



Revista Venezolana de Gerencia



Como citar: Sepúlveda, C. O., López, V. G., Moreno, L. R., y Montes, A. P. (2026). Alojamiento alternativo en destinos de sol y playa del noroeste de México: desempeño económico en plataformas colaborativas. *Revista Venezolana De Gerencia*, 31(114), e311145. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.31.114.5>

Universidad del Zulia (LUZ)
Revista Venezolana de Gerencia (RVG)
Año 31 No. 114, 2026, e311145
Abril-Junio
ISSN 1315-9984 / e-ISSN 2477-9423



Alojamiento alternativo en destinos de sol y playa del noroeste de México: desempeño económico en plataformas colaborativas

Sepúlveda Moreno, César Omar*
López Torres, Virginia Guadalupe**
Moreno Moreno, Luis Ramón***
Montes Mendoza, Annia Paola****

Resumen

La economía digital impulsa las actividades colaborativas a través de plataformas, en el turismo destaca el alojamiento alternativo promovido en Airbnb, HomeAway y Vrbo. Este estudio identifica los factores que determinan el desempeño económico medido en ingresos de los establecimientos que ofertan alojamiento alternativo en destinos de sol y playa en el noroeste de México. Se realizó un estudio explicativo con regresión lineal múltiple, incorpora variables estructurales y variables de reputación. Se encontró un modelo que explica el 32,7 % de la variabilidad de los ingresos. Se confirma que las características físicas contribuyen al rendimiento, la reputación digital también ejerce una influencia estratégica que la posiciona como un factor clave de la competitividad en las plataformas de turismo colaborativo. Se recomienda establecer marcos normativos equilibrados, reforzar la reputación digital de los anfitriones y promover algoritmos y prácticas sostenibles en las plataformas.

Palabras clave: Alojamiento alternativo; rendimiento económico; reputación digital; regresión lineal múltiple.

Recibido: 08.10.25

Aceptado: 11.12.25

* Doctor en Ciencias Administrativas. Departamento de Ciencias Económicas y Administrativas, Universidad de Sonora, México. E-mail: cesar.sepulveda@unison.mx. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3594-0038>

** Doctora en Ciencias Administrativas. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Universidad Autónoma de Baja California, México. E-mail: virginia.lopez@uabc.edu.mx. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2795-8951>

*** Doctor en Ciencias Económicas. Facultad de Ciencias Administrativas, Universidad Autónoma de Baja California, México. E-mail: lmoreno@uabc.edu.mx. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2544-6562>

**** Doctora en Arquitectura, Urbanismo y Diseño. Facultad de Ingeniería, Arquitectura y Diseño, Universidad Autónoma de Baja California. México. E-mail: annia.montes@uabc.edu.mx. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3969-8162>

Alternative accommodation in sun and beach destinations in northwestern Mexico: economic performance on collaborative platforms

Abstract

The digital economy drives collaborative activities through platforms. In tourism, alternative accommodation promoted on Airbnb, HomeAway, and Vrbo stands out. This study identifies the factors that determine the economic performance, measured in terms of revenue, of establishments offering alternative accommodation in sun and beach destinations in northwestern Mexico. An explanatory study was conducted using multiple linear regression, incorporating structural variables and reputation variables. A model was found that explains 32.7% of the variability in revenue. It is confirmed that physical characteristics contribute to performance, and digital reputation also exerts a strategic influence that positions it as a key factor in competitiveness on collaborative tourism platforms. It is recommended to establish balanced regulatory frameworks, strengthen the digital reputation of hosts, and promote sustainable algorithms and practices on platforms.

Keywords: Alternative accommodations; economic performance; digital reputation; multiple linear regression.

1. Introducción

El turismo ha experimentado una transformación sustantiva impulsada por los avances tecnológicos y el auge de la economía colaborativa. Una de sus manifestaciones más relevantes ha sido la expansión del alojamiento alternativo mediante plataformas digitales como Airbnb, HomeAway y Vrbo, que permiten a particulares ofrecer espacios de forma ágil, personalizada y con menor regulación que la hotelería tradicional (Quattrone et al., 2022). Fenómeno que ha democratizado el acceso al mercado turístico al habilitar a pequeños propietarios a convertirse en microempresarios, constituyendo una disrupción en los

modelos convencionales de alojamiento (Guttentag, 2015; Fernández y Mayorga, 2020). En consecuencia, el alojamiento colaborativo se consolida como una innovación que transforma no solo la estructura de la oferta, sino también las motivaciones de la demanda, vinculadas a experiencias auténticas y de vivir como un local (Ding et al., 2023).

La expansión del alojamiento colaborativo ha transformado destinos urbanos y costeros, reconfigurando la distribución del turismo, las dinámicas socioeconómicas y la relación entre lo formal e informal. Estudios previos (Eugenio-Martin et al., 2019; Gutiérrez et al., 2017; Fernández y Mayorga, 2020) analizaron cómo la localización espacial de Airbnb se relaciona con patrones de

turismo (sol y playa, urbano, naturaleza), mostrando que su oferta reconfigura la distribución territorial, cuya proliferación de hospedajes turísticos en viviendas particulares derivó en gentrificación, desplazamiento de residentes, concentración de actividad turística y turismofobia.

En América Latina, y particularmente en México, esta modalidad creció por la ausencia de un marco normativo sólido, generando beneficios económicos, pero también acentuando la competencia desleal hacia la hotelería formal (Benítez-Aurioles 2020; Jang y Kim, 2022). El éxito de los anfitriones depende de atributos físicos (número de camas, baños o servicios) y factores reputacionales (reseñas y estatus de *superhost*); ambos determinan precios y ocupación (Moreno-Izquierdo et al., 2019; Güçlü et al., 2020; Rodríguez-Díaz et al., 2019).

