



## Los alquileres turísticos modifican la estructura comercial de su alrededor

- Se favorece la creación de negocios orientados al turismo y se desplazan los destinados a residentes, aunque el efecto neto es positivo, según una investigación de la Universidad Complutense de Madrid
- El estudio ha empleado información del Ayuntamiento de Madrid y de la plataforma Airbnb



Los alquileres vacacionales favorecen la creación de restaurantes o tiendas de souvenirs. / Shutterstock.

**UCC-UCM, 20 de junio de 2023.** Una investigación realizada por la Universidad Complutense de Madrid (UCM) y la Escuela de Altos de Estudios Avanzados IMT Lucca (Italia) demuestra el doble efecto en la economía urbana de Madrid que ejercen los alquileres turísticos.

Por un lado, se señala en el estudio publicado en [Cambridge Journal of Regions, Economy and Society](#), se favorece la creación de nuevos negocios orientados principalmente a satisfacer las necesidades de los turistas. Por otro, la proliferación de alquileres turísticos desplaza parcialmente a los negocios orientados a los residentes.

De esta forma, es cada vez más habitual ver cómo se sustituyen, por ejemplo, carnicerías o droguerías por tiendas de *souvenirs* o restaurantes. El efecto neto

en términos de apertura de negocios, según los investigadores, es "positivo, pero con un cambio de estructura comercial".

"La literatura previa había analizado los efectos de los alquileres turísticos en el mercado inmobiliario, el impacto en la industria hotelera o en el sector de la restauración. Sin embargo, no había hasta ahora ningún trabajo que analizase si realmente la llegada de compañías como Airbnb habían contribuido a la sustitución de una tipología de negocios orientado a satisfacer las necesidades de los residentes por otro enfocado a satisfacer la demanda de los turistas", explica Alberto Hidalgo Escudero, investigador del Departamento de Economía Aplicada, Estructura e Historia de la UCM y de la IMT.

### **Más efectos en barrios de la periferia**

Para realizar el estudio, se han empleado datos del Censo de Locales y Actividades del Ayuntamiento de Madrid e información de los alquileres turísticos de la plataforma Airbnb. Mediante técnicas estadísticas y econométricas, los investigadores analizaron si el aumento del número de alquileres turísticos alrededor de cada local había contribuido a que dicho local permaneciese abierto, cerrase o cambiase el tipo de actividad.

A pesar de que la proliferación de alquileres gestionados a través de Airbnb ha sido mayor en el centro de la ciudad, sus efectos son superiores en las zonas fuera del centro pero que lo circundan y donde los hoteles tenían una menor presencia. En ellas, Airbnb se ha extendido, una vez las posibilidades de crecimiento en el centro se veían restringidas. Ello ha llevado a estos barrios limítrofes del centro a un aumento de establecimientos orientados a turistas.

Según Hidalgo, las consecuencias de dicho cambio pueden comprometer estrategias urbanas como *la ciudad de los 15 minutos* al contribuir a la desaparición de aquellos servicios de cercanía requeridos por los residentes y de esta forma suponer un factor adicional para la expulsión de población local del centro de las ciudades.

"Sin embargo, los resultados también ponen de manifiesto que la aparición de nuevos establecimientos turísticos alejados del centro de la ciudad -bien de forma autónoma o por las políticas de restricción de este tipo de alquileres en el centro de las ciudades- puede contribuir a descongestionar el centro de los flujos turísticos a la vez que redistribuir el gasto turístico a lo largo de la ciudad", concluye el investigador.

---

**Referencia bibliográfica:** Alberto Hidalgo et al. "When local business faded away: the uneven impact of Airbnb on the geography of economic activities", *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society*, 2023; rsad009. DOI: [10.1093/cjres/rsad009](https://doi.org/10.1093/cjres/rsad009).