

Alquiler Turístico en España y Sevilla

Mario Pantoja Castro

Abril 2023

Resumen

1. Introducción

El sector turístico constituye una de las más importantes fuentes de ingresos en la economía española. Así es también en las economías de Andalucía y Sevilla. De tal manera ha sido desde el desarrollo turístico que experimentó el país durante el tardofranquismo y las décadas posteriores. Sin embargo, recientemente y gracias a la llegada de la revolución digital se han desarrollado nuevas y diversas formas de turismo. Otras se han visto favorecidas por el poder de difusión y alcance que las nuevas tecnologías nos ofrecen. Es el caso del alquiler vacacional, es decir, el alquiler de inmuebles a corto o medio plazo con fines turísticos. La importancia que este sector tiene y que año tras año se va incrementando en el turismo nacional hace de su estudio una labor interesante.

Asimismo, a causa de la pandemia por coronavirus, el alquiler turístico se vio mermado en su totalidad, provocando adversos efectos económicos. Tras esta situación su crecimiento fue exponencial, volviendo a recuperar e incluso incrementar la importancia que había tenido para el turismo y la economía en general.

Por otro lado, este rápido crecimiento del sector del alquiler turístico, tanto en España o como en el resto del mundo, se debe en gran parte al desarrollo y crecimiento de empresas digitales tales como *Airbnb*, *Booking* o *Vrbo* que facilitan las relaciones entre arrendador y arrendatario al ofrecer plataformas donde anunciar y alquilar inmuebles de manera segura.

No obstante, a pesar del gran impacto que este negocio supone en el sector turístico general, y a su vez en la economía, el hecho de que se produzca en Internet y a través de empresas privadas dificulta la tarea de recopilación de datos estadísticos sobre el mismo. Por esta razón, existe una gran desinformación sobre el alquiler turístico y lo que supone para la economía frente a otros sectores del turismo.

En este contexto, el presente trabajo se propone arrojar luz sobre los datos más importantes de alquiler turístico a nivel nacional, autonómico y provincial; haciendo especial hincapié en la ciudad de Sevilla, donde se pretende hacer un estudio más pormenorizado.

2. Descripción de los objetivos

Motivado por la dificultad de obtener información clara y fiable sobre el alquiler turístico de manera desagregada, el principal objetivo del texto es presentar datos estadísticos que permitan realizar comparaciones entre los distintos territorios del estado español sobre el tema en cuestión.

En concreto, se pretende analizar y comparar los precios del alquiler turístico a nivel nacional, según comunidades autónomas; a nivel andaluz, según provincias; y en torno a la ciudad de Sevilla, según distritos. Se quiere también estudiar los diferentes tipos de inmueble que se ofrecen en alquiler turístico y la distribución de los anuncios de los arrendadores, es decir, la densidad de éstos, por las áreas descritas anteriormente. Por último, se busca obtener resultados sobre la evolución del sector en cuestión tras la pandemia COVID, así como comparar de que manera se ha visto afectado por esta situación frente a indicadores como el Índice de Precios al Consumo (IPC).

3. Metodología y desarrollo de la investigación

Para el proceso de investigación del presente trabajo se han utilizado herramientas puramente informáticas. Con el fin de que se entienda cómo y por qué se ha llevado a cabo el estudio de esta manera, se expondrán las distintas fases de la investigación detallando en cada una de ellas los recursos informáticos utilizados y la justificación correspondiente. Se adelanta que los datos a partir de los cuales se ha realizado el estudio se dividen en tres grandes conjuntos:

- Datos relativos al alquiler turístico en Sevilla (2017-2018)
- Datos relativos al alquiler turístico en España (2017-2018)
- Datos relativos al alquiler turístico en Sevilla (2022)

Fase 1: Recopilación de datos. Existen muy pocas fuentes fiables que aporten datos sobre el alquiler turístico de manera desagregada, esto es, por sectores territoriales como provincias o distritos. Como se comentó en la introducción, la obtención de datos sobre el tema, y más aún aquellos de carácter desagregado, es limitada, complicada y costosa. Esto se debe mayoritariamente a que el negocio del alquiler turístico se lleva a cabo casi en su totalidad vía páginas webs de empresas privadas. Éstas no ponen a disposición pública los valiosos datos que poseen sino que, bajo circunstancias muy específicas, ceden parte de ellos, imposibilitando al que lo recibe la difusión de los mismos. En la mayoría de los casos, estos datos se compran directamente a las empresas privadas para la realización de un estudio en particular pero, por supuesto, solo pudiendo publicar conclusiones sacadas a raíz de los datos en disposición y no éstos de manera explícita.

