

Quins són els components del preu dels apartaments? Airbnb vs Apartur.

Nom de l'estudiant: Marta Torres Perramon

Nom del tutor/a: Josep Maria Raya

17/06/2016

MEMÒRIA DEL TREBALL FINAL DE GRAU

Curs: 2015-2016

Quins són els components del preu dels apartaments? Airbnb vs Apartur.

INDEX

Resum	4
Introducció	5
1. Antecedents i Marc teòric.....	7
2. Els apartaments turístics	9
3. Objectius i hipòtesis del treball.....	10
4. Metodologia del treball	11
5. Resultats	12
Conclusions	16
Valoració i agraïments	18
Referències Bibliogràfiques	19

Resum

L'objectiu d'aquest projecte és, comparar els preus de dues empreses (Airbnb i Apartur) que ofereixen un mateix producte com són els apartaments turístics a través d'una base de dades d'un total de 673 apartaments, feta a partir del preu, les característiques i la localització d'aquests. Podem dir que hi ha una diferència de preu entre les dues empreses, en la setmana en la que s'ha celebrat la Zurich Marató de Barcelona 2016 i que el preu ofert és superior en el cas d'Apartur.

Resumen

El objetivo de este proyecto es comparar los precios de dos empresas (Airbnb i Apartur) que ofrecen el mismo producto, como son los apartamentos turísticos a través de una base de datos con un total de 673 apartamentos, realizada a partir del precio, las características y la localización de estos. Podemos decir que hay una diferencia de precio entre las dos empresas en la semana que se ha celebrado la Zurich Marató de Barcelona 2016 y que el precio ofrecido es superior en el caso de Apartur.

Abstract

The objective of this project is to compare the prices of two important companies (Airbnb i Apartur) that offer the same product such as touristic apartments by creating a database with 673 apartments from their price, their characteristics and location. We can say that there's a price difference between both companies during the Barcelona Zurich Marathon '16 and the the price offered is higher in the case of Apartur.

INTRODUCCIÓ

El sector turístic ha esdevingut una activitat molt important dins la nostra societat. El pes de l'activitat turística a Espanya, mesurat a través de la demanda final turística, se situa en el 10,9% del Producte Interior Brut en 2012, segons l'última Compte Satèl·lit del Turisme d'Espanya. L'ocupació de les branques turístiques supera els 2,1 milions de persones i representa el 11,9% de l'ocupació total¹. Més concretament Catalunya, fa uns anys que s'està convertint en un territori plenament turístic i un referent mundial d'aquest sector. Amb una aportació d'aproximadament un 12% del PIB², el turisme és una de les principals fonts de riquesa de Catalunya i, així ho demostren, no tan sols la gran quantitat de productes i atractius que ofereix aquesta territori, sinó també el creixent nombre de turistes que any rere any la visiten. En aquest sentit, el turisme resulta fonamental en el creixement econòmic, social i cultural de Catalunya, amb importants aportacions en termes d'ingressos i de generació de llocs de treball. Tanmateix, en el moment actual, la realitat turística és molt canviant i les transformacions es produeixen a gran velocitat, el turisme està dins d'un entorn de gran competència, i això és degut a que el sector turístic és un sector cada cop més important per el nostre territori i que necessita actualitzar-se i millorar contínuament.

Catalunya va tancar l'any 2015 amb més de 17 milions de turistes estrangers, un 3,7% més que l'any anterior i que han generat una despesa de 15.625 milions d'euros (un 3,4% més que l'any anterior, que la despesa va ser de 15.113,70 milions d'euros)³. En els últims anys, la ciutat comtal ha viscut un creixement de les visites, però és realment difícil comptabilitzar l'impacte d'aquest ja que igual que altres grans ciutats europees, amb l'aparició d'altres formes d'allotjament diferents de l'hotel és notori, com seria el cas dels apartaments turístics basats en l'economia col·laborativa.

