

Revista Investigaciones Turísticas, nº 29 (2025), pp 303-333.

ISSN: 2174-5609

DOI. <https://doi.org/10.14198/INTURI.27835>

Cita bibliográfica: Sánchez-Sánchez, F.J. y Sánchez-Sánchez, A. M. (2025). Factores característicos del impacto de las viviendas de uso turístico en España: aproximación a escala provincial. *Investigaciones Turísticas* (29), pp. 303-333. <https://doi.org/10.14198/INTURI.27835>

Factores característicos del impacto de las viviendas de uso turístico en España: aproximación a escala provincial

Characteristic factors of the impact of tourist housing in Spain: a provincial scale approach

Francisca J. Sánchez-Sánchez , Universidad Pablo de Olavide, España
fsansan@upo.es

Ana M. Sánchez-Sánchez , Universidad Pablo de Olavide, España
amsansan@upo.es

RESUMEN

En los últimos tiempos se ha producido un aumento en la oferta de diferentes modalidades de alojamiento, entre las que se encuentran las viviendas de uso turístico. El objetivo de este estudio es determinar los factores que miden el impacto producido por las viviendas de uso turístico en España, poniendo especial énfasis en la localización territorial de los destinos turísticos, por lo que se hace una aproximación a escala provincial. Para el estudio se aplican técnicas estadísticas no paramétricas y de análisis multivariante. Se produce una variabilidad relativa y heterogénea del impacto territorial de las viviendas de uso turístico, mostrándose más eficiente en aspectos de ocupación y del mercado laboral en ciertas áreas, mientras que su impacto es más limitado en otras. Esta disparidad provincial también se evidencia en el impacto provincial de la oferta, demanda y grado de ocupación, mostrándose indicios de un equilibrio relativo, lo que revela que en algunas zonas el sector parece no estar sobredimensionado. La diversidad de resultados territoriales evidencia la importancia de la localización espacial de los destinos turísticos como factor determinante de su impacto, siendo las provincias situadas en los archipiélagos españoles y en las zonas costeras las más favorecidas económica y laboralmente por las viviendas de uso turístico.

Palabras clave: viviendas turísticas; alojamientos turísticos; factores determinantes; impacto turístico; destinos turísticos; localización turística.

ABSTRACT

In recent times there has been an increase in the supply of different types of accommodation, including tourist housing. The aim of this study is to determine the factors that measure the impact produced by tourist dwellings in Spain, with special emphasis on the territorial location of tourist destinations. Therefore, a provincial scale approach has been used. Non-parametric statistical techniques and multivariate analysis have been applied for the study. The results

Fecha de recepción: 25/06/2024 *Fecha de aceptación:* 14/10/2024

Este trabajo se comparte bajo la licencia de Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional de Creative Commons

(CC BY-NC-SA 4.0): <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/> 

©2025 Francisca J. Sánchez-Sánchez y Ana M. Sánchez-Sánchez

show that this type of accommodation in Spain is not oversized, that it is efficient and that it has a positive effect on different aspects, especially on the labor market associated with the sector. However, this impact is relative and heterogeneous, as it does not benefit the whole of Spain in the same way. This diversity shows the importance of the spatial location of tourist destinations as a determining factor of its impact, with the provinces located in the Spanish archipelagos and coastal areas being the most favored by tourist housing both economically and in terms of employment.

Keywords: tourist housing; tourist accommodation; determining factors; tourism impact; tourist destinations; tourist location.

I. INTRODUCCIÓN

El turismo se ha convertido en uno de los sectores más importantes a nivel mundial, no solo en términos socioculturales sino también como fuente clave para la creación de empleo e inversión empresarial. Durante 2023, España fue el segundo país del mundo en número de turistas, muestra de ello, es el aumento de turistas que registró respecto a 2022, incrementando un 18,7% (INE, 2024a). Por ello, la contribución del turismo a la economía española es muy importante, convirtiéndose en un sector estratégico para el país (Santamaría y Filis, 2019). En España, el sector turístico aporta más del 14% al PIB, genera 2,8 millones de puestos de trabajo, lo que representa el 14,4% del empleo total (World Travel and Tourism Council, 2019). De ahí que, el impacto del turismo en la economía española sea muy positivo, contribuyendo de forma muy importante al desarrollo del país.

En la última década el aumento progresivo de turistas, también ha ido acompañado del incremento en la oferta de distintas modalidades de alojamiento, tales como las viviendas de uso turístico (Farronato y Fradkin, 2018; Gunter y Önder, 2018; Gutiérrez et al., 2017). Esto ha tenido consecuencias en los destinos turísticos, como, por ejemplo, el aumento de propietarios que actúan a espaldas de las autoridades (Shabrina et al., 2022; von Briel y Dolnicar, 2020; Moreno-Izquierdo et al., 2016), mayor rotación en las viviendas turísticas (Lim et al., 2021; Oskam y Boswijk, 2016), el desarrollo de nuevas formas de comercialización del alquiler turístico, como el alquiler de habitaciones individuales o compartidas publicitado en plataformas especializadas. Todo ello, permite nuevas oportunidades de emprendimiento empresarial y empleo en el sector (Dogru, Mody et al., 2020; Sigala, 2016). Sin embargo, el auge de las viviendas de uso turístico también tiene consecuencias negativas, como una mayor competencia en las zonas residenciales, el aumento de los precios de compra y alquiler (Dogru et al., 2019; Barron et al., 2018; Schor, 2016; Ranchordás, 2015) o la sobreexplotación de los espacios turísticos (Milano, 2018; Goodwin, 2017).

La investigación relacionada con las viviendas turísticas ha abordado una amplia gama de temas, incluyendo el análisis de precios en plataformas web especializadas como Airbnb y Booking (Moreno-Izquierdo et al., 2020; Gibbs et al., 2018; Lee y Kim, 2018; Wang y Nicolau, 2017), el impacto sociocultural, la regulación, los efectos económicos locales o las dinámicas de la economía colaborativa, entre otros temas (Guttentag, 2019). Nuestra investigación se centra en identificar los factores que caracterizan el impacto de las viviendas de uso turístico. Además, nuestro enfoque pone un énfasis especial en la localización geográfica de los destinos turísticos como determinante del impacto generado. En contraste con estudios anteriores que han analizado principalmente a nivel nacional o regional (Sánchez-Sánchez y Sánchez-Sánchez,

2022a; Sellers-Rubio y Casado-Díaz, 2018; Benito-López et al., 2014; Lozano y Gutiérrez, 2011), este estudio realiza una aproximación a escala provincial. Por todo ello, el objetivo principal de este trabajo es analizar y cuantificar el impacto socioeconómico de las viviendas de uso turístico en España, poniendo especial atención en cómo la localización de los destinos turísticos influye en este impacto. Se busca evaluar la variabilidad del efecto de los factores que caracterizan a esta modalidad de alojamiento según la localización geográfica y el tipo de turismo predominante en los destinos turísticos. Estos resultados podrán ser utilizados por las partes interesadas en las zonas turísticas. Por un lado, los propietarios y empresarios tendrán herramientas para tomar decisiones que les permitan mejorar sus resultados y competitividad. Y, por otro lado, las instituciones públicas podrán determinar qué aspectos pueden corregir para una mejor distribución de la demanda turística para lo que podrán ofrecer incentivos y promocionar las viviendas en los destinos turísticos menos concurridos.

El trabajo se estructura como sigue. En la sección 2 se presenta el marco teórico y las hipótesis de investigación. En la Sección 3 se contextualiza el estudio mediante el análisis de las viviendas de uso turístico. La Sección 4 está dedicada al desarrollo de la metodología y fuentes de datos. La Sección 5 muestra los resultados de investigación y, por último, la Sección 6 presenta la discusión y conclusiones del estudio.

II. MARCO TEÓRICO

Los estudios conceptuales sobre vivienda de uso turístico se han centrado en la naturaleza del uso compartido en los sectores de la hostelería y el turismo (por ejemplo, ver Kannisto, 2017), ya que este tipo de alojamiento presenta aspectos que lo hacen único, incluso en el ámbito de la economía colaborativa (Li y Tsai, 2022; Belardino y Koh, 2020).

El alojamiento entre particulares es algo que normalmente se ha llevado a cabo entre familiares y amigos (Huan y Chen, 2021; Guttentag, 2015), pero es gracias a la aparición de webs especializadas como, por ejemplo, Airbnb o Booking, que este modelo de negocio se ha extendido a nivel global (Zhu y Chen, 2022; Viglia, 2020; Gutiérrez et al., 2017; Ert et al., 2016). Esto ha provocado la transformación del sector del alojamiento turístico, produciéndose un aumento exponencial en la oferta de vivienda de uso turístico, lo que ha estimulado que un alto índice de propietarios de viviendas actúen al margen de las autoridades (Shabrina et al., 2022; von Briel y Dolnicar, 2020; Moreno-Izquierdo et al., 2016) y que se produzca mayor rotación en el mercado de viviendas turísticas que compiten directamente con el sector hotelero tradicional y el mercado de alquiler (Cuevas y Tabales, 2023; Lim et al., 2021; Guttentag, 2015; Oskam y Boswijk, 2016). Esto tiene un efecto en otras modalidades de alojamiento, así, por ejemplo, los ingresos de los hoteles de gama baja y aquellos que tienen menos instalaciones se ven más afectados por este nuevo modelo de negocio (Zervas et al., 2014). Sin embargo, el alojamiento en viviendas de uso turístico es un turismo complementario que atrae a turistas que de otra forma no podrían visitar el destino turístico (Goree, 2016; Shankland, 2013). Son varios los autores que sugieren que la principal razón del interés creciente de los turistas por este nuevo tipo de alojamiento es su menor coste frente a otros alojamientos alternativos (Dogru, Hanks et al., 2020; Dogru, Mody et al., 2020; Benítez-Aurioles, 2019; Zervas et al., 2017; Oskam y Boswijk, 2016; Tussyadiah y Pesonen, 2016; Owyang et al., 2013; Botsman y Rogers, 2011; Gansky, 2010). Sin embargo, los turistas que recurren a estos alojamientos no lo hacen solo por razones económicas, sino que intervienen otras cuestiones como la responsabilidad social y medioambiental o las interacciones sociales

con la comunidad local (Lin, 2021; Tussyadiah y Pesonen, 2018; Guttentag, 2015; Tussyadiah, 2015).

Respecto al perfil de los viajeros de este tipo de alojamientos, algunas investigaciones los han caracterizado, por ejemplo, Russo y Quagliari (2014) indican que estos turistas están altamente familiarizados con Internet, tienen un elevado nivel de confianza hacia los demás y son más exigentes que los clientes de alojamientos tradicionales como los hoteles. Tussyadiah y Pesonen (2018) muestran que estos viajeros son más jóvenes, tienen un nivel educativo alto y viajan con más frecuencia que los que usan otros alojamientos más tradicionales. Según Fuentes y Navarrete (2016) los turistas de estos alojamientos viajan con amigos o familiares, tienen una estancia más larga y gastan menos en el destino turístico que los viajeros de alojamientos hoteleros. Debido al desarrollo de las tecnologías de la información y comunicación, el perfil del viajero está cambiando, además conviven diferentes cohortes generacionales con diferentes patrones de comportamiento (López y de Alarcón Roca, 2021).

