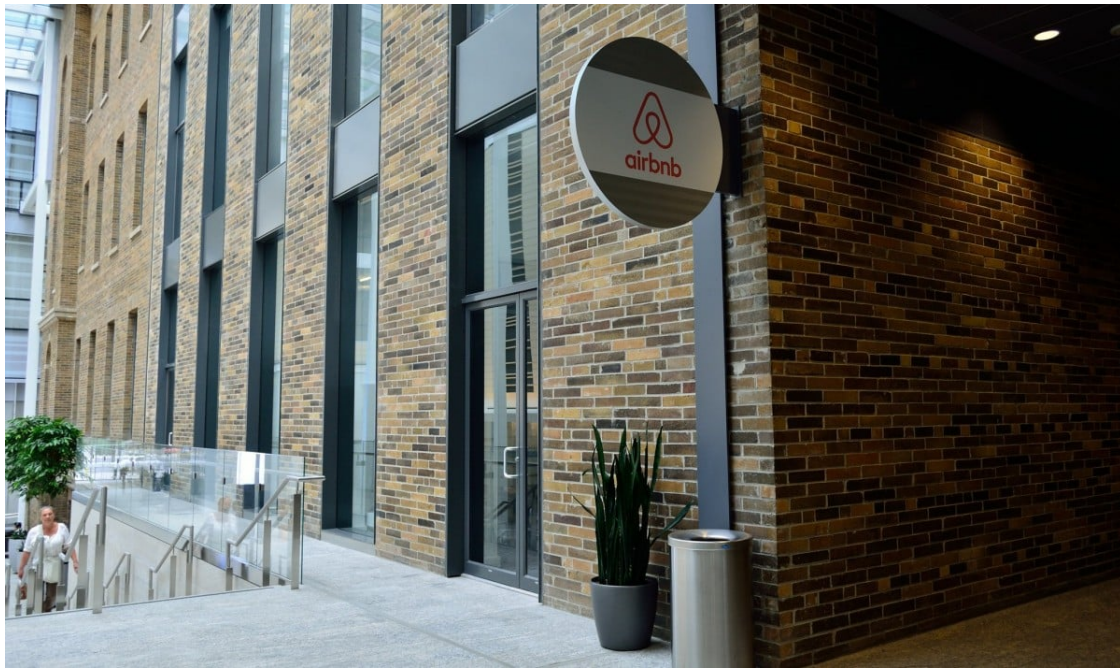


Airbnb a Catalunya: economia «col-laborativa»?

Només un 35% dels anuncis que apareixen a la xarxa corresponen directament al model 'pur' d'intercanvi entre iguals | El 20% de les propietats llistades a Catalunya pertanyen a només el 0,65% dels anunciants



Airbnb es presenta públicament com una plataforma per fomentar el turisme sostenible. | Flickr/Open Grid Scheduler

Airbnb és una plataforma d'intercanvi d'habitatge entre iguals dirigida al sector turístic mundial. Tal com passa amb d'altres plataformes similars d'altres sectors, **la imatge que ven públicament és la de ser un dels principals exponents de l'anomenada economia col-laborativa**. Afirmar que la seva existència facilita la reunió entre persones que tenen el temps i la voluntat de fer d'amfitrions i de viatgers que busquen experiències autèntiques i volen viure com si fossin un resident més (el famós "*living like a local*"). Tot i això, diferents estudis arreu del món han revelat que el model de negoci d'Airbnb conté clares contradiccions. Tot i que és possible identificar veritables experiències d'intercanvi entre iguals en les activitats que promou en moltes destinacions, **Airbnb actua més com un canal de venda d'allotjaments turístics similar al model clàssic d'empresa** que dona servei als consumidors (*business-to-consumer*, o B2C) que no pas com una plataforma d'intercanvi entre iguals (*peer-to-peer*, o P2P).

