

Impacte socioeconòmic d'Airbnb a la ciutat de Barcelona

Nom de l'estudiant: Miriam Soto Hernández

Nom del tutor/a: Josep M^a Raya Vilchez

Data: Juny 2022

MEMORIA DEL TREBALL DE FINAL DE GRAU

Curs: 2021 - 2022

Estudis: Doble titulació en Administració i Direcció d'Empreses i Turisme i

Gestió del Lleure

RESUM

La potenciació de l'economia col·laborativa en el sector turístic, junt amb les tecnologies de la informació i la comunicació, donen lloc a noves plataformes digitals com Airbnb, les quals generen un conjunt de repercussions sobre les ciutats. Així doncs, l'objectiu d'aquest estudi consisteix a avaluar l'impacte econòmic, a partir de les taules input-output i, l'impacte social, a través de l'anàlisi cost-benefici. A tal efecte, es conclou que Airbnb genera un impacte econòmic de 1,96€ en l'economia de la capital catalana i un impacte social de 9,86€ a la societat de Barcelona per cada euro de despesa del turista.

Paraules clau: economia col·laborativa, taules input-output, anàlisi cost - benefici, matriu de Leontief, Airbnb, efecte induït.

RESUMEN

La potenciación de la economía colaborativa en el sector turístico, junto a las tecnologías de la información y la comunicación, dan lugar a nuevas plataformas digitales como Airbnb, que generan un conjunto de repercusiones sobre las ciudades. Así pues, el objetivo de este estudio consiste en evaluar el impacto económico, a partir de las tablas input-output y, el impacto social, a través del análisis coste-beneficio. A tal efecto, se concluye que Airbnb genera un impacto económico de 1,51€ en la economía de la capital catalana y un impacto social de 9,86€ en la sociedad de Barcelona por cada euro de gasto del turista.

Palabras clave: economía colaborativa, tablas input-output, análisis coste-beneficio, matriz de Leontief, Airbnb, efecto inducido.

ABSTRACT

The strengthening of the sharing economy in the tourism sector, together with information and communication technologies, is giving a rise to new digital platforms like Airbnb, which are having a set of repercussions on cities. Therefore, the aim of this study is to assess the economic impact, based on the input-output tables and the social impact, through cost-benefit analysis. It is concluded that Airbnb generates an economic impact of 1,51€ on the economy of Barcelona and a social impact of 9,86€ on the society for every euro of tourist expenditure.

Keywords: sharing economy, input-output tables, cost-benefit analysis, Leontief Matrix, Airbnb, induced effect.

Índex

1. Introducció	4
2. Marc teòric	5
2.1. Economia col·laborativa	6
2.2. El turista d'apartaments d'economia col·laborativa	7
2.3. Estudis d'impacte econòmic i social del turisme	7
2.3.1. Estudis d'impacte econòmic	8
2.3.2. Estudis d'impacte social	10
2.4. Impactes socioeconòmics generats pels turistes d'economia col·laborativa	11
2.4.1. Impactes econòmics	12
2.4.2. Impactes socials	13
2.4.2.1. <i>Impactes socials negatius</i>	13
2.4.2.2. <i>Impactes socials positius</i>	15
3. Objectius	20
4. Metodologia	21
4.1. Dades	21
4.2. Anàlisi	21
4.2.1. Taules Input-Output (TIO)	22
4.2.2. Anàlisi Cost-Benefici (ACB)	25
5. Resultats	27
5.1. Anàlisi d'impacte econòmic	27
5.1.1. Impacte directe i indirecte	27
5.1.2. Impacte induït	31
5.2. Anàlisi d'impacte social	35
5.2.1. Costos socials	35
5.2.1.1. <i>Medi ambient</i>	35
5.2.1.2. <i>Hoteleria</i>	35
5.2.1.3. <i>Mercat d'habitatge</i>	36
5.2.2. Beneficis socials	36
5.2.2.1. <i>Valor de les propietats</i>	36
5.2.2.2. <i>Benefici econòmic</i>	37
5.2.2.3. <i>Excedent del consumidor</i>	37
5.2.3. Ràtio Cost-Benefici	37
6. Conclusions	39
7. Valoracions i agraïments	42
8. Bibliografia	43

1. Introducció

El turisme és un sector dinàmic on el comportament dels visitants, així com les seves formes de relacionar-se, experimenten constants canvis (Adamiak, 2020). Actualment, les tecnologies de la informació i la comunicació són protagonistes en la indústria del turisme i esdevenen una part integral dels entorns turístics (Tussyadiah, 2017). Així mateix, Schor (2014), remarca que el desenvolupament tecnològic en la indústria turística ha promogut l'aparició de plataformes digitals.

Airbnb és una de les plataformes que han sorgit a partir d'aquesta evolució tecnològica, la qual es dedica a l'economia col·laborativa, a partir de l'obtenció de beneficis econòmics a canvi de la prestació de béns immobiliaris durant un període curt de temps (Zervas *et al.* 2017). Aquestes plataformes i la seva gran popularitat, han canviat la manera en la qual ens comuniquem, viatgem, desplaçem i ens desenvolupem en altres activitats (Quattrone *et al.*, 2016). La plataforma d'Airbnb, promou el sentiment de pertinença al món, on hostes i viatgers es converteixen en una comunitat destinada a compartir experiències úniques (Richardson, 2015).

Concretament a dia d'avui, podem trobar un total de 16.554 anuncis d'Airbnb a la ciutat de Barcelona (InsideAirbnb, 2021), sent els barris de Ciutat Vella, la Vila de Gràcia i l'Eixample els que presenten una major oferta.

Tenint en compte que l'any 2020 el nombre de turistes estrangers a Catalunya va disminuir un 80% respecte a l'any 2019, situant-se en 3,9 milions (INE, 2020) a causa de la crisi sanitària de la Covid-19, podem observar que la capital catalana continua oferint una gran oferta d'apartaments d'Airbnb en comparació amb el nombre d'habitatges (811.521 habitatges)¹.

Hi ha diversos estudis que tracten sobre el cas de la implementació d'Airbnb a Barcelona i quins impactes ha generat l'empresa d'economia col·laborativa, però no hi ha estudis de caràcter quantitatiu que permetin assolir una visió numèrica sobre l'aportació econòmica indirecta que suposen els turistes dels apartaments per la ciutat.

Per això, em proposo valorar els impactes tant positius com negatius que generen els apartaments d'Airbnb a la ciutat i quin és l'impacte econòmic que representen.

Així mateix, aquest treball d'investigació podria tenir un cert grau d'interès per les organitzacions públiques de Catalunya destinades al turisme, com la Direcció General

¹ INE (2021): Institut Nacional d'Estadística. *Cens de població i vivenda*

de Turisme per elaborar polítiques de planificació turística sostenibles i, a més per dissenyar campanyes de màrqueting que fomentin la competitivitat del turisme.

Pel que fa a les motivacions personals, Barcelona sempre ha generat en mi una sensació d'admiració, no únicament per ser una ciutat que obre els seus braços a tothom, o ser el bressol de molts artistes que han elaborat la seva obra al voltant d'ella com Dalí o Picasso, sinó també per l'entorn urbà que flueix en els seus habitants cada dia. D'aquesta manera, com a consumidora de la plataforma d'Airbnb en altres ciutats del món, he volgut comprendre quin és l'efecte que es genera en aquesta ciutat i perquè és escollida per ser visitada a través de l'economia col·laborativa.

La investigació que es durà a terme en aquest projecte està relacionada amb els meus estudis de grau d'Administració d'Empreses i Gestió de la Innovació, en els quals he rebut nocions acadèmiques d'assignatures rellevants per l'estudi en qüestió com Fonaments d'estadística i anàlisi de dades, Màrqueting i Innovació i desenvolupament en una economia global.

L'estructura d'aquest treball s'inicia a partir d'una recerca informativa sobre les diferents definicions que engloben l'economia col·laborativa, així com una recopilació d'aquells estudis que han analitzat l'impacte socioeconòmic en l'àmbit del turisme. Tot seguit, es dona a conèixer els objectius i les hipòtesis plantejades que han sigut extretes a partir del buit informatiu dels antecedents. A continuació, s'elabora la metodologia a través de la qual es pretén resoldre els objectius i respondre a les hipòtesis. Una vegada analitzats els resultats, es finalitza exposant les conclusions i les limitacions de l'estudi.

2. Marc teòric

El marc teòric d'aquest projecte consisteix en la revisió literària de les definicions i les metodologies d'anàlisi que engloben l'estudi en qüestió. Estructurem, doncs, l'apartat en cinc blocs. El primer d'ells recull les definicions d'economia col·laborativa, seguit per una descripció de les característiques que conformen els turistes d'Airbnb. Posteriorment, s'analitza aquells impactes socioeconòmics que generen els turistes de la plataforma i, després, es recullen diferents impactes socials i econòmics generats en l'àmbit del turisme. Finalment, s'exposen les conclusions, a partir de les quals s'identifica el buit d'informació.

2.1. Economia col·laborativa

El concepte de compartir forma part de la nostra antropologia, on l'ésser humà negocia dins del seu entorn per tal de satisfer aquelles necessitats que no és capaç de cobrir per si mateix (Belk, 2014) de fet, a Sud Amèrica l'any 1800 era costum o fins i tot es considerava un "deure" que les persones rebessin viatgers a casa seva (Shingleton, 1972). Durán-Sánchez *et al.* (2016) també esmenten que les noves formes d'economia compartida sorgeixen en temps de crisi econòmica, reforçant la idea que neixen per satisfer les necessitats humanes, però també introdueix el terme de medi ambient, indicant que la conscienciació ambiental també hi juga un gran paper, així com el factor del desenvolupament de noves tecnologies.

El terme va ser utilitzat per primera vegada l'any 2007 per Algar en un article titulat "Consum Col·laboratiu", però va agafar més força l'any 2008, coincidint amb el període de recessió econòmica global, quan Lessig (2008) la va definir com aquella economia que existeix fora de l'intercanvi de diners. No obstant, Ravenelle (2017) afirma que compartir és generalment gratuït, reforçant la idea que a l'economia col·laborativa no és essencial l'existència d'una contraprestació econòmica.

Segons Schor (2014), les activitats d'economia col·laborativa es poden classificar en quatre blocs: recirculació de béns, major utilització d'actius duradors, intercanvi de serveis i compartició d'actius productius. Com es pot observar, és un terme innovador que engloba diferents característiques i cal tenir en compte els efectes que aquestes tenen sobre la societat i el medi ambient, per tant, suposa que no existeixi una definició única i ordenada (Botsman, 2013). Tot i això, la definició que s'ajusta millor a l'economia col·laborativa que s'experimenta a l'àmbit del turisme va ser proposada per Frenken *et al.* (2015):

"L'economia col·laborativa vol dir quan els consumidors (o empreses) concedeixen mútuament l'accés temporal als seus actius físics infrautilitzats (capacitat ociosa), possiblement per diners".

A més, podem dir que l'economia col·laborativa ha sorgit, en part, per satisfer les noves tendències del turisme, on els viatgers cada vegada més, reclamen oportunitats autèntiques i orientades a l'experiència, amb interaccions més significatives amb els locals (Paulauskaite *et al.*, 2017). Així doncs, el sentiment de pertinença ("sentir-se com a casa") i singularitat ("llocs atípics on allotjar-se") que Airbnb fa servir per captar usuaris (Liu & Mattila, 2017), ve de la mà de la confiança, ja que els atributs del producte i del venedor són factors rellevants a l'hora d'escollir un apartament Ert *et al.* (2015).

2.2. El turista d'apartaments d'economia col·laborativa

Per acabar de comprendre el context del nostre projecte, és necessari definir què és el que fa d'Airbnb una de les plataformes d'economia col·laborativa d'allotjament amb més èxit Andreu *et al.* (2020). Per això, és necessari identificar les motivacions i les característiques sociodemogràfiques que componen els viatgers d'aquesta plataforma.

Són alguns els estudis que s'han realitzat per definir el perfil dels turistes d'Airbnb. Guttentag (2015) apel·la que la plataforma tendeix a reclutar turistes joves, còmodes tecnològicament, aventurers i conscients del pressupost. En la mateixa línia, Tussyadiah & Pesonen (2016) troben que els viatgers de plataformes col·laboratives, disposen d'una millor formació i viatgen més sovint que els viatgers que opten per medis més convencionals. A més, revelen que els turistes d'apartament són generalment homes casats, amb una situació laboral fixa, sense segona residència. Pel que fa al seu perfil de comportament, són viatgers que es guien motivats pel turisme de sol i platja i oci, i que reserven la seva estada amb una antelació de 31 a 90 dies. Tot i això, és possible que els viatgers d'allotjament d'economia col·laborativa no facin servir els apartaments col·laboratius en totes les ocasions (Poon & Huang, 2017).

