

Territorios 52-Especial / Bogotá, 2025, pp. 1-22
ISSN: 0123-8418
ISSNe: 2215-7484

Airbnb y anfitriones: una aproximación desde México

Airbnb and Hosts: An Approach from Mexico

Airbnb e anfitriões: uma abordagem a partir do México

Adrián Hernández Cordero*

David Islas Vela**

Recibido: 24 de abril de 2024

Aprobado: 5 de marzo de 2025

<https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/territorios/a.14420>

Sección temática

* Universidad Autónoma Metropolitana Izta-
palapa (México). Correo
electrónico: ahernan-
dez.cordero@izt.uam.
mx. ORCID: [http://orcid.
org/0000-0002-5736-
1371](http://orcid.org/0000-0002-5736-1371)

** Universidad Autónoma
Metropolitana Izta-
palapa (México). Correo
electrónico: david.roman.
iv@gmail.com. ORCID:
[https://orcid.org/0000-
0002-5843-9636](https://orcid.org/0000-0002-5843-9636)

Para citar este artículo

Hernández Cordero, A., & Islas Vela, D. (2025). Airbnb y anfitriones: una aproximación desde México. *Territorios*, (52 Especial), 1-22. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/territorios/a.14420>

Palabras clave

Turistificación; centros históricos; economía digital; Airbnb; consumo cultural.

Keywords

Touristification; downtown; digital economy; Airbnb; cultural consumption.

Palavras-chave

Turistificação; centros históricos; economia digital; Airbnb; consumo cultural.

RESUMEN

Airbnb ha irrumpido con fuerza en las ciudades de diversas partes del mundo, impactando en diversos ámbitos como el mercado del suelo, la precarización laboral o la regularización fiscal. En este contexto, las urbes mexicanas no son la excepción, ya que el país cuenta con un intenso dinamismo turístico, siendo un terreno fértil para la plataforma digital. Generalmente se han realizado estudios que analizan la expansión de este tipo de alquileres temporales desde una perspectiva cuantitativa. En este trabajo apelamos a la metodología cualitativa para indagar en el papel y las motivaciones de los anfitriones de pequeña escala en Airbnb. Por lo tanto, a través del análisis de entrevistas semiestructuradas, abordamos tres casos de estudio que muestran las diferencias en la gestión de los espacios por parte de los anfitriones mediante la plataforma. Así mismo, indagamos la manera en que el diseño de ambientes resulta relevante para la atracción de huéspedes.

ABSTRACT

Airbnb has burst with force in the cities of various parts of the world, impacting various areas such as the land market, labor precariousness or tax regularization. In this context, Mexican cities are no exception, since the country has an intense tourist dynamism, being a fertile ground for the digital platform. Generally, studies have been conducted that analyze the expansion of this type of temporary rentals from a quantitative perspective. In this paper we appeal to qualitative methodology to inquire into the role and motivations of small-scale hosts on Airbnb. Therefore, through the analysis of semi-structured interviews, we address three case studies that show the differences in the management of spaces by hosts through the platform. Likewise, we investigate how the design of environments is relevant for the attraction of guests.

RESUMO

O Airbnb irrompeu nas cidades de várias partes do mundo, com impactos em áreas como o mercado imobiliário, a precarização do trabalho ou a regularização fiscal. Nesse contexto, as cidades mexicanas não são exceção, pois o país tem um intenso dinamismo turístico, o que o torna um terreno fértil para a plataforma digital. Em geral, há estudos que analisam a expansão desse tipo de aluguel temporário a partir de uma perspectiva quantitativa. Neste artigo, adotamos uma metodologia qualitativa para investigar o papel e as motivações dos anfitriões de pequena escala no Airbnb. Portanto, por meio da análise de entrevistas semiestruturadas, três estudos de caso mostram as diferenças na gestão de espaços pelos anfitriões pela plataforma. Também investigamos como o design dos espaços influencia a atração de hóspedes.

Introducción

Las sociedades contemporáneas viven una transformación debido al uso intensivo de las TIC, las cuales han venido a transformar nuestra cotidianidad. Cada vez más la tecnología digital, el internet y las pantallas resultan fundamentales para desarrollar actividades de la vida diaria. La aparición de aplicaciones digitales ha marcado un nuevo momento en el sistema capitalista; por ejemplo, Reygadas (2018) señala que estamos en un momento crucial caracterizado por nuevos modelos de negocio en los que las relaciones de producción, intercambio, distribución y consumo se generan mediante el uso de canales digitales, por lo que las interacciones económicas actuales ya no solamente están mediadas por personas, sino por artefactos tecnológicos.

En un mundo mayoritariamente urbano, las tecnologías de la información evidentemente han tenido grandes repercusiones. Ubicarse en la ciudad, trazar rutas de tráfico, efectuar pagos, hacer las compras en el supermercado, solicitar comida o leer menús a través de códigos QR se logra a partir de varios clics de nuestro *smartphone*. Ello evidencia, por un lado, las transformaciones de la realidad urbana y en cierto grado el mayor papel de las plataformas digitales en la vida cotidiana citadina. Por otro lado, también se ha hecho evidente el rostro de la precariedad laboral que produce la economía digital, especialmente de los trabajadores o, mejor dicho, socios, como los repartidores de

comida o choferes de las aplicaciones de movilidad, quienes son de los máximos exponentes de dicho fenómeno.

En este contexto, una plataforma que vino a revolucionar el turismo, principalmente en su variante urbana, fue Airbnb, una empresa emergente surgida en 2008 en el epicentro del desarrollo tecnológico: California. Dicha compañía ofrece su servicio de intermediación de alquileres temporales de habitaciones, así como de viviendas. En pocos años la novedosa plataforma tuvo éxito a escala internacional, según Malet *et al.* (2018) pasó de ser una plataforma que se fundamentaba en la economía colaborativa¹ hacia una actividad profesional.

Gil y Sequera (2018) hacen evidente la manera en que detrás de dicho proceso se hallan empresas inmobiliarias, fondos de inversión y, en menor medida, pequeños propietarios de vivienda. Airbnb transitó del modelo *P2P* a convertirse en un hospedaje de tipo comercial en el que pocos propietarios concentran la oferta, enfocados en brindar experiencias más personalizadas.

De este modo, el presente manuscrito tiene como objetivo principal poner la lente sobre el fenómeno del Airbnb en el caso de ciudades mexicanas, en especial en los anfitriones de dicha plataforma digital, con la finalidad de construir una tipología. El enfoque de aproximación es de corte cualitativo y se centra en las motivaciones y experiencias para ingresar y participar en la economía digital.