Sin embargo, existe una técnica informática a través de la cual se puede obtener información, aunque con limitaciones, de manera legal. Se trata del *web scraping*. Esta técnica permite al que la usa obtener grandes cantidades de datos expuestos en una página web. En nuestro caso, la página web en cuestión es *Airbnb*.¹

Intuitivamente, el *web scraping* permite rastrear los datos que aparecen en una web pero que por su gran magnitud resultaría imposible realizar manualmente.

Por ejemplo, en nuestra situación, las técnicas descritas permiten obtener datos relativos al precio, lugar, fecha y demás características relativas a los anuncios publicitarios expuestos en *Airbnb*.

De esta manera se han obtenido todos los datos que se han usado en el proceso de investigación del trabajo. Ahora bien, aunque con la misma técnica del *web scraping*, son tres las fuentes de datos de las que se han hecho uso. Por un lado, los datos de alquiler turístico ofrecidos por *Airbnb* relativos a Sevilla y a España en general de los años 2017 - 2018 se han obtenido de [DataHippo]. Por otro, los datos de Sevilla del año 2022 son de [InsideAirbnb] que, a su vez, han sido complementados con otros datos resultantes de un *scraping* personal.²

Fase 2: Limpieza de datos. Una vez obtenidos los *datasets*, el proceso de limpieza y depuración de éstos, es decir, la clasificación de los datos, eliminación de anomalías, obtención de nueva información a partir de la disponible y, en definitiva, todo lo necesario para posteriormente obtener estadísticas y gráficas fiables y valiosas; se ha realizado a través del lenguaje de programación *Python* y, más concretamente, a través de una librería de éste llamada *Pandas*.

Sin entrar en detalles técnicos, los criterios bajo los cuales se ha realizado la limpieza de datos son:

1. Anuncios proveídos por *Airbnb* y no por otra web de alquiler turístico
2. Anuncios con *reviews* en el último año y no aquellos que no tienen ninguna
3. Anuncios con ninguna característica nula. Se deshechan, por ejemplo, anuncios que no tengan precio o capacidad.

Finalmente, los datos que quedaban se han truncado bajo criterios estadísticos. Esto es, se han eliminado aquellos anuncios que, en relación al precio y al tipo de inmueble que ofrecían, no estaban dentro de los márgenes cuantílicos (*outliers*). Es decir, aquellos que no estaban entre el cuantil 003 y el cuantil 097 según el precio por noche.

Así, la muestra de datos de la investigación la constituyen aquellos anuncios que cumplen los criterios descritos anteriormente y que pertenecen a los *datasets* considerados en la Fase 1.

¹Aunque se podían haber usado datos procedentes de diferentes webs, se ha preferido usar solo los datos de una única web puesto que muchos arredadores publicitan sus anuncios en diferentes plataformas, lo que hubiese ocasionado datos redundantes. La elección de *Airbnb* se debe al gran volumen de datos que ofrece y a la importancia que tiene en el sector.

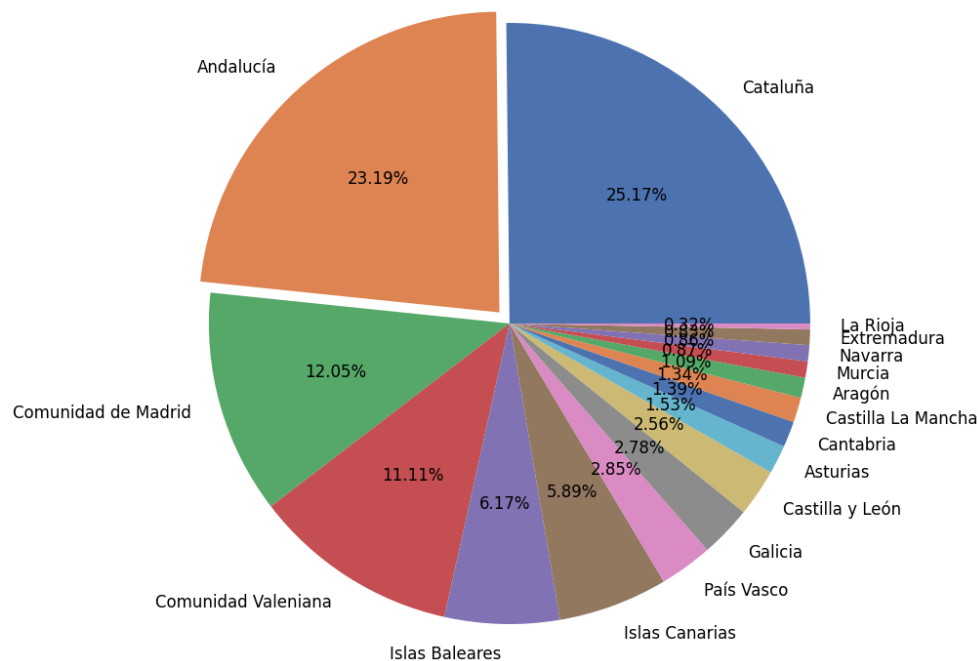
²Los datos que ofrecía [InsideAirbnb] eran incompletos y no los suficientemente útiles para el estudio que el autor quería hacer. Por ello, se llevó a cabo un *scraping* para aumentar la información de los anuncios de *Airbnb* que la web citada ponía a disposición. No se entrará en detalles sobre las técnicas informáticas utilizadas pero se pondrá a disposición los ficheros de datos (CSV) que se obtuvieron.