Pel que fa a les inquietuds dels usuaris d'Airbnb, Zhang *et al.* (2019) determinen que demostren una clara preocupació per la tecnologia, la comoditat, la resolució de problemes i la capacitat de resposta. A més, són usuaris que perceben l'economia col·laborativa com una alternativa més sostenible que el model de consum proposat per l'economia tradicional (Guttentag *et al.* 2018). Per això, molts valoren els productes i serveis consumits des d'una perspectiva que impliqui combatre els reptes als quals s'enfronta el medi ambient (Serrano *et al.* 2020), promovent així, els usuaris, una notable tendència pel consum de productes ecològics i sostenibles (Han *et al.* 2017).

Segons Gilmore & Pine (2002), la societat ha deixat de centrar-se en l'economia tradicional de béns i serveis per passar a un nou escenari on l'experiència pren protagonisme. Aquest és el factor que més motiva als turistes d'Airbnb a escollir la plataforma (Guttentag *et al.* 2018), és a dir, l'oportunitat d'interacció amb els locals per tenir una experiència autèntica.

2.3. Estudis d'impacte econòmic i social del turisme

Primerament, analitzarem la literatura existent relacionada amb estudis turístics on s'analitzin impactes econòmics i socials. Aquests seran classificats en funció de la tipologia d'estudi que hagi sigut emprada, és a dir, si es tracten d'estudis d'impacte econòmic o d'impacte social.

2.3.1. Estudis d'impacte econòmic

En primer lloc, tindrem en compte els estudis d'impacte econòmic, és a dir, aquells que mesuren l'augment de l'activitat econòmica o els ingressos produïts per activitat dins una àrea específica (Tyrrell & Johnston, 2006). Així doncs, després d'haver realitzat una recerca sobre nombrosos estudis d'impacte econòmic, s'observa una metodologia compartida basada en la realització d'enquestes i anàlisi de taules input-output, la qual és aplicada en estudis d'esdeveniments turístics i sobre destinacions turístiques.

Primerament, pel que fa als estudis d'esdeveniments, cal esmentar que apareixen un gran número relacionats amb esdeveniments esportius, com per exemple l'estudi dut a terme per (Martí & Puertas, 2012) on s'analitza l'impacte econòmic que genera el Campionat del món de MotoGP celebrat a València on es determina que l'esdeveniment de motociclisme més antic genera un impacte de 256.000€. A la ciutat de Gijón, Baños *et al.* (2012) analitzen l'impacte econòmic i mediàtic que implica el Campionat del món de patinatge de velocitat, produint un resultat de 2.209.567€. Altres esdeveniments esportius mundials també són de gran atenció per la generació d'ingressos com el cas de la Copa del Món de la FIFA de 2002 a Corea del Sud (Lee & Taylor, 2005) que comporta unes conseqüències econòmiques de 713.000.000€. Fins i tot, és de gran interès avaluar l'impacte econòmic a les economies amfitriones de la posttemporada de la Major League Baseball (Matheson & Baade, 2005) determinen en el seu estudi que generen un impacte de 6.800.000\$.

A més, trobem estudis d'esdeveniments culturals com el festival de la Festa de la Fruita i les Flors, on Mesías & Gavilanes (2014), determinen que la principal celebració d'unes de les capitals de província més important de l'Equador comporta un impacte de 6.770.000\$. Altres exemples a Europa, com l'estudi realitzat per Barcalente *et al.* (2011) que a partir de l'interès generat per estimar l'impacte econòmic d'un festival de jazz a Itàlia amb concerts gratuïts, determinen que el festival en qüestió genera un impacte de 2.300.000€ a l'economia local. A Suècia també elaboren un estudi sobre un festival de música, del qual els seus autors (Andersson & Lundberg, 2013) determinen que implica una contribució econòmica de 5.900.000€. Finalment, a Espanya, Flores (2014) analitza l'impacte econòmic del Festival de Cinema de Huelva, conclouent un impacte econòmic de 1.540.000€.

Deixant de banda els esdeveniments, però seguint en la línia d'impacte econòmic, apareixen estudis que se centren en l'impacte que genera el sector del turisme en una regió determinada. És el cas de Tohmo (2018) que amb l'ànim d'esbrinar en quina mesura el turisme contribueix en l'ocupació, la renda i els impostos de sectors relacionats amb el turisme al centre de Finlàndia, conclou que els efectes de la

despesa turística representen 188 milions d'euros l'any 2014. Swinscoe & Tohamy (2000) realitzen també un estudi integral de la contribució que realitza el turisme estranger dins de l'economia egípcia, tenint en compte efectes directes i indirectes que la seva despesa genera en l'ocupació, la producció, els ingressos fiscals i el valor afegit, conclouent que el turisme estranger va comportar 9.600 milions de dòlars a l'economia l'any 1999. Així mateix, Chang *et al.* (2016) demostren la repercussió econòmica que pot generar una sola tipologia de turisme, com és el cas de l'impacte dels creuers a Incheon (Corea del Sud), que aporten un total de 5.324€ a la localitat.

Com es pot observar en els resultats anteriors, es pot concloure que els esdeveniments, siguin turístics o culturals, tenen la capacitat de generar riquesa en termes productius i laborals en la localitat amfitriona, motiu pel qual és de gran interès per l'estudi de la comunitat científica.

Per altra banda, el turisme que es realitza en una regió també representa un sector imprescindible en el desenvolupament econòmic del país, contribuït de manera significativa en el PIB (Tohmo, 2018; Tohamy & Swinscoe, 2000).

Taula 1. Resum d'estudi d'impactes econòmics en el turisme ²

Autoria i any	País	Tipus de Producte	Resultat
Esdeveniment Esportiu			
Martí & Puertas, (2012)	Espanya	Campionat del món de MotoGP	256.000 €
Baños <i>et al.</i> (2012)	Espanya	Campionat del món de patinatge de velocitat	2.209.567 €
Lee & Taylor, (2005)	Corea del Sud	Copa del Món de la FIFA de 2002	713.000.000 €
Matheson & Baade (2005)	Estats Units i Canadà	World Series	6.800.000 \$
Esdeveniment Cultural			
Mesías & Gavilanes (2014)	Equador	Festa de la fruita i de les flors	6.770.000 \$
Barcalente <i>et al.</i> (2011)	Itàlia	Umbria Jazz Music Festival	2.300.000 €
Andersson & Lundberg (2013)	Suècia	Way Out Music Festival	5.900.000 €

² El resultat sobre l'impacte social expressat en moneda Won Sud-Coreà ha estat convertit a Euro amb el tipus de canvi a 23 de Desembre del 2021

Flores (2014)	Espanya	Festival de Cinema	1.540.000 €
Turisme regional			
Chang <i>et al.</i> (2016)	Corea del Sud	Turisme de creuers	5.314 € *
Tohmo (2018)	Finlàndia	Turisme estranger	188.000.000 €
Tohamy & Swinscoe (2000)	Egipte	Turisme estranger	9.600.000 \$

Font: Elaboració pròpia a partir de recerca científica

2.3.2. Estudis d'impacte social

Tot seguit, recollirem aquells estudis on s'avaluen els costos socials i els beneficis produïts per una economia o un projecte, en els que s'ha tingut en compte el benestar social, per calcular el benefici net per a una concreta societat.

Dins de l'estudi d'impacte social, destaquem també aquells que estan relacionats amb esdeveniments esportius, com per exemple el realitzat per Aldás *et al.* (2018) que tenia per objectiu quantificar l'impacte en termes producció, renda i treball de la Marató Trinitat Alfons EDP, que va concloure que per cada euro gastat en l'organització de la marató, es generaven 4,8€ de despesa turística. En la mateixa línia, Jiménez *et al.* (2016) que mesuren l'impacte social del World Paddle Tour celebrat a Càceres determinen que per cada euro invertit, la població es beneficia de 13,58€. Duglio & Beltramo (2017), també contempen l'impacte social d'una cursa de muntanya a la zona Alpina italo-suïssa, a través del mètode cost-benefici, on s'analitza un escenari conservador i un liberal que comporta valor de 17,62€ i un 18,92€, respectivament, per la societat.

Així mateix, també trobem altres estudis basats en esdeveniments culturals, com el de BOP Counselling (2012) que pretén mesurar part del sector a partir d'un projecte de voluntariat destinat a augmentar les habilitats d'ocupació dels participants, obtenint un retorn per la societat de 1,79€.

Pel que fa als estudis enfocats a l'impacte social del turisme, Cheung (2012) demostra que els parcs nacionals de Kenya aporten un benefici per la població de 168.724.388 € i, Raya *et al.* (2018) analitzen en el seu estudi l'impacte que suposa la inversió en camins de senderisme d'una zona natural del Berguedà, determinant una relació cost-benefici de 4,92€ de valor per la seva població.

Com es pot observar i, d'acord amb els impactes econòmics dels esdeveniments, aquests són un gran potencial per atraure visitants i turistes, que generen un gran benefici valorat en termes monetaris, tant per la seva dimensió econòmica com per la seva dimensió social.

De la mateixa manera, podem determinar que invertir en recursos turístics, també suposa una generació de beneficis pels habitants d'una regió.

A continuació, mostrem les taules-resum de la literatura cercada. Aquestes ordenen els estudis consultats en funció de la metodologia emprada i les posen en context a partir de la referència, la zona d'estudi i el tipus de producte amb el seu resultat.

Taula 2. Resum d'estudi d'impactes socials en el turisme ³

Autoria i any	País	Tipus de Producte	Rati B ^o /Cost
Esdeveniment d'impacte social en el turisme			
Aldás <i>et al.</i> (2018)	Espanya	Matarón Trinidad Alfonso EDP	4,8 €
Jiménez <i>et al.</i> (2016)	Espanya	World Paddle Tour	13,85 €
Duglio & Beltramo, (2017)	Suïssa i Itàlia	CollonTrek	17,62 - 18,92€
BOP Consulting (2012)	Regne Unit	Culture Track	1,79 € *
Cheung (2012)	Kenya	Parcs Nacionals de Kenya	12,24 €
Raya <i>et al.</i> (2018)	Espanya	Turisme de senderisme	4,92 €

Font: Elaboració pròpia a partir de recerca científica

2.4. Impactes socioeconòmics generats pels turistes d'economia col·laborativa

Tot seguit, es detalla la literatura d'impactes econòmics i socials que fan referència a l'economia col·laborativa. S'exposen casos de diferents ciutats en les quals s'ha realitzat un estudi relacionat amb les plataformes P2P que proporcionen allotjament. Val a dir que són pocs els estudis quantitius trobats, mentre que existeix un gran nombre d'estudis d'anàlisis parcials sobre els impactes generats.

³ El resultat sobre l'impacte social expressat en moneda Lliura esterlina ha estat convertit a Euro amb el tipus de canvi a 23 de Desembre del 2021

2.4.1. Impactes econòmics

L'economia col·laborativa genera impactes econòmics en les ciutats amfitriones. Levendis & Dicle (2016), elaboren un estudi de l'impacte econòmic que genera Airbnb a la ciutat de New Orleans, on a partir de taules input-output, defineixen el total d'impacte econòmic a partir de la suma de tres components: efecte directe (despesa per lloguer, menjar i transport), efecte indirecte (cadena de subministrament de la demanda turística) i efecte induït (despesa local). Per elaborar l'anàlisi, utilitzen un sistema de programari anomenat IMPLAN (*Impact analysis for planing*) en el que es construeixen taules a partir de dades obtingudes del govern federal, concloent que l'impacte econòmic total d'Airbnb a l'economia de New Orleans l'any 2015 va ser de 134 milions de dòlars.

Si s'analitza amb més detall la distribució econòmica que suposa, podem fixar-nos en una enquesta realitzada a la universitat d'ESADE (2015), la qual afirma que un 65% dels arrendatairs practiquen l'economia col·laborativa perquè necessitava una ajuda econòmica, mentre que un 58% ho fa per cobrir despeses. Podem veure, doncs, que un dels principals impactes és l'ajuda econòmica que suposa a les llars dels arrendataris, tot i que no són els únics que se'n beneficien. L'enquesta en qüestió, també determina que el lloguer per vacances contribueix al desenvolupament econòmic de la ciutat, ja que els turistes generen altres despeses en l'àmbit de la restauració, de l'oci i del transport, on el 32% de la seva despesa és destinada a comerços de proximitat, el 34% es destina a la resta de comerços i el 34% restant en transport.

Taula 3. Resum d'estudi d'impactes econòmics d'allotjaments d'economia col·laborativa

	Autoria i any	Zona d'estudi	Resultat
Impactes econòmics	Levendis & Dicle (2016)	New Orleans, USA	134M \$

	Autoria i any	Zona d'estudi	Resultat
Impactes econòmics	ESADE (2015)	Espanya	<ul style="list-style-type: none"> - 65% dels arrendataris practiquen l'economia col·laborativa per ajuda econòmica - 58% dels arrendataris ho fan per cobrir despeses. - 32% de despesa turística és destinada a comerços de proximitat - 34% de despesa turística es destina a la resta de comerços - 34% de despesa turística és destinada en transport.