Pel que fa als habitatges d'ús turístic, en només cinc anys, entre el 2010 i el 2015, amb l'aprovació l'any 2011 de la Llei Omnibus que simplifica els criteris per a l'inici de l'activitat amb el règim de comunicació, fins a la suspensió de llicències que va tenir lloc el mes d'octubre del 2014, Barcelona va multiplicar per quatre el nombre de pisos turístics, de 2.349 a més de 9.000 llicències, mentre que en aquest mateix període, el nombre de pernотacions totals va créixer el 14,5%.⁴ A més de Ciutat Vella amb un Pla d'usos vigent des del 2005, els districtes de l'Eixample, Sant Martí, Sants-Montjuïc i Gràcia concentren la part més important d'aquesta oferta d'allotjament, amb una dinàmica de concentració territorial que coincideix amb la planta hotelera.⁵

L'objectiu és saber quins són els determinants dels preus dels apartaments turístics i si aquests son diferents a Airbnb, un mercat basat en l'economia col·laborativa, respecte als apartaments oferts a Apartur.

Aquest, és un tema que des del primer moment m'ha cridat l'atenció ja que em dona la possibilitat de conèixer veritablement el sistema que utilitzen aquestes empreses alhora de marcar els preus dels apartaments turístics que anuncien, i saber en funció de quins components (localització, m2, habitacions...) puja o baixa al preu d'aquest tipus d'allotjaments. Els turistes que pernотen en aquest tipus d'allotjaments representant un 14% del total que venen Espanya i que durant l'any 2014 van generar un impacte de 2.685.219.930€⁶ entre allotjament i despeses del viatge.

Hi ha hagut dos motivacions principals les quals m'han portat a decidir realitzar aquest projecte: La primera es que jo visc a la ciutat de Barcelona i cada cop veig que hi han més apartaments

¹ Instituto Nacional de Estadística

² Idescat, Frontur i Egatur.

³ Departament d'Empresa i Coneixement (2016) Generalitat de Catalunya

⁴ Márquez. C (2016) Guerra global a los pisos turísticos ilegales en Barcelona; El Periodico.

⁵ Comissió d'Economia i Hisenda (2015) Informe Activitat Turística; Ajuntament de Barcelona.

⁶ ESADE (2015) Impacto social y económico de las viviendas de uso turístico en España, Informe Resultados Junio.

turístics a la ciutat, i que la demanda que fan els turistes d'aquests va en augment. Aquest fet, m'ha conduït a interessar-me per aquest tipus d'establiments, i poder saber de primera mà els criteris d'elecció que utilitzen als turistes al escollir un apartament.

En segon lloc, m'agradaria investigar aquest tema, ja que la meua família posseeix un edifici al centre d'aquesta ciutat i hi ha la possibilitat que en un futur, es transformi en apartaments turístics. Així doncs, amb aquest projecte podria saber els preus ens els quals es mouen els apartaments turístics no tan sols en aquell barri, sinó en tota la ciutat de Barcelona.

Per tant, parlem d'un tema actual, acotat i que està definit en un espai concret, com es la ciutat de Barcelona. Crec que aquest projecte em donarà la possibilitat de conèixer millor el sistema de preus utilitzat per aquestes grans empreses, que cada cop més estan posicionant-se en el sector turístic com una alternativa als hotels.

El meu projecte seguirà una estructura determinada: en primer lloc parlaré dels antecedents i del marc teòric, posteriorment introduiré el tema dels apartaments turístics per després parlar sobre els objectius i la metodologia que utilitzaré per realitzar el projecte. Finalment exposaré els resultats obtinguts i les conclusions que he extret a partir d'aquests.

1. ANTECEDENTS I MARC TEÓRIC

Existeixen molts autors que al llarg del temps han utilitzat el model de preus hedònics al sector turístic, no tan sols del sector hotelier, sinó també dels apartaments turístics, que cada cop estan agafant més força⁷.