Aquest article és una adaptació de: Soledad Morales-Pérez, Lluís Garay-Tamajón & Xandra Troyano-Gontá (2020). Beyond the big touristic city: nature

and distribution of Airbnb in regional destinations in Catalonia (Spain), Current Issues in Tourism

Davant d'aquesta realitat poden sorgir moltes preguntes sobre l'aterrament i arrelament d'Airbnb a Catalunya. Com funciona Airbnb al nostre país? Estem parlant d'una plataforma d'intercanvi entre iguals o d'una plataforma comercial? Pel primer cas entenem un model que utilitza la tecnologia per generar beneficis col·lectius, trencant els límits de la propietat i l'ús exclusiu per facilitar l'accés a l'ús compartit de béns i recursos, mentre que el segon reproduceix la lògica del lliure mercat mitjançant plataformes tecnològiques. **Quins són els patrons de distribució territorial dels allotjaments d'Airbnb?** La seva estratègia es limita a complementar el mercat convencional o és un desenvolupament additiu que permet que nous proveïdors entrin al mercat? S'està convertint en un nou agent d'un sistema turístic regulat o, al contrari, copia el mateix camí no regulat que ha seguit a Barcelona i a altres ciutats del món?

Gràcies a un *webscrapping* -captura de dades a Internet- realitzat a finals de 2018, es va descobrir que **Airbnb ofereix 32.350 allotjaments per a tot Catalunya** (16.477 dels quals a Barcelona), incloses les cases/apartaments sencers (que representaven el 86,5% dels allotjaments), habitacions privades (13,2%) i habitacions compartides (0,3%). Sense tenir en compte Barcelona (que s'ha de considerar un cas específic donades les seves característiques particulars), **de tots aquests allotjaments, un terç es localitzaven a només nou municipis costaners i a l'Hospitalet de Llobregat**, el 50% dels municipis no tenien cap pis o casa en oferta i el 53% en tenia menys de 10. Així, els allotjaments d'Airbnb a Catalunya es concentren a les zones costeres turístiques, amb una oferta nul·la o marginal a la resta de la regió o a les capitals de província, malgrat la seva naturalesa urbana. El nombre de possibilitats de pernoctació que s'ofereixen és particularment elevat a la Costa Brava, amb un 42% del total (també una de les concentracions més altes d'Espanya), seguit de la Costa Daurada (20%) i la Costa de Barcelona (15,5%). A més, la Vall d'Aran és l'única zona no costanera amb nombre important d'allotjaments, ja que cap altra zona rural o interior no apareix molt al mapa d'Airbnb.



Distribució territorial dels allotjaments d'Airbnb a Catalunya (sense considerar Barcelona) per km² i tipologia (2018). Foto: Dades i elaboració pròpies.

Al contrari que en el cas de Barcelona i d'altres grans ciutats turístiques, Airbnb ha crescut en territori català (i encara hi podria créixer més) de manera legal. Això ha estat possible gràcies a l'existència de la figura dels habitatges d'ús turístic (HUT). De fet, Airbnb s'ha convertit en una plataforma més per comercialitzar els HUT que van arribar al mercat en el passat per obtenir

ingressos del parc de segones residències a la vora de la mar a les zones turístiques més transitades de la costa catalana. En aquest sentit, **Airbnb actua com una plataforma que afegeix un nou canal de comercialització, internacional, però que no transforma el model turístic existent.** Al contrari, el ratifica en la seva estructura i funcionament, generant, en alguns casos, major pressió sobre el territori i la societat que acull el turisme.

A banda, si s'analitza qui gestiona aquests allotjaments (és a dir, si es fa una anàlisi dels denominats *multihosting*, entenent aquests com a amfitrions amb més d'un anunci a la plataforma) obtenim un coneixement més profund de la naturalesa i l'orientació econòmica d'Airbnb, un model de negoci suposadament basat en l'ús compartit. A Catalunya, el 65% dels allotjaments d'Airbnb són *multihosting*, cosa que indica que **només al voltant del 35% dels allotjaments anunciats a Airbnb corresponen directament al model 'pur' entre iguals o col·laboratiu.** A més, 152 *hosts* (0,65% del total) controlen el 20% de les propietats llistades a Airbnb i l'11% dels *hosts* controlen el 50% de les propietats. Així, el mercat d'Airbnb a Catalunya ha estat controlat fins el present per molt pocs actors, la majoria dels quals són agents professionals. La presència d'aquests agents també és més intensa als municipis amb més concentració de habitatges d'Airbnb que són, a més, els que experimenten alts nivells de pressió turística. D'aquesta manera, els deu amfitrions amb més allotjaments a la plataforma a Catalunya els publiquen com si fossin amfitrions individuals, mentre que les persones jurídiques reals darrere d'aquests particulars són empreses de gestió de lloguers que tenen els seus propis llocs web fora d'Airbnb, on publiquen els codis de llicència HUT dels pisos i cases que gestionen. I el que també és rellevant: a més d'Airbnb, també operen en d'altres plataformes com Booking i Homeaway.