Font: Elaboració pròpia a partir de recerca científica

2.4.2. Impactes socials

Pel que fa als impactes de caràcter social de les plataformes d'allotjament P2P, trobem impactes en 4 àmbits: medi ambient, restauració i hostaleria, habitatge i gentrificació, percepció de residents i patrons de viatge.

2.4.2.1. Impactes socials negatius

a. Medi ambient

La plataforma d'Airbnb, en formar part de l'economia col·laborativa, suposa una alternativa sostenible amb el medi ambient. Cheng *et al.* (2020) es proposen esbrinar quina és la petjada de carboni que provoquen els amfitrions de la plataforma a la Ciutat de Sydney, conclouent que es genera de manera directa i indirecta entre 7,29 i 9,39kg de CO2 per habitació/nit, mentre que la petjada de carboni induïda representa entre 3,84 i 602,41 kg de CO2 per habitació/nit. D'aquesta manera, es pot afirmar que la plataforma d'economia col·laborativa contribueix a la sostenibilitat ambiental si obtenim un enfocament directe i indirecte, però si considerem l'impacte induït, s'observa una emissió important de carboni. Tot i això, són pocs els estudis que tenen en compte l'impacte induït, ja que únicament tenen en compte les emissions produïdes pels serveis de reserva.

b. Indústria hotelera

En el cas de la indústria hotelera, es troben diferents opinions respecte als efectes de la plataforma. Sheppard & Udell (2016) indiquen que hi ha un gran nombre de proveïdors tradicionals d'allotjament que estan en contra de les economies col·laboratives a causa de la competència deslleial i per no pagar impostos a les autoritats locals. Un estudi fet per Zervas *et al.* (2017) sobre l'impacte dels hotels d'Airbnb a la ciutat de Texas, demostra que per un augment del 10% d'apartaments disponibles d'Airbnb, els hotels es veuen afectats amb una disminució del 0,34% dels seus ingressos mensuals. Concretament, en el cas de Barcelona, Benítez-Aurioles (2019), manifesta que l'augment de 1000 ressenyes en la plataforma d'Airbnb implica una disminució de l'ocupació hotelera en 0,88 punts, una caiguda dels ingressos per habitació de 0,46€ i un augment de 0,45€ en la tarifa mitjana diària. No obstant, Heo *et al.* (2019) no troben cap relació que sigui estadísticament significativa entre els ingressos dels hotels de París i el nombre de reserves d'Airbnb, de fet, Dogru *et al.* (2020) expliquen que la disminució d'ingressos hotelers té una relació més directa amb la baixada de preus que aquests realitzen per ser més competitius, que no pas per la disminució de la demanda hotelera.

c. Habitatge

Garcia-López *et al.* (2019), expliquen que l'aparició de les plataformes d'economia col·laborativa a la ciutat de Barcelona produeixen una disminució de l'oferta d'habitatges de lloguer privat, augmentant el preu del lloguer dels barris on l'activitat d'Airbnb és elevada fins a un 14%. En la mateixa línia, Lima (2019) considera els vincles entre la plataforma d'Airbnb i la crisi d'habitatge existent a l'àrea metropolitana de Dublín, on a partir d'un anàlisi descriptiu, identifica que a mesura que incrementen els llistats d'Airbnb, disminueix la disponibilitat d'habitatges de lloguer i augmenten el preu d'aquests. De la mateixa manera, a la ciutat de Boston, Horn & Merante (2017) associen un augment de preus dels lloguers del 0,4% per cada desviació estàndard dels llistats de la plataforma.

d. Gentrificació

Entre els impactes d'Airbnb a les ciutats, sorgeixen autors que relacionen els lloguers a curt termini amb la gentrificació dels barris. Wachsmuth & Weisler (2018), argumenten que la plataforma ha introduït nous ingressos al mercat d'habitatge de Nova York de manera geogràficament desigual, donant lloc a la creació d'una bretxa de lloguer en barris reconeguts internacionalment. Un exemple és l'estudi de Yrigoy (2016) que utilitza el barri històric de Palma de Mallorca per demostrar que Airbnb ha

desencadenat una gentrificació liderada pel turisme de l'illa basada en la substitució del lloguer privat pel lloguer turístic, fenomen que també succeeix al centre històric de Barcelona, on l'auge dels apartaments vacacionals han provocat desplaçaments de col·lectius de residents (Cócola, 2016).

Sales-Favà (2019) també explica que la distribució geogràfica dels apartaments d'Airbnb a Barcelona no és igualitària, sinó que aquests es concentren en àrees de concentració de serveis i amb elements d'interès turístic, tot i que no troba cap explicació estadísticament significativa.

d. Percepció de residents

Malgrat tots els aspectes positius i els avantatges socials que hem pogut observar que genera l'economia col·laborativa, es dona lloc a certs aspectes negatius. Parlem doncs d'inconvenients que perceben els residents com, per exemple, l'augment del trànsit i l'augment de la comunitat (Yeager *et al.*, 2020), la pèrdua d'identitat de la regió (Richards *et al.*, 2019) i la inflació (Sánchez-Fernàndez *et al.*, 2018), fent que els veïns tinguin dificultats per gaudir dels espais públics de les seves ciutats. Tot i que segons Suess *et al.* (2020), els residents amb experiència prèvia a la plataforma mostren més solidaritat emocional amb els turistes que no pas els residents que no s'han allotjat en un apartament d'Airbnb.

2.4.2.2. Impactes socials positius

a. Restauració

Els efectes d'Airbnb són econòmicament significants per l'economia de la ciutat acollidora, afectant de manera positiva la generació de nous llocs de treball, sobretot del sector terciari (Dogru *et al.*, 2020). Basuroy *et al.* (2020), estudien l'efecte que generen els apartaments d'Airbnb en els ingressos dels restaurants de Texas i mostren que el 12% del creixement anual mitjà dels ingressos del sector de la restauració és derivat dels turistes d'Airbnb. En la mateixa línia, Alyakoob & Rahman (2018) indiquen, a partir d'un estudi realitzat a Nova York, que si la intensitat de l'activitat d'Airbnb augmenta un 2,5% en un barri, l'ocupació de restaurants del mateix barri incrementa en un 3,8%, proporcionant així nous ingressos a la restauració.

b. Habitatge

L'economia col·laborativa, també afecta al mercat immobiliari de manera directa, fet que crida l'atenció de la comunitat científica estudiar els seus efectes. Segú (2018), per exemple, expressa la relació positiva que apareix en l'augment d'un punt

percentual en la densitat d'Airbnb en un barri de Barcelona amb l'augment del 4% sobre els lloguers d'aquest respecte d'altres barris. Tanmateix, Sheppard & Udell (2016), fan responsable a Airbnb de l'increment del valor de les propietats de la ciutat de Nova York entre un 6% i un 11%. Des d'aquest punt de vista, doncs, es pot dir que Airbnb repercuteix de manera positiva en el valor econòmic dels barris i de les ciutats

c. Percepció de residents i patrons de viatge

Les plataformes d'allotjament d'economia col·laborativa afecten la qualitat de vida dels residents de la regió d'acollida (Jordan *et al.*, 2020), així com el seu nivell de satisfacció, per aquest motiu, diferents estudis s'han proposat avaluar el benestar dels residents en termes de tranquil·litat i seguretat. Segons Andereck *et al.* (2005), els residents reconeixen que el turisme és important pel desenvolupament econòmic, així com per la preservació del medi ambient i la millora d'infraestructures (Petruzzi *et al.*, 2021). A més, Cheng *et al.* (2020) van concloure que Airbnb és percebut com a plataforma d'intercanvi cultural, beneficiant-se tant els hostes com els amfitrions de les diversitats culturals, ja que tal com expressa Lalicic & Weismayer (2017) l'autenticitat és l'essència de les experiències en els allotjaments d'economia col·laborativa per obtenir la plena satisfacció dels hostes, sent de gran importància la seva conservació.

D'altra banda, Tussyadiah (2016) afegeix que la satisfacció dels hostes també està influenciada per la comoditat dels allotjaments, els avantatges monetaris i l'oci que experimenten en la seva estada, concretament repercuteixen 0,292, 0,233 i 0,414 punts sobre 10, respectivament, en la satisfacció dels hostes. Tanmateix, Ruan (2020) destaca la importància de la relació entre els hostes i els residents, a partir d'anàlisis jeràrquiques de regressió múltiple, determinant que la sociabilitat té una repercussió positiva en la satisfacció tant dels que lloguen una propietat com dels que s'allotgen en ella. Pel que fa als impactes personals que afecten als viatgers d'economia col·laborativa, Tussyadiah & Pesonen (2016) identifiquen, a partir d'un qüestionari respost per viatgers dels Estats Units i Finlàndia, que els allotjaments entre iguals poden afectar el comportament d'aquests, motivant-los a viatjar de manera més regular, a destinacions diferents, en les que realitzin estades més llargues, on puguin participar en més activitats amb la comunitat de la regió d'acollida.

Una vegada diferenciats els aspectes positius i negatius que generen els turistes d'economia col·laborativa, els recollim en una taula resum:

Taula 4. Resum d'estudi d'impactes socials d'allotjaments d'economia col·laborativa

	Autoria i any	Zona d'estudi	Resultat
Medi Ambient	Cheng <i>et al.</i> (2020)	Sydney (Austràlia)	<ul style="list-style-type: none"> - Efectes directes: 7,29kg de CO2 per habitació/nit. - Efectes indirectes: 9,39kg de CO2 per habitació/nit. - Efecte induït: entre 3,84 i 602,41 kg de CO2 per habitació/nit.
Restauració i indústria hotelera	Basuroy <i>et al.</i> (2020)	Texas (EUA)	12% del creixement anual mitjà dels ingressos en restauració.
	Alyakoob & Rahman (2018)	Nova York (EUA)	Increment d'ocupació de restaurants d'un 3,8%, per un augment d'un 2,5% d'activitat d'Airbnb.
	Zervas <i>et al.</i> (2017)	Texas (EUA)	Disminució del 0,34% dels ingressos mensuals en hotels per un augment del 10% d'apartaments disponibles.
	Benítez-Aurioles (2019)	Barcelona (Espanya)	Disminució de l'ocupació hotelera en 0,88 punts per cada 1000 ressenyes.
	Heo <i>et al.</i> (2019) i Dogru <i>et al.</i> (2020)	França i Estats Units	No troben cap relació estadísticament significativa entre els ingressos dels hotels i el nombre de reserves d'Airbnb
Habitatge i gentrificació	Garcia-López <i>et al.</i> (2019) i Lima (2019)	Barcelona (Espanya) i Dublín (Irlanda)	Disminució de la disponibilitat d'habitatges de lloguer i augment de preu del 14% (cas Barcelona)
	Horn & Merante (2017)	Boston (EUA)	Augment de preus dels lloguers del 0,4% per cada desviació estàndard dels llistats de la plataforma
	Segú (2018)	Barcelona (Espanya)	Augment del 4% sobre els lloguers en augmentar 1 punt percentual l'activitat d'Airbnb.
	Sheppard & Udell (2016)	Nova York (EUA)	Airbnb responsable d'incrementar els valors de les propietats en la ciutat entre un 6% i un 11%.
	Wachsmuth & Weisler (2018), Yrigoy (2016), Cocola (2016)	Nova York (EUA), Palma de Mallorca (Espanya) i Barcelona (Espanya)	Gentrificació als barris a causa del turisme.

	Autoria i any	Zona d'estudi	Resultat
	Sales-Favà (2019)	Barcelona (Espanya)	No troba relació estadísticament significativa.
Percepció de residents i patrons de viatge	Andereck <i>et al.</i> (2005) Petruzzi <i>et al.</i> (2021)	Arizona (EUA)	Reconeixement per part dels residents de la importància del turisme en el desenvolupament econòmic, la preservació del medi i la millora d'infraestructures.
	Cheng <i>et al.</i> (2020)	Queenstown (Nova Zelanda)	Airbnb és percebuda pels residents com una plataforma d'intercanvi cultural.
	Tussyadiah & Pesonen (2016)	Estats Units i Finlàndia	Viatges més sovint, a nous indrets, amb una estada més llarga i participació en activitats culturals.
	Yeager <i>et al.</i> , (2020) i Richard <i>et al.</i> (2019)	Savannah (EUA) i Bracelona (Spain)	Disminució del benestar dels residents i pèrdua d'identitat de la regió
	Tussyadiah (2016)	Estats Units	La comoditat repercuteix en la satisfacció dels hostes 0,292 punts sobre 10, els beneficis econòmics 0,233 punts sobre 10 i l'oci 0,414 punts sobre 10.
	Ruan (2020)	Xina	La sociabilitat té una repercussió positiva en la satisfacció dels residents i dels hostes.