El preu de qualsevol bé heterogeni ve directament determinat per les seves qualitats. Això fa que el mètode de preus hedònics cada cop s'utilitzi més, ja que parteix de la situació en la qual el preu d'un bé es pot descomposar en el preu de les seves característiques i atributs. La primera aplicació d'aquest tipus de metodologia al mercat dels allotjaments la trobem en els treballs de Ridker & Henning (1967) que van aportar una evidència empírica de com afectava la pol·lució al preu de la vivenda. Posteriorment Shervin Rosen (1974) va proporcionar un tractament unificat del model teòric dels mercats implícits subjacents al mètode de preus hedònics.

En concret, a Espanya, pel que fa al preu de l'habitatge, destaquen les aportacions de: Bilbao Terol (2000) a Astúries, Bover i Velilla (2001) a Madrid, Aguiló Segura (2002) a les Illes Balears i Bengochea Morancho (2003) a Castelló. Aquestes aportacions posen en evidència, tot i que el model no està exempt de limitacions, la utilitat de la metodologia hedònica per identificar els factors determinants del preu d'un immoble i per a la quantificació dels mateixos.

El mètode de preus hedònics permet identificar la importància relativa de cada atribut o característica en el valor assignat pel mercat a un bé, i saber exactament el valor que té cada cosa, en aquest cas, un allotjament.

Pel que fa Espinet et al. (2003) dins del seu article s'estudia l'efecte sobre els preus de les diferents característiques o atributs d'un hotel de vacances en el segment de sol i platja. Tals atributs inclouen en aquest cas la ciutat en què es troba l'hotel, categoria d'estrelles, la mida i els serveis disponibles per als hostes. L'estudi revela enormes diferències de preus entre els hotels de 4 estrelles i la resta, juntament amb pràcticament cap diferència entre d'1 estrella 2 estrelles. Altres atributs explicats, amb un efecte significatiu, són la distància del allotjament fins la platja i la disponibilitat de plaça d'aparcament. L'efecte dels atributs sobre els preus pot ser analitzat sota diferents models de preus. En el segment de sol i platja, segons Espinet (1999) els hotels solen negociar els preus amb els operadors turístics en funció de la demanda observada durant els anys anteriors.

Més concretament en el cas dels hotels i els apartaments turístics Juaneda et al. (2011) fan un anàlisi de preus hedònics a diverses zones costaneres de Catalunya, com per exemple la Costa Brava per els preus oferts els hotels, i els preus dels apartaments, i la variació que tenen aquests depenent del component que triïn: localització o el temps.

Saló et al. (2012) exposa la importància d'un component clau com l'estacionalitat alhora de ficar un preu a un apartament turístic o un hotel. Aquest preu depent de diversos factors com per exemple les característiques d'aquest tipus d'allotjament o la localització d'aquest. Explica més específicament el cas de la Costa Brava i fa una comparació entre l'estacionalitat que tenen els apartaments turístics i la dels hotels, tenint en compte dos components clau com són els serveis i la qualitat de les instal·lacions. Els resultats mostren que els preus per al lloguer de segona residència mostren un patró estacional més suau que els hotels, a causa de la reducció de les diferències de preu entre Maig i Octubre i els períodes punta com per exemple el mes d'Agost.

D'altra banda, A. Kaplan & L. Nadler (2015) ens parlen també sobre els apartaments turístics, més concretament del cas d'Airbnb, i de com aquesta plataforma és un clar exemple del que s'en diu economia col·laborativa. Analitzen algunes de les qüestions específiques que s'han enfrontat Airbnb, amb un enfocament particular a la ciutat de Nova York, un dels seus

⁷ Tots els articles, s'han trobat mitjançant l'eina Google Scholar.

mercats més importants. Dins la primera part, descriuen l'impacte que ha tingut Airbnb a les comunitats locals, seguidament es centren en el règim jurídic en què opera Airbnb i per últim parlen sobre les dades que els hi va proporcionar la fiscal general de Nova York, que va buscar l'accés a les dades d'usuari de la companyia per tal d'investigar els possibles hotels il·legals que operen a Nova York.