¹ Entendida como un nuevo ecosistema económico en el cual las personas comparten, a través de redes digitales y tecnológicas, la creación, producción y distribución de bienes y servicios, conformado por intermediarios que se benefician de los productos ofertados (Londoño-Carrozo & Tello-Castrillón, 2022). Esto implica que el modelo de los negocios tenga un anclaje tecnológico mediante plataformas en las que se gestan redes de confianza, entre usuarios y propietarios, con el fin de consolidar el mercado de forma colaborativa (Alfonso, 2016; Londoño-Carrozo & Tello-Castrillón, 2022).

El artículo, en primer lugar, presenta una breve revisión sobre el estado de la cuestión, aterrizando la discusión en el contexto mexicano. Posteriormente, se describe la metodología de trabajo. Se continúa con la construcción de una tipología de anfitriones, concatenándose con una fase de discusión de resultados. Finalmente, se ponen sobre la mesa una serie de ideas de cierre.

Acercamiento al estudio de Airbnb

La explosión de Airbnb en diversas ciudades del orbe comenzó a mostrar rasgos preocupantes para algunos sectores urbanos, debido a los efectos conocidos: incremento del valor del suelo, pérdida del parqué de viviendas, desplazamiento de vecinos, saturación turística de ciertos barrios de la urbe, por lo que en la agenda pública se empezaron a discutir e implementar medidas de regularización tanto de la intermediación de dichas plataformas como de su localización y periodicidad de alojamiento, ante lo novedoso del fenómeno digital, que ya mostraba sus efectos en la estructura urbana.

Una buena muestra de ello es el trabajo seminal de Brossat (2019) sobre el caso parisino, que, debido a su importante posición turística, resultó paradigmático. En una línea parecida, Aguilera *et al.* (2021) estudiaron de forma comparada Barcelona, París y Milán, con el propósito de escudriñar las medidas de regulación

y su intensidad, así como los actores que politizaron el tema.

Saban y Rodríguez (2022) realizaron un estado de la cuestión del tema Airbnb en los estudios urbanos; entre sus hallazgos sostienen que desde 2017 en ciudades norteamericanas se han publicado diversas investigaciones que abordan la relación entre el establecimiento de alojamientos de Airbnb en diversas zonas de la ciudad y el incremento del valor del suelo y, por ende, del alquiler residencial.

La mayor cantidad de investigaciones sobre esta temática se han desarrollado en países con un alto PIB. No obstante, progresivamente el fenómeno Airbnb se ha expandido por el mundo, incluida América Latina. De acuerdo con el Instituto Mexicano para la Competitividad (2018), Brasil, México y Argentina representan la tríada de países con mayor mercado y, por lo tanto, importancia para Airbnb.

Las mismas autoras (Saban & Rodríguez, 2022) indican que, en Latinoamérica, desde el ámbito académico, el fenómeno Airbnb ha sido poco explorado, sobre todo si se tiene en consideración la abundante producción del hemisferio norte. En síntesis, desde este lado del Atlántico escribimos poco y hemos llegado tarde a la discusión a pesar de que el fenómeno del alquiler turístico se ha incrementado, quizá también se echan en falta enfoques críticos sobre los efectos del turismo en nuestras realidades, dado que las universidades han centrado el análisis

turístico desde enfoque empresariales, así como de gestión.

En esta emergencia de los estudios sobre Airbnb, la perspectiva cualitativa ha tendido a ser la menos desarrollada. Sin embargo, pese a ello, destacan trabajos como el de Ruiz-Correa *et al.* (2019), en el que se analiza la labor que hacen los anfitriones con el fin de que la experiencia de los huéspedes se convierta en única. Es decir que los anfitriones no solo se ocupan de tener inmuebles con todos los servicios, sino que más bien pretenden generar una identificación entre el huésped y el espacio rentado, apostando así por un consumo del lugar.

Esta nueva apuesta dilucida cómo se mueven los códigos y significados de la identificación a través de la plataforma digital para atraer cierto perfil de consumidores definido. De esta manera, la experiencia emerge como un elemento atractivo para la generación de ganancias, en el que intervienen, como veremos en este texto, los propietarios o los administradores de los espacios en Airbnb.

En el contexto brasileiro, De Castro Seabra y Fernandes (2020) profundizan la experiencia de la hospitalidad a fin de analizar las estrategias elegidas por los anfitriones en el sector turístico para generar espacios en renta. La hospitalidad como concepto permite comprender las relaciones que se establecen entre el huésped y el espacio rentado, y, al mismo tiempo, con el anfitrión, lo cual se ve reflejado en las evaluaciones que se realizan en la

aplicación. Estas en Airbnb se convierten en un factor de competencia entre los anfitriones, manifestándose así la relación entre la experiencia del hospedaje, la calidad de los servicios y el sentido hospitalario de quien administra.

Así mismo, podríamos destacar el trabajo cualitativo de Mayasari *et al.* (2017), quienes se encargan de analizar los afectos que se generan entre consumidores y anfitriones durante el hospedaje en espacios compartidos como la casa. Los autores plantean que las motivaciones para rentar un espacio a través de Airbnb están relacionadas con los afectos que pueden surgir entre el consumidor, las reseñas de los lugares y las imágenes cargadas.

Por otro lado, en el trabajo de Silva y De Acevedo (2020) se analizan las experiencias de las huéspedes vertidas en reseñas en la plataforma y las calificaciones de los espacios, lo que dilucida las condiciones y la experiencia del consumo de los espacios. También podemos traer a colación el trabajo de López (2021), que se centra en las diferenciaciones de clase y estrato socioeconómico a través de los tipos de hospedaje que se rentan mediante Airbnb, analizando las condiciones materiales, servicios o ubicación.

Estos trabajos ahondan sobre las evaluaciones del alojamiento a partir de las encuestas que hace la aplicación. Empero, no se profundiza en el sentido de identificación con el lugar, el impacto a nivel emocional o sentimental que genera la estancia, que finalmente también son

expresiones de la experiencia y modeladores del hospedaje, los cuales igualmente son capitalizados.

Airbnb en el contexto mexicano

En el caso mexicano, el fenómeno Airbnb paulatinamente ha ido permeando en ciudades, centros turísticos, pueblos e, incluso, en zonas urbanas periféricas, cuestión que no resulta sorpresiva debido a la importancia económica que tiene el turismo en la economía nacional, que suele rondar entre el 7 % y 8 % del PIB. La llegada a México de Airbnb ocurrió oficialmente en 2012 y se ha intensificado su presencia en el país, dado que la mayoría de los turistas que llegan a México son estadounidenses y están familiarizados con la plataforma; por ejemplo, conforme con la Secretaría de Turismo, en 2022 se recibieron alrededor de 13 millones de turistas estadounidenses, cifra que representa el 65 % del total de visitantes. Sin embargo, desde 2017, la empresa impulsó una campaña publicitaria con la finalidad de estimular su uso entre turistas nacionales.