Actualmente las viviendas de uso turístico se han convertido en una parte esencial del turismo (Benítez-Aurioles, 2022; Dias et al., 2015; Radulescu, 2014; Roca et al., 2012; Brida et al., 2011), generando una serie de impactos económicos en los destinos turísticos (Guaita Martínez, 2023; Ramos-Pérez, 2022; Benítez-Aurioles, 2022; Baltaci y Cevirgen, 2020) que pueden afectar a los residentes locales (Larsson y Müller, 2019) y que tienen un efecto positivo sobre los ingresos locales y sobre el mercado de trabajo, favoreciendo la creación de empleo alternativo (Hidalgo et al., 2024; Guerrero y Gil, 2022; Geron, 2012, 2013). También permite crear nuevas oportunidades de negocio (Bei y Celata, 2023; Farstad y Rye, 2013), constatándose que, el nacimiento de nuevas formas de alquiler turístico, como el alquiler de habitaciones individuales o compartidas, provoca el emprendimiento en el sector y genera nuevas oportunidades de empleo (Dogru, Mody et al., 2020; Sigala, 2016). Otros efectos son, su contribución al crecimiento económico de los destinos turísticos (Dadvar-Khani, 2019), el incremento de la demanda de los productos locales, que repercute en el aumento de ingresos de los residentes (Basuroy et al., 2020; Roca et al., 2012; Brida et al., 2011). Sin embargo, también hay una serie de efectos económicos negativos del desarrollo de estos nuevos modelos de alojamiento turístico (Robertson et al., 2022; Wyman et al., 2022; Schor, 2016; Ranchordás, 2015; Guttentag, 2015). Entre ellos, los beneficios económicos del destino pueden verse reducidos dado que este tipo de alojamiento promueve viajes de bajo coste, puesto que los turistas suelen gastar menos dinero (Lin, 2021; Guttentag et al., 2018; Guttentag, 2015; Hooper, 2015). Los ingresos generados por los turistas en alojamientos tradicionales tienen un mayor impacto en el producto interior bruto (PIB) que los que generan los turistas que optan por viviendas de uso turístico. Además, el gasto de los turistas hoteleros genera más empleo en el destino que el de las viviendas turísticas (Apergis et al., 2021; Fuentes y Navarrete, 2016). Otros efectos indeseados son el aumento de los precios de compra y de alquiler de la vivienda (Barron et al., 2021; Kassoum et al., 2019), lo que dificulta a los residentes el acceso a ésta (Dogru et al., 2019; Barron et al., 2018; Horn y Merante, 2017; Lee, 2016), el aumento de la presión del turismo en algunos destinos provoca el rechazo por parte de la población local, y el desplazamiento de los residentes debido a la masificación y sobreexplotación de algunas zonas (Cheung y Yiu, 2022; Milano, 2018; Goodwin, 2017; Hooper, 2015).

En la literatura se está produciendo un creciente interés en los determinantes de los destinos turísticos (ver, por ejemplo, Sánchez-Sánchez y Sánchez-Sánchez, 2024; Corne y

Peypoch, 2020; Fernández et al., 2020; Marco-Lajara et al., 2014; Benito-López et al., 2014). Estos determinantes consideran diversos factores, como aquellos relacionados con el propio destino turístico (Kaharuddin et al., 2021; Sellers-Rubio y Casado Díaz, 2018; Yang y Cai, 2016), con el interés e imagen que emite el destino (Moliner-Tena et al., 2024; Chu et al., 2022; Moreno-Gil y Martín-Santana, 2015), con factores ambientales (Chaudhry et al., 2022; Chen et al., 2018) y con la gestión turística (Torres-Delgado et al., 2023; Hwang y Chang, 2016). Respecto al análisis del factor localización de los destinos turísticos, se ha probado, por ejemplo, que los destinos turísticos ubicados en zonas costeras suelen ser más eficientes que los de interior (Sánchez-Sánchez y Sánchez-Sánchez, 2024; Sellers-Rubio y Casado-Díaz, 2018; Solana-Ibáñez et al., 2016; Benito-López et al. 2014), o que la localización también actúa como determinante de la rentabilidad turística y del grado de ocupación (Travanca et al., 2022; Lado-Sestayo et al., 2016). En Raya-Vilchez (2013) se analiza, en ocho destinos turísticos de sol y playa situados en la región de Cataluña, el efecto de la ubicación y la estacionalidad en los precios de viviendas turísticas. El estudio muestra que las viviendas de mayor calidad (con más habitaciones e instalaciones) se asocian a precios de alquiler más elevados en casi todos los destinos, mientras que, la estacionalidad afecta de forma diferente al rango de precios. Según Guttentag (2015) la localización es un factor muy relevante, hasta el punto de provocar en localidades costeras el cambio en el uso de alojamientos, que han pasado del alquiler residencial al alquiler turístico. Perles-Ribes et al. (2018) analizan los determinantes del precio de alquiler de las viviendas turísticas en destinos de sol y playa de la costa española. Si bien encuentran que la ubicación en primera línea de playa puede tener un impacto negativo en los precios de alquiler en ciertos destinos, este resultado no es consistente en todos los casos. El autor sugiere que las inconsistencias en la categorización de la variable podrían explicar algunos resultados atípicos en las regresiones. Chica-Olmo (2020) formula un modelo econométrico espacial con el que explica los precios de viviendas turísticas de Airbnb en Málaga. En relación con los factores de localización, el estudio muestra que pueden tener efectos positivos y negativos significativos sobre el precio de las viviendas, mostrándose el impacto positivo de los efectos de desbordamiento espacial, accesibilidad a servicios, ruido del tráfico, accesibilidad a pie y la etnia de los residentes en el barrio.

En base a lo expuesto, este estudio plantea las siguientes hipótesis de la investigación:

H1: El impacto del alojamiento en viviendas de uso turístico en España es relativo y heterogéneo.

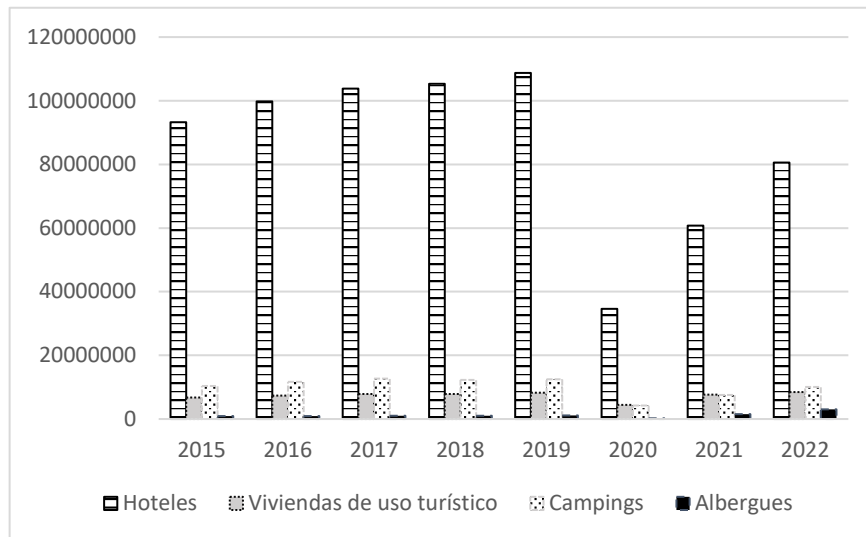
H2: La localización geográfica del destino turístico es un factor determinante del impacto del alojamiento en viviendas turísticas.

III. VIVIENDAS DE USO TURÍSTICO EN ESPAÑA

En España el turismo residencial ha sido muy importante para el desarrollo del modelo turístico del país, dado que ha promovido la construcción de segundas viviendas, especialmente en los principales destinos turísticos (Mantecón y Huete, 2011; Huete et al., 2008). Según el INE (2024b) el 15,5% de los hogares españoles disponía en el año 2021 de una segunda residencia, y casi un 12% de éstas se usaban con fines turísticos. En el año 2022 el porcentaje de vivienda de uso turístico en España es del 1,2% sobre el total de viviendas (INE, 2024c). Si se analiza la evolución del número de turistas para los distintos alojamientos durante el periodo 2015-2022, se comprueba que la modalidad de alojamiento

mayoritariamente demandada por el turista es el hotel, siendo el número de turistas que utilizan otro tipo de alojamiento muy inferior al de la modalidad preferida (ver Figura 1). Respecto a la evolución de las viviendas de uso turístico en el periodo analizado, se aprecia un incremento en la demanda de este tipo de alojamientos del 26,27% en los últimos 8 años, mientras que el de los hoteles cayó un 13,51% (INE, 2022). En este último resultado, seguramente hayan influido los efectos de la pandemia de COVID-19, que tan gravemente afectaron al sector turístico.

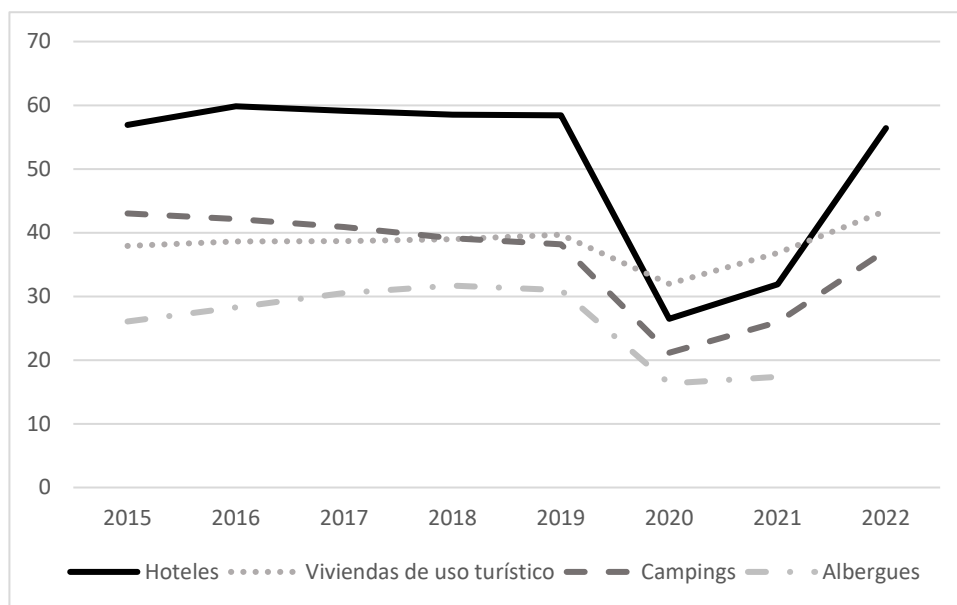
Figura 1. Evolución de los turistas por tipo de alojamiento (nº de personas)



Fuente: Elaboración propia a partir de la Encuesta de Ocupación de Alojamientos Turísticos (Instituto Nacional de Estadística, INE)

El análisis del grado de ocupación turística por tipo de alojamiento, constata la preferencia del turista por el hotel frente a otras modalidades de alojamiento (Figura 2). También se aprecia que la ocupación, en cualquier modalidad de alojamiento turístico, se ha visto notablemente afectada por la pandemia de la COVID-19, siendo la vivienda de uso turístico la que mejor ha resistido la crisis sanitaria, pues registra un notable aumento en la ocupación tras la crisis sanitaria.

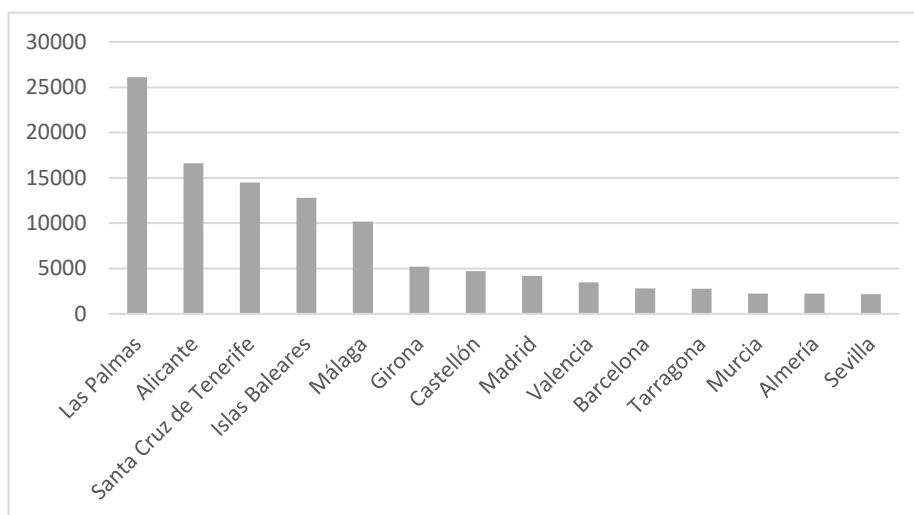
Figura 2. Evolución del grado de ocupación según alojamiento turístico (%)



Fuente: Elaboración propia a partir de la Encuesta de Ocupación de Alojamientos Turísticos (Instituto Nacional de Estadística, INE)

La Figura 3 representa a aquellas provincias en las que el número de viviendas de uso turístico es elevado, mostrándose solo aquellas provincias que cuenta con más de 2000 viviendas para uso turístico. Se aprecia que son pocas las provincias españolas que registran un número elevado de viviendas de uso turístico, solo 14 de las 50 provincias (sin considerar Ceuta y Melilla) cumplen esta condición, lo que supone el 28% de provincias. De éstas, son las provincias situadas en zonas costeras las que más viviendas turísticas ofrecen (Las Palmas, Alicante, Santa Cruz de Tenerife, Islas Baleares y Málaga).