No hi ha cap treball que hagi realitzat un anàlisi de preus hedònics comparant els preus dels components dels apartaments turístics en funció de si la plataforma és tradicional, com és el cas d'Apartur, o de *sharing economy* com és el cas d'Airbnb. Així mateix, dintre dels components dels quals s'ha parlat, no s'ha treballat mai amb la importància d'un esdeveniment en un moment concret.

2. ELS APARTAMENTS TURÍSTICS

Actualment, dins de la ciutat de Barcelona ha hagut un fort increment dels preus als hotels, més concretament entre un 12% i un 13% respecte l'any 2014⁸, això es degut a que la demanda ha augmentat considerablement. Aquest augment ha fet promoure l'obertura de més allotjaments turístics, ja que es converteix en una opció molt més econòmica per allotjar-se a la pròpia ciutat. Això fa que un resident d'una ciutat com Barcelona, pot llogar la seva propietat, a través d'una plataforma com Airbnb, oferts per propietaris o Apartur on els apartaments estan oferts per professionals, ja que aquests els ofereixen a un preu més baix que el d'una habitació d'hotel.

2.1. Airbnb

Airbnb, creat l'any 2008, és un mercat comunitari basat en la confiança en què la gent publica, descobreix i reserva allotjaments únics a tot el món, Ara mateix aquesta empresa compta amb més de 2.000.000 anuncis a tot el món, en unes 34.000 ciutats diferents, i en 190 països diferents.⁹ Això és gràcies a la seva plataforma que es basa en el que avui s'anomena economia col·laborativa, i que permet a tota aquella gent que disposi d'una habitació o vulgui llogar el seu apartament/casa en un moment determinat ho pugui fer. L'origen d'aquesta està en l'aparició de procediments per ajustar oferta i demanda de manera àgil i senzilla, en aquest cas, en forma de plataforma online on poder llogar el teu habitatge. Aquesta aporta un valor afegit, ja que no tan sols el propi propietari de la casa la pot arrendar, sinó que els propis consumidors poden valorar el servei rebut amb avaluacions, i d'aquesta manera crear un valor afegit en el servei. Hi ha un total de 14.855 anuncis a la web d'Airbnb, dins de la ciutat de Barcelona¹⁰ Aquesta xifra es pot desglossar en tres tipus d'allotjaments oferts: 7.871 apartaments sencers que signifiquen un 53% del total, 6.828 habitacions privades, que signifiquen un 46% del total, i finalment 156 habitacions compartides, que tan sols signifiquen un 1,1% del total¹¹. Durant l'any 2015 Airbnb va generar un impacte de 750 milions d'euros a la ciutat de Barcelona¹².

2.2. Apartur

L'Associació d'Apartaments Turístics de Barcelona és l'associació que representa aquest sector en la província de Barcelona. L'Associació es va constituir el 15 de novembre de 2004 amb la voluntat d'articular el sector al voltant d'uns objectius comuns, donant veu i vot a totes les empreses, i servir d'interlocutor a les administracions i d'altres institucions públiques i privades. És a dir, es tracta d'una plataforma tan sols per a professionals, ja que un particular que llogui casa seva no pot formar part d'aquesta.

L'associació està formada per agències de lloguer d'habitatges d'ús turístic i propietaris d'apartaments que treballen dia a dia per oferir els millors serveis als seus clients, sempre sota criteris de qualitat i respecte a l'entorn on desenvolupen la seva activitat. El que fan és millorar la qualitat dels serveis dels apartaments turístics i assegurar la seva integració i coordinació amb la resta del sector turístic i els poders públics d'una ciutat com Barcelona. L'associació agrupa més de 130 empreses¹³, fet que representa la major oferta legalitzada d'apartaments de la província de Barcelona. L'any 2014 hi va haver un total de 1.775.322 pernотacions en apartaments turístics dins de Catalunya¹⁴

⁸ La Vanguardia,(2015)“Los precios de los hoteles de Barcelona suben hasta un 13% este año”

⁹ www.airbnb.es

¹⁰ www.insideairbnb.com

¹¹ www.insideairbnb.com

¹² Hosteltur – www.hosteltur.com

¹³ www.apartur.com

¹⁴ Instituto Nacional de Estadística.

