indican Schor y Attwood-Charles (2017), sería una forma de transferir los medios de producción a los trabajadores, sin que ellos controlen las relaciones de producción. A ello hay que añadir que, como se ha demostrado, un elevado porcentaje de la oferta no se corresponde con bienes infrautilizados, con los que el propietario de la vivienda obtendría un ingreso extra, sino que se trata de viviendas que pasan del alquiler residencial de larga duración al de turismo, con las expectativas de conseguir unas mayores rentas. Además, se gestionan a través de firmas comerciales de grandes dimensiones como es Airbnb, entre otras (Méndez, 2015). Esta forma de negocio genera unos impactos negativos con efectos claros sobre el espacio urbano: sustitución de viviendas residenciales por pisos para turistas, aumento de los precios del alquiler en el barrio o distrito, expulsión de la población más vulnerable que no puede asumir el aumento de los alquileres, problemas de convivencia, etc. (Gil, 2020). Sin embargo, una parte de la oferta de Airbnb sí responde a la filosofía colaborativa, y,

aunque es difícil de diferenciar, podría pensarse que la oferta de habitaciones y la oferta de pisos o apartamentos por parte de un solo proveedor sería el máximo número de oferta “colaborativa”, lo que parece claro es que la proliferación de la oferta y gestión de pisos turísticos es una parte más del mercado de alojamiento, aunque no juegue con las mismas reglas legales.

Desde el punto de vista territorial o de la geografía, este tipo de prácticas afectan a cuestiones como el sentido del lugar, la transescalaridad o los significados de proximidad (Méndez, 2015). El primero de ellos tiene que ver con la construcción social del espacio habitado, que puede ser causa de conflicto o, al contrario, de colaboración y consolidación de redes de confianza. Dado que estas últimas son la base de una mejor calidad de vida y que los lugares están interconectados en un mundo global, el turismo resulta uno de los elementos clave, por lo inevitable del movimiento humano, incluso en tiempos de pandemia como por el incremento espectacular que han experimentado las distintas ofertas de economía colaborativa dirigidas a estos clientes, entre las que destacan la oferta de alojamiento siendo la más popular Airbnb.

Se produce la paradoja de ser una oferta local, estrechamente ligada al territorio, a los barrios, gestionada a través de una plataforma web global, que se aleja de la confianza y de las redes locales para generar un espacio virtual global, incluyendo todo tipo de oferta, tanto realmente colaborativa como puramente capitalista, y acercándola a todo tipo de turistas, desde los más interesados en conseguir precios baratos a los que desean experimentar la autenticidad de la cultura y la sociedad local.

Su localización en el tejido urbano ya es indicativa de unas prácticas mixtas, pero mayoritariamente capitalistas. Es también el caso de Valencia, como otras ciudades del mundo con presencia de oferta anunciada en Airbnb. Existe una mayor densidad de la oferta en los espacios más turísticos, en el centro histórico y el frente marino, distritos y barrios en los que se concentran los atractivos turísticos, algunos de ellos con zonas especialmente vulnerables, que han experimentado en el último decenio un aumento de la oferta de alojamiento turístico no regulado en paralelo al crecimiento de los alquileres y precios de venta (caso de los barrios de El Carmen, El Cabanyal, Russafa). Al mismo tiempo, las reformas urbanas y los planes de rehabilitación han generado, y lo sigue haciendo, nuevas identidades y han puesto de moda determinados enclaves dentro de la ciudad, que, a su vez, promueven la presencia de pisos vacacionales y parecen estar consolidando procesos de gentrificación (García-Amaya et al., 2019). Dichos procesos se nutren de otros elementos como la atracción de grupos poblacionales con mayores ingresos, incluso extranjeros, hacia espacios que, en su origen, presentaban un perfil social muy diferente.

A partir del trabajo realizado, se puede indicar que la oferta de Airbnb, pese a localizarse en toda la ciudad, tiene preferencia por barrios turísticos, donde el urbanismo, tanto de nuevas morfologías, como cambios de usos y rehabilitaciones, se han ido sucediendo de forma paralela en pro de una ciudad con proyección internacional, al menos en lo que a imagen se refiere. Además, estos ítems se han ido añadiendo en gran parte sobre la Valencia histórica, tanto en su centro como en su frente marítimo. Estos lugares ya eran los preferidos por los alojamientos tradicionales y donde la hostelería presenta mayor número de locales. Analizando los futuros proyectos urbanísticos, se ha comprobado que hay un interés claro por hacer una ciudad más verde, en particular en estos barrios históricos con gran atractivo turístico, lo que da una idea de la presión a la que son sometidos estos espacios que, además, albergan gran parte del ocio nocturno local.