Figura 3. Número de viviendas de uso turístico por provincias (nº de viviendas)



Fuente: Elaboración propia a partir de la Encuesta de Ocupación de Alojamientos Turísticos (Instituto Nacional de Estadística, INE)

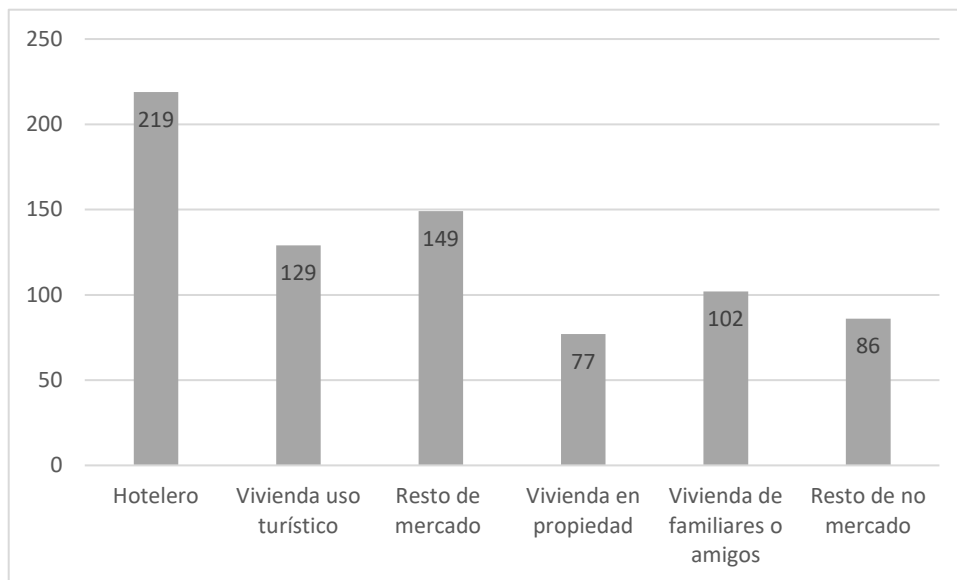
Tabla 1. Gasto total de los turistas internacionales según tipo de alojamiento principal (millones de €)

	Gasto	2018	2019	2020	2021	2022
De mercado	Hotelero	56,699.68	59,342.11	11,379.57	21,569.76	56,446.86
	Vivienda uso turístico	13,163.49	12,982.36	2,812.59	4,635.05	11,891.05
	Resto de mercado	4,642.02	4,776.21	1,016.71	1,738.24	4,758.41
De no mercado	Vivienda en propiedad	5,399.41	5,314.92	1,705.39	3,013.58	5,244.85
	Vivienda de familiares o amigos	8,870.65	8,773.65	2,633.79	3,690.44	8,177.60
	Resto de no mercado	975.51	722.72	238.73	256.30	619.42
	Total	89,750.76	91,911.97	19,786.78	34,903.37	87,138.19

Fuente: Elaboración propia a partir de la Encuesta de Gasto Turístico (Instituto Nacional de Estadística, INE)

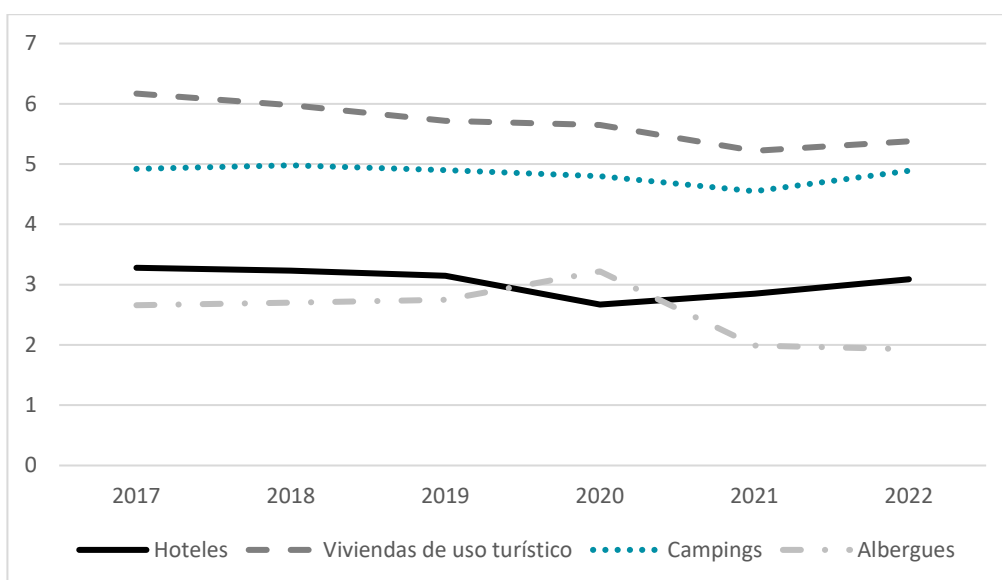
Respecto al impacto económico de las viviendas de uso turístico, se comprueba su importancia, pues el gasto total en dichas viviendas solo está por debajo del hotelero (Tabla 1). Respecto al gasto medio diario de los turistas internacionales en las viviendas de uso turístico, invierten 129 euros diarios frente a los 219 euros de los hoteles (Figura 4). Otro hecho que influye directamente en el impacto económico de las viviendas de uso turístico es la estancia media en ellas (Figura 5), donde la duración media es casi el doble que la del alojamiento hotelero, dado que en los últimos 5 años la duración media de la estancia en las viviendas turísticas es de 5.7 días, mientras que en los hoteles es de 3 días (en los campings de 4.8 días y en los albergues de 2.5 días) (INE, 2022).

Figura 4. Gasto medio diario de los turistas internacionales según tipo de alojamiento (€)



Fuente: Elaboración propia a partir de la Encuesta de Gasto Turístico (Instituto Nacional de Estadística, INE)

Figura 5. Evolución de días de estancia según tipo de alojamiento (días)



Fuente: Elaboración propia a partir de la Encuesta de Ocupación de Alojamientos Turísticos (Instituto Nacional de Estadística, INE)

IV. METODOLOGÍA Y FUENTES DE DATOS

Los datos proceden de la Encuesta de Ocupación de Alojamientos Turísticos publicada por el Instituto Nacional de Estadística (INE) para el año 2022. Como unidades de análisis se consideran los destinos turísticos, que en este estudio se corresponden con 50 provincias españolas (se excluyen Ceuta y Melilla por falta de datos oficiales). Se ha tomado esta unidad de análisis porque en España, las provincias además de marcar una división territorial, también lo hacen a nivel político y administrativo, lo que las hace desempeñar un papel muy importante en la administración turística.

Para la selección de variables se ha tenido en cuenta la caracterización de las viviendas de uso turístico, a través de la información de visitantes, de la oferta y demanda de este tipo de viviendas, y del empleo creado por el sector. Atendiendo a esto, para el estudio se consideran 11 variables. Según lo que miden dichas variables, se agruparán en los bloques temáticos siguientes (entre paréntesis se indica la unidad de medida de la variable):

1. Oferta Turística: Viviendas de uso turístico (número de viviendas), plazas (número de plazas).
2. Demanda Turística: Viajeros residentes en España (número de viajeros), viajeros residentes en el extranjero (número de viajeros), pernoctaciones de residentes en España (número de pernoctaciones), pernoctaciones de residentes en el Extranjero (número de pernoctaciones).
3. Eficacia Turística: ocupación fin de semana (%), ocupación viviendas de uso turístico (%), ocupación por plaza (%), duración de la estancia (días).
4. Economía: personal empleado (número de personas).

La metodología que se aplicará al análisis de datos se basa en las técnicas multivariantes de Análisis Factorial, Análisis Clúster y técnicas no paramétricas como los

contrastes de normalidad y de Wilcoxon Mann Whitney. Con este análisis, se podrán definir relaciones, explicar estructuras latentes y facilitar la interpretación de la información contenida en los datos. Concretamente, el Análisis Factorial establece Factores (o Dimensiones) con los que trata de explicar las posibles relaciones entre un conjunto de variables. Esto determina un número menor de variables latentes, que muestran de forma más simplificada la información original de los individuos examinados.

El modelo matemático que se usa es el siguiente:

$$Y_{ij} = \sum_{k=1}^m \beta_{ik} D_{kj} + E_{ij},$$

En nuestro estudio Y_{ij} representa el valor de la variable Y_i estudiada en la provincia j ; D_{kj} recoge el valor del Factor k en la provincia j ; E_{ij} mide la parte de la variable Y_i en la provincia j que no es explicada por los Factores extraídos; β_{ik} denota el coeficiente de regresión estandarizado de la variable Y_i sobre el Factor D_k , por lo que estos coeficientes muestran la importancia de la dimensión, así valores elevados del coeficiente indican relación fuerte entre la dimensión y la variable correspondiente.

Los Factores identificados por el Análisis Factorial para caracterizar las viviendas de uso, se tomarán como referencia para aplicar el Análisis Clúster. Con este Análisis se identificarán grupos de provincias que presentan características similares en los Factores que las describen. De forma que las provincias que forman parte de un clúster o grupo tendrán características similares entre ellas, mientras que las provincias que integran clústeres distintos serán diferentes entre sí (Hair et al., 2000). La agrupación de provincias en los clústeres se realizará atendiendo a lo parecidos o similares que sean éstos, midiéndose matemáticamente dicha similitud a través de la distancia entre provincias. Matemáticamente hay diferentes maneras de medir la distancia, siendo una posibilidad la distancia euclídea al cuadrado, que será la que se aplicará en el estudio aquí planteado. Respecto al procedimiento para formar los clústeres, existen dos métodos, los jerárquicos y los no jerárquicos, diferenciándose en que los métodos jerárquicos consideran todos los grupos posibles, mientras que los no jerárquicos fijan previamente el número de clústeres a obtener. En nuestro caso, se aplicará el método jerárquico para establecer el número de clúster óptimo y después, se utilizará el no jerárquico de k -medias.

Obsérvese que la aplicación de las técnicas estadísticas garantiza que tanto la identificación de los Factores que caracterizan a las viviendas turísticas, como la creación de clústeres provinciales, no se realice de forma arbitraria, sino que se basa en evidencias. De ahí que, aunque determinadas agrupaciones o clústeres puedan parecer sorprendentes, las agrupaciones reflejarán las similitudes en las variables subyacentes que definen cada uno los Factores extraídos.

Habitualmente las técnicas estadísticas de Análisis Multivariante se han aplicado en investigación para factorizar y fijar dimensiones, mediante las que se caracterizan y segmentan individuos. Algunas de estas técnicas se utilizan en la caracterización del sector turístico, como en el estudio de Uyar et al. (2023), donde se emplean para analizar la asociación entre el Índice de Competitividad de Viajes y Turismo (TTCI) y las llegadas de turistas, encontrando una relación positiva en este aspecto, aunque no se observó una asociación significativa con los ingresos turísticos ni con los cambios en llegadas o ingresos.