Desde entonces, hemos visto un incremento de la popularización de Airbnb en el público local, tanto en su vertiente de anfitriones como de visitantes. La intensificación de Airbnb en ciudades mexicanas ha implicado dos fenómenos. Por un lado, su presencia se ha concentrado en los centros históricos de ciudades medias, que viven un intenso proceso de turistificación, como San Miguel de Allende,

Mérida y Oaxaca. Respecto a esta última, Peral (2022) ha aportado evidencia de la manera en que en los últimos años hay una relación directa entre la densidad de viviendas dedicadas al alquiler temporal vía Airbnb y el despoblamiento del casco antiguo de la ciudad.

Por otro lado, López-Gay *et al.* (2019) y Sales-Favà y López-Gay (2018) hallaron datos que permiten sostener que en barrios gentrificados de la capital mexicana Airbnb se ha convertido en un acelerador de dinámicas propias de este fenómeno. En otras palabras, la airbnbización se puede entender como la fase posterior a la gentrificación de los barrios, pues los alojamientos turísticos se instalan en zonas con una intensa vida nocturna, así como amplia oferta gastronómica y con un perfil demográfico definido (población joven, en su mayoría sin hijos, estratos económicos medios, etc.). La concentración de la oferta de Airbnb en barrios en la capital mexicana (Condesa y Roma) se puede equiparar con la de barrios de ciudades hiperespecializadas en el turismo como Barcelona (López-Gay *et al.*, 2019).

Por lo anterior, es evidente que en las ciudades mexicanas las plataformas de turismo digital están originando importantes procesos de transformación social que deben ser analizados para demostrar los efectos del capitalismo de plataforma sobre las ciudades y sus habitantes. Dicha cuestión tomó mayor sentido cuando en octubre de 2022 el gobierno de la Ciudad de México anunció la firma de un

convenio de colaboración con Airbnb y la Unesco con el objetivo de atraer a los llamados nómadas digitales y detonar el turismo creativo en ciertos barrios de la urbe. Así, se evidencia el maridaje entre instituciones públicas y el empresariado con la finalidad de justificar la derrama económica en dólares sin tomar en su justa dimensión la intensificación de los efectos (incremento del valor del suelo, desplazamiento, etc.) de Airbnb sobre la ciudad y sus habitantes en situación de desventaja social.

Metodología

En el mundo los estudios sobre los efectos de Airbnb han optado por la metodología cuantitativa y, por ende, a vuelo de pájaro; México no ha sido la excepción. La vía numérica sin duda es rica y evidencia los impactos del fenómeno, sobre todo aquellos dinamizados por los grandes tenedores de suelo urbano. Sin embargo, la mirada desde arriba pierde detalles y considera de forma secundaria a los pequeños propietarios que participan en el negocio de Airbnb y que progresivamente se han ido reduciendo en países ricos.

No obstante, en naciones semiperiféricas como México es reciente, pues estos aún son relevantes para dicho nicho del mercado. En este sentido, resulta necesario entender qué ocurre con los anfitriones a baja escala (tanto propietarios como subarrendadores) y sus motivaciones para ingresar al negocio de Airbnb,

así como su experiencia de gestión con la plataforma a partir de las características del capitalismo de plataforma.

Igualmente, analizamos la manera como se diseñan los alojamientos para brindarles un mayor valor y que, de esta forma, sean más redituables. El diseño material de los espacios ofertados en Airbnb moviliza códigos y significados de un hedonismo que se consume al momento de habitarlos. Los comportamientos de los consumidores están relacionados con la búsqueda de la experiencia de los lugares (Mansvelt, 2005; Purohit *et al.*, 2022). El perfil de los huéspedes les brinda e imprime un sentido de identidad a los alojamientos. A través de este enfoque, encontramos cómo los estudios de caso movilizan los símbolos y códigos que se identifican con perfiles de huéspedes con capacidad de gasto para generar alojamientos exclusivos, cuyo impacto se ve reflejado en los procesos de gentrificación.

En este orden de ideas, para el desarrollo de esta investigación elegimos el camino metodológico cualitativo, debido al objetivo del trabajo, que buscó de primera mano las experiencias de los anfitriones de la plataforma Airbnb. De este modo, consideramos que la técnica de investigación idónea fueron las entrevistas semiestructuradas, las cuales contribuyeron a profundizar en las percepciones y acciones de las personas a partir del establecimiento de un guion temático.

El contacto con los informantes no fue una tarea sencilla. En un primer

acercamiento, iniciamos una búsqueda entre nuestras redes interpersonales para indagar sobre anfitriones de Airbnb. Dado el poco éxito, ampliamos la búsqueda en una especie de bola de nieve hasta encontrar a los tres anfitriones que nos han compartido sus experiencias, 2 de ellos trabajan en Ciudad de México y 1, en San Luis Potosí.

Otro elemento que agregó complejidad fue que se identificaron perfiles parecidos, con lo que se descartaron, ya que lo que nos interesaba era construir una tipología de anfitriones y no hallar el punto de saturación. También entrevistamos a un par de personas, pero los encuentros no resultaron satisfactorios, por lo que fueron descartados para este trabajo. Igualmente, existieron un par de personas a las que contactamos y que no quisieron ser entrevistadas, debido al temor que implica ser estigmatizados por su participación en dicha actividad económica, por lo que no desean exponerse a pesar de que las entrevistas no revelarían su identidad. Las entrevistas se llevaron a cabo durante las estaciones de invierno y primavera del año 2022 y tuvieron una duración de alrededor de 60 minutos.

Los temas abordados en el guion de las entrevistas fueron los siguientes:

- Los datos del anfitrión como la edad, el sexo, la nacionalidad, el régimen de propiedad, así como un panorama sobre su trayectoria de vida.
- Las motivaciones para utilizar la plataforma de Airbnb.
- Las comisiones que cobra la plataforma digital por sus servicios y la opinión de los *hosts*.
- Los problemas con los huéspedes, la forma de resolución y, en su caso, la respuesta de la empresa a estos.
- La gestión del inmueble, específicamente el tiempo invertido, la subcontratación de servicios en relación con el mantenimiento y la limpieza.
- La localización del alojamiento, con la intención de conocer las zonas de la ciudad propicias para este tipo de negocios.
- La decoración de las viviendas y su relación con un tipo de estética que responde a ciertos segmentos poblacionales.
- El perfil de los huéspedes que reciben, concretamente el origen, el período de la reserva y la cantidad de personas.
- Las evaluaciones que reciben de los huéspedes y su impacto en su perfil de la plataforma e, igualmente, en sus vidas.
- La opinión sobre los efectos de Airbnb en el barrio, al igual que en la ciudad.
- Los efectos del Covid 19 en la gestión del inmueble y en sus ingresos.