Este nuevo paradigma de consumo turístico es una innovación disruptiva que modifica radicalmente la estructura del mercado (Fernández y Mayorga, 2020). Las plataformas colaborativas han diversificado la oferta y las experiencias, pero también generan problemas de sostenibilidad económica, justicia territorial y equilibrio social. Al operar fuera de marcos fiscales y laborales tradicionales, el hospedaje no regulado genera tensiones con la infraestructura urbana, el mercado inmobiliario y la hotelería formal (Guillén e Iñiguez, 2016; Midgett et al., 2018). La expansión de Airbnb ha propiciado gentrificación, alza en los precios de vivienda y pérdida de identidad local, configurando escenarios de *overtourism* en distintas ciudades (Zmysłony et al., 2020).

En este sentido, este estudio identifica los factores que determinan el desempeño económico medido

en ingresos de los establecimientos que ofertan alojamiento alternativo en destinos de sol y playa en el noroeste de México. Por ello, este estudio adopta un enfoque cuantitativo explicativo con base en datos de AirDNA y aplica un modelo de regresión lineal múltiple que integra variables de infraestructura (camas, baños, amenidades) y reputación digital (reseñas, calificación).

La combinación de estas dimensiones permite contrastar la relevancia relativa de los atributos tangibles frente a los intangibles en un mercado altamente competitivo como el Mar de Cortés y el Pacífico mexicano (Moreno-Izquierdo et al., 2019). En consecuencia, este estudio se propone responder: ¿Qué efectos tienen las características de la oferta sobre el desempeño de los alojamientos en plataformas colaborativas en destinos de sol y playa del Noroeste de México? Con un enfoque estadístico inferencial y analítico, se busca aportar conocimiento que promueva una gestión equitativa, informada y sostenible del turismo colaborativo en el Mar de Cortés.

2. Transformación turística en el Noroeste de México: area de estudio

El Mar de Cortés, también conocido como golfo de California, es una región estratégica para el desarrollo turístico de México por su biodiversidad marina, paisajes costeros y concentración de destinos de sol y playa. Los estados de Baja California, Baja California Sur, Sonora y Sinaloa conforman este corredor turístico que alberga los destinos de Puerto Peñasco, Bahía de Kino, San Felipe, La Paz, Loreto, Los Cabos, Guaymas/San Carlos, Mazatlán,

Topolobampo y Santa Rosalía. En los cuales el turismo es una actividad económica clave, un fenómeno social y territorial que transformó las dinámicas locales (Moreno-Izquierdo et al., 2019).

La transformación más relevante en estos destinos es el crecimiento exponencial del alojamiento alternativo, impulsado por plataformas digitales de economía colaborativa, modalidad caracterizada por permitir a particulares alquilar espacios de forma temporal, alterando los esquemas tradicionales de hospedaje, aumentando la oferta en zonas no necesariamente turísticas y reduciendo barreras de entrada al mercado (Fernández y Mayorga, 2020; Eugenio-Martin et al., 2019). En ciudades como La Paz y Mazatlán, este fenómeno ha coincidido con el aumento de visitantes nacionales y extranjeros, lo que ha favorecido la multiplicación de inmuebles enlistados en plataformas como Airbnb (Díaz y Apaloaza, 2020).

Un crecimiento heterogéneo: destinos consolidados como Los Cabos o Mazatlán presentan una oferta profesional, pero en localidades emergentes como Santa Rosalía o Bahía de Kino el desarrollo es incipiente y atomizado. A partir de una base de datos de AirDNA, que incluye variables como ingreso, ocupación, tarifa media diaria, número de camas, servicios, reseñas y calificación, se observa una notable variación entre destinos, lo cual evidencia la necesidad de estudiar cómo las características de la oferta inciden en el desempeño económico.

Estudios recientes alertan sobre el riesgo de informalidad, presión sobre los servicios públicos y pérdida de identidad local si no se establecen mecanismos de regulación adecuados (Abril-Sellares et al., 2015). Por ello, el Mar de Cortés representa un laboratorio idóneo para

analizar el impacto de la economía colaborativa en territorios turísticos en transformación. Sin embargo, aunque la literatura internacional ha documentado impactos sociales/territoriales del alojamiento colaborativo, existe escasa evidencia empírica sobre cómo las características de la oferta inciden en el desempeño económico en destinos de sol y playa del noroeste de México y, más ampliamente, en Latinoamérica.

3. Alojamiento alternativo

El alojamiento busca satisfacer las necesidades de hospedaje del turista en conjunto con otros servicios complementarios en función de un precio; existen varias formas de clasificarlo, una de ellas alude al hospedaje ofrecido en los hogares, conocido como alojamiento alternativo (Intriago y Solorzano, 2017). Su génesis es el deseo de experimentar una experiencia personalizada, cercana a la realidad de la comunidad local y ahorrar en costos de alojamiento (Rodas et al., 2024; Ketter, 2021).

4. Desempeño económico en plataformas colaborativas

Las actividades colaborativas buscan el beneficio de la comunidad, al compartir bienes y servicios sin ánimo de lucro, abaratando costos (Morales, 2023); generan externalidades; entre las positivas destacan la primacía del trabajo sobre el capital, la gestión democrática y la generación de ingresos adicionales (Hernández, 2025). Se dice que generan empleo, pero no; los participantes son emprendedores, sin jefes ni horarios que cumplir (Erregerena, 2023). El estudio del desempeño económico se fundamenta en tres ejes teóricos: la teoría del valor percibido, el modelo

hedónico de precios y el enfoque de sostenibilidad turística.