El problema de la vivienda ya es palpable en algunos barrios, tanto en términos cuantitativos como en la percepción de los vecinos y vecinas donde Airbnb presenta su mayor oferta. Se trata de barrios donde el asociacionismo es más relevante y la sociedad civil se ha organizado contra la turistificación de los mismos. Asociaciones como por ejemplo ‘Amics del Carme’¹², ‘Russafa veïnal’¹³, ‘Cuidem el Cabanyal’ y las uniones de asociaciones ‘Valencia no està en venda’¹⁴ y ‘Entre barris’¹⁵, entre otros, han desarrollado múltiples iniciativas para impedir la ocupación de los edificios por parte de los pisos turísticos y, al mismo tiempo, para mantener la personalidad de los barrios.

Así pues, el caso de la ciudad de Valencia presenta unas claras similitudes con lo ocurrido en otras ciudades en las que Airbnb tiene una presencia creciente desde hace más de diez años. Por ello, es importante aprender de los otros y actuar con previsión para evitar el colapso, la masificación y los conflictos. Las iniciativas ciudadanas en Valencia, a través de las asociaciones, ya llevan varios años trabajando en la línea de mantener los barrios vivos y para sus ciudadanos, mediante la incidencia política a nivel local (Del Romero, 2018).

6. CONCLUSIONES

Como conclusión, cabe recordar que Airbnb es sólo una plataforma online. Su poder es que ha facilitado, comenzando como economía colaborativa, la puesta en el mercado, sin casi control, pisos y habitaciones para estancias cortas. Esto se relaciona con el turismo, pero no sólo, también con otro tipo de demanda. No se puede negar que el crecimiento del turismo ha sido la principal causa del aumento de la demanda de este tipo de alojamiento. Se ha dado la confluencia de diferentes procesos que han llevado al aumento extraordinario de la oferta extra-hotelera, con consecuencias no esperadas, sobre todo a nivel local.

En este sentido, Valencia es una ciudad con una creciente presencia de este tipo de alojamientos, pero aún no parece haber llegado a su punto de saturación. El porcentaje de viviendas anunciadas (completas o habitaciones) en Airbnb sobre el total de viviendas de uso residencial en la ciudad es del 1,7%, esta cifra es del 1,2% si sólo consideramos los apartamentos completos. Ello nos indica, por una parte, el enorme peso de la oferta de pisos, lo que nos hace pensar en una forma de economía tradicional, de alquiler, aunque de corta duración. En algunos espacios, las cifras anteriores aumentan considerablemente, como es el caso de los barrios del distrito de Ciutat Vella, en todos los casos por encima del 5%, a los que se une el Cabanyal-Canyamelar con cifras similares. En términos absolutos, sin embargo, es decir, en número total real de alojamientos de corta duración (tanto apartamentos como habitaciones), destacan también otros espacios, como son los barrios de Russafa, con el 7,7% de la oferta de toda la ciudad, y el barrio de la Malva-Rosa, con el 3,7%. Es decir, la oferta de pisos vacacionales o de alquiler de corta duración se concentra en unos pocos espacios, que, además, son especialmente turísticos. En estos barrios, se ha detectado también un precio de alquiler medio elevado, por encima de la media de la ciudad, así como otros fenómenos como la llegada de residentes extranjeros, sobre todo de la Unión Europea, lo que muestra un cierto proceso de gentrificación en

¹² Amics del Carme, web oficial: <https://amicsdelcarme.com/>

¹³ Russafa Veïnal, red social: <https://twitter.com/russafaveinal?lang=es>

¹⁴ València no està en venda, web oficial: <http://www.valencianoestaenvenda.org/>

¹⁵ Entre Barris, web oficial: <https://entrebarris.org/>

estas zonas, en parte vinculado al desarrollo del turismo, aunque serán necesarios estudios en mayor profundidad para poder afirmar dicha aseveración.

En definitiva, cabe señalar la importancia de un control de este proceso de crecimiento de los pisos turísticos para evitar conflictos con los vecinos y con el sector, de los cuales ya existen algunos indicios (Figura 15).

Figura 15. Carteles contra los apartamentos turísticos y la gentrificación en balcones de Ciutat Vella



Fuente: elaboración propia.