Las entrevistas las desarrollamos a través de dos maneras. Por un lado, utilizamos las videollamadas debido a que algunos entrevistados viven en otras ciudades de México. Las entrevistas con

medios digitales resultaron complicadas, porque no fue fácil establecer el *rappport*, es decir, el establecimiento de una interacción empática; además, se dificultó analizar cuestiones como la proxemia y otros datos de contexto. Por otro lado, se llevaron a cabo en lugares semipúblicos, específicamente en cafés que eligieron los entrevistados, con todas las vicisitudes que ello implica, como el ruido ambiental, sobre todo de las zonas de los centros históricos en donde residen y tienen sus apartamentos de alquiler turístico.

Las entrevistas fueron grabadas con el consentimiento de las personas entrevistadas; posteriormente, se transcribieron para su examen e interpretación. La estrategia de análisis consistió en hacer lecturas transversales a partir de los temas abordados. De este modo, nos fue posible establecer convergencias y divergencias entre las narrativas de las personas entrevistadas, lo cual nos permitió generar los perfiles de huéspedes que a continuación presentamos.

Perfiles de anfitriones

En las conclusiones del estado de la cuestión realizado por Saban y Rodríguez (2022) proponen varias líneas temáticas del fenómeno Airbnb para escudriñar en la escala latinoamericana. Entre ellas se encuentra el estudio de los anfitriones y el análisis de los perfiles de estos, así como de los usuarios. En dicha inquietud se inscribe esta investigación. Aunado a

ello, los perfiles de los anfitriones están relacionados con las formas en que operan y diseñan los espacios (De Castro Seabra & Fernandes, 2020).

En este sentido, a partir de las entrevistas realizadas detectamos tres tipos de perfiles de anfitriones de Airbnb (ver tabla 1), aunque debemos precisar que deliberadamente nos enfocamos en la pequeña escala y dejamos fuera de este trabajo a los grandes propietarios e inversionistas, que han sido abordados en otras investigaciones. Las motivaciones para la oferta de un espacio habitacional están relacionadas con la propiedad, arrendamiento o subarrendamiento, lo que influye en la forma de gestionarlos e interactuar con los huéspedes. La interacción entre anfitriones y huéspedes configura un ambiente particular que detona en las evaluaciones de los espacios y, por ende, en la competitividad de estos, que se enraíza con la experiencia del habitar y conectar con los gustos y expectativas del estilo de vida de quienes consumen el Airbnb.

Propietario

El primer perfil corresponde al del propietario, en este caso a Juan, quien posee tres departamentos ubicados en una casa en el centro histórico de San Luis Potosí; la propiedad es de sus padres, quienes son jubilados. La casa es una finca con valor patrimonial en la que efectuaron una remodelación para habitarla y, ante un excedente de terreno, decidieron edificar los

apartamentos para ofrecerlos en alquiler de corta y media estancia. No obstante, debido al conocimiento de la plataforma, decidieron también promocionarlos por Airbnb.

Para Juan, de 38 años, las motivaciones de ingresar al mercado de Airbnb ha sido aprovechar la propiedad, no como un ingreso necesario, sino como un extra a sus actividades económicas. Así mismo, él considera que el trabajo de gestión de la plataforma requiere tiempo completo, aunque le dedica aproximadamente una hora y lo realiza a distancia desde otra ciudad en la que radica actualmente. Las gestiones del espacio directo son hechas por la madre de Juan, así como la recepción de los huéspedes y la verificación de las condiciones de los espacios.

Para Juan, Airbnb tiene la ventaja de simplificación administrativa para llevar a cabo el arrendamiento, evitando el papeleo común de este tipo de operaciones. También la plataforma representa la virtud de la seguridad, ya que los pagos se hacen *on line* y con ello se evita el manejo de efectivo. Cabe mencionar que la utilidad reportada por Juan es del 70 %, aunque ello no parece ser redituable. Como parte de sus preocupaciones se encuentra la inseguridad de que Airbnb no respalde el mal uso de los espacios.

Administrador subarrendador

El segundo perfil de anfitrión corresponde al administrador subarrendador.

Pablo, argentino de 37 años, comenzó en el mercado de Airbnb en Barcelona desde 2016. Para él todo iba bien, no obstante, en 2017 empezó a notar un cambio en la acción gubernamental respecto a Airbnb. Cabe mencionar que en 2015 cambió el gobierno municipal y se inició una intensa campaña que buscó aplicar la legislación turística catalana con la finalidad de la exigibilidad de registros de las licencias de actividad turística de las viviendas, de lo contrario, los anuncios eran dados de baja y los propietarios se podrían hacer acreedores a multas. Para nuestro entrevistado, dicha situación provocó que Airbnb dejará de ser rentable para él, además de que experimentó un ambiente tenso hacia los propietarios y arrendadores de las viviendas en Airbnb.

Pablo migró a México en 2019, y gracias a un amigo que también se dedica a la administración de departamentos en Airbnb logró conseguir su primer departamento para arrendarlo en la plataforma. Hay que resaltar que, a pesar de no contar con la documentación necesaria para trabajar en México y sin pasar por los filtros regulares para alquilar una propiedad, tuvo consentimiento del propietario de la vivienda para ingresarlo al mercado de alquiler turístico. En 2020 pudo rentar el segundo departamento, ambos ubicados en el mismo edificio del centro histórico de Ciudad de México.

La motivación de Pablo para gestionar los apartamentos en Airbnb radicó en que es su principal ingreso económico para

vivir. Él se autopercibe como un pequeño empresario y se considera un profesional del ramo. Considera que a mediano plazo podría controlar más departamentos y crecer en el mercado. Por ello, para Pablo, las buenas evaluaciones son necesarias para que siga teniendo buena reputación y los espacios mantengan un alto estatus. Es importante señalar que el portero del edificio también está integrado en el proceso de arrendamiento de Airbnb, al igual que el servicio de limpieza. El tiempo dedicado es de 2 a 4 horas diarias.

El edificio donde se ubican los departamentos es operado casi en su totalidad por una empresa inmobiliaria, la cual tiene un margen de operación más amplio que un arrendador como él, con lo cual se vuelve más complicado competir contra ellos. Aunado a ello, los departamentos que arrienda y administra Pablo tienen una política de diseño para darle un toque artístico y diferente. Como arrendador, durante la pandemia Pablo se enfrentó a inconvenientes con los ingresos y el negocio, puesto que él alquila previamente los departamentos para después arrendarlos en la plataforma Airbnb.

Subarrendador

La tercera figura es la del subarrendador, como es el caso Ricardo, quien es el menos experimentado de los entrevistados en la plataforma Airbnb. Él es un veinteañero, profesional de las artes que suele tener trabajo como tallerista en instituciones

gubernamentales. Inició en el negocio para poder costear el precio de la renta del departamento debido a sus intereses personales de habitar un espacio amplio, bien ubicado y luminoso en una zona bien ubicada como es el centro histórico de la Ciudad de México.