Sánchez-Sánchez y Sánchez-Sánchez (2022b) las emplean para caracterizar el turismo de camping en España durante la crisis sanitaria de la COVID-19. Sánchez-Sánchez y Sánchez-Sánchez (2022c) aplican este análisis para determinar el impacto del turismo sobre el desarrollo rural de Andalucía, para lo que consideran espacios naturales protegidos. Sánchez-Sánchez y Sánchez-Sánchez (2022a) analizan el efecto del turismo sobre los destinos turísticos españoles, segmentando los resultados según la nacionalidad del turista. Çalışkan y Özer (2021) mediante análisis multivariante analizan la percepción y actitudes de los habitantes de Turkestán (Kazajstán) sobre las repercusiones económicas, socioculturales y medioambientales del turismo. Saputri et al. (2021) estudian el impacto de la pandemia de COVID-19 en el sector de la industria hotelera de Indonesia, para lo que usan diferentes técnicas estadísticas, entre ellas un análisis de conglomerados con el que determinan las diferencias entre las variables relacionadas con la tasa de ocupación hotelera entre los años 2019 y 2020. En Sánchez-Sánchez y Sánchez-Sánchez (2021) las emplean para identificar las dimensiones que caracterizan al turismo rural español, con lo que analizan su influencia sobre el desarrollo local. Wieprow y Gawlik (2021) las usan para evaluar el riesgo de bancarrota de las empresas turísticas polacas durante la pandemia de COVID-19. En el trabajo de Iordanova y Stylidis (2019) las utilizan para analizar si la imagen de un destino turístico se ve afectada por la experiencia de los turistas. Chang (2018) las aplica para explorar la economía de la experiencia, examinando si los consumidores observan diferencias entre ganancias y pérdidas según la experiencia y el servicio. Giaccio et al. (2018) las emplean para caracterizar los ingresos del sector agroturístico italiano usando factores internos de las empresas (variables económicas, sociales y medioambientales). Freire et al. (2017) aplican análisis multivariante para determinar la influencia de factores sociales y demográficos en el consumidor de turismo. Claveria y Poluzzi (2017) emplean distintos análisis para la reducción de dimensiones con el objetivo de crear grupos de destinos turísticos según el crecimiento de indicadores turísticos.

Para el análisis estadístico de datos se utilizará el software IBM SPSS Statistics en su versión 27.

V. RESULTADOS

5.1 Factorización del alojamiento en viviendas de uso turístico

El análisis de las características asociadas a las viviendas de uso turístico permitirá estudiar la influencia de este tipo de alojamiento en la realidad social de las provincias españolas.

Para acreditar si el Análisis Factorial es aplicable, se examina la matriz de correlaciones de las variables, mediante la prueba de esfericidad de Bartlett se contrasta si dicha matriz es la identidad. De forma, que cuanto mayor sea el estadístico de Bartlett (1,347.939) y menor el nivel de significación (0.000), menos probabilidad existe de que la matriz de correlaciones sea la matriz identidad, por lo que resultaría pertinente la utilización del Análisis Factorial. Este resultado se ve reforzado por el coeficiente Kaiser-Meyer-Olkin, cuyo valor (0.782) confirma lo apropiado del análisis que se aplica.

Para la selección de autovalores se utilizará el criterio más ampliamente extendido, elegir aquellos que sean mayores de la unidad, lo que permite seleccionar dos Factores que

explican el 88.387% de la varianza total explicada (Tabla 2), concretamente, el primer Factor explica un 70.054% de la variabilidad total y el segundo un 18.333% (ver Tabla 2).

Tabla 2. Factores extraídos y varianza explicada

Factores	Autovalor	% de varianza	% varianza acumulada
Factor 1. Dinamismo oferta-demanda y mercado de trabajo	7.706	70.054	70.054
Factor 2. Eficacia turística	2.017	18.333	88.387

Fuente: Elaboración propia

Tabla 3. Puntuaciones factoriales de las variables en cada Factor

Variables	Factor 1	Factor 2
Viviendas de uso turístico	0.969	0.210
Plazas	0.979	0.118
Viajeros residentes en España	0.864	0.198
Viajeros residentes en el Extranjero	0.908	0.322
Pernoctaciones de residentes en España	0.904	0.134
Pernoctaciones de residentes en el Extranjero	0.908	0.277
Personal empleado	0.899	0.285
Duración de la estancia	0.639	0.354
Ocupación fin de semana	0.099	0.976
Ocupación viviendas de uso turístico	0.277	0.951
Ocupación por plaza	0.338	0.914

Fuente: Elaboración propia

En la Tabla 3 se muestra la matriz factorial rotada que recoge los coeficientes de correlación lineal entre las variables analizadas y los factores determinados. Estos coeficientes son las puntuaciones factoriales de las variables y expresan la importancia de las variables en cada factor extraído. Así, el factor que presente una puntuación factorial alta (en valor absoluto) indica una relación fuerte entre dicho factor y las variables. El Análisis Factorial establece una relación fuerte del primer Factor con 7 de las 11 variables: Viviendas de uso turístico, plazas, viajeros residentes en España, viajeros residentes en el extranjero, pernoctaciones de residentes en España, pernoctaciones de residentes en el extranjero y personal empleado. Estas variables son las que presentan mayor importancia en el primer Factor, indicando que valores elevados del factor están relacionados con provincias con alto número de viviendas turísticas, de plazas, de viajeros residentes en España y en el extranjero, de pernoctaciones de residentes tanto de España como del extranjero y de personal empleado en la modalidad de alojamiento de viviendas turísticas (ver Tabla 3). Las variables relacionadas fuertemente con el primer Factor recogen aspectos relacionados tanto con la oferta como la demanda de las viviendas de uso turístico y el empleo del sector, por ello se etiqueta a este Factor como *Dinamismo oferta-demanda y mercado de trabajo*, dado que muestra el

equilibrio entre la oferta y la demanda de este tipo de alojamientos turísticos y también recoge su impacto en el mercado laboral. Las provincias que alcanzan puntuaciones más altas en este Factor, son las más destacadas en dicho Factor. Estas provincias por orden de importancia y puntuación son (Tabla 4): Las Palmas (4.123 pts), Alicante (3.119 pts), Islas Baleares (2.114 pts), Santa Cruz de Tenerife (1.981 pts), Málaga (1.701 pts) y Castellón (1.147 pts).

Una consecuencia de los resultados obtenidos, es que se constata que la variable nacionalidad del turista (español o extranjero) no es determinante para el uso de las viviendas turísticas, dado que dichas variables determinan el Factor 1 con un peso muy similar (ver Tabla 3).

Tabla 4. Puntuaciones provinciales en los Factores

Provincias	Factor 1	Factor 2
Albacete	-0.516	-0.234
Alicante	3.119	-1.309
Almería	0.201	-0.304
Álava	-0.589	1.174
Asturias	0.052	-1.353
Ávila	-0.371	-0.876
Badajoz	-0.545	-0.072
Islas Baleares	2.114	0.686
Barcelona	-0.354	2.418
Bizkaia	-0.913	1.517
Burgos	-0.505	-0.406
Cáceres	-0.236	-0.776
Cádiz	-0.141	0.304
Cantabria	-0.201	-0.071
Castellón	1.147	-1.302
Ciudad Real	-0.354	-1.073
Córdoba	-0.586	0.095
La Coruña	-0.511	0.264
Cuenca	-0.323	-0.674
Gipuzkoa	-0.665	1.429
Girona	0.968	-1.407
Granada	-0.156	0.381
Guadalajara	-0.323	-0.968
Huelva	-0.358	-0.088
Huesca	-0.179	-0.395
Jaén	-0.299	-0.854

Factores característicos del impacto de las viviendas de uso turístico en España: aproximación a escala provincial

León	-0.438	-0.641
Lleida	-0.218	-1.094
Lugo	-0.302	-0.646
Madrid	-0.011	2.264
Málaga	1.701	0.558
Murcia	0.113	-0.337
Navarra	-0.742	1.422
Ourense	-0.322	-1.305
Palencia	-0.535	-0.101
Las Palmas	4.123	1.211
Pontevedra	-0.296	-0.450
La Rioja	-0.456	-0.353
Salamanca	-0.694	0.733
Santa Cruz de Tenerife	1.981	1.698
Segovia	-0.322	-1.088
Sevilla	-0.287	1.593
Soria	-0.475	-0.159
Tarragona	0.233	-0.217
Teruel	-0.318	-0.688
Toledo	-0.760	0.842
Valencia	0.418	-0.048
Valladolid	-0.772	0.879
Zamora	-0.339	-1.090
Zaragoza	-0.756	0.913

Fuente: Elaboración propia

El segundo Factor presenta una relación fuerte y positiva con 3 de las 11 variables: Grado de ocupación por plaza, grado de ocupación en fin de semana y grado de ocupación en las viviendas de uso turístico. Estas asociaciones indican que valores altos del segundo Factor están relacionados con provincias con altos grados de ocupación por plaza, de ocupación en fin de semana y de ocupación por viviendas turísticas (ver Tabla 3). Este resultado permite etiquetar al segundo Factor como *Eficacia turística*. Las provincias más destacadas en dicho Factor por alcanzar mayores puntuaciones son (Tabla 3): Barcelona (2.418 pts), Madrid (2.264 pts), Santa Cruz de Tenerife (1.698 pts), Sevilla (1.593 pts), Bizkaia (1.517 pts), Gipuzkoa (1.429 pts) y Navarra (1.422 pts).

5.2 Agrupación provincial según impacto de los Factores

A continuación, se determinan los grupos de provincias que comparten características similares respecto a los Factores antes extraídos. Para ello, se aplicará Análisis Clúster, donde

el objetivo que se persigue es obtener provincias con características similares respecto a los Factores que caracterizan el turismo en la modalidad de viviendas de uso turístico.

Para determinar los clústeres se usa la idea de semejanza de las provincias según los dos Factores obtenidos para caracterizar el alojamiento en viviendas de uso turístico. Así, la agrupación de las provincias en los clústeres se realizará según lo parecidas o similares que sean éstas según su caracterización en los dos Factores extraídos. La semejanza de las provincias se mide matemáticamente mediante la distancia euclídea al cuadrado, que calcula la distancia entre dos provincias mediante la raíz cuadrada de la suma de cuadrados de las diferencias entre los valores que cada Factor toma en dichas provincias. Mediante este análisis se identifican grupos de provincias que presentan características similares en los Factores Dinamismo oferta-demanda y mercado de trabajo y Eficacia turística. De forma que las provincias que formen parte de un clúster o grupo tendrán características homogéneas entre ellas, mientras que las provincias que pertenezcan a clústeres diferentes serán heterogéneas entre sí (Hair et al., 2000).

Para la obtención de los clústeres se usa el método no jerárquico de k-medias, utilizándose las puntuaciones alcanzadas en las distintas provincias para los dos Factores extraídos. Sin embargo, este método requiere saber previamente el número de clúster a definir. Hair et al. (1987) indican que los métodos no jerárquicos son los más extendidos, además presentan como principal ventaja que permiten trabajar con un número muy elevado de variables e individuos. A nivel práctico, el estudio aplicará en primer lugar el método jerárquico, con lo que se determinará el número de clúster a definir en el método no jerárquico, así como la configuración inicial de los clústeres.

Para elegir el número óptimo de clúster, se realizan distintas pruebas en las que se evalúan las variaciones que sufre la varianza residual al considerar distinto número de grupos. Entre todas las pruebas realizadas, finalmente se seleccionan 5 clúster como número ideal.

La Tabla 5 y la Figura 6 recogen la distribución provincial de los diferentes clústeres y la representación de éstos respectivamente.