3. OBJECTIUS I HIPÒTESIS DEL TREBALL

El meu projecte de recerca científica té com a objectiu, comparar els preus de dos empreses que ofereixen un mateix producte (apartaments turístics) basant-nos en components com la localització d'aquests, o l'existència d'esdeveniments turístics a la zona. A partir d'aquest objectiu vull respondre a les preguntes amb les que es basa el meu treball:

- Ofereix Airbnb un preu més ajustat en front Apartur?
- Varia molt el preu, d'una empresa a una altra, dels apartaments turístics segons el component que estiguem estudiant (preu, localització...)

Per poder obtenir aquest objectiu, i poder crear una base de dades amb aquesta comparació, he definit una hipòtesi general:

- **HG:** Els apartaments turístics Airbnb ofereixen un preu ajustat per la qualitat menor que els oferts per Apartur.

Com ha hipòtesis específiques he definit dues:

- **H1:** El component del preu relatiu a les característiques dels apartaments és major en els apartaments de Apartur que els d'Airbnb
- **H2:** El component de localització es major que en els apartaments d'Apartur que els d'Airbnb.

Aquestes em donaran la possibilitat de poder saber quin és l'equilibri que hi ha actualment entre dues empreses d'apartaments turístics en una ciutat on el turisme és molt important, i la manera com afecten alguns components com la localització o els esdeveniments turístics a la ciutat, en el preu d'aquest tipus d'allotjaments

4. METODOLOGIA DEL TREBALL

Per poder dur a terme la realització del meu projecte, el que descriure és la metodologia i els mètodes d'anàlisi als que recorreré per poder contrastar les 3 hipòtesis amb les quals es basa el meu treball.

- HG: Els apartaments turístics Airbnb ofereixen un preu ajustat per la qualitat menor que els oferts per Apartur.
- H1: El component del preu relatiu a les característiques dels apartaments és major en els apartaments d' Apartur que els d'Airbnb.
- H2: El component de localització és major que en els apartaments d' Apartur que els d'Airbnb)

El meu treball es basarà en crear dues bases de dades diferents. Aproximadament seran 800 apartaments (400 d'Airbnb i 276 d' Apartur) que s'ofereixen per el cap de setmana de 12 i 13 de Març de 2016, coincidint amb l'esdeveniment de la Zurich Marató de Barcelona.

Tant la base de dades d'Airbnb com la d' Apartur contenen la següent informació. Variants:

- Preu
- Tipus d'allotjament
- Preu Base
- Mínim d'estada
- Capacitat de Persones
- Numero d'habitacions
- Preu cap de setmana Zurich Marató

Un cop acabada la base de dades, realitzaré una estadística descriptiva i un test d'hipòtesi individuals per acabar estimant un model de preus hedònics ja que aquest tipus de metodologia em permet saber tots els atributs d'un bé que expliquen el seu preu.

Taula 1: Definició d'hipòtesis

Hipòtesis	Metodologia
Els apartaments turístics Airbnb ofereixen un preu ajustat per la qualitat menor que els oferts per Apartur.	Recollida de dades. Estimació model de regressió.
El component del preu relatiu a les característiques dels apartaments és major en els apartaments d' Apartur que els d'Airbnb	Comparació de les característiques relatives al preu entre Apartur i Airbnb
El component de localització d'Airbnb és major que en els apartaments d' Apartur.	Comparació del component de localització en els apartaments turístics entre Apartur i Airbnb

RESULTATS

La meua mostra ha estat creada a partir de dues bases de dades.

En el cas d'Airbnb, he extret les dades de la web (www.insideairbnb.com) i a partir de la descàrrega del fitxer he realitzat la taula. En aquest moment he agafat les dades que necessitava, com són les variables en les quals es basa el meu treball (preu, persones, barri, habitacions i localització).