Fase 3: Obtención de estadísticas y gráficas. Finalmente, los resultados estadísticos así como todas las gráficas que figuran en el texto, a menos que se exprese lo contrario, se han obtenido nuevamente con *Python*, concretamente con las librerías *Pandas*, *Matplotlib* y *Seaborn*. Una vez más, no se entrará en detalles técnicos, pero se dirá que se ha tratado de exponer los datos de la manera más clara y leal posible a la información obtenida en el proceso de investigación.

Se ha de mencionar que como se asegura la obtención de las gráficas, los datos y la limpieza de los mismos con técnicas informáticas realizadas por el propio autor, se ha puesto a disposición del lector un repositorio de código ([GitHub]) en el Anexo del texto donde se puede constatar y consultar todo el proceso de investigación que se ha llevado a cabo desde la Fase 2 así como disponer de los conjuntos de datos que se mencionan. Se anima al lector a que consulte dicho repositorio, al menos para comprobar la veracidad de lo expuesto anteriormente.

4. Resultados y discusión

4.1. Resultados relativos a la distribución de la oferta y a la actividad publicitaria



Fuente: elaboración propia a partir de [DataHippo, (1)]

Figura 1: Distribución porcentual de la oferta del alquiler turístico en España, según comunidades autónomas

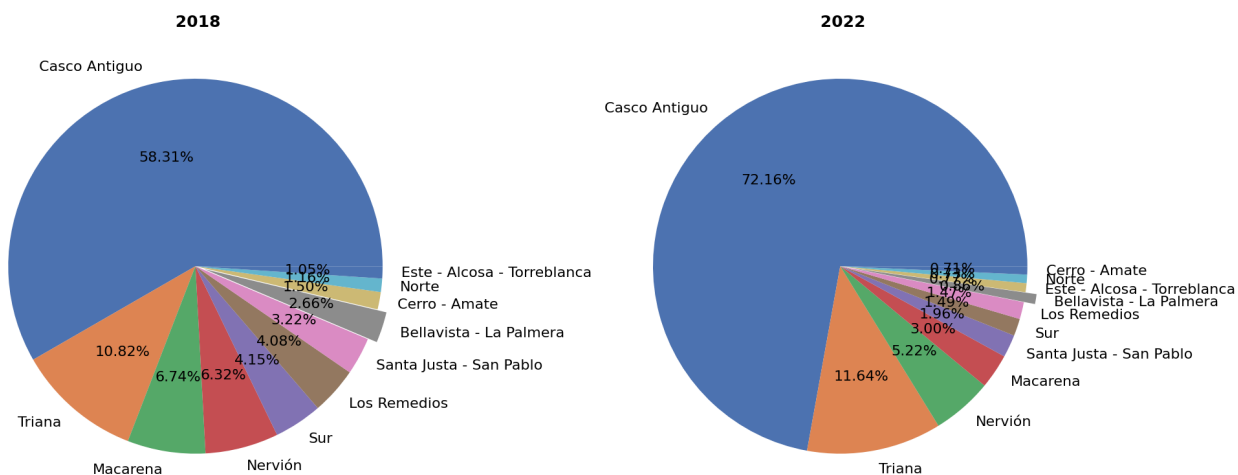
Este gráfico muestra de que manera se distribuyen los anuncios de oferta de alquiler turístico, porcentualmente, según comunidades autónomas del territorio español. Se observa que aquellas comunidades donde existe mayor oferta son Cataluña, Andalucía, la Comunidad de Madrid y la Comunidad Valenciana. Obsérvese que Andalucía abarca un 23.19 % de toda la oferta de alquiler turístico del país. Además se muestra la gran diferencia porcentual que existe entre las comunidades con mayor y menor oferta, que son La Rioja, Extremadura, Navarra y Murcia y que no abarcan si quiera un 1 % de la oferta cada una. De hecho, Cataluña y Andalucía poseen casi el 50 % de la oferta de alquiler turístico nacional.