Així doncs, les evidències mostren que, a Catalunya, la naturalesa d'Airbnb és dual, és a dir, aglutina tant models col·laboratius o entre iguals com clarament comercials, predominants els segons sobre els primers. Airbnb no exclou cap dels dos models, però clarament predomina el segon. Els resultats mostren que **els allotjaments d'Airbnb a Catalunya estan controlats actualment per un nombre reduït d'agents, principalment amfitrions comercials amb múltiples anuncis.** Per tant, Airbnb no és (o no és només) la plataforma de turisme col·laboratiu que afirma ser sinó un clar exponent del capitalisme de plataforma en expansió.

Airbnb, doncs, és un nou actor del sector de l'allotjament a Catalunya, que principalment actua amb una estratègia additiva, ja que les possibilitats d'Airbnb solen concentrar-se als mateixos municipis costaners que l'oferta tradicional d'allotjament turístic, i a través d'un model predominantment comercialitzador. **Sembla doncs que Airbnb no ha vingut a distribuir els beneficis de l'activitat turística,** com afirmen els seus principis i com difon la seva narrativa a Internet, sinó que ha augmentat la pressió turística a determinades destinacions ja saturades i amb problemes derivats d'aquesta situació.



L'Ajuntament d'Igualada va apadrinar efusivament l'arribada d'Airbnb el maig del 2019. Foto: Ajuntament d'Igualada.

En tot cas, caldrà veure com la crisi derivada de la pandèmia causada per la CoViD-19 impacta en aquest desenvolupament més enllà de l'àmbit urbà, en un moment d'especial transcendència pel sector turístic català i on l'acció reguladora de les administracions serà més rellevant que mai. Mentre que a la ciutat de Barcelona, l'administració ha estat especialment bel·ligerant amb el creixement d'una oferta que s'ha vingut a sumar als factors causants de l'*overtourism*, els municipis amb més dependència del turisme de sol i platja o aquells de l'interior amb voluntat d'especialització turística han estat més permissius quan no han abraçat decididament l'aterrament de la plataforma als seus territoris. **La nova situació derivada de la pandèmia ha provocat una aturada en sec de la mobilitat internacional, molt important per l'allotjament P2P** i caldrà veure quina serà la seva capacitat de recuperació a Barcelona i la resta del país, així com les possibles actituds dels reguladors, des d'un potencial *laissez-faire* a estrictes normatives que limitin aquesta oferta, passant per la possibilitat de pensar en fórmules de co-regulació entre l'administració i les plataformes, el que entenem que seria realment desitjable.

Bibliografia

Adamiak, C., Szyda, B., Dubownik, A., & García-Álvarez, D. (2019). Airbnb Offer in Spain? Spatial Analysis of the Pattern and Determinants of Its Distribution. *ISPRS International Journal of Geo-Information*, 8 (3), 155.

Dredge, D., & Gyimóthy, S. (2015). The collaborative economy and tourism: Critical perspectives, questionable claims and silenced voices. *Tourism recreation research*, 40 (3), 286-302.

Morales-Pérez, S., Garay, LI. & Wilson, J. (2020): Airbnb's contribution to socio-spatial

inequalities and geographies of resistance in Barcelona, *Tourism Geographies*. DOI: 10.1080/14616688.2020.1795712

Roelofsen, M., & Minca, C. (2018). The Superhost. Biopolitics, home and community in the Airbnb dream-world of global hospitality. *Geoforum*, 91 , 170-181

També et pot interessar:

[noticiadiariambautor]93/155[/noticiadiariambautor]

[noticiadiariambautor]93/58[/noticiadiariambautor]

[noticiadiariambautor]93/143[/noticiadiariambautor]