En el cas d'Apartur, he hagut de fer una cerca dins de la mateixa web de la associació, on he anat buscant apartaments que estaven disponibles al cap de setmana de la Zurich Marato, i els quals disposaven de tota la informació de les variables estudiades per posteriorment crear a taula.

Finalment he fusionat les dues bases de dades, creant una de nova, amb tota la informació necessària per el posterior anàlisis.

5.1 Estadística Descriptiva

En aquest primer apartat he realitzat una estadística descriptiva.

Taula 2: Estadística descriptiva de les variables.

Variable	Mean	StDev	Minimum	Maximum
Habitacions	1,89747	0,83802	0,00000	5,00000
Persones	4,32392	1,68032	1,00000	12,0000
Preu ZURICH MARATO	151,135	92,548	25,000	1200,00
Airbnb VS Apartur	1,40565	0,49138	1,00000	2,00000

Font: Elaboració pròpia

Aquesta primera taula ens mostra que el numero promig d'habitacions està a prop de 2. És a dir, la mitjana d'habitacions per apartament és de dues habitacions. Pel que fa al preu podem dir que el preu mig de la nit per el cap de setmana de la Zurich Marato es de 151,13€.

Pel que fa als apartaments, es pot veure com un 60% dels apartaments de la base de dades pertanyen a Airbnb i el 40% restant a l'associació Apartur.

Taula 3: Taula de freqüències del barri

Barri	Count	Percent
Ciutat Vella	127	18,8707 %
Eixample	228	33,8782 %
Gracia	109	16,1961 %
Horta-Guinardí_	13	1,9316%
Altres	19	2,8232%
Sant Martí	62	9,2125%
Sants-Montjuïc	72	10,6984 %
Sarria-Sant Gervasi	43	6,3893%
N=	673	

Font: Elaboració pròpia

La següent figura, és una taula de distribució de freqüències que s'ha fet a partir de la variable barri. Aquesta ens mostra varis resultats. En el primer cas *Count* representa la freqüència absoluta. Per exemple, en el meu cas, el barri que més apartaments turístics hi ha es el barri de l'Eixample amb uns 228 apartaments, seguit per Ciutat Vella amb 127 apartaments. Seguidament *Percent* representa la freqüència relativa percentual. Per exemple, tan sols el 16,19 % dels apartaments estan situats al barri de Gràcia.

5.2 Test estadístics

En aquest segon apartat, he realitzat els tests estadístics que em permetran saber si les dades que he obtingut són estadísticament significatives.

Taula 4: Contrast de diferència de les variables.

Preu	N	Mean	T-Value	P-Value
1 - Airbnb	400	140,533		
2 - Apartur	273	166,670		
Diferencia		-26,138	-3,98	<0,0001

Font: Elaboració pròpia

El numero 1 indica aquells apartaments que formen part d'Airbnb, amb un total de 400 apartaments. En canvi, el numero 2, indica aquells apartaments que formen part d'Apartur, en aquest cas 273.

El preu que ofereix Airbnb per la nit del cap de setmana de la Zurich Marató és de 140,53€, mentre que el preu ofert per Apartur és de 166,76€ la nit. Hi ha una diferència estimada de 26,13€ per nit entre una i l'altre. Així doncs es pot afirmar que les mitjanes dels preus són estadísticament significatives, degut a que el p-valor es inferior a 0,0001. En aquest cas rebutjaríem la hipòtesis nul·la i confluïríem dient que els preus són diferents.

5.3 Model de regressió

En el model de regressió veurem la importància de les altres variables, ja que ens permetrà saber si els resultats són estadísticament significatius degut a les altres variables estudiades, que no siguin el preu.