7. ORIENTACIONES FUTURAS

La investigación que se muestra aquí plantea varias preguntas, que pueden proporcionar vías fructíferas para futuras investigaciones. Entre ellas cabe destacar las cuestiones relativas a la naturaleza de los impactos (positivos o negativos), diferenciando entre la oferta vinculada a la economía colaborativa y la que no lo es, fundamentalmente en términos de gentrificación negativa y desplazamiento de la población y los negocios más tradicionales. Asimismo, es necesario preguntarse por el impacto en la oferta de alojamiento turístico que va a tener la pandemia del Covid-19 en las ciudades turísticas, entre las que se encuentra Valencia, y, en particular, su impacto a nivel de barrio y su dimensión. Ya se apunta la idea de que una parte de la oferta de Airbnb ha pasado al mercado del alquiler tradicional (Kruithof y Sánchez, 2020), lo cual puede tener consecuencias en el precio de los alquileres y en la recuperación de determinada parte de la población que anteriormente no podía acceder a esos pisos, en particular los jóvenes. Por otra parte, también será de interés investigar en el impacto de las economías colaborativas en los nuevos servicios de hostelería, las nuevas generaciones de empleados del sector y los nuevos turistas (jóvenes y mayores) que están adoptando la economía participativa como parte de su sistema de toma de decisiones. Por último, debe abordarse el tema de los marcos reglamentarios y directrices por parte de los principales destinos turísticos para que la economía colaborativa funcione dentro de un marco de igualdad con

las formas más tradicionales de prestación de servicios turístico, fundamentalmente los vinculados al llamado turismo inteligente.

Como queda patente, este es un campo abierto, con numerosas cuestiones aún por resolver, en el que la Geografía aún puede aportar ideas de utilidad para la sociedad y para la construcción del conocimiento científico sobre los procesos urbanos ligados al desarrollo turístico, la gentrificación y la construcción de espacios de convivencia más equitativos y justos.

8. REFERENCIAS

- Almeida-Santana, A., y Moreno-Gil, S. (2017). New trends in information search and their influence on destination loyalty: digital destinations and relationship marketing, *Journal of Destination Marketing and Management*, 6(2), 150-161. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jdmm.2017.02.003>
- Amore, A., de Bernardi, C., y Arvanitis, P. (2020). The impacts of Airbnb in Athens, Lisbon and Milan: a rent gap theory perspective. *Current Issues in Tourism*, 1-14. <https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1742674>
- Andreu, L., Bigne, E., Amaro, S., y Palomo, J. (2020). Airbnb research: an analysis in tourism and hospitality journals. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, (14), 2-20. <https://doi.org/10.1108/IJCTHR-06-2019-0113>
- Aranda, J. L., y Figuls, J. (18 de marzo de 2020). *Los alquileres turísticos se pasan al alquiler tradicional por el coronavirus*. Elpaís.es. Recuperado de: <https://elpais.com/economia/2020-03-17/los-alquileres-turisticos-se-pasan-al-alquiler-tradicional-por-el-coronavirus.html>
- Arias, A. (2018). Turisme i gentrificació: apunts des de Barcelona. *Papers*, (60), 131-139. <https://iermb.uab.cat/wp-content/uploads/2018/06/60-10-1.pdf>
- Bauman, Z. (2010). *Mundo Consumo*. Madrid: Ed. Paidós Contextos. Espasa Libros SLU.
- Bigné, E., Font, X., y Andreu, L. (2000). *Marketing de destinos turísticos. Análisis y estrategias de desarrollo*. Madrid: ESIC Editorial.
- Blanco, I. (2018). ¿Es posible el cambio radical? Lecciones tras dos años de gobierno de Barcelona en Comú. En A. Ibarra Güell, P., Martí i Puig, S., Cortina-Oriol, M., y Sribman (eds.), *Nuevos movimientos sociales. De la calle a los ayuntamientos* (pp. 141-148). Barcelona: ICARIA.
- 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), 9841. <https://doi.org/10.3390/su12239841>
- Campos-Sánchez, F. S., y Chillón, P. (2020). Spatial patterns of tourist accommodation location through complementary and integrated analyses: GIS, space syntax and web-scraping. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, (84) 2807, 1-35. <https://doi.org/10.21138/bage.2807>
- Cañada, E., y Conde, C. I. (2021). *Precariedad laboral y viviendas de uso turístico. Alertas para una reactivación pospandemia*. Barcelona: Alba Sud Editorial, Informes en Contraste, 16. Recuperado en: <http://www.albasud.org/publ/docs/101.pdf>