4.1. Teoría del valor percibido

El valor percibido se refiere a la evaluación subjetiva que realiza el consumidor al comparar los beneficios obtenidos y los sacrificios asumidos en la adquisición de un bien o servicio (Andrade et al., 2025). En el contexto del alojamiento alternativo, este valor integra dimensiones funcionales, sociales y hedónicas, conformando un proceso dinámico que evoluciona a partir de la experiencia de uso (Mohsin y Lengler, 2021).

El desempeño está en función de atributos tangibles (aspectos físicos de la propiedad, número de habitaciones, mobiliario, limpieza, espacio, ubicación o servicios ofrecidos) e intangibles (factores reputacionales y simbólicos: calificación otorgada por los usuarios, volumen y calidad de reseñas), y estatus de *superhost*, distintivo que garantiza estándares superiores de servicio (Zhu y Kubickova, 2023; Contu et al., 2020). La familiaridad con la plataforma es relevante, al reducir la incertidumbre y fortalecer la confianza, lo que a su vez incrementa el valor percibido (Zhu y Kubickova, 2023).

Las propiedades gestionadas por *superhosts* (con evaluaciones > 4.8 estrellas) presentan mayor demanda y pueden fijar precios más altos (Dip et al., 2020). El sistema de evaluación de doble vía (anfitriones y huéspedes se califican mutuamente) refuerza la confianza y la reciprocidad, potencia el valor percibido y la intención de recompra (Proserpio et al., 2018; Dip et al., 2020). El valor percibido explica la decisión de reserva, la fijación de precios y la continuidad de los usuarios

en plataformas colaborativas (Mohsin y Lengler, 2021; Zhu y Kubickova, 2023). Por ello, si la reputación incrementa el valor percibido, es plausible que reseñas y calificaciones afecten la disposición a pagar y, por ende, los ingresos.

4.2. Modelo hedónico de precios

Sostiene que el precio de un bien heterogéneo, en este caso, se explica como la suma de las valoraciones individuales de sus características. En Airbnb, variables como el número de habitaciones, ubicación, tipo de alojamiento (entero, privado o compartido), disponibilidad de wifi, número de evaluaciones, política de cancelación y proximidad a zonas turísticas han sido identificadas como determinantes significativas del precio (Chica-Olmo et al., 2020; Rodríguez-Díaz et al., 2019; Lorde et al., 2019; Benítez-Aurioles, 2021). Estudios multiescala confirmaron la relevancia de atributos funcionales (capacidad, dormitorios), reputacionales (reseñas, calificaciones), de estatus del anfitrión (*superhost*/profesional) y locacionales (distancias a hotspots y a estaciones de metro), con efectos que varían espacialmente (Zhao et al., 2023; Suárez-Vega y Hernández 2020).

Alojamientos cercanos a zonas de playa, centros históricos o restaurantes tienden a tener precios más elevados, debido al mayor atractivo turístico de la zona (Benítez-Aurioles, 2021; Wang & Nicolau, 2017; Boto-García y Leoni, 2023). El algoritmo de precios de plataforma y la conducta de los anfitriones introducen dinámicas no lineales y dependientes del contexto; la literatura complementa el enfoque hedónico incorporando historia financiera

del anuncio y métodos de aprendizaje automático para mejorar la predicción de la Tarifa Promedio Diario - ADR por sus siglas en inglés (Camatti et al., 2024; Tafesse y Dayan, 2024). Asimismo, se advierte que ignorar la estructura temporal del plazo (term structure) puede sesgar las estimaciones hedónicas y que, conforme aumenta la duración de la estancia, la ADR tiende a disminuir; un índice ADR de ventas repetidas mitiga este sesgo (Cheung, 2024).

4.3. Enfoque de sostenibilidad turística

Propone que el desarrollo de actividades turísticas debe atender criterios económicos, impactos sociales, territoriales y ambientales. Desde este enfoque, el alojamiento alternativo debe evaluarse en función de su contribución (o afectación) al bienestar de las comunidades receptoras, la equidad social y la conservación del entorno natural. En el plano económico, Airbnb puede ser interpretado como una herramienta de redistribución de ingresos, al permitir a personas comunes rentar espacios subutilizados y obtener ingresos adicionales. Pero a mayor escala puede generar gentrificación, alza de precios de renta, desplazamiento de residentes locales y presión sobre servicios urbanos (Vieira et al., 2021). Estas dinámicas se enmarcan en lo que Mihalic (2020) denomina *overtourism*, es decir, la saturación de destinos que sobrepasa la capacidad de carga social y ambiental, comprometiendo su sostenibilidad a largo plazo.

A nivel ambiental, se suele argumentar que el alojamiento colaborativo implica un menor consumo de recursos en comparación con hoteles tradicionales, pero este aspecto aún

requiere mayor evidencia empírica para ser sostenido con contundencia (Midgett et al., 2018). En ciertos contextos, contribuye a la reducción de emisiones y al uso más eficiente de recursos; también exacerba los impactos negativos si no se acompaña de políticas regulatorias y de gestión sostenible (Perkumienė et al., 2021).

En términos sociales, las plataformas pueden fomentar interacciones culturales más ricas y auténticas, pero también provocar conflictos entre turistas y residentes por el uso del espacio público y la transformación del tejido barrial (Abril-Sellares et al., 2015). Palacios-Florencio et al. (2021) destacan que la actitud de los turistas hacia prácticas sostenibles está influida por percepciones de calidad, motivación y beneficios percibidos, lo que refuerza la necesidad de alinear la experiencia colaborativa con objetivos de sostenibilidad.