Font: Elaboració pròpia a partir de recerca científica

2.5. Conclusió del marc teòric

Una vegada feta l'anàlisi de la literatura cercada, trobem diferents definicions per l'economia col·laborativa, ja que és un terme innovador i abstracte. Tot i això, hi ha una clara evolució sobre el concepte, on inicialment era percebuda com a una metodologia d'intercanvi de béns (Durán-Sánchez *et al.*, 2016; Schor, 2014; Frenken *et al.*, 2015), mentre que actualment, i gràcies a la seva aplicació en les noves formes de viatjar, ha obtingut un enfocament cap a un estil de vida on prima la comunitat i les relacions socials (Paulauskaite *et al.*, 2017; Liu & Mattila, 2017; Ert *et al.*, 2015). Les persones que practiquen l'economia col·laborativa, doncs, presenten un perfil jove, amb bona educació i facilitat per les noves tecnologies (Tussyadiah & Pesonen, 2016; Guttentag,

2015; Zhang *et al.*, 2019), així com una actitud aventurera que incentiva a realitzar viatges de manera sovint (Guttentag *et al.*, 2018; Tussyadiah & Pesonen, 2016). Malgrat això, s'observa una manca d'estudis

La comunitat científica presta gran atenció a l'avaluació d'impactes econòmics, donant lloc a un gran nombre d'estudis que avaluen l'impacte en termes econòmics que generen les diferents tipologies de turisme i d'esdeveniments esportius, on es demostra la capacitat de generació de riquesa econòmica sobre l'indret en qüestió. Per a l'elaboració d'aquests estudis, podem definir la metodologia de les taules input-output com la més acceptada pels autors. Malgrat això, s'observa una manca d'estudis en l'àmbit de l'economia col·laborativa. De fet, no s'han trobat indicis de cap estudi que avaluï l'impacte econòmic que genera la plataforma d'Airbnb a la capital catalana.

Pel que fa als estudis d'impacte social, trobem un nombre menor, a comparació dels impactes econòmics, en el sector turístic. Així mateix, la metodologia per a l'avaluació dels impactes socials més emprada és l'Anàlisi Cost Benefici (ACB), el qual ha portat als autors a comprendre que la inversió en recursos turístics genera beneficis pels habitants d'una regió. No obstant això, en l'economia col·laborativa, no s'ha obtingut cap estudi que quantifiqui de manera generalitzada els impactes que aquesta genera en una destinació. Únicament hem trobat estudis parcials en els àmbits de medi ambient, restauració, i indústria hotelera, habitatge i gentrificació i percepcions dels residents i patrons de viatge, els quals han sigut classificats en funció de si l'impacte generat ha sigut positiu o negatiu per a la societat.

Així doncs, hem decidit enfocar l'estudi d'aquest treball cap a la realització d'un estudi socioeconòmic sobre l'impacte que genera la plataforma d'Airbnb a la ciutat de Barcelona. Es faran servir les Taules Input-Output de Catalunya de l'any 2014, ja que és l'any més recent del que es disposen dades, mentre que emprarem la metodologia ACB per estimar l'impacte social.

3. Objectius

Una vegada extreta la literatura del marc teòric relacionada amb els apartaments turístics i la seva aportació econòmica a les principals ciutats europees ens plantejem algunes preguntes abans d'establir l'objectiu: Quina és la despesa en transport dels turistes? I en allotjament? I en restauració? Quin és l'impacte directe, indirecte i induït que generen els turistes d'apartaments? Quin és el valor social generat pels turistes d'allotjaments col·laboratius en la societat? Quins impactes positius i negatius generen els turistes d'allotjaments? Quina repercussió tenen els turistes d'Airbnb en la generació de nous llocs de treball?

Així doncs, a partir de les qüestions anteriors, sorgeix l'interès per avaluar de manera quantitativa el retorn generat pels turistes d'Airbnb a la ciutat, sent l'objectiu principal estimar l'impacte que tenen els allotjaments turístics tant econòmicament com socialment a Barcelona.

Amb el principal objectiu del projecte definit, es formulen els següents subobjectius que ens ajudaran en la nostra recerca:

O1. Estimar l'impacte en termes econòmics de la despesa dels turistes que s'allotgen en apartaments (transport, compres, allotjament i restauració). Es calcularan aquells impactes directes, indirectes, induïts i els calcularem en termes de producció valor afegit brut i llocs de treball.

O2. Estimar l'impacte en termes socials dels turistes que s'allotgen en apartaments turístics.

Una vegada plantejats els objectius, sorgeixen les següents hipòtesis:

H1. Per cada euro de despesa dels viatgers de la plataforma d'Airbnb, es genera més d'un euro en l'economia de Barcelona.

A partir d'aquesta hipòtesi, es pretén determinar la contribució de la plataforma per avaluar el producte brut repercutit en l'economia local.

H2. Per cada euro de despesa dels viatgers de la plataforma d'Airbnb, es genera més d'un euro en la societat local.

A partir d'aquesta hipòtesi, es pretén determinar la contribució de la plataforma per avaluar el valor social repercutit en l'economia local.

4. Metodologia

En aquest punt, mostrarem les eines emprades per tal d'assolir els objectius plantejats a l'apartat anterior.

4.1. Dades

Pel càlcul de l'impacte econòmic utilitzarem les següents fonts de dades. En primer lloc, per conèixer els preus dels allotjaments turístics i, per tant, la despesa que generen farem servir les dades proporcionades a partir de *web scraping* de les pàgines Airdna i InsideAirbnb.

Per la resta de despeses farem servir l'enquesta d'Estudis de Perfil dels Turistes a Barcelona i Província de l'any 2020, a partir de la qual seleccionarem unes preguntes amb la finalitat d'atribuir un valor monetari (en euros) a les diverses despeses realitzades durant l'estada, tenint en compte el nombre de pernотacions i el nombre d'acompanyants. Les preguntes seleccionades del qüestionari són les següents: F2.1. i F2.2, que corresponen al dia d'arribada i al dia de partida, F4. *On està allotjat?*, P6. *Quin mitjà de transport ha utilitzat principalment per venir?*, P14. *Amb qui ha vingut acompanyat?*, P18. *Quant li ha costat el transport d'anada i tornada per persona?*, P20. *Quant li costa diàriament l'allotjament per persona?*, P22. *Quina despesa té pensar fer durant tota la seva estada (excloent transport i allotjament)?*, P24. *Com pensa distribuir aquesta despesa?*, P27. *Quines activitats ha realitzat o pensa realitzar durant la seva estada?* El càlcul es farà per la submostra d'individus allotjats en apartaments.

4.2. Anàlisi

Pel càlcul de l'impacte econòmic emprarem la metodologia quantitativa de les taules input-output, que segons Zhou *et al.* (1997) permeten calcular impactes directes, indirectes i induïts. S'entén com impacte directe aquell que repercuteix de manera immediata l'activitat productiva que genera una despesa, els efectes indirectes podem dir que són els que s'originen a partir de l'adequació d'altres sectors econòmics generats per l'impacte directe i, finalment, definim els efectes induïts com aquells que esdevenen al realitzar diferents ajustaments en l'oferta.

Pel que fa al càlcul de l'Impacte social, la Xarxa d'Economia Solidària de Catalunya (XES), proporciona una eina de rendició de comptes en la qual s'hi mesura l'impacte ambiental, social i de bon govern de les empreses. Tot i així, el Balanç Social de la

XES, només té en compte indicadors qualitius expressats de forma no monetària. A causa de la manca d'informació que aquesta eina proporciona, es farà ús de la metodologia quantitativa de *Cost Benefit Analysis* (ACB), la qual proporciona un procediment coherent per avaluar les decisions en funció de les seves conseqüències, costos i beneficis (Drèze & Stern, 1987).

Taula 5. Resum de la metodologia

		DADES	ANÀLISI
Objectiu	Estimar la importància que comporten els allotjaments turístics tant econòmicament com socialment	Aidna, IndiseAirbnb, Enquesta despesa turista de BCN	Anàlisi impacte econòmic a partir de les taules input-output. ACB
Subobjectius	Estimar l'impacte en termes econòmics	Aidna, InsideAirbnb, Enquesta despesa turista de BCN	Anàlisi impacte econòmic a partir de les taules input-output.
	Estimar l'impacte en termes socials	Aidna, IndiseAirbnb, Enquesta despesa turista de BCN	ACB

Font: Elaboració pròpia

A continuació detallem en cadascuna de les metodologies.

4.2.1. Taules Input-Output (TIO)

Com es pot observar, el sector del turisme genera un impacte en l'economia, repercutint de manera positiva en el desenvolupament i el creixement del país, fent que molts governs es vegin interessats en la realització d'estudis que mesurin aquests impactes (Ivanov & Webster, 2007).

Els sistemes econòmics mostren una interrelació entre tots els sectors de l'economia, produït pels efectes indirectes i induïts que genera la demanda directa. A partir del model de les taules input-output, podrem quantificar aquells impactes que representen un creixement en la demanda de cada sector (Baños *et al.* 2012).

Segons Khan *et al.* (1990), els impactes originats en la indústria d'acollida poden ser de 3 tipus: (1) l'efecte directe o primari, que representa la injecció inicial de la despesa dels turistes que afecta les companyies aèries, hotels, restaurants, agències de viatges i altres instal·lacions turístiques, (2) l'efecte indirecte, que són les despeses generades pels destinataris de les despeses directes amb l'objectiu d'abastir-se d'inputs per la seva activitat, com quan una companyia aèria s'abasteix amb combustible o menjar

preparat i, finalment (3) l'efecte induït, que succeeix quan els beneficiaris dels efectes directes i indirectes decideixen destinar el seu augment de la seva renda en béns de consum o d'inversió. Per tant, s'identifiquen els efectes indirectes i induïts com els efectes secundaris.

Així doncs, el turisme fomenta el creixement no únicament del sector terciari, sinó també del primari i secundari de la indústria. Tal com esmenta Rusu (2011), aquesta circulació dels diners generats per un turista al voltant de l'economia és el que es coneix com a efecte multiplicador.

Amb la finalitat d'analitzar la interdependència que s'origina entre els inputs i els outputs de l'economia, emprarem la matriu inversa de Leontief. El model en qüestió, desenvolupat per Wassily Leontief l'any 1973, mostra l'impacte que produeix la variació de la demanda final d'un sector (demanda directa) respecte dels altres sectors econòmics, a partir d'una matriu composta per 10 columnes i 10 files. La matriu parteix de la següent identitat comptable:

$$\text{Producció total } (X) = \text{Producció intermèdia } (AX) + \text{Producció final } (D)$$

On A representa els coeficients tècnics que descriuen les possibilitats de producció que presenta l'economia. A partir d'aquesta relació s'obté:

$$X - AX = D$$

$$(I - A) X = D$$

$$X = (I - A)^{-1} D$$

On X representa el vector de la producció total i D el vector de la demanda final i $(I - A)^{-1}$ representa la matriu de Leontief, també anomenada matriu de multiplicadors simples. En conseqüència, l'ajust dels nivells de producció segons els canvis de la demanda final està governat per l'expressió:

$$\Delta X = (I - A)^{-1} \Delta D$$

Aleshores, quan es produeix un augment en la demanda dels sectors també es produeix en la producció total, sent la matriu inversa de Leontief el factor multiplicador. Així es genera l'efecte indirecte.

Pel que fa al càlcul de l'efecte induït, es genera una fila i una columna addicionals a la matriu, corresponents al sector d'economies domèstiques. La columna representa el flux productiu per a la satisfacció de les necessitats de les unitats domèstiques

(corresponent als béns i serveis que compren), mentre que la fila representa la renda domèstica. L'elaboració de la fila en qüestió es realitza de la següent manera:

(1)

A partir de la Remuneració d'Assalariats (RA) i l'Excedent Brut d'Explotació (EBE) calculem el Valor Actual Net (VAN) a cost de factors. A cada sector productiu assignem $i = 1$:

$$VAN_i = \text{Remuneració d'Assalariats } (RA_i) + \text{Excedent Brut d'Explotació } (EBE_i)$$

Tot seguit, restem el VAN a les Cotitzacions de la Seguretat Social (CSS) per obtenir la Renta Regional:

$$\text{Renta Regional } (RR_i) = VAN_i - CSS$$

D'on s'obté:

$$CSS = \%CSS * \text{Sous i Salaris}$$

$$SiS = RA_i / (1 + \%CSS)$$

A continuació, obtenim la Renta Regional total (RRT) tenint en compte Altres Rendes Familiars (ARF) que obtenim a partir de l'Import de Transferències Corrents, assumint que partim amb la mateixa proporció a cada sector sobre les Rendes Regionals Totals. Aleshores:

$$ARF_i = (Cor / 1 - Cor) * VAN_i$$

D'on sobté:

$$Cor = AR / (AR + VAN)$$

Finalment:

$$RRT_i = \text{Renta Regional} + \text{Altres Rendes Familiars}$$

(2)

Així mateix, és necessari calcular la Renda Familiar Disponible (RFD), que s'obté restant els Benefics No Distribuïts (BND) per les empreses, els impostos sobre les empreses (IS) i els impostos sobre les famílies (IRPF):

$$RFD_i = RRT_i - BND - IS - IRPF$$

(3)

Per finalitzar, es calcula la proporció de RFD que es destina al consum interior, obtinguda a partir de restar el Consum d'Importació (CIF) i l'Estalvi Brut Familiar a la RFD.

$$Ces = Estalvi Brut Familiar / RFD$$

Obtenim el coeficient per sectoritzar el CIF a partir de:

$$Cim = Importacions / RFD$$

I, els elements del sector de famílies s'obté de:

$$Ri = (1 - Ces - Cim) * RFD$$

Una vegada calculada la taula ja ampliada, és multiplica pel vector de la demanda amb la finalitat d'assolir l'impacte econòmic total, al qual li restem l'impacte directe i indirecte per obtenir l'impacte induït total.