Barcelona	17.84	Gipuzkoa	1.52	Cáceres	0.51	Álava	0.27
Madrid	12.05	Cantabria	1.39	Huesca	0.47	Teruel	0.25
Málaga	9.14	Almería	1.33	Toledo	0.43	Lugo	0.24
Islas Baleares	6.17	A Coruña	1.22	Salamanca	0.42	Valladolid	0.22
Alicante	5.71	Pontevedra	1.14	Santa Cruz de Tenerife	0.41	Ciudad Real	0.21
Las Palmas de Gran Canaria	5.47	Bizkaia	1.06	Segovia	0.37	Guadalajara	0.18
Valencia	4.34	Castellón	1.05	Zaragoza	0.37	Ourense	0.17
Cádiz	4.31	Córdoba	0.92	Cuenca	0.36	Soria	0.17
Girona	3.88	Murcia	0.87	Badajoz	0.33	Albacete	0.16
Sevilla	3.72	Navarra	0.86	Burgos	0.32	Palencia	0.12
Granada	2.78	Lleida	0.72	La Rioja	0.32	Zamora	0.11
Tarragona	2.73	Huelva	0.71	Ávila	0.3	Ceuta	0.02
Asturias	1.53	León	0.55	Jaén	0.28	Melilla	0.005

Fuente: elaboración propia a partir de [DataHippo, (1)]

Cuadro 1: Distribución porcentual de la oferta del alquiler turístico en España, según provincias

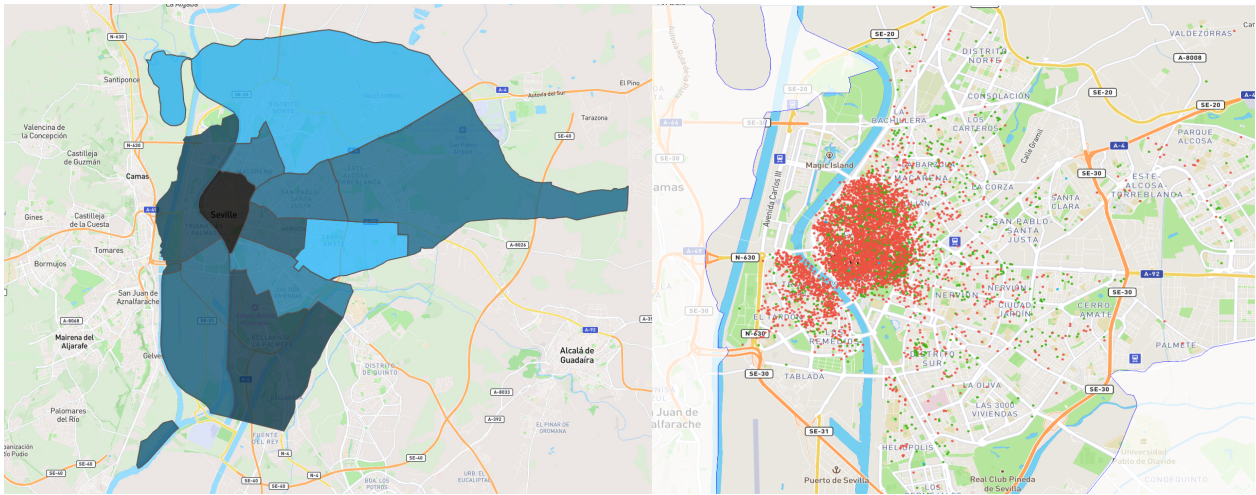
Estos otros datos muestran, al igual que los anteriores, la distribución de la oferta en España, pero por provincias. Destaca Barcelona con una notable mayoría porcentual al ostentar un 17.84 % de la oferta del alquiler turístico nacional. Le sigue Madrid y la provincia de Málaga, que se posiciona no solo como la provincia andaluza con mayor oferta sino también como la tercera de España.



Fuente: elaboración propia a partir de [DataHippo, (2)] y [InsideAirbnb, (1)]

Figura 2: Distribución porcentual de la oferta del alquiler turístico en la ciudad de Sevilla, según distritos

En cuanto a la distribución en la ciudad de Sevilla según distritos, se observa una clara hegemonía del Casco Antiguo tanto en 2018 como en 2022. Aparte de este distrito, los que mayor oferta tienen son Triana, la Macarena y Nervión. El resto presenta un porcentaje notablemente menor. Si se comparan los datos de 2018 y 2022 se observa que el Casco Antiguo ha aumentado el gran porcentaje que ya tenía de la oferta del alquiler turístico sevillano tras la pandemia del COVID, pasando de un 58.31 % a 72.16 %. Por último, en el barrio de la Palmera y Bellavista la oferta se ha reducido cerca de un 70 % desde 2018.



Fuente:

Fuente:

Figura 3: Mapas

Referencias

[DataHippo]

1. Datos España 2017 - 2018
2. Datos Sevilla 2017 - 2018
3. Datos España 2017 - 2018 (CSV)
4. Datos Sevilla 2017 - 2018 (CSV)

[InsideAirbnb]

1. Datos Sevilla 2022
2. Datos Sevilla 2022 (CSV)

Anexo

[GitHub] Repositorio de código sobre el proceso de investigación