Este enfoque exige una visión integral de los efectos del alojamiento alternativo en las ciudades. Como señalan Guillén e Iñiguez (2016), es necesario implementar mecanismos de regulación que aseguren una competencia justa, mitiguen externalidades negativas y promuevan un desarrollo urbano equilibrado y justo para todos los actores involucrados. En este sentido, la sostenibilidad turística no solo debe considerarse como un principio normativo, sino como un modelo de gobernanza activa que articule a turistas, residentes, anfitriones y autoridades (Dwyer, 2023). Por lo tanto, entender qué atributos de oferta elevan ingresos es relevante no solo por eficiencia económica, sino por sus implicaciones distributivas y de gobernanza urbana.

5. Consideraciones metodológicas

El presente estudio adoptó un enfoque cuantitativo con alcance explicativo, orientado a analizar los efectos que tienen las características de la oferta sobre el desempeño económico de los alojamientos turísticos enlistados en plataformas de economía colaborativa, en destinos de sol y playa, que abarcan 10 destinos del noroeste de México. La investigación se desarrolló a partir de una base de datos obtenida de

la plataforma AirDNA. La fecha de corte para la extracción de datos fue junio de 2025.

El universo de análisis lo constituyen 21,943 establecimientos registrados; se seleccionó una muestra de 580 establecimientos que contaban con al menos una reseña registrada. El diseño muestral fue sistemático, con un intervalo de selección de $N/n = 37.83$ (tabla 1). Se aplicó un nivel de confianza del 99%, un margen de error de 4.89% y una proporción poblacional asumida del 50% (Lonas, 2019).

Tabla 1
Distribución proporcional de la muestra por destino turístico

Destino	Población	% del Total	Muestra
Ensenada	1,424	6.49%	44
Playas de Rosarito	1,832	8.35%	56
San Felipe	328	1.49%	10
La Paz	1,776	8.09%	55
Cabo San Lucas	4,387	19.99%	135
Nuevo Vallarta	1,147	5.23%	35
San Blas	201	0.92%	6
Mazatlán	5,674	25.86%	174
Guaymas	1,419	6.47%	44
Puerto Peñasco	3,755	17.11%	115
Total	21,943	100.00%	674

- Variables analizadas: dependiente e independientes**

El ingreso promedio anual por establecimiento es la variable dependiente. Las variables independientes incluyeron la tarifa media diaria, el número de servicios

o amenidades ofrecidas (televisión, internet, lavadora, aire acondicionado, alberca, entre otros), el número de camas disponibles, la cantidad de baños, la capacidad máxima en número de huéspedes, el número total de reseñas de usuarios y la calificación promedio asignada por los huéspedes (tabla 2).

Tabla 2
Descripción de variables

Variable	Tipo	Unidad / escala	Transformación aplicada
Ingreso anual promedio	Dependiente	Pesos mexicanos	ln(x)
Número de amenidades	Independiente	Conteo	ln(x)
Número de camas	Independiente	Conteo	ln(x)
Número de baños	Independiente	Conteo	ln(x)
Capacidad máxima	Independiente	Número de huéspedes	ln(x)
Número de reseñas	Independiente	Conteo	ln(x)
Calificación promedio	Independiente	Escala (1 a 5)	ln(x)

• Transformación de datos para normalización

Dado que algunas variables presentaban asimetría positiva, valores extremos o alta dispersión, se realizó una transformación logarítmica natural (ln) para mejorar la linealidad, reducir la heterocedasticidad y minimizar el impacto de los valores atípicos. En los casos donde existía la posibilidad de observar el valor cero, el establecimiento fue eliminado de la muestra bruta, permitiendo con ello conservar los casos sin introducir distorsiones (Osborne, 2010).

El análisis estadístico se desarrolló en tres etapas: 1) se obtuvieron estadísticos descriptivos para caracterizar distribución y dispersión de los datos; 2) se empleó análisis de regresión lineal múltiple utilizando el método *stepwise*, a través de SPSS versión 27, para identificar las variables que mejor explican el desempeño económico de los alojamientos (Cohen et al., 2013).

Se evaluaron los supuestos del modelo de regresión múltiple; los resultados indican que el modelo cumple con todos ellos. El gráfico P-P

y el histograma generado de residuos confirmaron la normalidad de los errores; el valor de Durbin-Watson (1.454) es aceptable para la independencia de residuos; los VIF en el modelo final son inferiores a 1.1, descartando multicolinealidad; los residuos estandarizados se ubicaron dentro de un rango aceptable (entre -3.7 y +4.1), sin evidencias de *outliers* severos. El gráfico de dispersión de residuos versus valores predichos y la desviación estándar cercana a 1 permitieron asumir homocedasticidad (Field, 2024).

• Análisis de regresión lineal múltiple

Se aplicó el método *stepwise* para identificar las variables independientes con mayor capacidad explicativa de la variable dependiente LogIngresos, bajo los criterios estadísticos de entrada ($p \leq 0.05$) y salida ($p \geq 0.10$), la tabla 3 presenta los resultados. El modelo inicial incorporó la variable LogNúmeroCamas, mostró una fuerte asociación positiva con los ingresos, indica que la capacidad de alojamiento constituye un factor determinante en el desempeño económico de los anfitriones.