- Coca-Stefaniak, J. A., y Seisdodos, G. (2020). Smart urban tourism destinations at a crossroads – being ‘smart’ and urban are no longer enough, En: A. M. Morrison y J. A. Coca-Stefaniak (eds.), *The Routledge Handbook of Tourism Cities*, (pp. 45-59), London: Routledge <https://doi.org/10.4324/9780429244605-24>
- Cócola, A. (2016). *Apartamentos turísticos, hoteles y desplazamiento de población*. Recuperado de: https://agustincocolagant.net/wp-content/uploads/2016/02/Informe_gotic_final.pdf
- Cócola, A., y López Gay, A. (2020). Transnational gentrification, tourism and the formation of 'foreign only' enclaves in Barcelona. *Urban Studies*, 57(15), 3025-3043 <https://doi.org/10.1177/0042098020916111>
- Cucó, J. (2013). Poniendo a Valencia en el mapa global. Políticas, desarrollos urbanos y narrativas sobre la ciudad. En J. Cucó Giner (eds.), *Metamorfosis Urbanas. Ciudades españolas en la dinámica global*, (pp. 157-180). Barcelona: ICARIA
- De la Encarnación, A. M. (2016). El alojamiento colaborativo: Viviendas de uso turístico y plataformas virtuales. *Revista de Estudios de la Administración Local y Autonómica* (5), 30-55. <https://doi.org/10.24965/reala.v0i5.10350>
- Del Romero, L. (2018). Touristification, Sharing Economies and the New Geography of *Urban Conflicts*. *Urban Science*, 2(4), 104. <https://doi.org/10.3390/urbansci2040104>
- Duatis, J., Buhigas, M., y Cruz, H. (2016). *Impacte del lloguer vacacional en el mercat de lloguer residencial de Barcelona*. Pla Estratègic de Turisme de Barcelona 2020. Barcelona: Ajuntament de Barcelona.
- Egresi, I. (2018). «Tourists go home!» - Tourism overcrowding and «tourismophobia» En L. Pedata, E. Porfido, y L. Rossi (eds.), *European cities (Can tourists and residents still co-habitate in the city?)*. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/327883652_Tourists_go_home_-_Tourism_overcrowding_and_tourismophobia_in_European_cities_Can_tourists_and_residents_still_co-habitate_in_the_city.
- Ert, E., Fleischer, A., y Magen, N. (2016). Trust and reputation in the sharing economy: The role of personal photos in Airbnb. *Tourism Management*, (55), 62-73. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.01.013>
- Füller, H., y Michel, B. (2014). ‘Stop being a tourist!’ New dynamics of urban tourism in Berlin-Kreuzberg. *International Journal of Urban and Regional Research*, 38(4), 1304-1318. <https://doi.org/10.1111/1468-2427.12124>
- García Domene, E. (2016). ¿Una nueva etapa para el turismo en Valencia? En Boira, J. (ed.) *Turismo y ciudad. Reflexiones en torno a Valencia*, (pp. 27-40). Valencia: Universitat de Valencia.
- García-Amaya, A. M., Temes-Cordovez, R. R., Simancas-Cruz, M. R., y Peñarrubia-Zaragoza, M. P. (2019). Urban development and evolution of Valencian seaside destinations. *Anatolia*, 30(2), 177-188. <https://doi.org/10.1080/13032917.2018.1519174>
- Generalitat Valenciana. (2021). *Decret 10/2021, de 22 de gener, del Consell, d’aprovació del Reglament regulador de l’al·lotjament turístic a la Comunitat Valenciana [2021/999]*. DOGV, 16282-16293. Recuperado de: http://www.dogv.gva.es/datos/2018/06/07/pdf/2018_5565.pdf