Com s'ha observat, per l'avaluació dels efectes directes, indirectes i induïts en els models d'input-output, cal tenir present els factors multiplicadors. Els tres factors més comuns en el sector turístic són:

- a) Multiplicador de producció, el qual relaciona la despesa turística amb el nivell de producció de l'economia.
- b) Multiplicador de renda, expressa la relació entre la despesa turística i el nivell d'ingressos.
- c) Multiplicador d'ocupació, que determina l'ocupació que genera la despesa turística.

4.2.2. Anàlisi Cost-Benefici (ACB)

La metodologia ACB, proporciona un pas més enllà que les Taules *Input-Output*, ja que considera variables i efectes socials a partir costos i beneficis de naturalesa social, que poden ser monetaris o no monetaris, tangibles o intangibles (Raya *et al.* 2018). En aquest estudi, doncs, s'analitzen els costos i els beneficis que genera el turisme d'Airbnb a la ciutat de Barcelona.

Per dur a terme l'anàlisi, tindrem en compte els impactes socials generats per Airbnb que es poden valorar de manera quantitativa. Per una banda, la contribució econòmica serà determinada a partir de l'impacte directe calculat per les taules input-output i, per

altra banda, s'analitzaran els impactes socials quantitatius que la plataforma genera a la capital de Catalunya, que com hem vist a la literatura, els efectes poden ser quantificats en termes de medi ambient, en impactes a la indústria hotelera i en el mercat de l'habitatge.

Amb relació als costos mediambientals, es tindrà en compte les despeses generades per un apartament que no sigui d'ús turístic i les emissions que provenen de l'electricitat i altres consums d'energies que permeten el funcionament de l'apartament (Cheng *et al.*, 2020).

Pel que fa als efectes en el sector hotelier, emprarem la metodologia de Benítez-Aurioles (2019), on a partir dels llistats d'Airbnb (obtinguts de la pàgina InsideAirbnb), les dades dels hotels de Barcelona (extretes d'Exceltur, 2021⁴) i el nombre de passatgers que arriben a Barcelona en avió (quantificats per Aena, 2021⁵), avalua els impactes d'Airbnb als hotels. Finalment, per estimar els impactes en el mercat de l'habitatge i, pel cas de la gentrificació de la ciutat, seguirem els resultats que ofereix la literatura (Segú, 2018; Sales-Favà, 2019).

⁴ Exceltur (2021): Barómetro de la rentabilidad de los destinos turísticos españoles

⁵ Aena (2021): Estadísticas de tráfico aereo

5. Resultats

A continuació, es mostra l'impacte econòmic dels apartaments d'Airbnb a la ciutat de Barcelona, que ens ajudarà a resoldre la primera hipòtesi, així com l'impacte social d'aquests per resoldre la segona hipòtesi. Val a dir que en aquest anàlisi únicament estudiarem aquells impactes que poden ser mesurats en termes monetaris.

5.1. Anàlisi d'impacte econòmic

Procedirem a fer l'avaluació de l'impacte econòmic a partir de les taules input-output. Aquestes reflecteixen el conjunt de les transaccions anuals dutes a terme en diferents sectors de l'economia d'un país o regió. A més, recull els inputs primaris i els vectors de la demanda final.

5.1.1. Impacte directe i indirecte

Amb la finalitat de calcular el vector de despesa, hem multiplicat les dades de despesa que els turistes generen en diferents sectors, extretes de l'enquesta d'Estudis de Perfil dels Turistes a Barcelona i Província de l'any 2020, pel número d'allotjats en apartaments.

El nombre de turistes allotjats en apartaments a la ciutat de Barcelona l'obtenim a partir de la següent fórmula:

*Turistes allotjats en apartaments turístics a Barcelona = Nombre d'apartaments * ocupació * mitja de persones en apartament * mitja de reserves mensuals * nombre de mesos*

Per tal de realitzar el càlcul, obtenim les dades d'InsideAirbnb, d'on determinem que: el nombre d'apartaments correspon a 16.509, l'ocupació representa un 0'33, la mitja de persones que s'allotgen en un apartament és de 3'5, la mitja de reserves al mes és de 2'03 i el nombre de mesos sobre els quals volem obtenir el càlcul és de 12, és a dir, sobre un any. Així doncs, podem determinar el nombre d'allotjats en apartaments a Barcelona l'any 2019 correspon a un total de 464.493,92. Un cop multiplicades les dades de despesa generades per turistes pel nombre de turistes d'allotjaments a Barcelona, assolim l'impacte repercutit en els sectors.

Taula 6. Despesa dels visitants

	Despesa mitjana per visitant	Despesa total per 464.493,92 visitants
Allotjament	68,56903	31.849.897,54
Transport	8,236124	3.825.629,52
Restauració	33,07122	15.361.380,62
Entreteniment	14,60006	6.781.639,10
Compres i altres	12,18608	5.660.360,07

Font: Elaboració pròpia a partir de l'enquesta Estudis de perfil dels turistes a Barcelona i Província l'any 2020 i InsideAirbnb

A continuació, procedim a realitzar la multiplicació de la matriu inversa de Leontief, on per construir el vector (D), assignem les diferents tipologies de despeses dins de cada sector de les taules input-outputs catalanes (Idescat, 2011). Aleshores, la suma de despesa per persona nit, transport per persona, menjar per persona i compres per persona, l'assignem al sector 4 que correspon a Serveis de comerç, transport i hostaleria. La despesa en entreteniment per persona, l'assignem al sector 10, corresponent a Serveis artístics, d'entreteniment i altres serveis. El sumatori dels impactes en els diferents sectors, comporta un impacte directe de 63.478.906,84€ a la ciutat de Barcelona.

Aconseguit doncs el vector de la demanda, que representa un impacte directe de 63.478.906,84€, es multiplica la matriu inversa de Leontief corresponent a Catalunya a partir de l'explicació realitzada a l'apartat de Metodologia (4.2.1), amb la finalitat d'obtenir l'impacte econòmic total que estarà compost per l'impacte directe i l'indirecte. L'impacte indirecte serà obtingut a partir de la diferència entre l'impacte total i el directe.

En la Taula 7 es mostren els diferents impactes generats pels turistes d'apartaments turístics d'Airbnb a la ciutat de Barcelona:

Taula 7. Impacte econòmic dels turistes d'apartaments a Barcelona

Sector		Impacte directe	Impacte indirecte	Impacte total
1	Productes agraris i pesquers	0	384.426,06	384.426,06
2	Productes industrials i sanejament	0	7.387.714,11	7.387.714,11
3	Treballs de construcció	0	1.979.064,26	1.979.064,26
4	Serveis de comerç, transport i hostaleria	56.697.267,74	9.900.191,51	66.597.459,25
5	Serveis d'informació i comunicacions	0	442.166,22	442.166,22
6	Serveis financers i d'assegurances	0	1.809.952,96	1.809.952,96
7	Serveis immobiliaris	0	3.934.498,88	3.934.498,88
8	Serveis professionals, científics, administratius i auxiliars	0	5.600.142,08	5.600.142,08
9	Serveis d'administració pública, educació i sanitaris	0	148.526,36	148.526,36
10	Serveis artístics, d'entreteniment i altres serveis	6.781.639,1	685.920,88	7.467.559,98
TOTAL		63.478.906,84 €	32.272.603,32 €	95.751.510,16 €

Font: Elaboració pròpia

Així doncs, observem com Airbnb genera un impacte directe de 63.478.906,84€ en l'economia de Barcelona i un impacte indirecte de 32.272.603,32€. La totalitat d'ambdós impactes representa un impacte econòmic de 95.751.510,16€.

S'analitza una clara tendència a sortir beneficiaris els sectors terciaris, ja que els majors impactes són atribuïts al sector de Serveis de comerç, transport i hostaleria i Serveis artístics, d'entreteniment i altres serveis, amb un impacte total de 66.597.459,25€ i 7.467.559,98€, respectivament.

Un altre punt de vista per determinar la repercussió en l'economia d'Airbnb és a partir de l'efecte multiplicador, és a dir, si dividim l'impacte total entre l'impacte directe,

obtenim un resultat de 1,51€, que demostra que per cada euro de despesa dels viatgers en Airbnb es recupera 1,51€ per l'economia de Barcelona.

A continuació, es mostra la repercussió de la plataforma en la generació de llocs de treball.

Taula 8. Impacte en l'ocupació de Catalunya dels apartaments d'Airbnb

	Sector	Impacte directe	Impacte indirecte	Impacte total
1	Productes agraris i pesquers	0,00	7,47	7,47
2	Productes industrials i sanejament	0,00	57,83	57,83
3	Treballs de construcció	0,00	24,38	24,38
4	Serveis de comerç, transport i hostaleria	758,36	132,42	890,78
5	Serveis d'informació i comunicacions	0,00	4,00	4,00
6	Serveis financers i d'assegurances	0,00	13,80	13,80
7	Serveis immobiliaris	0,00	12,33	12,33
8	Serveis professionals, científics, administratius i auxiliars	0,00	94,46	94,46
9	Serveis d'administració pública, educació i sanitaris	0,00	2,52	2,52
10	Serveis artístics, d'entreteniment i altres serveis	173,37	17,53	190,90
TOTAL		931,73	366,73	1.298,46

Font: Elaboració pròpia

Com es pot observar, els apartaments d'Airbnb generen en Catalunya una totalitat de 1.298,46 llocs de treball. Concretament, 931,73 són generats de manera directa i 366,73 de manera indirecta. Es confirma la relació amb l'impacte econòmic, ja que els sectors on es genera més ocupació són del sector terciari. Així mateix, si es té en compte l'efecte multiplicador es pot determinar que per cada euro invertit en Airbnb es generen 1,39 llocs de treball.

Finalment, es mostra el valor afegit que genera Airbnb en els diferents sectors econòmics de Catalunya:

Taula 9. Valor afegit generat en els sectors de Catalunya pels apartaments d'Airbnb

	Sector	Impacte directe	Impacte indirecte	Impacte total
1	Productes agraris i pesquers	0,00	268.619,66	268.619,66
2	Productes industrials i sanejament	0,00	3.680.690,39	3.680.690,39
3	Treballs de construcció	0,00	1.431.337,29	1.431.337,29
4	Serveis de comerç, transport i hostaleria	42.925.898,34	7.495.504,31	50.421.402,65
5	Serveis d'informació i comunicacions	0,00	313.344,54	313.344,54
6	Serveis financers i d'assegurances	0,00	1.494.507,69	1.494.507,69
7	Serveis immobiliaris	0,00	3.607.253,20	3.607.253,20
8	Serveis professionals, científics, administratius i auxiliars	0,00	4.457.320,35	4.457.320,35
9	Serveis d'administració pública, educació i sanitaris	0,00	129.471,11	129.471,11
10	Serveis artístics, d'entreteniment i altres serveis	5.786.899,36	585.309,10	6.372.208,46
TOTAL		48.712.797,70	23.463.357,64	72.176.155,34

Font: Elaboració pròpia

Tal com s'observa a la Taula 9, els apartaments d'Airbnb generen un valor econòmic addicional en els diferents sectors de Catalunya d'un total de 72.176.155,34€, dels quals, 48.712.797,70€ són directes i 23.463.357,64€ són indirectes. Pel que fa a l'efecte multiplicador, es pot concloure que per cada euro destinat a Airbnb, s'aconsegueix un valor afegit de 1,48€ en els sectors.