Tabla 3
Estadísticos descriptivos de las variables

Variable	N	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar
Ingreso (pesos)	556	20,100.00	25,700,000.00	606,149.10	1,566,812.22
Servicios o amenidades	556	1	17	10.11	2.7
Número de camas	556	1	14	2.51	1.34
Baños	556	1	12	2.29	1.42
Capacidad	556	2	35	6.88	3.52
Número de reseñas	556	1	448	50.25	67.71
Calificación	556	1	5.3	4.78	0.38

En el paso dos se añadió LogNúmeroServiciosAmenidades, la cual también presentó significancia estadística y reforzó la explicación del modelo. Su inclusión ilustra que la diversidad de servicios y comodidades ofrecidas incrementa los ingresos; los huéspedes valoran positivamente atributos adicionales al espacio físico. En la tercera etapa se incorporó LogNúmeroReseñas; su efecto positivo confirma que la reputación digital se traduce en una mayor demanda, por tanto, en ingresos superiores. La cuarta etapa ingresó LogNúmeroBaños; su contribución modesta y estadísticamente significativa indica que la disponibilidad de baños adicionales representa un atributo funcional que eleva la disposición a pagar de los usuarios.

El modelo final retuvo las cuatro variables predictoras (transformadas

logarítmicamente para mejorar la normalidad, reducir la heterocedasticidad y controlar el efecto de valores extremos). El ajuste global del modelo (R^2 ajustado = 0.327; $F = 68.282$; $p < 0.001$) confirma su validez estadística y muestra que los factores físicos, reputacionales y de servicio explican de manera significativa la variabilidad en los ingresos anuales promedio de los alojamientos en plataformas colaborativas. La tabla 4 muestra la progresiva mejora en la capacidad explicativa del modelo conforme se incorporaron nuevas variables predictoras que consolidan un modelo robusto en el que confluyen factores de precio, reputación y valoración de servicio para explicar las diferencias en los ingresos de los anfitriones. ANOVA confirmó que todos los modelos son significativos ($p < 0.001$).

Tabla 4
Síntesis de los modelos obtenidos

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar estimación	Durbin-Watson
1. Predictores: (Constante), LogNumeroCamas	0.436	0.190	0.188	0.953	
2. Predictores: (Constante), LogNumeroCamas, LogNumeroServiciosAmenidades	0.541	0.293	0.290	0.892	

Cont... Tabla 4

3. Predictores: (Constante), LogNumeroCamas, LogNumeroServiciosAmenidades, LogNumeroReseñas.	0.570	0.324	0.321	0.872	
4. Predictores: (Constante), LogNumeroCamas, LogNumeroServiciosAmenidades, LogNumeroReseñas, LogNumeroBaños	0.576	0.331	0.327	0.868	1.542

Los resultados muestran que el desempeño económico no depende solo de características estructurales, como la capacidad física del inmueble, sino también de factores reputacionales y de calidad percibida, entre ellos el número de reseñas y la diversidad de servicios ofrecidos. Elementos determinantes para comprender las diferencias en ingresos, confirmando los resultados de Proserpio et al. (2018) y Lorde et al. (2019).

La tabla 5 muestra los coeficientes estandarizados y no estandarizados de los modelos de regresión, evidencia la magnitud y dirección de cada predictor sobre los ingresos de los anfitriones. El número de camas aparece como el factor

más influyente en todos los modelos, con efectos positivos y estadísticamente significativos. La adición del número de servicios o amenidades y de las reseñas fortalece la capacidad predictiva, mientras que el número de baños, aunque con menor peso relativo, también resulta significativo en el modelo final. En conjunto, los resultados confirman que tanto los atributos estructurales como los reputacionales inciden de manera consistente en la generación de ingresos, resaltando la necesidad de integrar factores tangibles e intangibles en el análisis del desempeño de alojamientos colaborativos.

Tabla 5
Estimaciones de coeficientes estandarizados y no estandarizados

Modelo	Coef. no estan		Coef. Estan	t	Sig.	95% IC	
	B	Desv. Error	Beta β			Límite inferior	Límite superior
1 (Constante)	10.91	0.15	0.436	72.21	<0.01	10.61	11.20
LogNumeroCamas	1.39	0.12		11.39	<0.01	1.15	1.62
2 (Constante)	8.54	0.30	0.369	28.52	<0.01	7.95	9.13
LogNumeroCamas	1.18	0.12	0.328	10.12	<0.01	0.95	1.40
LogNumeroServiciosAmenidades	1.15	0.13		8.97	<0.01	0.90	1.41
3 (Constante)	7.96	0.31	0.401	25.36	<0.01	7.34	8.58
LogNumeroCamas	1.27	0.12	0.330	11.06	<0.01	1.05	1.50
LogNumeroServiciosAmenidades	1.16	0.13	0.181	9.23	<0.01	0.91	1.41
LogNumeroReseñas	0.14	0.03		5.09	<0.01	0.09	0.20
4 (Constante)	8.16	0.32	0.344	25.21	<0.01	7.53	8.80
LogNumeroCamas	1.10	0.14	0.315	8.00	<0.01	0.83	1.36
LogNumeroServiciosAmenidades	1.11	0.13	0.184	8.75	<0.01	0.86	1.36
LogNumeroReseñas	0.14	0.03	0.103	5.19	<0.01	0.09	0.20
LogNumeroBaños	0.17	0.07	0.436	2.39	0.02	0.03	0.30

a. Variable dependiente: LogIngresos.

Dado el enfoque log, los coeficientes pueden interpretarse como elasticidades aproximadas: un aumento del 1 % en el número de camas y de amenidades se asocia, respectivamente, con incrementos de +1.10 % y +1.11 % en ingresos; un 1 % más de reseñas con +0.14 %; y un 1 % adicional de baños con +0.17 %. En términos relativos, las camas y las amenidades exhiben los mayores efectos marginales, seguidas de reseñas y baños. Estos hallazgos se alinean con el modelo hedónico de precios (Jang & Kim, 2022), según el cual los atributos del producto y su señalización reputacional son determinantes de la disposición a pagar. Asimismo, son coherentes con la teoría del valor percibido, que resalta el papel de la confianza y la información social en las decisiones de consumo (Proserpio et al., 2018).