- Gil, J. (2018). ¿Qué son las economías colaborativas? *Papeles de relaciones ecosociales y cambio global*, (141), 49-62. Recuperado de: <https://www.fuhem.es/wp-content/uploads/2018/12/Que-son-las-economias-colaborativas-JGil.pdf>
- Gil, J. (2020a). Turistificación, rentas inmobiliarias y acumulación de capital a través de Airbnb. El caso de Valencia. *Cuadernos Geográficos*, 60 (1), 95-117. <https://doi.org/10.30827/cuadgeo.v60i1.13916>
- Gil, J. (2020b). El fenómeno Airbnb en Valencia. *Papers de la Càtedra d'Economia Col.laborativa i Transformació Valencia: Digital/2*, Universitat de Valencia. Recuperado de: https://www.uv.es/ceconomiacol/Airbnb/INFORME_Airbnb.pdf.
- Gotham, K. F. (2005). Tourism gentrification: The case of New Orleans' Vieux Carre (French Quarter). *Urban studies*, 42(7), 1099-1121. <https://doi.org/10.1080/00420980500120881>
- Gutiérrez, J., García-Palomares, J. C., Romanillos, G., y Salas-Olmedo, M. H. (2017). The eruption of Airbnb in tourist cities: Comparing spatial patterns of hotels and peer-to-peer accommodation in Barcelona. *Tourism Management*, (62), 278-291. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.05.003>
- Hiernaux, D., y González, C. I. (2014). Turismo y gentrificación: pistas teóricas sobre una articulación. *Revista de Geografía Norte Grande*, (58), 55-70. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5784344.pdf> (23/11/2020).
- HOSBEC (2018). *Hosbec considera injustificada la posición de las autoridades de Competencia sobre la «hotelización» de las viviendas*. Recuperado de: <https://www.hosbec.com/web/index.html#/news/HOSBEC/GENERALES/54a2010d65311cd00165331c329a000b>
- Klein, N. (2001). *No Logo*. Barcelona: Paidós Ibérica SA.
- Kruithof, A. (2020). *Aproximaciones a la regulación del alquiler turístico pospandemia Valencia: Universitat de Valencia*. Recuperado de: https://www.uv.es/ceconomiacol/AirbnbCovid/medidas_poscovid.pdf
- Kruithof, A. y Sánchez, J. M. (2020). Alquiler turístico y crisis sanitaria en Valencia. *Documents de la Càtedra d'Economia Col.laborativa i Transformació Valencia: Digital/1*, Universitat de Valencia. Recuperado de: <https://www.uv.es/ceconomiacol/AirbnbCovid/InformeAirbnbcovidCastellano.pdf>
- Levante EMV (9 de abril de 2008). *La alcaldesa anuncia que pondrá lonas para tapar los solares y «alguna nave que está medio caída»*. Valencia: Levante EMV. Recuperado de: <https://www.levante-emv.com/valencia/2008/04/09/alcaldesa-anuncia-pondra-lonas-tapar-solares-nave-medio-caida/430575.html>
- Li, J., Nguyen, T. H. H., y Coca-Stefaniak, J. A. (2020). Coronavirus impacts on post-pandemic planned travel behaviours. *Annals of Tourism Research*, 102964, <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102964>.
- López-Gay, A. (2018). Cambio en la composición social y gentrificación en Barcelona una mirada a través de los flujos migratorios y residenciales. *Papers*, (60), 80-93. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6516247&orden=0&info=link>
- Machancoses, E. (2019). Economía colaborativa versus «Uberización». *La Causa Laboral*, (76), 1-12. Recuperado de: <https://roderic.uv.es/bitstream/handle/10550/75095/138888.pdf?sequence=1>