El departamento de Ricardo se sitúa en un edificio en el que la planta baja es de uso comercial y los siguientes pisos están destinados para ser habitados. Ricardo pudo acceder a dicha vivienda gracias a que la finca pertenece a la familia de una amiga, por lo que ella y él han contado con cierta flexibilidad para intervenir los pisos y para rentarlos en Airbnb.

Subarrendar una recámara por Airbnb representa para él una suma complementaria a sus ingresos, con ello se ayuda para pagar el alquiler mensual. De las preocupaciones que tiene el subarrendador están la poca seguridad que la plataforma ofrece en caso de algún percance que pueda afectar el departamento. Al igual que Pablo, para él es importante contar con buenas calificaciones para seguir generando ingresos y posicionarse en la aplicación. Las gestiones del espacio las realiza completamente Ricardo: estar atento a la plataforma 24/7, hacer la limpieza, recibir a los huéspedes y generar un ambiente cálido (tabla 1).

Las características de cada uno de los perfiles de los anfitriones dilucidan el nivel de involucramiento durante el proceso de arrendamiento en Airbnb. Con esto queremos afirmar que en la gestión

Tabla 1. Tipología de anfitriones

Anfitrión	Juan	Pablo	Ricardo
Régimen de tenencia	Propietario	Subarrendador administrador	Subarrendador
Oferta	Tres departamentos en una finca	Dos departamentos	Una recámara en un departamento
Localización	Centro histórico, San Luis Potosí	Centro histórico, Ciudad de México	Centro histórico, Ciudad de México
Ingreso	Complementario	Principal	Complementario, para costear la renta del departamento
Gestores	Él realiza la gestión desde la plataforma La madre se encarga de la recepción de los huéspedes	Se administra desde la plataforma El portero del edificio se encarga de entregar los departamentos a los huéspedes	Administra la plataforma y gestiona la llegada de los huéspedes
Limpieza	Servicio contratado	Servicio contratado	Realiza el servicio

Fuente: elaboración de los autores.

y administración también se diseñan los alojamientos con elementos simbólicos y significativos con los que cierto perfil de huéspedes pueda sentirse identificado, capitalizando así la experiencia, la identidad y el sentido de habitar (Mansvelt, 2005; Jun, 2020).

Los anfitriones y el capitalismo de plataforma

Brossat (2019), en su libro, que se ha vuelto un referente en la actualidad, plantea que el denominado capitalismo de plataforma se edifica a partir de tres columnas. La extracción de rentas, a partir de la economía colaborativa, ya que la plataforma se presenta como un intermediario, por

lo cual cobra una comisión. La externalización de los costos y riesgos; al jugar el papel de facilitador, la plataforma no asume ningún tipo de responsabilidad para los huéspedes y anfitriones, desplazando las implicaciones económicas y legales a estos. La desregulación, puesto que el modelo digital por su novedad ha logrado escapar a las normativas vigentes, aunque progresivamente se ha ido actualizando. En este marco presentamos algunas líneas de análisis que hallamos en las narrativas de las personas entrevistadas.

Gestión digital e inmediatez

La economía digital en su versión *gig* promueve la idea que es benéfica porque

ofrece flexibilidad horaria y que con dedicar algunas horas a sus actividades podrá tener actividades redituables, y ello es cierto parcialmente. Por ejemplo, los entrevistados manifestaron que en promedio dedican 2 horas diarias a la gestión digital de la plataforma, es decir, a revisar el anuncio, gestionar calendarios y responder comentarios de las personas interesadas. No obstante, como la actividad turística está sujeta a niveles de estacionalidad que pueden variar considerablemente entre regiones por diversas circunstancias, existen temporadas altas en las que deben doblar el promedio de minutos dedicados a la plataforma.

Igualmente, hay una característica del mundo digital que está vinculada con la conectividad e inmediatez, es decir, los anfitriones deben permanecer conectados a una red de internet para poder atender la gestión digital y presencial de Airbnb. Por ejemplo, uno de los entrevistados comentó lo siguiente: “No es un trabajo de tiempo completo, pero pasa algo más alienante. Hay una necesidad de inmediatez y de transmitir presencia y rapidez de respuesta. Todo el día hay que estar alerta”. Dicha situación demanda la disponibilidad de las personas para no perder reservas ante la amplia oferta que existe en el mercado.

Es importante considerar que, desde la gestión digital, los anfitriones seleccionan y movilizan los elementos culturales con los que los perfiles de huéspedes esperados se puedan sentir identificados.

Por ejemplo, se escogen fotografías de los alojamientos que logren capturar la esencia y el valor cultural agregado de los espacios como ese atractivo para perfiles con capacidad de gasto y gustos específicos.

Como lo indican Pablo y Ricardo, lo importante es reflejar visualmente la experiencia del estar en un ambiente amigable, atractivo y placentero por las condiciones del espacio, no solo por su ubicación. Estos elementos culturales, simbólicos, significativos, estéticos o identitarios motivan a los huéspedes a consumir la experiencia del habitar el alojamiento, que va más allá de una estancia temporal, con el que se generan vínculos afectivos y emocionales.

Gestión presencial y precarización

Los *hosts* que son propietarios y administradores de pisos en Airbnb mencionaron que otro aspecto exigente del negocio con la plataforma es la gestión física de los inmuebles, ya que igualmente deben estar disponibles 24 horas. En este caso, nos referimos a la recepción de los huéspedes, la atención durante su estancia y, finalmente, la limpieza *ex post*. Ambos perfiles cuentan con algunas diferencias, por ejemplo, en el caso de Juan su madre recibe a los huéspedes, mientras que Pablo lo hace a través del conserje del edificio, quien es el encargado de entregar las llaves. Mientras que Pablo envía las indicaciones vía chat.

En tanto, para el tema de la limpieza en ambos casos se recurre a la mano de obra femenina, con la cual debe existir una constante comunicación y precisión, sobre todo si hay reservas programadas, por lo que pueden llegar a contar con un promedio relativamente corto de tiempo para tener listo el apartamento. En ambos casos, el personal de vigilancia y limpieza en la mayoría de los casos trabaja de manera informal, por lo que su situación es precaria, característica incentivada por el capitalismo de plataforma, a pesar de que ellas y ellos resultan fundamentales en el funcionamiento de los alquileres temporales.

Las atenciones que los huéspedes reciben inciden en las formas de habitar los alojamientos. Por ejemplo, los servicios de seguridad, la respuesta inmediata de los anfitriones, la limpieza o las relaciones que se establecen entre los huéspedes y el vecindario van construyendo lazos afectivos con los alojamientos. Los lazos afectivos no deben estar vinculados a trazos temporales de arraigamiento, sino más bien de un sentido placentero de bienestar y comodidad.

Por ello, la relación entre huésped y anfitrión se convierte en un elemento afectivo que se debe gestionar. Por lo tanto, la hospitalidad, el trato y la comunicación se convierten en afectos que permean en los espacios rentados. En primer lugar, como una forma de vender la experiencia y el trato hacia los huéspedes.