Tabla 5. Configuración provincial de los clústeres

Clúster	Provincias
Clúster 1	34 provincias: Albacete, Almería, Asturias, Ávila, Badajoz, Burgos, Cáceres, Cádiz, Cantabria, Castellón, Ciudad Real, Córdoba, La Coruña, Cuenca, Girona, Granada, Guadalajara, Huelva, Huesca, Jaén, León, Lleida, Lugo, Murcia, Ourense, Palencia, Pontevedra, La Rioja, Segovia, Soria, Tarragona, Teruel, Valencia, Zamora
Clúster 2	1 provincia: Alicante
Clúster 3	11 provincias: Álava, Barcelona, Bizkaia, Gipuzkoa, Madrid, Navarra, Salamanca, Sevilla, Toledo, Valladolid, Zaragoza
Clúster 4	3 provincias: Islas Baleares, Málaga, Santa Cruz de Tenerife
Clúster 5	1 provincia: Las Palmas

Fuente: Elaboración propia

Figura 6. Representación provincial de los clústeres



Fuente: Elaboración propia

La Tabla 6 representa las puntuaciones medias de cada clúster en los Factores. A partir de ella, se puede ver que los clústeres 5 y 2 presentan las puntuaciones medias más elevadas respecto al primer Factor que simboliza, el dinamismo entre la oferta-demanda y el mercado de trabajo, por lo que, las provincias de Las Palmas y Alicante son las que mayor impacto registran en el Factor 1, es decir, en dichas provincias hay una elevada oferta y demanda de viviendas de uso turístico, lo que además provoca un fuerte impacto en el empleo asociado al sector. El clúster 4 también presenta una puntuación media destacada en el Factor 1 (Islas Baleares, Málaga, Santa Cruz de Tenerife). Respecto, al Factor 2, son los clústeres 3, 5 y 4 los más destacados, presentando una puntuación media bastante similar entre ellos (Tabla 6). De ahí que las provincias de Álava, Barcelona, Bizkaia, Gipuzkoa, Madrid, Navarra, Salamanca, Sevilla, Toledo, Valladolid, Zaragoza, Las Palmas, Islas Baleares, Málaga y Santa Cruz de Tenerife presenten elevados grados de ocupación en este tipo de alojamientos turísticos, especialmente en fin de semana. El clúster 1 presenta una puntuación media negativa en ambos Factores (Tabla 6), por lo que las provincias que pertenecen a dicho clúster presentan puntuación por debajo de la media de los Factores 1 y 2. Esta información es importante, pues el clúster 1 es el más numeroso (está integrado por 34 provincias) lo que pone de manifiesto que las viviendas de uso turístico aún no tienen un impacto territorial importante en la mayoría del país, puesto que el 68% de las provincias no destacan en ninguno de los Factores que caracterizan esta modalidad de alojamiento turístico.

Tabla 6. Puntuaciones medias de cada clúster en los Factores

	Clúster				
	1	2	3	4	5
Factor 1. Dinamismo oferta-demanda y mercado de trabajo	-0.191	3.118	-0.594	1.931	4.122
Factor 2. Eficacia turística	-0.530	-1.309	1.380	0.980	1.210

Fuente: Elaboración propia

Las puntuaciones medias de los clústeres en los Factores (Tabla 6) permiten catalogar a las provincias en cuanto al impacto del alojamiento privado con fines turísticos en tres grupos: Provincias que presentan un impacto *alto*, siendo estas provincias las que obtienen puntuación media elevada tanto en el Factor 1 como en el 2, integrado por las provincias que componen los clústeres 4 y 5, es decir, por las provincias de Islas Baleares, Málaga, Santa Cruz de Tenerife y Las Palmas. Provincias que presentan un impacto *medio*, compuesto por aquellas provincias que obtienen una puntuación media elevada bien en el Factor 1 o en el 2. Este grupo estaría integrado por las provincias que componen los clústeres 2 y 3, es decir, Alicante, Álava, Barcelona, Bizkaia, Gipuzkoa, Madrid, Navarra, Salamanca, Sevilla, Toledo, Valladolid, Zaragoza. Por último, el grupo de provincias que tienen un impacto *bajo*, compuesto por aquellas provincias que tienen puntuación media negativa en ambos Factores, que son el resto de provincias.

Estos resultados reflejan una gran heterogeneidad en el impacto provincial que provoca el alojamiento privado utilizado con fines turísticos, dado que solo el 32% (16 de las 50 provincias estudiadas) del territorio español presenta un impacto importante respecto a este tipo de alojamiento turístico. Por el contrario, en el 68% del territorio esta modalidad de alojamiento no tiene gran relevancia. Respecto a la localización del impacto, el mayor efecto se produce en los archipiélagos peninsulares (Islas Baleares, Islas Canarias), en algunas provincias costeras (Málaga, Alicante, Barcelona, Gipuzkoa, Bizkaia) y en ciertas provincias de interior (Álava, Madrid, Navarra, Salamanca, Sevilla, Toledo, Valladolid, Zaragoza). Esto parece perfilar un cierto patrón territorial que establece que, las provincias españolas con mayor efecto de las viviendas de uso turístico son los archipiélagos españoles y las zonas costeras, dado que mayoritariamente las provincias españolas con mayor impacto se localizan en estas ubicaciones. Por ello, puede ser interesante analizar el papel que juega la localización como atributo determinante en los resultados obtenidos en cada Factor.

5.3 La localización de los destinos turísticos como factor determinante

Las agrupaciones territoriales obtenidas anteriormente, hacen sospechar que puede haber un factor ambiental que puede estar jugando un papel importante en la composición de los clústeres, dicho factor es la localización. Con la finalidad de completar el análisis, se estudia la relación entre la localización del destino turístico y la puntuación obtenida en cada factor. Con esto se trata de determinar si existen o no diferencias significativas en los valores medios obtenidos en las puntuaciones de cada factor, con respecto a diferentes grupos según la localización. Para realizar dicho análisis, se consideran dos categorías para la localización provincial del destino turístico: Provincias situadas en zonas costeras y provincias situadas en

zonas de interior. Esta división obedece a que en España el tipo de turismo tradicional y mayoritario es el de sol y playa, que se realiza en zonas costeras, mientras que el resto de provincias se definirán como de interior, englobando otro tipo de modalidades turísticas, como el turismo cultural, el rural, etc.

Para el Factor 1, la no normalidad de la puntuación media para el grupo de localización de las provincias costeras ($p\text{-value}=0.001$) al 1% de significación, hace que se aplique el test de Wilcoxon Mann Whitney para determinar la posible relación entre los valores medios de las puntuaciones del Factor 1 con respecto a los dos grupos en los que se han dividido las provincias según la localización. Los resultados del test de Wilcoxon Mann Whitney (Wilcoxon Mann Whitney=106; $p\text{-value}=0.000$) llevan a rechazar, con un nivel de significación del 1%, la hipótesis de igualdad de medias para las puntuaciones en el Factor 1 en los dos grupos de localización propuestos. Analizando los valores medios de cada grupo, se muestra que las provincias situadas en zonas costeras presentan una puntuación media en el Factor 1 mayor (0.4430 puntos) que las situadas en las provincias de interior (-0.4461 puntos). Este resultado confirma la influencia de la localización sobre el Factor 1 que mide el dinamismo entre la oferta-demanda y el mercado de trabajo, siendo las provincias costeras, las que tienen un impacto más positivo en dicho Factor.

Para el análisis del Factor 2, se aplica el test de Wilcoxon Mann Whitney dado que no se verifica la normalidad de la puntuación media para el grupo de localización de las provincias de interior ($p\text{-value}=0.008$) al 1% de significación. Los resultados del test para determinar las posibles diferencias entre los valores medios de las puntuaciones del Factor 2, en los dos grupos de localización (Wilcoxon Mann Whitney=245; $p\text{-value}=0.242$) llevan a no poder rechazar, con un nivel de significación del 1%, la hipótesis de igualdad de medias de las puntuaciones en los dos grupos de localización. De ahí que, para el Factor que mide la eficacia turística no haya diferencias significativas en la puntuación media entre las provincias costeras y de interior.

El análisis realizado permite concluir que la localización del destino turístico es determinante para medir las diferencias respecto al dinamismo en la oferta-demanda y el mercado laboral, pero no para la eficacia turística.

VI. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

La aparición de webs especializadas en alojamientos turísticos ha hecho que las viviendas de uso turístico adquieran cada vez más protagonismo. Así, la economía de la hospitalidad ha creado un marco de negocio en el que profesionales y particulares obtienen una rentabilidad de viviendas en desuso o segundas viviendas que se localizan en zonas en las que la industria hotelera es incapaz de llegar. Dado el interés creciente de este tipo de alojamientos, en este estudio caracterizamos los factores que determinan su impacto, lo que permitirá a los administradores e instituciones realizar estrategias públicas y privadas que conduzcan a una gestión más eficiente de los destinos turísticos.

La principal aportación del estudio presentado, es que proporciona un nuevo punto de vista en la literatura, al prestar especial atención a la localización de los destinos turísticos. En concreto, se presenta una aproximación a escala provincial, con lo que las unidades territoriales analizadas son más pequeñas que las habitualmente estudiadas en la literatura, donde frecuentemente los estudios turísticos están enfocados a unidades territorial mayores,

como son el análisis de países (Lozano y Gutiérrez, 2011) o de regiones (Sellers-Rubio y Casado-Díaz, 2018; Benito-López et al., 2014). Este enfoque permite incorporar al análisis la heterogeneidad de los destinos turísticos, puesto que las unidades territoriales consideradas presentan una gran diversidad. Otra ventaja es que las zonas estudiadas representan áreas administrativas establecidas por las instituciones oficiales españolas, lo que hace que dichas zonas desempeñen un papel importante en el diseño e implantación de estrategias políticas para el desarrollo turístico.

Los resultados del estudio han mostrado que las viviendas de uso turístico tienen un efecto socioeconómico positivo en algunos destinos turísticos, identificándose dos Factores para caracterizar el impacto de estos alojamientos. Dichos factores abarcan la dimensión cuantitativa del volumen de oferta, demanda y grado de ocupación. Estos proporcionan un marco amplio y robusto para evaluar el impacto económico y operativo de las viviendas turísticas sin necesidad de añadir otras variables. Los factores determinados permiten centrarse en las principales dinámicas del mercado turístico sin introducir variables que podrían generar ruido o desviaciones innecesarias. De ahí, que no se hayan considerado otros factores que podrían complicar el análisis sin agregar valor significativo, diluyendo la claridad en los resultados.

Los dos factores identificados reflejan los aspectos fundamentales del impacto de las viviendas turísticas. El Factor Dinamismo oferta-demanda y mercado de trabajo, engloba variables que reflejan la dinámica esencial entre la oferta de viviendas turísticas y la demanda de viajeros, tanto nacionales como internacionales, además de su impacto en el empleo del sector. Por ello, este factor captura las principales interacciones que determinan el volumen de la actividad turística. Dicho Factor muestra el efecto positivo en el mercado laboral, generando nuevas oportunidades de empleo y opciones en el mercado de trabajo turístico (Albuquerque et al., 2024; Sigala, 2016; Geron, 2012, 2013). Respecto a la localización del destino turístico, se aprecia que la incidencia del primer Factor es diferente según la provincia. Las provincias destacadas por presentar un impacto fuerte y positivo, son Las Palmas, Alicante, Islas Baleares, Málaga y Santa Cruz de Tenerife. El segundo Factor, determina la Eficacia turística, que mide la eficiencia en la utilización de la infraestructura turística, considerando el grado de ocupación de las viviendas turísticas, lo que permite evaluar si las viviendas de uso turístico están siendo aprovechadas de manera efectiva. Dicho Factor, también muestra una heterogeneidad considerable. Aunque algunas provincias destacan por una ocupación eficiente de la infraestructura turística (Álava, Barcelona, Bizkaia, Gipuzkoa, Madrid, Navarra, Salamanca, Sevilla, Toledo, Valladolid, Zaragoza, Las Palmas, Islas Baleares, Málaga y Santa Cruz de Tenerife), otras no alcanzan el mismo nivel de aprovechamiento. El impacto territorial en los dos Factores muestra un efecto limitado de este tipo de alojamiento, ya que apenas un tercio de las provincias españolas presenta un impacto positivo (Baleares, Málaga, Santa Cruz de Tenerife, Las Palmas, Alicante, Álava, Barcelona, Bizkaia, Gipuzkoa, Madrid, Navarra, Salamanca, Sevilla, Toledo, Valladolid, Zaragoza), mientras que en dos tercios del territorio español los efectos negativos superan a los beneficios. Por ello, se puede afirmar que, mayoritariamente las viviendas de uso turístico tienen un impacto limitado en las provincias españolas. Esta disparidad evidencia que no se puede generalizar un impacto positivo uniforme de las viviendas turísticas en todo el territorio español, y que su efecto es desigual y dependiente de la localización geográfica y del tipo de turismo predominante en cada área. Lo que evidencia, que las provincias más eficientes son aquellas que tienen como modalidad

predominante, el turismo de sol y playa (archipiélagos y zonas costeras mediterráneas), mientras que, en otras por su localización, predomina el turismo rural, el de interior, el cultural, etc. Este resultado, extiende el de Dadvar-Khani (2019), que afirma que las zonas más beneficiadas económicamente por las viviendas de uso turístico son los destinos situados en zonas montañosas y en zonas rurales. Por otro lado, la dinámica e impacto entre oferta y demanda, junto con la eficacia en la ocupación, pueden ser interpretadas como indicios de un equilibrio relativo. Atendiendo a dichos indicios, en provincias con un alto impacto en los Factores, como Las Palmas, Islas Baleares, Málaga y Santa Cruz de Tenerife, este tipo de alojamiento parece no estar sobredimensionado. Sin embargo, esta situación no es uniforme y contrasta con la sobreoferta que puede encontrarse en otros tipos de alojamientos turísticos (Dodds y Butler, 2019; Grande, 2006).