- Mansilla, J., y Milano, C. (2018). Introducción a la ciudad de vacaciones. Apuntes sobre turismo y malestar social en barcelona. En C. Milano y J. Mansilla (eds.), *Ciudad de vacaciones. Conflictos urbanos en espacios turísticos*, (pp. 19-80). Barcelona: Pol-len Edicions.
- Martí Font, J. M. (2017). *La España de las ciudades. El estado frente a la ciudad urbana*. Barcelona: Economía Digital S.L.
- Méndez, R. (2015). Redes de colaboración y economía alternativa para la resiliencia urbana: una agenda de investigación. *Biblio3w revista bibliográfica de geografía y ciencias sociales*, xx(1139), 1-22. Recuperado de: <http://www.ub.edu/geocrit/b3w-1139.pdf>
- Miriam-Hermi (2019). Gentrificación y turismo urbano. ¿Cómo se articulan? *Ar@cne: revista electrónica de recursos en internet sobre geografía y ciencias sociales* 230(1), 1-32. Recuperado de: <https://www.raco.cat/index.php/Aracne/article/view/350284>
- Montera 34 y Universidad de Valencia (2019). *Informe Efecto AIRBNB en la ciudad de Valencia*. Valencia: Universitat de Valencia. Recuperado de <https://www.uv.es/uvweb/nulles/areas-investigacion/vivienda/informe-efecto-airbnb-ciudad-valencia-1286072510425.html>
- Moreno-Izquierdo, L., Ramón-Rodríguez, A. B., y Such Devesa, M. J. (2016). Turismo colaborativo: ¿está AirBnB transformando el sector del alojamiento? *INV - INNATUR - Artículos de Revistas*, (150) 107-119. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10045/73628>
- Morrison, A. M. (2020). Marketing and Managing City Tourism Destinations. En *Routledge Handbook of Tourism Cities* (pp. 135-161). Routledge.
- Muñoz, F. (2008). *Urbanización. Paisajes comunes, lugares globales*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, S.A.
- Muñoz, FF. (2006). UrBANALización: la huelga de los paisajes. En R. Mata, y A. Tarroja, (eds.), *El paisaje y la gestión del territorio. Criterios paisajísticos en la ordenación del territorio y el urbanismo*, (pp. 43-64) Barcelona: DIBA.
- Navarro, C., y Pitarch, S. (9 de abril de 2019). *Tres empresas acumulan más de 270 apartamentos turísticos de Airbnb en Valencia*. Valencia: Eldiario.es. Recuperado de: https://www.eldiario.es/cv/gestores-apartamentos-turisticos-Airbnb-Valencia_0_886811670.html
- Noguera, J. (2015). Promoción económica. En J. Romero (ed.), *Democracia desde abajo. Nueva agenda para el gobierno local*, (pp. 317-355). Valencia: Universitat de Valencia.
- Paulauskaite, D., Powell, R., Coca-Stefaniak, J. A., y Morrison, A. M. (2017). Living like a local: authentic tourism experiences and the sharing economy. *International Journal of Tourism Research*, 6(19), 619-628. <https://doi.org/10.1002/jtr.2134>
- Pellicer, LL. (2014). *El vicio del Ladrillo. La cultura de un modelo productivo*. Madrid: Los libros de la catarata.
- PHOCUSWRIGHT (2018). *Airbnb: a look back and a look ahead*. Recuperado de: www.phocuswright.com/Travel-Research/Consumer-Trends/Airbnb-A-Look-Back-and-a-Look-Ahead
- Plaza, P. (27 de abril de 2021). *Valencia retrasa la moratoria para bloques de pisos turísticos en 37 barrios*. Valencia: Valencia Plaza. Recuperado de:

<https://valenciaplaza.com/valencia-retrasa-la-moratoria-para-bloques-de-pisos-turisticos-en-37-barrios>

- Del Romero, L., y Lara, L. (2015). De barrio-problema a barrio de moda: Gentrificación comercial en Russafa, el "Soho" valenciano. *Anales de Geografía de la Universidad Complutense*, 35(1), 187-212. https://doi.org/10.5209/rev_aguc.2015.v35.n1.48969
- Romero, J., Melo, C., y Brandis, D. (2016). The neoliberal approach to Valencia and Madrid. En J. Knieling, y F. Othengrafen (eds), *Cities in crisis. Socio-spatial impacts of the Economic Crisis in Southern European Cities*, (pp. 73-93). London: Routledge <https://doi.org/10.4324/9781315725048>
- Romero, R., y Tirado, A. (2016). *La clase obrera no va al paraíso. Crónica de una desaparición forzada*. Madrid: Akal. Pensamiento Crítico.
- Salom, J., y Pitarch, M. D. (2014). El Área Metropolitana de Valencia en la crisis. En J. M. Albertos, y J. L. Sánchez (coords.), *Geografía de la crisis económica en España*, (pp. 539-564). Valencia: Publicacions Universitat de Valencia.
- Salom, J., y Pitarch, M. D. (2017). Análisis del impacto en el turismo de la estrategia de desarrollo urbano basada en megaproyectos. El caso de la ciudad de Valencia. *Cuadernos de Turismo*, (40), 573-598. <https://doi.org/10.6018/turismo.40.310111>
- Salom, J., Climent, E., Fernández, A., y Gutiérrez, J. (2019). Cambios geoeconómicos: hacia una economía terciarizada y postindustrial. En F. López, y J. I. Plaza (eds.), *Geografía de Europa. Estructuras, procesos y dinámicas territoriales*, (pp. 360-444). Valencia: Tirant Humanidades.
- Salom, J., Pitarch, M. D., y Albertos, J. M. (2019) Desired and undesired effects of the tourism development policy based on megaprojects: the case of Valencia (Spain), *European Journal of Geography*, 4(10), 132-148.
- Sastre-Centeno, J. M., y Inglada, E. (2019). La economía colaborativa: un nuevo modelo económico. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, (94), 219-250. <https://doi.org/10.7203/CIRIEC-E.94.12109>
- Schor, J., y Attwood-Charles, W. (2017). The sharing economy: Labor, inequality and sociability on for-profit platforms. *Sociology Compass*, 11(8). <https://doi.org/10.1111/soc4.12493>
- Simancas, M. R., Hernández, R., y Padrón, N. (2020). *Turismo pos-COVID-19: Reflexiones, retos y oportunidades*. Cátedra de Turismo Caja Canarias-Ashotel. Recuperado de https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=770475&orden=0&info=open_link_libro
- Soja, E. W. (2014). *En busca de la justicia espacial*. Valencia: Tirant Humanidades.
- Sorando, D., y Leal, J. (2019). Distantes y desiguales: el declive de la mezcla social en Barcelona y Madrid. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, (167), 125-148. <http://dx.doi.org/10.5477/cis/reis.167.125>
- Suárez, M. (2018). Turismo 2.0: las economías colaborativas innovan el hospedaje. *Civilizar Ciencias De La Comunicación*, 3(4), 91-103. Recuperado de: <https://revistas.usergioarboleda.edu.co/index.php/Civilizarcomunicacion/article/view/872> (23/11/2020).
- Taleb, N. N. (2011). *El cisne negro: el impacto de lo altamente improbable*. Barcelona: Paidós.