Y, en segundo lugar, en las respuestas y evaluaciones que posicionan el espacio en la plataforma digital.

Intermediación e internalización de costos

Uno de los rasgos de Airbnb es la intermediación, por lo que no asumen responsabilidades respecto a la prestación del servicio, tanto para huéspedes como para anfitriones. Una de las principales preocupaciones de estos es el estado de indefensión ante la plataforma por daños ocasionados por los huéspedes. Todos los entrevistados dieron testimonios de abusos y malos usos de sus inmuebles, que producen daños al mobiliario de los departamentos. Sin embargo, poder hacer efectivos los seguros que ofrece la plataforma resulta complicado por todas las evidencias que solicitan.

Igualmente, indicaron que en algunos casos se han dado extravíos de objetos de los inmuebles y, a veces, por la premura en la rotación de las reservas no se percatan, y después de un cierto tiempo resulta imposible realizar la reclamación, por lo que ellos tienen que asumir los costos de averías de los enseres y robos de artículos de los departamentos. En general, hay una queja constante sobre que Airbnb se mantiene al margen en situaciones complicadas de desperfectos del inmueble, además de que se exponen a recibir multas por parte de la plataforma.

Evaluaciones del capitalismo de plataforma

Es necesario destacar que los anfitriones mencionaron la importancia de obtener altas calificaciones y reseñas de parte de los huéspedes. En las plataformas digitales resulta fundamental tener una buena reputación que les permita aparecer en los primeros lugares de la pantalla y contar con mayores posibilidades de ser elegidos.

Debido a que Airbnb funciona a través de las evaluaciones, los anfitriones viven bajo un constante estrés por atender a sus huéspedes, lo cual en ocasiones puede implicar diversos abusos por parte de algunos clientes, que pueden ir desde pedir pantuflas, pasando por la instalación de televisión en la habitación, hasta llegar a pedir el cambio de cama.

Estas situaciones han logrado curtir a los *hosts*, quienes en general han aprendido que, a pesar de esforzarse por complacerlos, podrán ser sujetos a malas notas, que incluso pueden llegar a ocasionar afectaciones emocionales, por lo que parte de su aprendizaje ha sido no tomarse las cosas personales e, incluso, en los casos extremos les han dejado de importar las reseñas sobre sus apartamentos o han considerado dejar el negocio de Airbnb.

Diseñar alojamientos para consumir experiencia de Airbnb

La gestión de un espacio ofertado en Airbnb lleva implícitamente una interacción

simbólica y de significados que permean en la experiencia de la llegada y estadía de los huéspedes. Como planteamos en el apartado anterior, la operatividad desde lo digital, las transacciones monetarias o la internalización de los costos no están aisladas de las emociones que se producen en la experiencia del habitar.

Las condiciones que los anfitriones generan para vender sus espacios inciden en la construcción de ambientes que detonarán en la percepción de los huéspedes. La experiencia de rentar un espacio complementa la experiencia del viaje o la práctica turística. Y en ello, la experiencia del consumo, no solo ligado al servicio, sino a las condiciones de este (Jun, 2020; Purohit *et al.*, 2022; Mansvelt, 2005).

Por esta razón, la cercanía con los huéspedes, la autenticidad y la experiencia única son características que Airbnb ha plasmado en su proyección como plataforma de hospedaje, para diferenciarse de los hoteles u hostales (Brossat, 2019; De Castro Seabra & Fernandes, 2020). La experiencia del estar en una habitación o departamento forma parte del consumo, el cual impacta en la revalorización simbólica de los espacios y los barrios donde se encuentran ubicados, al considerarse como zona exclusiva por el perfil de los huéspedes.

Localización y diseño

Como lo mencionan De Castro Seabra y Fernandes (2020), los espacios en renta

territorios
52-Especial

poseen significados que remiten a los consumidores, al perfil y a las expectativas del estar en la ciudad. Por ello, en los casos aquí estudiados, nos hemos percatado que existe una identificación entre los anfitriones y el perfil de huéspedes que quieren atraer, puesto que conocen y comparten intereses, gustos, aficiones y estilos de vida. Aquí, la pregunta es qué tanto la actividad de arrendar influye en la configuración de los espacios para la renta de los lugares y, al mismo tiempo, cómo repercute en el barrio en el que están situados.

La hospitalidad que los anfitriones ofertan en la plataforma Airbnb es el vehículo que vende, que atrapa y propicia el consumo (Ruiz-Correa *et al.*, 2019; Jun, 2020), entonces, cuando analizamos las motivaciones de Juan, Pablo y Ricardo, las diferencias son evidentes en tanto las formas de configurar ambientes hospitalarios. En entrevista con Juan, mencionó que su mamá se encargó de amueblar los espacios, de recibir a los huéspedes, pero no hay un énfasis en el diseño de los lugares.

Como propietarios de los espacios, al no ser el ingreso principal, no se presta tanta atención al diseño para que se identifique con un perfil de huésped. La ubicación de los Airbnb que ofrecen es excelente para los turistas por la centralidad, por lo cual hay una comodidad para desplazarse en la ciudad, pero el sentido de identidad como lugar de renta queda difuminado.

La estrategia del diseño de los lugares, además de la ubicación, les brindan un valor mayor a los espacios en renta, más proyección y, por lo tanto, mayor posibilidad de ganancias. De esta manera, el consumo del alojamiento también se relaciona con la imagen e identidad del barrio en el que se encuentra, y esto forma parte de las motivaciones para hospedarse. Esta característica le imprime un plus al Airbnb al situarlo en un lugar de prestigio, cómodo, de élite y exclusivo.

Por lo tanto, el sentido de habitar se extiende desde el alojamiento hacia el barrio y otros puntos de la ciudad, interconectando diferentes escalas que forman parte del proceso de consumo. Por ello, cuando la renta de un espacio a través de Airbnb tiene mayor proyección, es parte del proceso de diseño y construcción de lugares habitables. El habitar, no solo el estar en un lugar, es desde donde se experimenta y se relaciona con el mundo (Giglia, 2012), no importa el tiempo de estancia o alojamiento, sino más bien la experiencia del ser y estar en el hospedaje.

Depositar la existencia es importante porque puede hacer cómoda o no la estancia, y ello también propicia que la experiencia al transitar otros espacios sea agradable o no. Por ello, cuando Pablo y Ricardo se interesan no solo en el diseño, sino en generar un ambiente cálido, de bienvenida, estéticamente agradable, detona que el habitar, efímero, episódico o turístico, sea de comodidad y que así

mismo el consumo del lugar de estancia forme parte de la experiencia turística.