Se confirma que la rentabilidad depende de infraestructura y reputación, pero también plantea interrogantes sobre equidad económica y territorial; los anfitriones con mayor capacidad para acumular reseñas, vinculados a propiedades mejor localizadas o con mayor inversión, concentran beneficios, profundizando desigualdades (Guillén & Iñiguez, 2016). La búsqueda de ingresos vía precios altos y reputación podría incentivar gentrificación y encarecimiento de la vivienda, como documentan Gutiérrez et al. (2017).

5. Conclusiones

El hallazgo central de este estudio radica en la interdependencia entre infraestructura física y reputación digital como ejes de competitividad en el alojamiento colaborativo. La evidencia muestra que los ingresos dependen de inversiones materiales, de señales de

confianza continuas y de la capacidad de los anfitriones para articular ambos tipos de atributos en estrategias complementarias.

Sugiere que la ventaja económica se deriva de la forma en que los elementos tangibles se convierten en activos reputacionales capaces de sostener un círculo virtuoso de visibilidad, confianza y disposición a pagar. Resultado que fortalece la lectura del turismo colaborativo como un mercado híbrido, donde la creación de valor ya no se explica por la dotación física en sí misma, sino por su traducción en señales sociales verificables que reconfiguran la lógica de competencia.

En este sentido, la investigación contribuye a un debate más amplio sobre la redistribución de beneficios y la sostenibilidad del modelo: si la reputación amplifica el valor de la infraestructura, los anfitriones con mayor capacidad inicial para invertir y obtener reseñas tienden a concentrar los retornos, lo que introduce riesgos de inequidad económica y territorial que las políticas públicas deberán atender.

El desarrollo de la economía colaborativa en el sector turístico requiere la articulación de esfuerzos entre el sector público, los anfitriones y las plataformas para garantizar un crecimiento equilibrado y sostenible. Para el sector público, es prioritario diseñar marcos regulatorios que armonicen los beneficios del alojamiento colaborativo con la protección del acceso a la vivienda, la seguridad del consumidor y la competencia justa.

Es fundamental implementar sistemas de monitoreo basados en *big data* que permitan seguir en tiempo real indicadores de ocupación, tarifas y distribución espacial y promover políticas de sostenibilidad que incluyan límites de

capacidad de carga e incentivos fiscales que limitan el número de noches de renta y premian la eficiencia energética. Para los anfitriones, la clave está en fortalecer la reputación digital con atención ágil, diversificar estrategias de precios con ajustes dinámicos y apostar por atributos de confianza y diferenciación, desde certificaciones verdes hasta experiencias locales con tarifas estacionales o recorridos guiados.

Las plataformas deben avanzar hacia algoritmos más transparentes, integrar indicadores ambientales y sociales en los perfiles y colaborar con gobiernos y universidades en proyectos de investigación aplicada, replicando experiencias como la cesión de datos anonimizados para analizar impactos en vivienda y medio ambiente en destinos turísticos.

En términos prácticos, las implicaciones se despliegan en tres planos. Para los anfitriones, resulta prioritario invertir en atributos con alta elasticidad, capacidad y amenidades de uso frecuente, estandarizar la calidad del servicio y articular estas mejoras con campañas activas de reputación que incluyan respuestas verificadas y narrativas de valor agregado. Para las plataformas, los resultados sugieren la necesidad de ajustar algoritmos de ranqueo que hoy privilegian la acumulación de reseñas, promoviendo un balance entre cantidad y calidad, así como transparentar las recomendaciones de precios en función de atributos verificables.

Para las políticas públicas, se recomienda establecer registros únicos de anfitriones, marcos fiscales simples y proporcionales a la escala de operación, límites razonables de densidad por zona para mitigar procesos de gentrificación y, al mismo tiempo, diseñar incentivos

para mejoras ecoeficientes y estándares mínimos de seguridad y habitabilidad. De este modo, la competitividad de la oferta podría alinearse con criterios de sostenibilidad territorial y justicia social.

Por último, de cara a futuras investigaciones, este trabajo abre líneas de análisis en al menos cuatro direcciones: avanzar hacia modelos con granularidad espacial y temporal mediante paneles por anuncio; explorar mediaciones como la reputación en el vínculo entre amenidades e ingresos; instrumentar reseñas históricas para atenuar problemas de endogeneidad; y evaluar heterogeneidades entre destinos a partir de interacciones entre atributos y contexto local. La incorporación de métricas sobre localización, grado de profesionalización del anfitrión y dinámicas de precio/ocupación permitiría no solo elevar el poder explicativo del modelo, sino también dotar a la investigación de mayor capacidad predictiva y transferibilidad hacia escenarios internacionales.