5.1.2. Impacte induït

Per a realitzar el càlcul de l'impacte induït, s'ha emprat la metodologia previamente explicada a l'apartat 4.2.1, on a partir de l'agregació del sector famílies, la matriu de

Leontief es veu ampliada en 11 files i 11 columnes. A partir d'aquí s'obtenen els següents resultats:

Taula 10. Impacte econòmic dels turistes d'apartaments a Barcelona amb l'efecte induït

	Sector	Impacte directe	Impacte indirecte	Impacte induït	Impacte total
1	Productes agraris i pesquers	0	384.426,06	174.333,57	558.759,63
2	Productes industrials i sanejament	0	7.387.714,11	4.461.420,37	11.849.134,48
3	Treballs de construcció	0	1.979.064,26	942.309,36	2.921.373,62
4	Serveis de comerç, transport i hostaleria	56.697.267,74	9.900.191,51	7.566.963,95	74.164.423,20
5	Serveis d'informació i comunicacions	0	442.166,22	220.388,28	662.554,50
6	Serveis financers i d'assegurances	0	1.809.952,96	866.175,90	2.676.128,86
7	Serveis immobiliaris	0	3.934.498,88	3.051.798,38	6.986.297,26
8	Serveis professionals, científics, administratius i auxiliars	0	5.600.142,08	3.700.223,37	9.300.365,45
9	Serveis d'administració pública, educació i sanitaris	0	148.526,36	92.206,06	240.732,42
10	Serveis artístics, d'entreteniment i altres serveis	6.781.639,1	685.920,88	581.358,24	8.048.918,22
11	Sector famílies	0	0	7.105.560,64	7.105.560,64
TOTAL		63.478.906,84 €	32.272.603,32 €	28.762.738,12 €	124.514.248,28

Font: Elaboració pròpia

Atés als resultats anteriors, es conclou que els allotjaments d'Airbnb generen un impacte induït de 28.762.738,12€. En altres paraules, els impactes directes i indirectes generen un increment en la renda de les famílies, que fa que aquestes consumeixin. Tenint en compte doncs, l'impacte induït, l'impacte total ascendeix a 124.514.248,28€.

Tanmateix, el multiplicador actual demostra que per cada euro de despesa que realitzen els turistes, es recupera 1,96€ per l'economia de la zona.

A partir de l'obtenció de l'impacte induït, podem tenir en compte aquest nou resultat per determinar la repercussió de la plataforma en la generació d'ocupació.

Taula 11. Impacte en l'ocupació de Catalunya dels apartaments d'Airbnb amb l'efecte induït

Sector		Impacte directe	Impacte indirecte	Impacte induït	Impacte total
1	Productes agraris i pesquers	0,00	7,47	3,39	10,85
2	Productes industrials i sanejament	0,00	57,83	34,92	92,75
3	Treballs de construcció	0,00	24,38	11,61	35,99
4	Serveis de comerç, transport i hostaleria	758,36	132,42	101,21	991,99
5	Serveis d'informació i comunicacions	0,00	4,00	1,99	5,99
6	Serveis financers i d'assegurances	0,00	13,80	6,60	20,40
7	Serveis immobiliaris	0,00	12,33	9,56	21,89
8	Serveis professionals, científics, administratius i auxiliars	0,00	94,46	62,41	156,87
9	Serveis d'administració pública, educació i sanitaris	0,00	2,52	1,57	4,09
10	Serveis artístics, d'entreteniment i altres serveis	173,37	17,53	14,86	205,76
TOTAL		931,73	366,73	248,12	1.546,58

Font: Elaboració pròpia

Es pot comprobar com el consum de les famílies afecta en la generació de nous llocs de treball, concretament, 248,12 són generats a partir de l'impacte induït, arribant a una totalitat de 1.546,58 nous llocs de treball. Pel que fa a l'efecte multiplicador, aquest també es veu modificat de manera positiva, generant 1,66 llocs de treball per cada euro de despesa generat pels turistes.

Així mateix, a l'hora de contemplar el valor afegit en els diferents sectors també observem certes diferències si tenim en compte l'efecte induït.

Taula 12. Valor afegit generat en els sectors de Catalunya pels apartaments d'Airbnb amb l'efecte induït

Sector		Impacte directe	Impacte indirecte	Impacte induït	Impacte total
1	Productes agraris i pesquers	0,00	268.619,66	121.816,47	268.619,66
2	Productes industrials i sanejament	0,00	3.680.690,39	2.222.758,88	3.680.690,39
3	Treballs de construcció	0,00	1.431.337,29	681.515,28	1.431.337,29
4	Serveis de comerç, transport i hostaleria	42.925.898,34	7.495.504,31	5.729.001,38	50.421.402,65
5	Serveis d'informació i comunicacions	0,00	313.344,54	156.179,87	313.344,54
6	Serveis financers i d'assegurances	0,00	1.494.507,69	715.215,57	1.494.507,69
7	Serveis immobiliaris	0,00	3.607.253,20	2.797.969,91	3.607.253,20
8	Serveis professionals, científics, administratius i auxiliars	0,00	4.457.320,35	2.945.118,30	4.457.320,35
9	Serveis d'administració pública, educació i sanitaris	0,00	129.471,11	80.376,44	129.471,11
10	Serveis artístics, d'entreteniment i altres serveis	5.786.899,36	585.309,10	496.083,85	6.372.208,46
TOTAL		48.712.797,70	23.463.357,64	15.946.035,95	72.176.155,34

Font: Elaboració pròpia

Els allotjaments d'Airbnb generen un valor econòmic addicional en els diferents sectors econòmics de Catalunya, a partir de l'efecte induït, de 15.946.035,95€. Si contemplem la totalitat calculada anteriorment, s'obté un resultat de 72.176.155,34€. L'efecte multiplicador indica que per cada euro de despesa en Airbnb a Barcelona es genera un valor afegit de 1,81€ en sectors econòmics.

5.2. Anàlisi d'impacte social

Aquest bloc es descomposa en tres apartats que ens permeten quantificar de manera monetària els impactes que generen els apartaments d'Airbnb a la ciutat de Barcelona. Primerament, contemplarem els impactes negatius que produeixen a la societat, seguit dels impactes positius i finalment, procedirem a calcular el resultat de l'exercici. Tot i això, val a dir que en aquest treball tindrem en compte únicament aquells aspectes que puguin ser valorats de manera monetària.

5.2.1. Costos socials

Els impactes negatius que generen els apartaments a la societat barcelonina han estat classificats en medi ambient, hoteleria i gentrificació.

5.2.1.1. Medi ambient

Per analitzar l'impacte ambiental, hem fet servir de referència el consum de CO₂ que genera un habitatge en un any, que segons Endesa (2020) cada habitatge d'Espanya emet anualment una mitja de 12,5 tones de gasos d'efecte hivernacle. En el nostre cas, tindrem en compte els 16.509 apartaments localitzats a Barcelona a partir de la nostra base de dades d'InsideAirbnb.

D'altra banda, hem de tenir en compte el cost del CO₂, el qual oscil·la a 82,8€ la tona segons Sendeco2. A continuació, es procedeix a realitzar el càlcul:

$$12,5 * 16.509 * 82,8 = 17.086.815€$$

Així doncs, es pot determinar que el cost mediambiental dels apartaments d'Airbnb a la ciutat de Barcelona suposen un total de 17.086.815€.

5.2.1.2. Hoteleria

Pel càlcul de la repercussió econòmica en el sector hotelier, emprarem la metodologia de Benítez-Aureoles (2019), on l'augment de 1000 ressenyes d'Airbnb comportava una disminució de 0,464 de RevPAR (mitja d'ingressos per habitació disponible). Gràcies a la nostra base de dades d'InsideAirbnb, hem observat que cada apartament d'Airbnb obté una mitja de 7 reviews, que multiplicades pel número d'apartaments sobre 1000, obtenim un total de 54,846 reviews.

Tot i així, hem de tenir en compte que no tots els apartaments estan ocupats durant tot l'any, ja que aquesta representa un 0,33%. Si multipliquem les 54,846 reviews per l'ocupació, obtenim un impacte negatiu d'habitació per hotel de 18,01€.

Per estimar l'impacte total, s'han de contemplar el nombre total d'habitacions d'hotel que hi ha Barcelona, que segons Idescat representen un total de 79.207 places hoteleres.

$$54,846 * 0,33\% * 79.207 = 1.433.604,23\text{€}$$

Una vegada multiplicat l'impacte per habitació d'hotel pel nombre d'habitacions d'hotel a Barcelona, es pot concloure que els apartaments d'Airbnb representen un impacte negatiu pel sector hotelier de Barcelona de 1.433.604,23€.

5.2.1.3. Mercat d'habitatge

Per determinar el paper que juguen els apartaments d'Airbnb dins del mercat de l'habitatge de Barcelona, cal determinar la presència que aquests tenen a la ciutat. Per fer-ho, dividim el nombre d'apartaments pel nombre de vivendes, del qual obtenim un resultat de 0,020 que, multiplicat per un coeficient de 0,4% (Segú, 2018), per un preu del lloguer de 979€ mensuals l'any 2019 (Incasol, 2019), un nombre de 51.294 contractes aquell mateix any (Idescat, 2019), aplicat al nombre total de 12 mesos, es determina que els apartaments d'Airbnb representen una pujada total de 490.356,01€ a l'any a Barcelona.

5.2.2. Beneficis socials

Els impactes positius que generen els apartaments a la societat barcelonina han estat classificats en valor de les propietats, benefici econòmic i excedent del consumidor.

5.2.2.1. Valor de les propietats

Segons Sheppard & Udell (2016), Airbnb és responsable de l'increment del valor de les propietats en un 6%. Per aplicar aquest augment del valor a Barcelona, hem de tenir en compte les següents precisions: únicament es tindran en compte aquelles vivendes que no estan buides (Ajuntament de Barcelona, 2011), que tenen menys de 50 anys (així no tenim en compte aquelles en les que s'ha d'invertir per fer una reforma) i que no estan inscrites en Airbnb. D'aquesta manera, obtenim un total de 165.620 vivendes.

Tot seguit, apliquem el 6% al preu mitjà dels habitatges de la ciutat, que correspon a 355.700€ (Idescat, 2019) i el tenim en compte pel total dels habitatges que estudiarem.

A partir d'aquí, obtindrem la influència al llarg dels anys d'Airbnb en les vivendes, però com volem estimar de manera anual, dividirem el resultat en els 50 anys de vida útil que tenen els habitatges. Finalment, es pot determinar que Airbnb ha aportat a la ciutat de Barcelona 76.113.055,93€ en concepte d'augment de la propietat dels habitatges.

5.2.2.2. *Benefici econòmic*

Tal com es pot observar a l'apartat 5.1.1, corresponent a l'impacte directe i indirecte de l'impacte econòmic, la plataforma d'Airbnb genera un benefici econòmic directe a la societat de Barcelona de 63.478.906,84€.

5.2.2.3. *Excedent del consumidor*

L'excedent del consumidor també és un benefici rellevant, ja que representa el benefici que obté el consumidor per pagar un preu inferior al que estava disposat a pagar per un bé o servei. Per elaborar la correcta valoració, és necessari obtenir la disponibilitat a pagar dels consumidors. Com no es disposa d'aquesta dada concreta, es procedirà a emprar la metodologia de Kesenne (2005) i Falconieri et al. (2004), els quals mostren que, segons la fixació de preus i la corba de la demanda, l'excedent del consumidor s'aproxima a la meitat de la despesa realitzada pels consumidors en el bé o servei. En aquest sentit doncs, es pot dir que l'excedent del consumidor és el 50% de la despesa que els viatgers han destinat als apartaments d'Airbnb (95.751.510,16€), d'on s'obté un resultat final de 47.875.755,08€.

5.2.3. **Ràtio Cost-Benefici**

Un cop analitzats tots els costos i beneficis generats pels apartaments d'Airbnb, procedim a plasmar-los en una taula resum que ajudarà a assolir una millor comprensió de l'impacte que aquests generen en la capital catalana.

Taula 13. Costos i beneficis d'Airbnb en la societat de Barcelona

Costos		Beneficis	
Cost medi ambient	17.086.815 €	Benefici econòmic	63.478.906,84 €
Cost hoteleria	1.433.604,23 €	Benefici propietaris	76.113.055,93 €
Cost mercat de l'habitatge	490.356,01 €	Excedent del consumidor	47.875.755,08 €
TOTAL COST	19.010.775,24 €	TOTAL BENEFICI	187.467.717,85 €

Font: Elaboració pròpia

Si tenim en compte tots els costos estudiats anteriorment, s'obté una suma total de 19.010.775,24€, els quals són superats pels beneficis, que representen un total de 187.467.717.85€ per la societat de Barcelona.

En relació al rati cost-benefici, es determina que per cada euro invertit en Airbnb, la plataforma genera 9,86€ a la societat de Barcelona.

6. Conclusions

L'objectiu de l'estudi ha sigut determinar la repercussió de la plataforma d'economia col·laborativa Airbnb en la ciutat de Barcelona, des d'un punt de vista econòmic i social.

Primerament, s'ha pogut determinar quina ha estat la despesa dels turistes d'Airbnb en Barcelona en diferents àmbits: 31.849.897,54€ en allotjament, 3.825.629,52€ en transport, 15.361.380,62€ en restauració, 6.781.639,10€ en entreteniment i 5.660.360,07€ en compres i altres.