En el caso de Pablo, él mantiene un diseño parecido en los dos departamentos que está arrendando. La ubicación de ambos lugares se encuentra en el centro histórico de la Ciudad de México, ello le permite jugar con aspectos culturales de la mexicanidad y fusionarla con muebles de diseño dirigidos a sectores medios. Esto le imprime un sentido de distinción a los departamentos, un consumo de estar que filtra inmediatamente el perfil de sujetos que pueden adquirir dicha experiencia espacial.

Entonces, la experiencia del estar no solo significa un intercambio de bienes y servicios, sino el reposo de la existencia, la memoria de la estancia turística en la ciudad, que se va formando a través de las reseñas, la valía paisajística del barrio donde se ubican esos departamentos arrendados. Porque, como bien lo comenta Pablo en entrevista, la ubicación de los departamentos en un edificio dedicado a la renta residencial y turística le da un halo de exclusividad, debido a la cercanía con las zonas más transitadas del centro de la capital mexicana.

Habitar y estilos de vida

El consumo de alojamientos, su ubicación y diseño está estrechamente relacionado con los estilos de vida de los huéspedes (Ruiz-Correa *et al.*, 2019; Brossat, 2019).

Por esta razón, los anfitriones conocen los elementos por movilizar para ser atractivos. El valor agregado que Pablo ofrece, pese a no interactuar directamente con los huéspedes en el espacio físico, sino a través de la gestión *online*, es garantizar que los departamentos contengan los elementos anunciados en la plataforma.

Como anfitrión, Pablo asegura que todo lo ofertado *online* tenga su correspondiente en el espacio *offline* o presencial. Es decir, desde lo digital se mueven códigos, símbolos, significados y valores de una identidad espacial que permea en el espacio real, material y experiencial de la estancia. El detonante y gancho digital de la experiencia del habitar debe estar presente desde la promoción de los espacios. La estrategia de Pablo como arrendador y gestor digital es transmitir estos códigos tanto visualmente como mediante la narrativa empleada en la plataforma *online*. Las reseñas dejadas por los huéspedes en Airbnb reflejan la experiencia de habitar el alojamiento, las condiciones, la interacción con el anfitrión y la ubicación.

A través de estas reseñas, se revelan cómo son aprovechados, en el negocio del arrendamiento por Airbnb, los elementos de la experiencia, lo simbólico, los significados y los códigos para atraer a los huéspedes y ser anfitriones competitivos dentro de la plataforma. Esto implica una monetización por el consumo del hábitat, en la que, a través del diseño de los espacios, la publicidad, las reseñas

y la presentación de los alojamientos, se instauran vínculos afectivos, emocionales, estéticos, de gusto y de placer.

La forma de vender y publicitar en Airbnb incluye implícitamente elementos que motivan una experiencia de habitar los alojamientos, pues los huéspedes despliegan su existencia en estancias cortas o largas, generando sentidos al ocuparlos. Por ello, podemos considerar que el habitar es uno de los motores que impulsa a Airbnb, revalorizando la plataforma y, sobre todo, los barrios donde se ubican los departamentos o habitaciones en renta (Brossat, 2019; De Castro Seabra & Fernandes, 2020). Al menos, en los dos niveles de arrendamiento descritos anteriormente, no hay una interacción cotidiana, aunque en el perfil de subarrendador, Ricardo se encarga de crear una atmósfera afectiva positiva que repercute en la estancia de los inquilinos.

Ricardo es el único anfitrión que convive con los huéspedes, ya que alquila una habitación de su departamento. Como menciona, la ubicación, la amplitud del departamento, la luz y el diseño artístico que presenta, complementados con su estilo de vida, lo vuelven atractivo y bien posicionado en la plataforma. Sin embargo, la interacción es importante para Ricardo, quien genera un sentido de tranquilidad, seguridad y comodidad. Por ejemplo, trata de permanecer poco tiempo en el departamento, no hacer ruido y contar con amenidades para sus invitados.

Así, se puede observar cómo el ambiente *hogareño* origina un entorno de convivencia y una forma de habitar (Lindón, 2017; Ben, 2009) que influye en la experiencia por el consumo del alojamiento. La presencia del anfitrión en el lugar afecta a los huéspedes, ofreciendo no solo una agradable estancia en cuanto a las condiciones materiales del espacio, sino también a la convivencia cotidiana. Por ello, el subarrendador propicia la menor molestia posible, preocupado por la evaluación.

Estos estudios de caso evidencian que la experiencia de habitar un alojamiento es un recurso explotable en la plataforma de Airbnb, capaz de producir ganancias monetarias y, al mismo tiempo, incidir simbólicamente en el prestigio de un anfitrión. Así mismo, la interacción entre anfitriones y consumidores de Airbnb se convierte en un factor que facilita que la estancia trascienda el mero consumo del alojamiento, impactando en el barrio en que está situado y potenciando procesos de gentrificación o turistificación.

En los casos de Ricardo y Pablo, cuyos espacios se encuentran en la calle Bolívar en el Centro Histórico de la Ciudad de México, la llegada de huéspedes que pueden costear los alojamientos incide en dichos procesos. Finalmente, el sentido de habitar turístico o esporádico se vincula a la elitización, a la exclusividad y a la experiencia única de estar en la ciudad, promoviendo la singularidad e identidad que estos espacios ofrecen.

Conclusiones

Las ciudades mexicanas, y en especial la capital del país, están experimentando una intensificación en la aparición de apartamentos de alquiler turístico que son arrendados a través de Airbnb, especialmente en áreas estratégicas como son los barrios gentrificados y centros históricos. De este modo, a mediano plazo se podría dilucidar qué ocurre en ciudades turísticas del litoral, las cuales también viven acelerados procesos de airbnbización. La hipótesis es que ya sea en el norte o sur de México, la presencia de Airbnb implica el aumento de los alquileres, el desplazamiento de habitantes, el cambio en la estructura comercial y la conformación de enclaves de consumo excluyentes.

La elaboración de esta investigación de corte cualitativo nos permitió introducirnos en aspectos poco explorados dentro de los estudios sobre Airbnb en México, esto es, la caracterización de los anfitriones y su relación con la producción de lugares a través del habitar turístico.

Los casos de Pablo y Rodrigo muestran la importancia de la ubicación de los espacios en renta y cómo los centros históricos se vuelven fundamentales para este nicho de mercado. Las motivaciones del negocio son detonantes importantes para su desarrollo y el impacto urbano que tienen. La experiencia que nos comparte Pablo es un claro ejemplo de cómo el interés y la motivación por obtener el

total de sus ingresos de este negocio genera estrategias para que sea redituable.

Es decir, aspira a tener más departamentos para rentar, pero la fórmula del diseño de los lugares ya está colocada, se tiene conocimiento de qué códigos, sentidos y ambientes movilizar desde la plataforma para hacer atractivos los arrendamientos. Aunado a ello, la gestión física es importante, el contacto y la interacción para seguir produciendo una buena impresión y que se quede plasmada en las evaluaciones.