- Von Briel, D., y Dolnicar, S. (2021). The evolution of Airbnb regulation - An international longitudinal investigation 2008-2020. *Annals of Tourism Research*, (87), 102983. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102983>
- Wachsmuth, D., y Weisler, A. (2018). Airbnb and the rent gap: Gentrification through the sharing economy. *Environment and Planning A: Economy and Space*, 50(6), 1147-1170. <https://doi.org/10.1177/0308518X18778038>

EXTENDED ABSTRACT¹⁶

With the beginning of the current century, urban tourism has experienced an enormous growth worldwide. In this context, a relatively new phenomenon has appeared: the collaborative economy through web platforms. The emergence of these online platform businesses has consolidated a new way of travelling, in parallel to more traditional models, which has led to the arrival of new players on the tourism scene, particularly in the hotel industry. The irruption of holiday rental flats through internet platforms (complete or by room) in all cities around the world has considerably expanded the supply of accommodation, generating ever-increasing flows of visitors which, on occasions, have grown faster than the reaction of local authorities.

One of the platforms of this type that has expanded its offer and grown in demand most rapidly is Airbnb, founded in 2008, which includes shared accommodation offerings in more than 200 countries around the world and which includes a larger number of places than the world's top five hotel chains. The aim of this article is to analyse Airbnb's tourist accommodation offer in relation to its location, the location of the rest of the accommodation offer and the most attractive tourist resources, in order to determine the areas or neighbourhoods in which there has been a process of accumulation of tourists and tourist companies, which are at the basis of the explanation of the transformation of these spaces towards less friendly environments with the local population that can generate (if they are not already doing so) a negative gentrification. The case of the city of Valencia (Spain) is analysed.

The city of Valencia has not been able to escape the condition of post-modernity, and, as in all large cities, the promotion of urban space for the attraction of financial assets has been prioritised, which has inevitably contributed to shaping a city that responds to global interests, beyond the demands of its residents. From 2008 onwards, there was a certain slowdown and/or stagnation in the number of tourists and in the creation of facilities, but since 2012 it has continued to grow, albeit at a more moderate rate and adjusted to demand, which is beginning to show signs of saturation. The next crisis, the one associated with the Covid-19 pandemic, in 2020 has meant a halt in tourist arrivals, in fact, a notable worldwide decrease in travel.

The most dynamic areas of the city are also those where tourism is concentrated and where the main urban development projects have been developed. The supply of tourist accommodation has also adapted to this structure: it is more abundant in the neighbourhoods where not only the resources or attractions are located, but also the tourist facilities, which suggests a certain polarisation and, with it, saturation and displacement of residents, as has happened in other cities. However, in the three districts that concentrate the higher number of Airbnb ads, there is also a high number of requests for licences for both comprehensive refurbishment and partial refurbishment of dwellings. Although it is not possible to distinguish whether or not they are dedicated to holiday rentals, it does seem likely that there is a direct relationship. What is evident, undoubtedly, is a renewal of the housing stock that coincides with the increase in listings on Airbnb. Below, we briefly analyse the real estate market with the aim of approximating a possible effect of the increase in Airbnb's offer on the price of rent in the different neighbourhoods of the city.

¹⁶ Traducción exclusiva de los autores / Authors' exclusive translation.

One of the most negative aspects, if not the most negative, of the proliferation of tourist flats is the effect they have on housing prices, particularly rental prices. Based on information from Valencia City Council, it can be seen that the districts of Ciutat Vella, Eixample and Pla del Real are the ones with the highest housing prices. It should be added that these districts reach their historical maximum, both in terms of sale and rental prices, precisely between 2019 and 2020, dates in which the growth in the supply of tourist accommodation has reached its peak.