La localización geográfica del destino turístico desempeña un papel protagonista en la caracterización obtenida, explicando en gran parte las diferencias territoriales que se producen. Resultado coincidente con los obtenidos por Sánchez-Sánchez y Sánchez-Sánchez (2024) y Lado-Sestayo et al. (2016). Son las provincias situadas en zonas de costa las más beneficiadas en aspectos económicos y laborales. Sin embargo, la localización no es determinante para la eficacia turística pues la ratio de ocupación de las viviendas de uso turístico no evidencia diferencias territoriales. Esto confirma, en parte, la hipótesis de investigación que establece que la localización es determinante para identificar el impacto asociado al alojamiento en viviendas turísticas, especialmente aquel relacionado con el dinamismo económico. De ahí, que coincidamos con otras investigaciones en afirmar que no se puede ignorar la perspectiva espacial en el análisis del impacto turístico (Sánchez-Sánchez y Sánchez-Sánchez, 2022b; Morales et al., 2019; Sellers-Rubio y Casado-Díaz, 2018).

A pesar de que los resultados obtenidos proporcionan una comprensión valiosa sobre las dinámicas socioeconómicas del fenómeno estudiado, es crucial matizar las conclusiones para reflejar la diversidad de situaciones regionales. La localización geográfica, los tipos de turismo y la estructura del mercado tienen un rol significativo en determinar el impacto de las viviendas de uso turístico, y es necesario reconocer que los efectos positivos observados no son universales ni homogéneos en todo el territorio español. Este matiz refuerza la idea de que el impacto de las viviendas turísticas debe analizarse de manera contextual, tomando en cuenta las características específicas de cada destino turístico.

Las implicaciones de la investigación realizada pueden ayudar a las instituciones turísticas en la toma de decisiones, dado que pueden contribuir al desarrollo de estrategias que permitan promover esta modalidad de alojamiento turístico, poniendo el énfasis en que puede ser una alternativa más económica que los alojamientos tradicionales (Owyang et al., 2013; Botsman y Rogers, 2011; Gansky, 2010), que además, permite la interacción social con la comunidad local y con su forma de vida (Tussyadiah y Pesonen, 2018) y también, es una elección más sostenible y responsable con el medioambiente que otras opciones (Tussyadiah, 2015).

Respecto a las limitaciones, el estudio empleó datos oficiales sobre las viviendas de uso turístico, por lo que no se ha contado con la participación de propietarios, de turistas, ni de residentes de las zonas turísticas estudiadas, de ahí que no se haya valorado su opinión. Por ello, los resultados obtenidos no tienen en cuenta posibles problemas de convivencia, inflación de los precios, masificación de servicios, etc. En línea con esta carencia del estudio, la no inclusión de factores que permitan analizar el ciclo de vida de los destinos turísticos con

alta presencia de viviendas de uso turístico, hace que no sea posible estudiar cómo estos influyen en la gestión de recursos, en los posibles desequilibrios en la sostenibilidad urbana, en la saturación de infraestructuras o en la transformación urbana o rural (Alvarez-Herranz y Macedo-Ruiz, 2021; Freytag y Bauder, 2018; Prados, 2008; Loeffler y Steinicke, 2007; Tello, 1997; Butler, 1980).

Para futuros estudios, sería recomendable determinar las inquietudes de los residentes y de los turistas de este tipo de alojamiento, así como investigar los factores que influyen en la satisfacción de ambos. Por otro lado, se podría determinar el impacto de la vivienda de uso turístico en la calidad de vida de los residentes, así como extender el estudio a otros países en los que se ha desarrollado este tipo de alojamiento turístico. Puede ser oportuno seguir trabajando en el análisis espacial añadiendo variables de localización y utilizando métodos más adecuados para modelizar fenómenos espaciales. También hay que decir que este estudio se ha realizado después de la pandemia de COVID-19, por lo que puede ser interesante determinar si ha habido algún cambio significativo en los resultados debidos al proceso pandémico. También puede ser valioso ampliar el análisis para estudiar cómo otros factores (por ejemplo, la demanda de infraestructura, la gentrificación o la turistificación) influyen en el desarrollo urbano y socioeconómico, en especial en áreas con alta concentración de viviendas turísticas (Lo y McKercher, 2023; WEF, 2019; Gravari-Barbas y Guinand, 2017a; Gravari-Barbas y Guinand, 2017b). Este tipo de enfoque permitiría explorar de manera más integral las interacciones entre los distintos factores y los cambios en la dinámica de las ciudades. Incorporar otros factores permitiría analizar cómo las viviendas turísticas afectan también a la calidad de vida y la sostenibilidad a largo plazo de las zonas turísticas. El impacto de las viviendas de uso turístico no solo se manifiesta en aspectos socioeconómicos, sino que también afecta a otros ámbitos, como el urbanístico y el territorial. En este sentido, futuras investigaciones podrían abordar cuestiones tales como la competencia entre la oferta turística y hotelera formal, el cambio de uso de viviendas residenciales para fines turísticos, y los efectos de la dispersión territorial de las viviendas turísticas en infraestructuras y servicios urbanos. Estos aspectos podrían proporcionar una visión más amplia del impacto que las viviendas turísticas tienen en la sostenibilidad urbana, así como en la distribución de recursos y la calidad de vida de las comunidades locales. Reconocer estos desafíos y examinar cómo la expansión de las viviendas de uso turístico afecta a la estructura urbana y al gasto público, especialmente en ciudades saturadas por el turismo, podría contribuir a generar políticas más equilibradas entre la promoción turística y la protección del tejido urbano.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Albuquerque, H., Quintela, J. A., y Marques, J. (2024). The Impact of Short-Term Rental Accommodation in Urban Tourism: A Comparative Analysis of Tourists' and Residents' Perspectives. *Urban Science*, 8(3), 83. <https://doi.org/10.3390/urbansci8030083>
- Alvarez-Herranz, A., y Macedo-Ruiz, E. (2021). An Evaluation of the Three Pillars of Sustainability in Cities with High Airbnb Presence: A Case Study of the City of Madrid. *Sustainability*, 13 (6). <https://doi.org/10.3390/su13063220>

- Apergis, N., Hayat, T., y Saeed, T. (2021). Airbnb and hotel revenues in popular Greek destinations. *Journal of Economic Studies*, 48(4), 804-816. <https://doi.org/10.1108/JES-11-2019-0512>
- Baltaci, F., y Çevirgen, A. (2020). The impacts of second home tourism on socio-cultural and economic life: The residents perspectives. *Journal of the Geographical Institute "Jovan Cvijić" SASA*, 70(3), 273-288. <https://doi.org/10.2298/IJGI2003273B>
- Barron, K., Kung, E., y Proserpio, D. (2018). The Sharing Economy and Housing Affordability: Evidence from Airbnb. *EC*, 5. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3006832>
- Barron, K., Kung, E., y Proserpio, D. (2021). The effect of home-sharing on house prices and rents: Evidence from Airbnb. *Marketing Science*, 40(1), 23-47. <https://doi.org/10.1287/mksc.2020.1227>
- Basuroy, S., Kim, Y., y Proserpio, D. (2020). Estimating the impact of Airbnb on the local economy: Evidence from the restaurant industry. *Available at SSRN 3516983*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3516983>
- Bei, G., y Celata, F. (2023). Challenges and effects of short-term rentals regulation: A counterfactual assessment of European cities. *Annals of Tourism Research*, 101, 103605. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2023.103605>
- Belarmino, A., y Koh, Y. (2020). A critical review of research regarding peer-to-peer accommodations. *International Journal of Hospitality Management*, 84, 102315. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2019.05.011>
- Benitez-Aurioles, B. (2019). Is Airbnb bad for hotels? *Current Issues in Tourism*, 1-4. <https://doi.org/10.1080/13683500.2019.1646226>
- Benítez-Aurioles, B. (2022). El impacto de la pandemia en el mercado de los alojamientos turísticos en España: hoteles versus alojamientos p2p. *Boletín Económico de ICE*, (3143). <https://doi.org/10.32796/bice.2022.3143.7345>
- Benito-López, B., Solana-Ibáñez, J., y López-Pina, P. (2014). Determinants of Spanish regions' tourism performance: a two-stage, double-bootstrap data envelopment analysis. *Tourism Economics*, 20(5), 987-1012. <https://doi.org/10.5367/te.2013.0327>
- Botsman, R., y Rogers, R. (2011). *What's mine is yours: How collaborative consumption is changing the way we live*. London: Collins.
- Brida, J. G., Osti, L., y Santifaller, E. (2011). Second homes and the need for policy planning. *TOURISMOS: An International Multidisciplinary Journal of Tourism*, 6(1), 141-163.
- Butler, R. W. (1980). The concept of a tourist area cycle of evolution: Implications for management of resources. *Canadian geographer*, 24(1), 5-12. <https://doi.org/10.1111/j.1541-0064.1980.tb00970.x>
- Çalışkan, U., y Özer, Ö. (2021). Relationship between local residents' perceptions of tourism and support attitudes in post-communist countries: case of Turkestan (Kazakhstan). *Tourism Planning y Development*, 18(5), 573-593. <https://doi.org/10.1080/21568316.2020.1837228>

- Chang, S. (2018). Experience economy in hospitality and tourism: Gain and loss values for service and experience. *Tourism management*, 64, 55-63. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.08.004>
- Chaudhry, I. S., Nazar, R., Ali, S., Meo, M. S., y Faheem, M. (2022). Impact of environmental quality, real exchange rate and institutional performance on tourism receipts in East-Asia and Pacific region. *Current Issues in Tourism*, 25(4), 611-631. <https://doi.org/10.1080/13683500.2021.1894101>
- Chen, S., Chen, H. H., Zhang, K. Q., y Xu, X.-I. (2018). A comprehensive theoretical framework for examining learning effects in green and conventionally managed hotels. *Journal of Cleaner Production*, 174, 1392–1399. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.10.321>
- Cheung, K. S., y Yiu, C. Y. (2022). Touristification, Airbnb and the tourism-led rent gap: Evidence from a revealed preference approach. *Tourism Management*, 92, 104567. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2022.104567>
- Chica-Olmo, J., González-Morales, J. G., y Zafra-Gómez, J. L. (2020). Effects of location on Airbnb apartment pricing in Málaga. *Tourism Management*, 77, 103981. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2019.103981>
- Chu, Q., Bao, G., y Sun, J. (2022). Progress and prospects of destination image research in the last decade. *Sustainability*, 14(17), 10716. <https://doi.org/10.3390/su141710716>
- Claveria, O., y Poluzzi, A. (2017). Positioning and clustering of the world's top tourist destinations by means of dimensionality reduction techniques for categorical data. *Journal of Destination Marketing y Management*, 6(1), 22-32. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2016.01.008>
- Corne, A., y Peypoch, N. (2020). On the determinants of tourism performance. *Annals of Tourism Research*, 85, 103057. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.103057>
- Cuevas, P. D., y Tabales, A. F. (2023). De la función residencial a la función turística en los espacios urbanos: medición de los factores causantes a partir de herramientas digitales. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, (99). <https://doi.org/10.21138/bage.3460>
- Dadvar-Khani, F. (2019). Second home tourism and agriculture in rural areas: examining the effects of second homes on agricultural resources in northern Iran. *Journal of Rural Development*, 38(1), 123–143. <https://doi.org/10.25175//jrd/2019/v38/i1/111715>
- Dias, A. J., Correia, A., y López, F. J. M. (2015). The meaning of rental second homes and places: the owners' perspectives. *Tourism Geographies*, 17(2), 244–261. <https://doi.org/10.1080/14616688.2014.959992>
- Dodds, R., y Butler, R. (2019). The phenomena of overtourism: A review. *International Journal of Tourism Cities*, 5(4), 519-528. <https://doi.org/10.1108/IJTC-06-2019-0090>
- Dogru, T., Mody, M., y Suess, C. (2019). Adding evidence to the debate: Quantifying Airbnb's disruptive impact on ten key hotel markets. *Tourism Management*, 72, 27-38.
- Dogru, T., Hanks, L., Mody, M., Suess, C., y Sirakaya-Turk, E. (2020). The effects of Airbnb on hotel performance: Evidence from cities beyond the United States. *Tourism Management*, 79. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104090>