Referencias

- Abril-Sellarés, M., Azpelicueta, M. D. C., & Sánchez-Fernández, M. D. (2015). Turismo sostenible: Lugareños frente a turistas. El caso de la ciudad de Barcelona. *Holos*, 3, 331–337. <http://dx.doi.org/10.15628/holos.2015.2809>
- Andrade da Silva, M., Soares, J. R., & Santos Solla, X. M. (2025). Gestión estratégica del consumo en mercados turísticos. *Revista Venezolana de Gerencia*, 30(13), 472–490. <https://www.produccioncientificaluz.org/index.php/rvg/article/view/44165/52449>
- Benítez-Aurioles, B. (2020). Impacts of the peer-to-peer market

- on tourist accommodation in Mallorca and Menorca. *Island Studies Journal*, 15(2), 353–370. <https://islandstudiesjournal.org/article/84638-impacts-of-the-peer-to-peer-market-on-tourist-accommodation-on-the-balearic-islands-of-mallorca-and-menorca>
- Benítez-Aurioles, B. (2021). The peer-to-peer market for tourist accommodation in Latin America: Supply, demand and prices. *Journal of Tourism Analysis*, 28(1). <https://doi.org/10.53596/jta.v28i1.372>
- Boto-García, D., & Leoni, V. (2023). The economic value of coastal amenities: Evidence from beach capitalization effects in peer-to-peer markets. *Environmental & Resource Economics*, 84(2), 529–557. <https://doi.org/10.1007/s10640-022-00735-5>
- Camatti, N., di Tollo, G., Filograsso, G., & Ghilardi, S. (2024). Predicting Airbnb pricing: A comparative analysis of artificial intelligence and traditional approaches. *Computational Management Science*, 21(1), 30. <https://doi.org/10.1007/s10287-024-00511-4>
- Cheung, K. S. (2024). Airbnb pricing and term structure: A temporal analysis of omitted variable bias and repeat sales method as remedies. *Tourism Economics*, 30(5), 1330–1338. <https://doi.org/10.1177/13548166231191551>
- Chica-Olmo, J., González-Morales, J. G., & 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>
- Cohen, J., Cohen, P., West, S. G., & Aiken, L. S. (2013). *Applied multiple regression/correlation analysis for the behavioral sciences*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203774441>
- Contu, G., Conversano, C., Frigau, L., & Mola, F. (2020). Identifying factors affecting the status of superhost: Evidence from Sardinia and Sicily. *Quality & Quantity*, 54(5), 1633–1653. <https://doi.org/10.1007/s11135-019-00925-2>
- Díaz, I., & Apaolaza, R. (2020). Una propuesta metodológica para identificar gentrificación a partir de los censos de población. *Estudios demográficos y urbanos*, 35(3), 629–661. <https://doi.org/10.24201/edu.v35i3.1883>
- Ding, K., Niu, Y., & Choo, W. C. (2023). The evolution of Airbnb research: A systematic literature review using structural topic modeling. *Heliyon*, 9(6), Artículo e17090. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e17090>
- Dip, J. A., Simes, H., & Benítez, J. P. (2020). Cooperación y reciprocidad en la economía colaborativa de Airbnb. Un estudio para la provincia turística de Misiones, Argentina. *REVESCO: Revista de Estudios Cooperativos*, 135, e69176. <https://doi.org/10.5209/reve.69176>
- Dwyer, L. (2023). Sustainable development of tourism: Research and policy challenges. *Highlights of Sustainability*, 2(2), 83–99. <https://doi.org/10.54175/hsustain2020008>
- Erreguerena, J. O. (2023). Repartidores de aplicación en México: Entre el individualismo imaginado de las plataformas y las resistencias comunitarias de los trabajadores. *Espiral*, 30(88), 45–79. <https://doi.org/10.32870/eees.v30i88.7319>
- Eugenio-Martin, J. L., Cazorla-Artiles, J. M., & González-Martel, C. (2019). On the determinants of Airbnb location and its spatial distribution. *Tourism*

- Economics*, 25(8), 1224–1244. <https://doi.org/10.1177/1354816618825415>
- Fernández Morales, A., & Mayorga Toledano, M. C. (2020). Caracterización y concentración de la oferta de Airbnb en Málaga. *Revista de Estudios Regionales*, 3, 141–170. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7843985>
- Field, A. (2024). *Discovering statistics using IBM SPSS statistics* (6.ª ed.). SAGE Publications.
- Güçlü, B., Roche, D., & Marimon, F. (2020). City characteristics that attract Airbnb travellers: Evidence from Europe. *International Journal for Quality Research*, 14(1), 271–290. <https://repositori.uic.es/handle/20.500.12328/1480?locale-attribute=es>
- Guillén, N. A., & Iñiguez, T. (2016). Acción pública y consumo colaborativo. Regulación de las viviendas de uso turístico en el contexto P2P. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 14(3). <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2016.14.049>
- Guttentag, D. (2015). Airbnb: Disruptive innovation and the rise of an informal tourism accommodation sector. *Current Issues in Tourism*, 18(12), 1192–1217. <https://doi.org/10.1080/13683500.2013.827159>
- Gutiérrez, J., García-Palomares, J. C., Romanillos, G., & 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>
- Hernández Perlines, F. (2025). La economía social como forma de emprendimiento colectivo: raíces históricas, vigencia actual y perspectivas para la investigación futura. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 114, 127–162. <https://doi.org/10.7203/CIRIEC-E.114.30419>
- Intriago, J., & Solórzano, M. (2017). El alojamiento turístico en hogares: Una alternativa de negocio para la dinamización de la economía en la Parroquia de Canoa (destino de sol y playa) después del terremoto del 16 de abril. *International Journal of Scientific Management and Tourism*, 3(3), 259–272. <https://ojs.scientificmanagementjournal.com/ojs/index.php/smj/article/view/276/274>
- Jang, S., & Kim, J. (2022). Remediating Airbnb COVID-19 disruption through tourism clusters and community resilience. *Journal of Business Research*, 139, 529–542. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.10.015>
- Ketter, E. (2021). Millennial travel: Tourism micro-trends of European generation Y. *Journal of Tourism Futures*, 7(2), 192–196. <https://doi.org/10.1108/JTF-10-2019-0106>
- Leoni, V. (2020). Stars vs lemons: Survival analysis of peer-to-peer marketplaces: The case of Airbnb. *Tourism Management*, 79, Artículo 104091. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104091>
- Lonas, L. G. (2019). *Quantitative research by example* (Versión 1.0.0). MyReLab. <https://www.myrelab.com/static/book/QuantitativeResearchByExample.pdf>
- Lorde, T., Jacob, J., & Weekes, Q. (2019). Price-setting behavior in a tourism sharing economy accommodation market: A hedonic price analysis of Airbnb hosts in the Caribbean. *Tourism Management Perspectives*, 30, 251–261. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2019.05.003>