El circuito de los anfitriones y el arrendamiento está conformado por la intervención y gestión digital y física; estar pendientes de las condiciones de los espacios y los requerimientos que se necesitan para habitarlos, la limpieza, la seguridad o bien la disponibilidad. Asimismo, se integra la evaluación del huésped como parte del resultado de la experiencia de la estancia, la cual expresa el sentido de habitar y las relaciones entre anfitriones y huéspedes que puede ser: excelente, bueno, eficiente, deficiente o mal trabajo como host. Podríamos afirmar que el trabajo de los anfitriones de Airbnb se concreta en la práctica del habitar, donde se performa todo aquello que estructura el trabajo, la ganancia, el negocio y el consumo del estar y permanecer temporalmente en otro sitio.

En este sentido, esta materialización del trabajo que implica el arrendamiento en Airbnb se sostiene de las expectativas de los hosts. Como pudimos ver en este

trabajo, los diferentes perfiles de anfitriones atienden las necesidades de forma distinta. Juan, (propietario) tiene paralelamente otra forma de ofertar los espacios, más impersonal. Mientras que Ricardo (subarrendador) está interesado en generar un ambiente cálido y afectivo para los huéspedes con quienes comparte el departamento para seguir manteniendo el estatus de la colonia donde vive.

Y finalmente, Pablo (arrendador y administrador) está interesado en incrementar el negocio. En los tres casos el interés está en lo redituable, la ganancia y el beneficio, aunque en diversas escalas de rendimiento. Aunque también la incertidumbre de saber quién habita sus espacios y los posibles desperfectos que pudieran aparecer es una preocupación o un riesgo que están dispuestos a correr.

Finalmente, esta mirada vertida en este fenómeno nos ha permitido abrir el análisis sobre el proceso, la experiencia, las estrategias y las preocupaciones por parte de los anfitriones, desde distintos lugares: propietarios, arrendadores o subarrendadores. Conocer las motivaciones, las ganancias y las expectativas también propician que enfatizamos hacia dónde se dirige el fenómeno de la airbnbización de las ciudades en México.

Referencias

Aguilera, T., Artioli, F., & Colomb, C. (2021). Explaining the diversity of policy responses to platform-mediated

short-term rentals in European cities: a comparison of Barcelona, Paris and Milan. *Environment and Planning A: Economy and Space*, 53(7), 1689-1712. <https://doi.org/10.1177/0308518X19862286>

Alfonso, R. (2016). Economía colaborativa: un nuevo mercado para la economía social. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 88, 230-258.

Ben, A. (2009). Affective atmospheres. *Emotion, Space and Society*, 2(2), 77-81.

Brossat, I. (2019). *Airbnb, la ciudad uberizada*. Katakarak.

De Castro Seabra, A., & Fernandes, L. (2020). Si Airbnb fuera persona: un estudio sobre la personalidad de marca en la economía compartida. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 29, 770-791.

Giglia, A. (2012). *El habitar y la cultura: perspectivas teóricas y de la investigación*. Universidad Autónoma Metropolitana.

Gil, J., & Sequera, J. (2018). Expansión de la ciudad turística y nuevas resistencias: el caso de Airbnb en Madrid. *Empiria, Revista de Metodología de las Ciencias Sociales*, 41, 15-32.

Instituto Mexicano para la Competitividad (IMCO). (2018). *Airbnb en la Ciudad de México: extiende los beneficios económicos del turismo y reduce la brecha salarial*. IMCO.

Jun, H. (2020). The effects of perceived risk, brand credibility and past experience

- on purchase intention in the Airbnb context. *Sustainability*, 12(12), 2-17. <https://doi.org/10.3390/su12125212>
- Lindón, A. (2017). La ciudad movimiento: cotidianidades, afectividades corporizadas y redes topológicas. *Inmediaciones de la Comunicación*, 12(1), 107-126.
- Londoño-Cardozo, J., & Tello-Castrillón, C. (2022). La economía colaborativa: propuesta de bases conceptuales para su estudio. *Entramado*, 18(2), 1-16.
- López, D. (2021). *Análisis de precios hedónicos para Airbnb en la CDMX* [tesis de maestría]. El Colegio de México. https://repositorio.colmex.mx/concern/theses/kk91fn19q?f%5Bdate_created_sim%5D%5B%5D=2021&locale=es
- López-Gay, A., Madrigal-Montes de Oca, Á., Sales-Favà, J., & Pinto da Cunha, J. M. (2019). Apartamentos turísticos, ciudad y población en América Latina: los casos de Ciudad de México y São Paulo. *Revista Latinoamericana de Población*, 13(25), 5-35.
- Malet, D., Gago, A., & Cócola-Gant, A. (2018). Turismo, negocio inmobiliario y movimientos de resistencia en Lisboa, Portugal. En C. Milano & J. Mansilla (Coords.), *Ciudad de vacaciones: conflictos urbanos en espacios turísticos* (pp. 121-154). Pollen Edicions.
- Mansvelt, J. (2005). *Geographies of consumption*. SAGE Publication.
- Mayasari, I., Haryanto, H., & Wadi, I. (2017). *The qualitative analysis of motivational factors of the Airbnb as collaborative consumption in the era of economic*. Proceeding UG Economics Faculty International Conference 2017.
- Peral, O. (2022). *La producción del espacio en los centros históricos y la tendencia hacia su gentrificación: el caso del Centro Histórico de Oaxaca* [tesis de doctorado]. Universidad Nacional Autónoma de México.
- Purohit, D., Arora, R., Nunkoo, R., & Das, M. (2022). Airbnb experiences: travelers' purchase behavior and word-of-mouth. *Journal of Traveler Research*, 62(7), 1569-1587.
- Reygadas, L. (2018). Dones, falsos dones, bienes comunes y explotación en las redes digitales: diversidad de la economía virtual. *Desacatos*, 56, 70-89.
- Ruiz-Correa, S., Ruiz-Correa, I., Olmos-Carrillo, C., Rendón, F., Ramírez-Salazar, B., Son Nguyen, L., & Gatica-Pérez, D. (2019). ¿Mi casa es su casa?: examining Airbnb hospitality exchanges practices in a developing economy. *ACM Transactions on Social Computing*, 2(1).
- Saban, L., & Rodríguez, C. (2022). El fenómeno Airbnb bajo la lupa: estudios académicos desde América Latina. *Tlalli, Revista de Investigación en Geografía*, 7, 67-90.
- Sales-Favà, J., & López-Gay, A. (2018). El auge de Airbnb en la Ciudad de México: implicaciones espaciales y

sociodemográficas. *Coyuntura Demográfica*, 14, 90-108.

Silva, L. A., & De Acevedo, M. L. (2020). El discurso del consumo colaborativo en turismo: análisis de la plataforma de viajes Airbnb. *Estudios y Perspectivas de Turismo*, 29(3), 709-729.