- Dogru, T., Mody, M., Suess, C., McGinley, S., y Line, N. D. (2020). The Airbnb paradox: Positive employment effects in the hospitality industry. *Tourism Management*, 77, 104001. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.11.008>
- Dogru, T., Mody, M., Suess, C., Line, N., y Bonn, M. (2020). Airbnb 2.0: Is it a sharing economy platform or a lodging corporation? *Tourism Management*, 78. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2019.104049>
- 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>
- Farronato, C., y Fradkin, A. (2018). *The welfare effects of peer entry in the accommodation market: The case of Airbnb* (No. w24361). National Bureau of Economic Research. <https://doi.org/10.3386/w24361>
- Farstad, M., y Rye, J. F. (2013). Second home owners, locals and their perspectives on rural development. *Journal of Rural Studies*, 30, 41–51. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2012.11.007>
- Fernández, J. A. S., Azevedo, P. S., Martín, J. M. M., y Martín, J. A. R. (2020). Determinants of tourism destination competitiveness in the countries most visited by international tourists: Proposal of a synthetic index. *Tourism Management Perspectives*, 33, 100582. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2019.100582>
- Freire, E. S., Ordóñez, C. S., Ordóñez, F. S., y Díaz, E. S. (2017). Identificación de factores sociodemográficos que influyen en el turismo para la Provincia de Tungurahua a través de análisis multivariante. *CienciaAmérica: Revista de Divulgación Científica de la Universidad Tecnológica Indoamérica*, 6(2).
- Freytag, T., y Bauder, M. (2018). Bottom-up touristification and urban transformations in Paris. *Tourism Geographies*, 20(3), 443–460. <https://doi.org/10.1080/14616688.2018.1454504>
- Fuentes, R., y Navarrete, L. (2016). Tourists in hotels versus holiday homes: Economic impact and characterization. *Tourism Review International*, 20(4), 177–195. <https://doi.org/10.3727/154427216X14791579617416>
- Gansky, L. (2010). *The mesh: Why the future of business is sharing*. Penguin.
- Geron, T. (2012). Airbnb had \$56 million impact on San Francisco: Study. *Forbes*, Nov, 9.
- Geron, T. (2013). Airbnb and the unstoppable rise of the share economy. *Forbes*, Feb 13.
- Giaccio, V., Giannelli, A., y Mastronardi, L. (2018). Explaining determinants of agri-tourism income: Evidence from Italy. *Tourism Review*, 73(2), 216–229. <https://doi.org/10.1108/TR-05-2017-0089>
- Gibbs, C., Guttentag, D., Gretzel, U., Morton, J., y Goodwill, A. (2018). Pricing in the sharing economy: A hedonic pricing model applied to Airbnb listings. *Journal of Travel y Tourism Marketing*, 35(1), 45–56. <https://doi.org/10.1080/10548408.2017.1308292>
- Goodwin, H. (2017). The challenge of overtourism. *Responsible tourism partnership*, 4, 1–19.

- Goree, K. (2016). Battle of the Beds: The Economic Impact of Airbnb on the Hotel Industry in Chicago and San Francisco.
- Grande, J. (2006). Evolución del turismo rural en España y las nuevas oportunidades del turismo de naturaleza. *Estudios Turísticos*, 169-170, 85-102.
- Gravari-Barbas, M., y Guinand, S. (Eds.). (2017a). *Tourism and gentrification in contemporary metropolises: International perspectives*. Taylor y Francis. <https://doi.org/10.4324/9781315629759>
- Gravari-Barbas, M., y Guinand, S. (2017b). Introduction: Addressing tourism-gentrification processes in contemporary metropolises. In *Tourism and gentrification in contemporary metropolises* (pp. 1-21). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315629759-1>
- Guaita Martínez, J. M., Martín Martín, J. M., Salinas Fernández, J. A., y Ribeiro Soriano, D. E. (2023). Tourist accommodation, consumption and platforms. *International Journal of Consumer Studies*, 47(3), 1011-1022. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12881>
- Guerrero, A. E. A., y Gil, Ó. S. (2022). Nuevas tipologías de alojamientos turísticos en las Ciudades Patrimonio Mundial de Castilla-La Mancha. *Cuadernos de Turismo*, (49), 343-374. <https://doi.org/10.6018/turismo.521941>
- Gunter, U., y Önder, I. (2018). Determinants of Airbnb demand in Vienna and their implications for the traditional accommodation industry. *Tourism Economics*, 24(3), 270–293. <https://doi.org/10.1177/1354816617731196>
- 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>
- Guttentag, D. (2015). Airbnb: Disruptive innovation and the rise of an informal tourism accommodation sector. *Current Issues in Tourism*, 18(12), 1192–1217.
- Guttentag, D., Smith, S., Potwarka, L., y Havitz, M. (2018). Why tourists choose Airbnb: A motivation-based segmentation study. *Journal of Travel Research*, 57(3), 342–359. <https://doi.org/10.1177/0047287517696980>
- Guttentag, D. (2019). Progress on Airbnb: a literature review. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 10(4), 814-844. <https://doi.org/10.1108/JHTT-08-2018-0075>
- Hair, J. F., Anderson, R. E., y Tatham, R. L. (1987). *Multivariate data analysis*. Nueva York: Macmillan.
- Hair, J.F., Anderson, R.E., Tatham, R.L., y Black, W.C. (2000). *Análisis Multivariante*. Madrid, España: Prentice Hall Iberia.
- Hidalgo, A., Riccaboni, M., y Velázquez, F. J. (2024). The effect of short-term rentals on local consumption amenities: Evidence from Madrid. *Journal of Regional Science*, 1–28. <https://doi.org/10.1111/jors.12685>
- Hooper, J. (2015). Tourist hotspots around the world are crowded with new visitors-but are they all welcome. *The Guardian*, 25.

- Horn, K., y Merante, M. (2017). Is home sharing driving up rents? Evidence from Airbnb in Boston. *Journal of Housing Economics*, 38, 14–24. <https://doi.org/10.1016/j.jhe.2017.08.002>
- Huang, D., y Chen, Q. (2021). Stress and coping among micro-entrepreneurs of peer-to-peer accommodation. *International Journal of Hospitality Management*, 97, 103009. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2021.103009>
- Huete, R., Mantecón, A., y Mazón, T. (2008). ¿De qué hablamos cuando hablamos de turismo residencial? *Cuadernos de Turismo*, 22, 101-121.
- Hwang, S. N., y Chang, T. Y. (2016). *Formulating management strategy for international tourist hotel using DEA*. In J. Zhu (Ed), *Data Envelopment Analysis* (pp. 289–316). Springer. https://doi.org/10.1007/978-1-4899-7684-0_9
- INE (2022). *Encuesta de ocupación turística. Año 2022*. Instituto Nacional de Estadística.
- INE (2024a). *Estadística de Movimientos Turísticos en Fronteras (FRONTUR)*. Instituto Nacional de Estadística.
- INE (2024b). *Encuesta de Características Esenciales de la Población y Viviendas (ECEPOV). Año 2021*. Instituto Nacional de Estadística.
- INE (2024c). *Estadística experimental. Medición del número de viviendas turísticas en España y su capacidad*. Instituto Nacional de Estadística.
- Iordanova, E., y Styliadis, D. (2019). The impact of visitors' experience intensity on in-situ destination image formation. *Tourism Review*. <https://doi.org/10.1108/TR-12-2018-0178>
- Kaharuddin, K., Napitupulu, J., Juliana, J., Pramono, R., y Saragih, E. L. L. (2021). Determinants of tourist attraction of the heritage tourism. *Journal of Environmental Management and Tourism*, 12(2), 507-514. [https://doi.org/10.14505//jemt.12.2\(50\).19](https://doi.org/10.14505//jemt.12.2(50).19)
[https://doi.org/10.14505//jemt.12.2\(50\).19](https://doi.org/10.14505//jemt.12.2(50).19)
- Kaiser, H.F. (1960). The Application of Electronic Computers to Factor Analysis. *Educational and Psychological Measurement*, 10, 141–151. <https://doi.org/10.1177/001316446002000116>
- Kannisto, P. (2017). Sharing for profit: A new business model?. *Annals of Tourism Research*, 66, 206-208. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2017.07.003>
- Kassoum, A., Breuillé, M. L., Grivault, C., y Le Gallo, J. (2019). Does Airbnb disrupt the private rental market? An empirical analysis for French cities. *International Regional Science Review*, 1–29. <https://doi.org/10.1177/0160017618821428>
- Lado-Sestayo, R., y Fernández-Castro, A.S. (2019). The impact of tourist destination on hotel efficiency: A data envelopment analysis approach. *European Journal of Operational Research*, 272(2), 674-686. <https://doi.org/10.1016/j.ejor.2018.06.043>
- Larsson, L., y Müller, D. K. (2019). Coping with second home tourism: responses and strategies of private and public service providers in western Sweden. *Current Issues in Tourism*, 22(16), 1958–1974. <https://doi.org/10.1080/13683500.2017.1411339>

- Lee, D. (2016). How Airbnb short-term rentals exacerbate Los Angeles affordable housing crisis: Analysis and policy recommendations. *Harvard Law y Policy Review*, 10, 229–254.
- Lee, S., y Kim, D. Y. (2018). The effect of hedonic and utilitarian values on satisfaction and loyalty of Airbnb users. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30(3), 1332–1351. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-09-2016-0504>
- Li, C. Y., y Tsai, M. C. (2022). What makes guests trust Airbnb? Consumer trust formation and its impact on continuance intention in the sharing economy. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 50, 44-54. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2021.12.001>
- Lim, W. M., Yap, S. F., y Makkar, M. (2021). Home sharing in marketing and tourism at a tipping point: What do we know, how do we know, and where should we be heading?. *Journal of business research*, 122, 534-566. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.08.051>
- Lin, P. M. (2021). Is Airbnb a good choice for family travel?. In *Family, Children, and Tourism in China* (pp. 140-157). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003243984-8>
- Lo, J.S.K., y McKercher, B. (2023). Tourism gentrification and neighbourhood transformation. *International Journal of Tourism Cities*, 9(4), 923-939. <https://doi.org/10.1108/IJTC-03-2023-0038>
- Loeffler, R., y Steinicke, E. (2007). Amenity migration in the US Sierra Nevada. *Geographical Review*, 97(1), 67-88. <https://doi.org/10.1111/j.1931-0846.2007.tb00280.x>
- López, A. M., y de Alarcón Roca, B. F. (2021). Impacto de las viviendas de uso turístico en España en el contexto pre-covid19: estudio de casos Madrid e Islas Baleares. *Cuadernos de Turismo*, (47), 413-446. <https://doi.org/10.6018/turismo.474491>
- Lozano, S., y Gutierrez, E. (2011). Efficiency analysis of EU-25 member states as tourist destinations. *International Journal of Services Technology and Management*, 15 (1/2), 69–88. <https://doi.org/10.1504/IJSTM.2011.038663>
- Mantecón, A., y Huete, R. (2011). Sociological insights on residential tourism: host society attitudes in a mature destination. *European Journal of Tourism Research*, 4(2), 109-122. <https://doi.org/10.54055/ejtr.v4i2.69>
- Marco-Lajara, B., Úbeda-García, M., Sabater-Sempere, V., y García-Lillo, F. (2014). Territory impact on the performance of Spanish vacation hotels. *Tourism Economics*, 20(4), 779-796. <https://doi.org/10.5367/te.2013.0301>
- Milano, C. (2018). Overtourism, malestar social y turismofobia. Un debate controvertido. Pasos. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 16(3), 551–564. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2018.16.041>
- Moliner-Tena, M. Á., Hernández-Lobato, L., Fandos-Roig, J. C., y Solís-Radilla, M. M. (2024). Destination image and tourist motivations as antecedents of tourist engagement. *International Journal of Tourism Cities*, 10(2), 662-681. <https://doi.org/10.1108/IJTC-09-2022-0214>