En segon lloc, s'han emprat les Taules Input-Output de Catalunya de 10 sectors per determinar l'impacte econòmic de la plataforma a la ciutat de Barcelona. Aquestes mostren un resultat d'impacte econòmic total de 124.514.248,28€, dels quals 63.478.906,84€ corresponen a l'impacte econòmic directe, 32.272.603,32€ a l'impacte econòmic indirecte i, 28.762.738,12€ a l'impacte induït. Si comparem l'impacte total amb l'impacte calculat per Levendis & Dicle (2016) a New Orleans de 134.000.000\$, podem observar que l'aportació econòmica és inferior, tot i que la ciutat de Barcelona també disposa de menys dimensions. Per tant, a partir dels valors econòmics obtinguts, es pot corroborar la primera hipòtesi plantejada ("Per cada euro de despesa dels viatgers de la plataforma d'Airbnb, es genera més d'un euro en l'economia de Barcelona"), ja que s'ha pogut concloure que per cada euro de despesa es genera 1,96€ en l'economia de Barcelona, sent els sectors més beneficiats els destinats a serveis de comerç, transport i hostaleria.

Finalment, per comprovar l'impacte d'Airbnb en la societat barcelonina, s'han diferenciat els impactes positius i negatius, que poder ser quantificables monetàriament, que la plataforma genera per aplicar-los posteriorment en l'anàlisi Cost-Benefici. Així doncs, han sigut definits com a impactes negatius aquells relacionats amb el medi ambient, l'hoteleria i el mercat d'habitatge i, com a impactes positius aquells que tenen una repercussió sobre el valor de les propietats, el benefici econòmic i l'excedent del consumidor. Els resultats obtinguts en l'àmbit del medi ambient han suposat un total de 12,5 tones de gasos d'efecte hivernacle, que en comparació amb l'estudi de Cheng *et al.* (2020), on calculen una despesa de 7,29 tones observem una major contaminació. Pel que fa a l'impacte en el sector hotelier, els resultats mostren una disminució de 18,01€ per nit, determinant un menor impacte que Benítez-Aurioles (2019). Per altra banda, el sector de l'habitatge mostra un augment total en els preus dels lloguer de 490.356,01€, que a la mateixa vegada es converteix en un increment del valor de les propietats de 76.113.055,93€. L'excedent del consumidor, per la seva banda, ha suposat uns beneficis de 47.875.755,08€ per a

la societat. D'aquesta manera, s'ha pogut observar com els beneficis socials (187.467.717,85€) superen amb grandesa els costos socials (19.010.775,24€). En referent a la hipòtesi plantejada ("Per cada euro de despesa dels viatgers de la plataforma d'Airbnb, es genera més d'un euro en la societat local"), pot ser confirmada atès que cada euro de despesa dels viatgers genera 9,86€ a la societat barcelonina.

Un cop obtinguts els resultats, no hi ha dubte de la rendibilitat que Airbnb té sobre la capital catalana i el seu desenvolupament econòmic. Ara bé, aquesta riquesa econòmica no està repartida de manera igualitària entre els habitants de la ciutat, ja que com hem vist, se'n beneficia principalment aquella part de la població que disposa d'habitatges per llogar o vendre o que es dedica al sector terciari, incentivant així la desigualtat entre els habitants i creant una economia sensible als factors externs (com la crisi de la Covid-19). És en aquest punt on el govern ha d'aplicar polítiques redistributives amb la finalitat que la riquesa quedi repartida de manera igualitària entre els seus ciutadans. L'organisme dedicat a la regulació dels habitatges d'ús turístic de l'Ajuntament de Barcelona és el Pla Especial Urbanístic d'Alotjaments Turístics (PEUAT) el qual duu a terme una línia de treball des de 2017 per prohibir els anuncis turístics d'aquells apartaments que no disposen de número d'inscripció en el Registre de Catalunya, no obstant això, al Gener del 2022, el Suprem ha anul·lat l'ordre, argumentat que Airbnb és un intermediari neutre dels serveis de la Societat de la Informació i no és un prestador de serveis turístics o immobiliaris⁶. Per aquest motiu, l'Ajuntament de Barcelona ha de potenciar una fiscalització més rigorosa amb plans d'inspecció més constants per tal que es pugui veure l'economia col·laborativa com un ajuda per les famílies i no com a una amenaça.

Durant la realització de l'estudi ens hem trobat amb certes limitacions. Principalment, la manca d'estudis socioeconòmics relacionats amb l'economia col·laborativa ha dificultat el càlcul d'aquest. Per aquest motiu, hem hagut d'aplicar els càlculs d'estudis parcials individuals que analitzen diferents efectes que genera l'economia col·laborativa. A més, no s'ha pogut disposar de dades que expressin el nombre d'apartaments d'Airbnb sense llicència i els seus propietaris, d'aquesta manera, l'estudi hagués pogut tenir un altre enfocament davant dels costos socials. D'altra banda, no s'ha disposat d'una enquesta exclusiva de turistes consumidors de la plataforma d'Airbnb, fent que haguessim d'interpretar els càlculs en la nostra base de dades.

Com a propostes de millora de l'estudi, seria recomanable realitzar enquestes als viatgers de la plataforma d'Airbnb durant la seva estada a Barcelona. D'aquesta

⁶ Vegueu a <https://www.elperiodico.com/es/sociedad/20220119/supremo-anula-orden-govern-obligaba-13122387>

manera, l'estudi podria obtenir una major representativitat i es podria haver elaborat l'anàlisi de l'excedent del consumidor de manera tradicional. Així mateix, també seria convenient la realització d'enquestes als residents, amb la finalitat d'assolir una visió més objectiva. A més, malgrat que no s'ha pogut disposar de les dades, hagués estat convenient analitzar els costos socials en termes de criminalitat i soroll.

De cara a futures investigacions, també podria ser interessant valorar l'impacte socioeconòmic d'Airbnb en altres ciutats del territori espanyol, tot i que en aquest cas ha sigut seleccionada la ciutat de Barcelona per ser la més polèmica del territori Espanyol respecte als impactes de la plataforma. A més, tenint en compte la mesura imposada per PEAUAT l'any 2021 que prohibia el lloguer d'habitacions d'Airbnb per menys de 31 dies, un alte impacte interessant a tenir en compte serien les estances de mig termini que no són de turistes. Finalment, elaborar un anàlisi socioeconòmic posteriorment a la crisi sanitària mundial ens podria ajudar a interpretar si el sector turístic ha sofert canvis amb relació a la manera de viatjar dels turistes.

7. Valoracions i agraïments

La realització d'aquest projecte ha estat un camí ple d'emocions, reptes i sacrifici, però sobretot ha sigut una experiència que m'ha brindat un aprenentatge constant que ha fet que pugui evolucionar professionalment.

Tanmateix, aquest projecte no s'hagués pogut realitzar amb la mateixa motivació i energia si no fos per l'ajuda de certes persones. Especialment, els meus pares i la meva germana que són els meus animadors personals i la meva parella i amigues que sempre han estat disposats a ajudar-me i recolzar-me en tot moment. Sempre els hi estaré eternament agraïda.

També vull agrair de tot cor el suport i la dedicació del meu tutor Josep Maria Raya, ja que gràcies als seus coneixements i el seu humor puc fer entrega d'aquest estudi amb plena satisfacció.

8. Bibliografia

- Adamiak, C. (2020). Peer-to-peer accommodation in destination life cycle: the case of Nordic countries. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 20(3), 212–226. <https://doi.org/10.1080/15022250.2020.1775116>
- Ajuntament de Barcelona. (2019). Cens d'habitatges. Recuperat el 6 de juny de 2022, de https://ajuntament.barcelona.cat/estadistica/angles/Estadistiques_per_temes/Habitatge_i_mercat_immobiliari/Edificis_i_habitatges/Cens_habitatges/a2011/hprincipals/t81.htm
- Aldás, J., Benages, E., Maudos, J., Minguez, C., & Zaera, I. (2018). 37 Maraton Valencia Trinidad Alfonso EDP 2017. Recuperat 24 desembre 2021, de <https://www.valenciaciudaddelrunning.com/revistas/37-Maraton-Valencia-2017-ivie/>
- Algar, R. (2007). Collaborative consumption. *Leisure Report*, 4, 72-83. Recuperat 24 desembre 2021, de <https://www.oxygen-consulting.co.uk/insights/collaborative-consumption/>
- Alyakoob, M. & Rahman, M. (2018). The Sharing Economy as a Local Economic Engine: The Heterogeneous Impact of Airbnb on Restaurant Employment Growth. Indiana: Purdue University. Recuperat 23 febrer 2022, de <https://pdfs.semanticscholar.org/00e0/0da01636a64c5d73ac559d5d469ad2f46d68.pdf>
- Andereck, K. L., Valentine, K. M., Knopf, R. C., & Vogt, C. A. (2005). Residents' perceptions of community tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, 32(4), 1056–1076. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2005.03.001>
- Andersson, T. D., & Lundberg, E. (2013). Commensurability and sustainability: Triple impact assessments of a tourism event. *Tourism Management*, 37(1), 99–109. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.12.015>
- Andreu, L., Bigne, E., Amaro, S., & Palomo, J. (2020). Airbnb research: an analysis in tourism and hospitality journals. *International Journal of Culture Tourism and Hospitality Research*, 14(1), 2–20. <https://doi.org/10.1108/ijcthr-06-2019-0113>
- Baños, J., Pujol, F., & Plácido, R. (2012). El impacto del Campeonato del Mundo de Patinaje de Velocidad en Gijón. *Estudios de Economía Aplicada*, 30(2), 703–731. <https://www.redalyc.org/pdf/301/30124481016.pdf>

- Basuroy, S., Kim, Y., & Proserpio, D. (2020). Sleeping with strangers: Estimating the impact of airbnb on the local economy. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3516983>
- Belk, R. (2014). You are what you can access: Sharing and collaborative consumption online. *Journal of Business Research*, 67(8), 1595–1600. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.10.001>
- Benítez-Aurioles, B. (2019). Is Airbnb bad for hotels? *Current Issues in Tourism*, 1–4. <https://doi.org/10.1080/13683500.2019.1646226>
- BOP Consulting (2012). Measuring the economic benefits of arts and culture. (Eds.), *Arts Council England*.
- Botsman, R. (2013). The sharing economy lacks a shared definition. Recuperat 24 desembre 2021, de <http://www.fast-coex-ist.com/3022028/the-sharing-economy-lacks-a-shared-definition>
- Bracalente, B., Chirieleison, C., Cossignani, M., Ferrucci, L., Gigliotti, M., & Ranalli, M. G. (2011). The economic impact of cultural events: The Umbria Jazz music festival. *Tourism Economics*, 17(6), 1235–1255. <https://doi.org/10.5367/te.2011.0096>
- Chang, Y.-T., Park, H., Liu, S.-M., & Roh, Y. (2016). Economic impact of cruise industry using regional input–output analysis: a case study of Incheon. *Maritime Policy & Management*, 43(1), 1–18. <https://doi.org/10.1080/03088839.2015.1086837>
- Cheng, M., Chen, G., Wiedmann, T., Hadjikakou, M., Xu, L., & Wang, Y. (2020). The sharing economy and sustainability – assessing Airbnb’s direct, indirect and induced carbon footprint in Sydney. *Journal of Sustainable Tourism*, 28(8), 1083–1099. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1720698>
- Cheng, M., Hogue Mackenzie, S., & Degarege, G. A. (2020). Airbnb impacts on host communities in a tourism destination: an exploratory study of stakeholder perspectives in Queenstown, New Zealand. *Journal of Sustainable Tourism*, 1–19. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1802469>
- Cheung, H. (2012). Tourism in Kenya’s national parks: A cost-benefit analysis. *SURG Journal*, 6(1), 31-40.
- Cócola, A. (2016). Holiday rentals: The new gentrification battlefield. *Sociological Research Online*, 21(3), 112–120. <https://doi.org/10.5153/sro.4071>

- Dogru, T., Mody, M., Suess, C., McGinley, S., & Line, N. D. (2020). The Airbnb paradox: Positive employment effects in the hospitality industry. *Tourism Management*, 77(104001), 104001. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2019.104001>
- Drèze J. & N. Stern. (1987). The theory of cost-benefit analysis. En Elsevier (Eds.), *Hand- book of Public Economics* (pp. 909-989). [https://doi.org/10.1016/S1573-4420\(87\)80009-5](https://doi.org/10.1016/S1573-4420(87)80009-5)
- Duglio, S., & Beltramo, R. (2017). Estimating the economic impacts of a small-scale sport tourism event: The case of the Italo-Swiss mountain trail CollonTrek. *Sustainability*, 9(3), 343. <https://doi.org/10.3390/su9030343>
- Durán-Sánchez, A., Álvarez-García, J., Del Río-Rama, M. de la C., & Maldonado-Erazo, C. P. (2016). Economía Colaborativa: Análisis de la Producción Científica en Revistas Académicas. *Revista de Gestão e Secretariado*, 7(3), 1–20.
- Endesa. (2020). Cómo calcular y reducir tu huella de carbono. Recuperat el 6 de juny de 2022, de <https://www.endesa.com/es/blog/blog-de-endesa/otros/calcular-huella-carbono>
- Ert, E., Fleischer, A., & Magen, N. (2015). Trust and reputation in the sharing economy: The role of personal photos on airbnb. *SSRN Electronic Journal*, 55, 62–73. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2624181>
- Falconieri, S., Palomino, F., & Sákovics, J. (2004). Collective versus individual sale of television rights in league sports. *Journal of the European Economic Association*, 2(5), 833–862. <https://doi.org/10.1162/1542476042782305>
- Flores Ruiz, D. (2015). Turismo cinematográfico y desarrollo económico local. El Festival de Cine de Huelva. *Cuadernos de turismo*, 36, 175-196. <https://doi.org/10.6018/turismo.36.230931>
- Frenken, K., Meelen, T., Arets, M., & Van de Glind, P. (2015). Smarter regulation for the sharing economy. *The Guardian*. Recuperat 24 desembre 2021, de <https://www.theguardian.com/science/political-science/2015/may/20/smarterregulation-for-the-sharing-economy>
- Garcia-López, M.-À., Jofre-Monseny, J., Martínez-Mazza, R., & Segú, M. (2020). Do short-term rental platforms affect housing markets? Evidence from Airbnb in

