

Jaime Rodríguez de Santiago
Director general de Airbnb España
Airbnb Marketing Services SL.
Calle Casanova, 2, 4 p 9.
08011, Barcelona

Madrid, 14 de mayo de 2025

Estimados responsables de Airbnb:

Desde la **Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT)**, que representa a miles de empresarios del sector en todo el país, queremos dirigirnos a ustedes con el respeto institucional que corresponde, pero también con la franqueza que nos exige la responsabilidad de defender un **sector que lleva décadas trabajando por el turismo español con profesionalidad, legalidad y compromiso.**

Hemos seguido con preocupación su reciente **campaña publicitaria**, en la que se sugiere, de manera directa o indirecta, que “dormir en viviendas privadas es mejor que hacerlo en un hotel”. Entendemos —y valoramos— la competencia, la innovación y la diversidad de opciones para el viajero. Sin embargo, no podemos aceptar ni permanecer en silencio cuando esa competencia se basa en mensajes desleales que distorsionan la realidad y menosprecian el esfuerzo diario de miles de profesionales del sector hotelero.

Los hoteles no son solo habitaciones. Son seguridad 24 horas, personal cualificado, protocolos sanitarios, control de accesos, servicios de emergencia, atención al cliente especializada y un compromiso constante con la calidad, así como servicio de restauración y bebidas para nuestros visitantes. Durante el último apagón eléctrico, mientras muchas viviendas turísticas no podían garantizar siquiera la estancia de sus ocupantes, los hoteles activaron generadores de respaldo, contaron con salidas de emergencia y personal preparado para cuidar de sus huéspedes.

Siempre estamos ahí. Durante la pandemia, fuimos refugio para trabajadores esenciales. En situaciones de emergencia climática o cortes de suministro, abrimos nuestras puertas cuando

otros no pudieron hacerlo. No solo ofrecemos alojamiento: ofrecemos confianza, garantías y atención humana.

Por eso, afirmaciones como las de su campaña no solo nos parecen injustas, sino que alimentan una **narrativa errónea que confunde al consumidor y desinforma a la opinión pública**. Aquí no está en juego solo una cuota de mercado: están en juego la credibilidad del turismo español y la seguridad del viajero.

Les animamos a **reconsiderar el enfoque de su comunicación**. La competencia es necesaria y bienvenida, pero debe basarse en el respeto, la legalidad y la verdad. Todos queremos mejorar la experiencia turística, pero eso no se logra enfrentando modelos, sino elevando estándares.

Quedamos, como siempre, a su disposición para abrir un **canal de diálogo real, transparente y constructivo**. Mientras tanto, seguiremos defendiendo lo que somos: un sector que no baja la persiana, que genera empleo estable, que cuida de sus clientes y que cree, con hechos, en un turismo de calidad.

Atentamente,



Jorge A. Marichal González
Presidente de CEHAT