doi.org/10.1016/j.tmp.2019.03.006

- Midgett, C., Bendickson, J. S., Muldoon, J., & Solomon, S. J. (2018). The sharing economy and sustainability: A case for Airbnb. *Small Business Institute Journal*, 13(2), 51–71. https://www.researchgate.net/publication/331386069_The_sharing_economy_and_sustainability_A_case_for_Airbnb_Small_Business_Institute_Journal_132_51-71
- Mihalic, T. (2020). Conceptualising overtourism: A sustainability approach. *Annals of Tourism Research*, 84, Artículo 103025. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.103025>
- Mohsin, A., & Lengler, J. (2021). Airbnb hospitality: Exploring users and non-users' perceptions and intentions. *Sustainability*, 13(19), 10884. <https://doi.org/10.3390/su131910884>
- Morales, R. (2023). Economía colaborativa. *Mediterráneo Económico*, 37, 419–432. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9191490>
- Moreno-Izquierdo, L., Ramón-Rodríguez, A. B., Such-Devesa, M. J., & Perles-Ribes, J. F. (2019). Tourist environment and online reputation as a generator of added value in the sharing economy: The case of Airbnb in urban and sun-and-beach holiday destinations. *Journal of Destination Marketing & Management*, 11, 53–66. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2018.11.004>
- Osborne, J. (2010). Improving your data transformations: Applying the Box-Cox transformation. *Practical Assessment, Research, and Evaluation*, 15(1). <https://doi.org/10.7275/qb69-f024>
- Palacios-Florencio, B., Santos-Roldán, L., Berbel-Pineda, J. M., & Castillo-Canalejo, A. M. (2021). Sustainable tourism as a driving force of the tourism industry in a post-COVID-19 scenario. *Social Indicators Research*, 158(3), 991–1011. <https://doi.org/10.1007/s11205-021-02735-2>
- Perkumienė, D., Vienažindienė, M., & Švagždienė, B. (2021). The sharing economy towards sustainable tourism: An example of an online transport-sharing platform. *Sustainability*, 13(19), 10955. <https://doi.org/10.3390/su131910955>
- Proserpio, D., Xu, W., & Zervas, G. (2018). You get what you give: Theory and evidence of reciprocity in the sharing economy. *Quantitative Marketing and Economics*, 16(4), 371–407. <https://doi.org/10.1007/s11129-018-9201-9>
- Quattrone, G., Kusek, N., & Capra, L. (2022). A global-scale analysis of the sharing economy model: An Airbnb case study. *EPJ Data Science*, 11(1), 36. <https://doi.org/10.1140/epjds/s13688-022-00349-3>
- Rodas, L. A., Gosling, M. de S., Silva, J. A., & Coelho, M. de F. (2024). Alternative tourism and shared accommodation motivation: A cross-national study. *Almatourism: Journal of Tourism, Culture and Territorial Development*, 14(25), 107–131. <https://doi.org/10.6092/issn.2036-5195/12653>
- Rodríguez-Díaz, M., Rodríguez-Voltes, C. I., & Rodríguez-Voltes, A. C. (2019). Determining the relationships between price and online reputation in lodgings. *Administrative Sciences*, 9(3), 53. <https://doi.org/10.3390/admsci9030053>
- Suárez-Vega, R., & Hernández, J. M. (2020). Selecting prices determinants and including spatial effects in peer-to-peer accommodation. *ISPRS*

International Journal of Geo-Information, 9(4), 259. <https://doi.org/10.3390/ijgi9040259>

Tafesse, W., & Dayan, M. (2024). Examining the sources of pricing power on Airbnb. *Current Issues in Tourism*, 27(15), 2411–2427. <https://doi.org/10.1080/13683500.2023.2228978>

Vieira Salazar, J. A., Echeverri Rubio, A., & Mejía-Franco, N. (2021). Efectos socio-espaciales del turismo en procesos de gentrificación: Análisis bibliométrico y de literatura. *Revista Venezolana de Gerencia*, 26(5), 540–562. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.26.e5.35>

Wang, D., & Nicolau, J. L. (2017). Price determinants of sharing economy based accommodation rental: A study of listings from 33 cities on [Airbnb.com](https://www.airbnb.com). *International Journal of Hospitality Management*, 62, 120–131. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2016.12.007>

[ijhm.2016.12.007](https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2016.12.007)

Zhao, C., Wu, Y., Chen, Y., & Chen, G. (2023). Multiscale effects of hedonic attributes on Airbnb listing prices based on MGWR: A case study of Beijing, China. *Sustainability*, 15(2), Artículo 1703. <https://doi.org/10.3390/su15021703>

Zhu, G., & Kubickova, M. (2023). From homeowner to Airbnb host: The role of trust and perceived value. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 24(2), 169–191. <https://doi.org/10.1080/1528008X.2021.2024781>

Zmysłony, P., Leszczyński, G., Waligóra, A., & Alejsiak, W. (2020). The sharing economy and sustainability of urban destinations in the (over) tourism context: The social capital theory perspective. *Sustainability*, 12(6), Artículo 2310. <https://doi.org/10.3390/su12062310>