The touristification of the city has implications from a territorial and urbanistic point of view. These types of practices affect issues such as the sense of place, trans-scalarity or the meanings of proximity. The first of these has to do with the social construction of inhabited space, which can be the cause of conflict or, on the contrary, of collaboration and the consolidation of networks of trust. There is a paradox: the tourist flat offer is a local offer, closely linked to the territory, to the neighbourhoods, managed through a global web platform, which moves away from trust and local networks to generate a global virtual space, including all kinds of offers, both truly collaborative and purely capitalist. Moreover, it is an accommodation offer that approaches all types of tourists, from those most interested in cheap prices to those who wish to experience the authenticity of the local culture and society.

Their location in the urban fabric is already indicative of mixed, but mostly capitalist, practices. This is also the case in Valencia, like other cities in the world with a presence of supply advertised on Airbnb. There is a higher density of supply in the most touristy areas, in the historic centre and the seafront, districts and neighbourhoods where tourist attractions are concentrated, some of them with particularly vulnerable areas, which have experienced an increase in the supply of unregulated tourist accommodation over the last decade in parallel to the growth of rents and sale prices (as in the case of the neighbourhoods of El Carmen, El Cabanyal, Russafa). At the same time, urban reforms and rehabilitation plans have generated, and continue to generate, new identities and have made certain enclaves within the city fashionable, which, in turn, promote the presence of holiday flats and seem to be consolidating processes of gentrification. These processes are fed by other elements such as the attraction of higher-income population groups, including foreigners, to spaces that originally had a very different social profile.

Based on the work carried out, it is possible to indicate that the Airbnb offer, despite being located throughout the city, has a preference for tourist neighbourhoods, where urban planning, both in terms of new morphologies and changes of use and renovations, have been taking place in parallel in favour of a city with an international projection, at least in terms of image. Moreover, these items have been added to a large extent to the historic Valencia, both in its centre and on its waterfront. These places were already the preferred locations for traditional accommodation and where the hotel and catering industry had the largest number of premises. Analysing future urban development projects, it has been found that there is a clear interest in making the city greener, particularly in these historic neighbourhoods with great tourist appeal, which gives an idea of the pressure to which these areas are subjected, which are also home to a large part of the local nightlife.

Valencia is a city with a growing presence of this type of accommodation, but it does not yet seem to have reached saturation point. The percentage of properties advertised (complete or rooms) on Airbnb out of the total number of residential properties in the city is 1.7%; this figure is 1.2% if only complete flats are considered. This indicates, on the one hand, the enormous weight of the supply of flats, which makes us think of a traditional form of rental economy, albeit of short duration. In some areas, the above figures increase considerably, as in the case of the neighbourhoods of the Ciutat Vella district, in all cases

above 5%, joined by Cabanyal-Canyamelar with similar figures. In absolute terms, however, i.e. in terms of the actual total number of short-term accommodation (both flats and rooms), other areas also stand out, such as the districts of Russafa, with 7.7% of the supply of the entire city, and the district of Malva-Rosa, with 3.7%. In other words, the supply of holiday or short-term rental flats is concentrated in a few areas, which are also particularly touristy. In these neighbourhoods, a high average rental price has also been detected, above the average for the city, as well as other phenomena such as the arrival of foreign residents, especially from the European Union, which shows a certain process of gentrification in these areas, partly linked to the development of tourism, although more in-depth studies will be necessary to be able to confirm this assertion.

In short, it is important to control this process of growth of tourist flats in order to avoid conflicts with neighbours and the tourism sector.

CONTRIBUCIÓN SEGÚN AUTORES

	ITEM	David de la Osada Saurí	María Dolores Pitarch Garrido
1	Conceptualización	50 %	50 %
2	Tratamiento de los datos	50 %	50 %
3	Análisis formal	50 %	50 %
4	Acceso financiación	50 %	50 %
5	Investigación	50 %	50 %
6	Metodología	50 %	50 %
7	Gestión del proyecto	50 %	50 %
8	Recursos	50 %	50 %
9	Software	50 %	50 %
10	Supervisión	50 %	50 %
11	Validación	50 %	50 %
12	Visualización	50 %	50 %
13	Redacción (borrador)	50 %	50 %
14	Redacción final (revisión y edición)	50 %	50 %

Para más información, visitar CRediT: <https://casrai.org/credit/>