- Barcelona. *Journal of Urban Economics*, 119(103278), 103278. <https://doi.org/10.1016/j.jue.2020.103278>
- Gilmore, J., & Pine, B. (2002). Differentiating hospitality operations via experiences: why selling services is not enough. *The Cornell hotel and restaurant administration quarterly*, 43(3), 87–96. [https://doi.org/10.1016/s0010-8804\(02\)80022-2](https://doi.org/10.1016/s0010-8804(02)80022-2)
- 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>
- Guttentag, D., Smith, S., Potwarka, L., & 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>
- Han, H., Meng, B., & Kim, W. (2017). Emerging bicycle tourism and the theory of planned behavior. *Journal of sustainable tourism*, 25(2), 292–309. <https://doi.org/10.1080/09669582.2016.1202955>
- Idescat (2011). Marc Input-Output de Catalunya 2011. Recuperat el 6 de juny de 2022, de <https://www.idescat.cat/pub/?id=mioc2011>
- Idescat. (2019). Lloguer de vivendes. Contractes signats. Municipis amb més de 70.000 habitants. Recuperat el 6 de juny de 2022, de <https://www.idescat.cat/pub/?id=aec&n=730&lang=es>
- Idescat. (2019). Compravendes d'habitatges registrades i el preu de venda a Barcelona. Recuperat el 6 de juny de 2022, de https://habitatge.gencat.cat/ca/dades/estadistiques_publicacions/indicadors_estadistiques/estadistiques_de_construccio_i_mercat_immobiliari/estadistica-de-les-compravendes/compravendes-habitatges-Barcelona/
- Incasol. (2019). Institut Català del Sòl. Recuperat el 6 de juny de 2022, de <https://incasol.gencat.cat/es>
- INE. (2011). Censos de población y viviendas. Recuperat 24 desembre 2021, de https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736176992&menu=ultiDatos&idp=1254735572981
- INE. (2021). Número de turistas según comunidad autónoma de destino principal. Recuperat 24 desembre 2021, de <https://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=10823>

Inside Airbnb. (2021). Barcelona. Adding data to the debate. Recuperat 24 desembre 2021, de <http://insideairbnb.com/barcelona/>

Jiménez, H., Coca, J.L., Gutiérrez, M., i Sánchez, M.C. (2015). Cost–benefit analysis of sport events: The case of World Paddle Tour. *European Research on Management and Business Economics*, 22(3), 131-138.

Ivanov, S., & Webster, C. (2007). Measuring the impact of tourism on economic growth. *Tourism Economics*, 13(3), 379–388. <https://doi.org/10.5367/000000007781497773>

Jordan, E. J., Vieira, J. C., Santos, C. M., & Huang, T.-Y. (2020). Do residents differentiate between the impacts of tourism, cruise tourism, and Airbnb tourism? *Journal of Sustainable Tourism*, 1–19. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1833894>

Késenne, S. (2005). Do we need an economic impact study or a cost-benefit analysis of a sports event? *European sport management quarterly*, 5(2), 133–142. <https://doi.org/10.1080/16184740500188789>

Khan, H., Seng, C. F., & Cheong, W. K. (1990). The social impact of tourism on Singapore. *Service Industries Journal*, 10(3), 541–548. <https://doi.org/10.1080/026420690000000057>

Lalicic, L., & Weismayer, C. (2017). The role of authenticity in airbnb experiences. En Springer International Publishing (Eds.), *Information and Communication Technologies in Tourism 2017* (pp. 781–794). https://doi.org/10.1007/978-3-319-51168-9_56

Lee, C.-K., & Taylor, T. (2005). Critical reflections on the economic impact assessment of a mega-event: the case of 2002 FIFA World Cup. *Tourism Management*, 26(4), 595–603. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2004.03.002>

Lessig, L. (2008). *Remix: Making art and commerce thrive in the hybrid economy*. New York: Penguin Press.

Levendis, J., & Dicle, M. F. (2016). The economic impact of airbnb on New Orleans. *SSRN Electronic Journal*, 54(5), 687–705. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2856770>

Liu, S. Q., & Mattila, A. S. (2017). Airbnb: Online targeted advertising, sense of power, and consumer decisions. *International Journal of Hospitality Management*, 60, 33-41. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2016.09.012>

- Martí Selva, M. L., & Puertas Medina, R. (2020). Impacto económico de la celebración de un evento deportivo: Campeonato del Mundo de MotoGP en Valencia. *Estudios de economía aplicada*, 30(2), 683. <https://doi.org/10.25115/eea.v30i2.3547>
- Matheson, V., & Baade, R. (2005). A Fall Classic? Assessing the Economic Impact of the World Series. *College of the Holy Cross, Department of Economics*.
- Mesías, J. P. M., & Gavilanes, R. V. (2014). Impacto económico de la fiesta de la fruta y de las flores de Ambato. *Analítika*, 8, 41–50.
- Ruan, Y. (2020). Perceived host-guest sociability similarity and participants' satisfaction: Perspectives of airbnb guests and hosts. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 45(7), 419–428. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2020.09.009>
- Rusu, S., 2011. Tourism Multiplier Effect. *Journal of Economics and Business Research*, 17(1), 70-76.
- Paulauskaite, D., Powell, R., Coca-Stefaniak, J. A., & Morrison, A. M. (2017). Living like a local: Authentic tourism experiences and the sharing economy. *International Journal of Tourism Research*, 19(6), 619–628. <https://doi.org/10.1002/jtr.2134>
- Petruzzi, M. A., Marques, G. S., do Carmo, M., & Correia, A. (2020). Airbnb and neighbourhoods: an exploratory study. *International Journal of Tourism Cities*, 6(1), 72–89. <https://doi.org/10.1108/ijtc-08-2019-0119>
- Poon, K. Y., & Huang, W.-J. (2017). Past experience, traveler personality and tripographics on intention to use Airbnb. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(9), 2425–2443. <https://doi.org/10.1108/ijchm-10-2016-0599>
- Quattrone, G., Proserpio, D., Quercia, D., Capra, L., & Musolesi, M. (2016). Who benefits from the “sharing” economy of airbnb? Recuperat 24 desembre 2021, de <http://arxiv.org/abs/1602.02238v1>
- Ravenelle, A. J. (2017). Sharing economy workers: selling, not sharing. *Cambridge Journal of Regions Economy and Society*, 10(2), 281–295. <https://doi.org/10.1093/CJRES/RSW043>
- Raya, J. M., Martínez-García, E., & Celma, D. (2018). Economic and social yield of investing in hiking tourism: the case of Berguedà, Spain. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 35(2), 148–161. <https://doi.org/10.1080/10548408.2017.1350252>

- Richards, S., Brown, L., & Dilettuso, A. (2019). The Airbnb phenomenon: the resident's perspective. *International Journal of Tourism Cities*, 6(1), 8–26. <https://doi.org/10.1108/ijtc-06-2019-0084>
- Richardson, L. (2015). Performing the sharing economy. *Geoforum; Journal of Physical, Human, and Regional Geosciences*, 67(4), 121–129. <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2015.11.004>
- Sales-Favà, J. (2019). Especialització turística, gentrificació i dinàmiques residencials en un entorn urbà madur. El cas de Barcelona. *Tesi doctoral. Universitat Autònoma de Barcelona*.
- Sánchez-Fernández, M. D., Álvarez-Bassi, D., & Ramon Cardona, J. (2018). Difficulties for enjoyment of public spaces by residents: Maldonado-Punta del Este conurbation. *International Journal of Tourism Cities*, 4(3), 391–407. <https://doi.org/10.1108/ijtc-11-2017-0069>
- Schor, J. (2014). Debating the sharing economy. *Journal of self-governance and management economics*, 4(3), 7-22. <https://doi.org/10.22381/jsme4320161>
- Serrano, L., Ariza-Montes, A., Nader, M., Sianes, A., & Law, R. (2021). Exploring preferences and sustainable attitudes of Airbnb green users in the review comments and ratings: a text mining approach. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(7), 1134–1152. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1838529>
- Sheppard, S., Udell, A., (2016). Do Airbnb Properties Affect House Prices? *Williams College Department of Economics, Williamstown, MA*. Recuperat 24 desembre 2021, de <https://econpapers.repec.org/paper/wilwileco/2016-03.htm>
- Shingleton, R. G. (1972). Stages, steamers, and stations in the ante-bellum South: A British view". *The Georgia Historical Quarterly*, 56(2), 243–258.
- Suess, C., Woosnam, K., Mody, M., Dogru, T., & Sirakaya Turk, E. (2021). Understanding how residents' emotional solidarity with Airbnb visitors influences perceptions of their impact on a community: The moderating role of prior experience staying at an Airbnb. *Journal of Travel Research*, 60(5), 1039–1060. <https://doi.org/10.1177/0047287520921234>
- Tohamy, S. and Swinscoe, A. (2000). The Economic Impact of Tourism in Egypt. *Egyptian Centre for Economic Studies, Cairo*.

- Tohmo, T. (2018). The economic impact of tourism in Central Finland: a regional input-output study. *Tourism Review*, 73(4), 521–547. <https://doi.org/10.1108/tr-04-2017-0080>
- Tussyadiah, I. P. (2016). Factors of satisfaction and intention to use peer-to-peer accommodation. *International Journal of Hospitality Management*, 55, 70–80. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2016.03.005>
- Tussyadiah, I. P. (2017). Technology and Behavioral Design in Tourism. En Springer International Publishing (Eds.), *Design science in Tourism* (pp.173-191). https://dx.doi.org/10.1007/978-3-319-42773-7_12
- Tussyadiah, I. P., & 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>
- Tussyadiah, I. P., & Pesonen, J. (2018). Drivers and barriers of peer-to-peer accommodation stay – an exploratory study with American and Finnish travellers. *Current issues in tourism*, 21(6), 703–720. <https://doi.org/10.1080/13683500.2016.1141180>
- Tyrrell, T. J., & Johnston, R. J. (2006). The economic impacts of tourism: A special issue. *Journal of Travel Research*, 45(1), 3–7. <https://doi.org/10.1177/0047287506288876>
- Wachsmuth, D., & Weisler, A. (2018). Airbnb and the rent gap: Gentrification through the sharing economy. *Environment & Planning A*, 50(6), 1147–1170. <https://doi.org/10.1177/0308518x18778038>
- Yeager, E. P., Boley, B. B., Woosnam, K. M., & Green, G. T. (2020). Modeling residents' attitudes toward short-term vacation rentals. *Journal of Travel Research*, 59(6), 955–974. <https://doi.org/10.1177/0047287519870255>
- Yrigoy, I. (2016). The impact of Airbnb in the urban arena: Towards a tourism-led gentrification? The case study of Palma old quarter. En M. Blazquez, M. Mir-Gual, M. Murray, & G. X. Pons (Eds.), *Turismo y Crisis. Turismo Colaborativo y Ecoturismo. XV Coloquio de Geografía del Turismo, el Ocio y la Recreación de la AGE. Mon. Soc. Hist. Nat. Balears*, 23, (pp. 281–289).

- Zervas, G., Proserpio, D., & Byers, J. W. (2017). The rise of the sharing economy: Estimating the impact of Airbnb on the hotel industry. *JMR, Journal of Marketing Research*, 54(5), 687–705. <https://doi.org/10.1509/jmr.15.0204>
- Zhang, T. C., Gu, H., & Jahromi, M. F. (2019). What makes the sharing economy successful? An empirical examination of competitive customer value propositions. *Computers in Human Behavior*, 95, 275–283. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.03.019>
- Zhou, D., Yanagida, J. F., Chakravorty, U., & Leung, P. (1997). Estimating economic impacts from tourism. *Annals of Tourism Research*, 24(1), 76–89. [https://doi.org/10.1016/s0160-7383\(96\)00035-7](https://doi.org/10.1016/s0160-7383(96)00035-7)