- Morales, J. G. G., Olmo, J. C., y Gómez, J. L. Z. (2019). Determinación de los precios de los apartamentos turísticos AIRBNB en Málaga. Una aproximación espacial. *Studies of Applied Economics*, 37(1), 47-63. <https://doi.org/10.25115/eea.v37i1.2574>
- Moreno-Gil, S., y Martin-Santana, J. D. (2015). Understanding the image of self-contained and serviced apartments: the case of sun and beach destinations. *Journal of Hospitality y Tourism Research*, 39(3), 373-400. <https://doi.org/10.1177/1096348013491594>
- Moreno-Izquierdo, L., Ramón-Rodríguez, A. B., y Such Devesa, M. J. (2016). Turismo colaborativo: ¿Está Airbnb transformando el sector del alojamiento? *Economistas*, 150, 107-119.
- Moreno-Izquierdo, L., Rubia-Serrano, A., Perles-Ribes, J. F., Ramón-Rodríguez, A. B., y Such-Devesa, M. J. (2020). Determining factors in the choice of prices of tourist rental accommodation. New evidence using the quantile regression approach. *Tourism Management Perspectives*, 33, 100632. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2019.100632>
- Morrison, F.D. (1987). *Multivariate Statistical Methods*. New York, Estados Unidos: McGraw-Hill, Book Co.
- Oskam, J., y Boswijk, A. (2016). Airbnb: The future of networked hospitality businesses. *Journal of Tourism Futures*, 2(1), 22-42. <https://doi.org/10.1108/JTF-11-2015-0048>
- Owyang, J., Tran, C., y Silva, C. (2013). The Collaborative Economy: Products, services, and market relationships have changed as sharing startups impact business models. *To avoid disruption, companies must adopt the Collaborative Economy Value Chain. Altimeter Research Theme: Digital Economies*.
- Perles-Ribes, J. F., Moreno Izquierdo, L., Ramón Rodríguez, A., y Such Devesa, M. J. (2018). The rental prices of the apartments under the new tourist environment: A hedonic price model applied to the Spanish sun-and-beach destinations. *Economies*, 6(2), 23. <https://doi.org/10.3390/economies6020023>
- Prados, M. J. (2008). Conceptual and methodological framework of naturbanization. In *Naturbanization* (pp. 19-36). CRC Press. <https://doi.org/10.1201/9780203881149-7>
- Ramos-Pérez, D. (2022). La vivienda vacacional en La Palma (Canarias): evolución y distribución espacial (2015-2020). *Cuadernos de Turismo*, (50), 143-181. <https://doi.org/10.6018/turismo.541901>
- Ranchordás, S. (2015). Does sharing mean caring: Regulating innovation in the sharing economy. *Minnesota Journal of Law Science y Technology*, 16, 413-447.
- Russo, A.P., y Domínguez, A.Q. (2014). La lógica espacial del intercambio de casas: una aproximación a las nuevas geografías de lo cotidiano en el turismo contemporáneo. *Scripta Nova. Revista electrónica de geografía y ciencias sociales*, 18.
- Radulescu, M.A. (2014). *The impact of second home tourism: A local residents' perspective: A case study on Cheia, Romania*. (Unpublished master's thesis). MSc Planet Europe: European Spatial Planning, Environmental Policy and Regional Development, Radboud University, Nijmegen, Netherlands y Cardiff University, Cardiff, UK.
- Raya-Vilchez, J. (2013). Destination and seasonality valuations: A quantile approach. *Tourism Economics*, 19, 835-53. <https://doi.org/10.5367/te.2013.0297>

- Robertson, D., Oliver, C., y Nost, E. (2022). Short-term rentals as digitally-mediated tourism gentrification: Impacts on housing in New Orleans. *Tourism Geographies*, 24(6-7), 954-977. <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1765011>
- Roca, M. N. O., Oliviera, J., Roca, Z., y Costa, L. (2012). Second home tourism in the Oeste Region, Portugal: features and impacts. *European Journal of Tourism: Hospitality and Recreation*, 3(2), 35–55.
- Sánchez-Sánchez, F.J., y Sánchez-Sánchez, A.M. (2021). Factores determinantes del turismo rural en espacios protegidos como impulso para el desarrollo rural en España. *AGER–Revista de Estudios sobre Despoblación y Desarrollo Rural*, 31, 139-176. <https://doi.org/10.4422/ager.2021.04>
- Sánchez-Sánchez, F.J., y Sánchez-Sánchez, A.M. (2022a). Regional segmentation and characterisation of tourist destinations in Spain: focus on local and foreign tourism. *Journal of Tourism Analysis*, 29(2), 152-189. <https://doi.org/10.53596/jta.v29i2.426>
- Sánchez-Sánchez, F. J., y Sánchez-Sánchez, A. M. (2022b). The Impact of COVID-19 Outbreak on Camping Tourism in Spain: A Spatial Approach to Tourist Destinations. *International Journal of Environmental Research*, 16(5), 1-15. <https://doi.org/10.1007/s41742-022-00474-x>
- Sánchez-Sánchez, F.J., y Sánchez-Sánchez, A.M. (2022c). The value of the Andalusian Network of Protected Natural Areas for the tourism sector: a challenge for rural territorial development? *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 94. <https://doi.org/10.21138/bage.3298>
- Sánchez-Sánchez, F.J., y Sánchez-Sánchez, A.M. (2024). Evaluating the efficiency and determinants of mass tourism in Spain: a tourist area perspective. *Portuguese Economic Journal*, 23(1), 111-145. <https://doi.org/10.1007/s10258-022-00228-9>
- Santamaria, D., y Filis, G. (2019). Tourism demand and economic growth in Spain: New insights based on the yield curve. *Tourism Management*, 75, 447-459. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2019.06.008>
- Saputri, P. D., Angrenani, A. B., Guminta, D. G., Leviany, F., Fitriana, I. N. L., Rahayu, S. P., y Khusna, H. (2021). Multivariate Analysis to Evaluate the Impact of COVID-19 on the Hotel Industry in Indonesia. In *Soft Computing in Data Science: 6th International Conference, SCDS 2021, Virtual Event, November 2–3, 2021, Proceedings 6* (pp. 411-426). Springer Singapore. https://doi.org/10.1007/978-981-16-7334-4_30
- Schor, J. (2016). Debating the sharing economy. *Journal of Self-Governance y Management Economics*, 4(3), 7–22. <https://doi.org/10.22381/JSME4320161>
- Sellers-Rubio, R., y Casado-Díaz, A.B. (2018). Analyzing hotel efficiency from a regional perspective: The role of environmental determinants. *International Journal of Hospitality Management*, 75, 75–85.
- Shabrina, Z., Arcaute, E., y Batty, M. (2022). Airbnb and its potential impact on the London housing market. *Urban Studies*, 59(1), 197-221. <https://doi.org/10.1177/0042098020970865>

- Shankland, S. (2013). Airbnb founder: Banning private rentals as silly as banning cars. CNET, June 5.
- Sigala, M. (2016). Market formation in the sharing economy: Findings and implications from the sub-economies of Airbnb. In S. Barile, M. Pellicano, y F. Polese (Eds.). *Social dynamics in a systems perspective* (pp. 159–174). Verlag: Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-61967-5_9
- Solana-Ibáñez, J., Caravaca-Garratón, M., y Para-González, L. (2016). Two-stage data envelopment analysis of Spanish regions: Efficiency determinants and stability analysis. *Contemporary Economics*, 10(3), 259–274. <https://doi.org/10.5709/ce.1897-9254.214>
- Tello, E. (1997). Economía y ecología en el camino hacia ciudades sostenibles. *Papeles de la FIM (Alternativas al desarrollo)*, (8), 135.
- Torres-Delgado, A., López Palomeque, F., Elorrieta Sanz, B., y Font Urgell, X. (2023). Monitoring sustainable management in local tourist destinations: performance, drivers and barriers. *Journal of sustainable tourism*, 31(7), 1672-1693. <https://doi.org/10.1080/09669582.2021.1937190>
- Travanca, C. M. R., Vieira, C. M. R., y Félix, E. G. S. (2022). Determinants of Profitability in the Tourism Sector in Portugal. In *Tourism Entrepreneurship in Portugal and Spain: Competitive Landscapes and Innovative Business Models* (pp. 193-215). Cham: Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-89232-6_10
- Tussyadiah, I.P. (2015). An exploratory study on drivers and deterrents of collaborative consumption in travel. In *Information and Communication Technologies in Tourism 2015: Proceedings of the International Conference in Lugano, Switzerland, February 3-6, 2015* (pp. 817-830). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-14343-9_59
- Tussyadiah, I. P., y Pesonen, J. (2016). Impacts of peer-to-peer accommodation use on travel patterns. *Journal of Travel Research*, 55(8), 1022–1040. <https://doi.org/10.1177/0047287515608505>
- Uyar, A., Kuzey, C., Koseoglu, M. A., y Karaman, A. S. (2023). Travel and tourism competitiveness index and the tourism sector development. *Tourism Economics*, 29(4), 1005-1031. <https://doi.org/10.1177/13548166221080357>
- Viglia, G. (2020). The sharing economy: Psychological mechanisms that affect collaborative consumption. *Psychology y Marketing*, 37(5), 627–629. <https://doi.org/10.1002/mar.21358>
- von Briel, D. y Dolnicar, S. (2020). The evolution of Airbnb regulation – An international longitudinal investigation 2008-2020. *Annals of Tourism Research*, <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102983>
- Wang, D., y Nicolau, J. L. (2017). Price determinants of sharing economy based accommodation rental: A study of listings from 33 cities on Airbnb.com. *International Journal of Hospitality Management*, 62, 120–131. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2016.12.007>

- WEF (2019). If you build it, they will come: Why infrastructure is crucial to tourism growth and competitiveness. *World Economic Forum*. Recuperado de <https://www.weforum.org/agenda/2019/09/tourism-infrastructure-crucial-to-growth>
- Wieprow, J., y Gawlik, A. (2021). The use of discriminant analysis to assess the risk of bankruptcy of enterprises in crisis conditions using the example of the tourism sector in Poland. *Risks*, 9(4), 78. <https://doi.org/10.3390/risks9040078>
- World Travel and Tourism Council (2019). *Travel and Tourism—Economic Impact 2019 Spain*. World Travel and Tourism Council, London, UK.
- Wyman, D., Mothorpe, C., y McLeod, B. (2022). Airbnb and VRBO: the impact of short-term tourist rentals on residential property pricing. *Current Issues in Tourism*, 25(20), 3279-3290. <https://doi.org/10.1080/13683500.2019.1711027>
- Yang, Z., y Cai, J. (2016). Do regional factors matter? Determinants of hotel industry efficiency in China. *Tourism Management*, 52, 242–253. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.06.024>
- Zervas, G., Proserpio, D., y Byers, J. W. (2017). The rise of the sharing economy: Estimating the impact of Airbnb on the hotel industry. *Journal of marketing research*, 54(5), 687-705. <https://doi.org/10.1509/jmr.15.0204>
- Zhu, J., y Cheng, M. (2022). The rise of a new form of virtual tour: Airbnb peer-to-peer online experience. *Current Issues in Tourism*, 25 (22), 3565-3570. <https://doi.org/10.1080/13683500.2021.2016662>

CONTRIBUCIONES DE LAS AUTORAS:

Autora 1: Conceptualización, Metodología, Análisis formal, Investigación, Redacción, borrador original, Redacción – revisión y edición, Supervisión, Administración del proyecto.

Autora 2: Redacción - revisión y edición, Supervisión, Administración de proyectos.

AGRADECIMIENTOS:

Esta investigación ha sido financiada por el Proyecto PPI - A5 M2 (REF: PPI2307 - FEDER 2021-2027) del VI Plan Propio de Investigación y Transferencia de la Universidad Pablo de Olavide (2023-2026), en el marco del programa operativo FEDER 2021-2027.