Taula 5: Anàlisi de regressió

Term	Coef	SE Coef	T-Value	P-Value
Constant	19,91	19,67	1,01	0,3118
Habitacions	18,592	5,504	3,38	0,0008
Persones	14,738	2,734	5,39	<0,0001
Airbnb VS Apartur	24,990	6,645	3,76	0,0002
Barri_Ciutat Vella	-19,52	14,67	-1,33	0,1839
Barri_Eixample	25,47	13,66	1,86	0,0626
Barri_Gracia	1,07	14,66	0,07	0,9419
Barri_Horta-Guinardí_	-0,44	26,09	-0,02	0,9866
Barri_Altres	-33,27	22,66	-1,47	0,1425
Barri_Sant Martí	-28,31	16,38	-1,73	0,0843
Barri_Sants-Montjuïc	-41,81	15,71	-2,66	0,0080
R ²	25,01%			

Font: Elaboració pròpia

Pel que fa el component d'habitacions, veiem que per cada habitació més dins d'un apartament, el preu augmentaria en 18,59€. Segons la capacitat que té cada apartament, podem dir que per cada persona de més el preu augmentaria en 14,73€.

Si ens centrem en el component de localització, i agafant com a referent el barri de Sarria-St Gervasi veiem que el barri de l'Eixample un apartament val 25€ més per nit. En canvi, barris com Sant Martí o Sants valen 28€ i 41€ menys respecte el barri referent.

En el concepte Airbnb VS Apartur veiem el preu que ens costaria passar d'una empresa a una altre. En el meu cas, passar un apartament d'Apartur a Airbnb augmentaria el preu en 25€.

Per últim, la R-sq ens mostra que tenint en compte aquestes variables, puc explicar un 25% de la informació del preu.

5.4 Models de regressió pels components del preu

Taula 6: Anàlisi de regressió pels components del preu.

	Airbnb	Apartur	Airbnb	Apartur
Característiques				
Persones			13,896	12,732
Habitacions			5,850	14,676
Barri				
Barri_Ciutat Vella	18,25	-101,26		
Barri_Eixample	60,94	-41,92		
Barri_Gracia	11,15	-35,37		
Barri_Horta-Guinardí_	15,45	-		
Barri_Altres	-18,48	57,24		
Barri_Sant Martí	-16,06	-76,61		
Barri_Sants-Montjuïc	-12,61	-87,86		
R²	7,86%	22,65%	15,46%	22,43%

Font: Elaboració pròpia

Aquesta última taula ens presenta els resultats obtinguts al estudiar les nostres variables a partir del preu. Així doncs, fixant-nos en la variable barri o en la variable de les característiques dels apartaments en tots dos casos és major en l'associació d'Apartur. La qual cosa fa que en el cas d'Apartur la variable de barri explica un 22,65% del preu, i en el cas de les característiques explica un 22,43%.

CONCLUSIONS

A l'inici d'aquest treball, em plantejava tres hipòtesis. La hipòtesis general era "Els apartaments turístics Airbnb ofereixen un preu ajustat per la qualitat menor que els oferts per Apartur". Després de realitzar aquest projecte, puc afirmar que aquesta hipòtesis es compleix ja que a partir del model de regressió he obtingut els preus per cada empresa, i el d'Airbnb és menor que l'ofert per Apartur, exactament 26,13€ menys.

Pel que fa a les dues hipòtesis específiques, un cop estudiades totes les variables que inclou aquest projecte, he pogut determinar que la primera hipòtesis "El component del preu relatiu a les característiques dels apartaments és major en els apartaments d' Apartur que els d'Airbnb" és compleix, ja que els resultats obtinguts en el cas d'Airbnb en el moment d'estudiar les característiques dels apartaments, són resultats menors als obtinguts per Apartur.

Pel que fa la segona hipòtesis "El component de localització d'Airbnb es major que en els apartaments d'Apartur." podem dir que queda anul.lada ja que amb el component de localització dels apartaments d'Airbnb s'explica menys el preu, és a dir, és menor que els d'Apartur.

A partir d'aquí es podria parlar de que actualment l'empresa Airbnb fomenta la competència utilitzant uns preus més baixos, però per altre banda, la gent pot arribar a pensar que Airbnb pot ajustar més els preus degut a que no paga taxes i el servei que ofereix no és del tot legal. En aquest cas els apartaments oferts Airbnb no s'inspeccionen i la gent que els ofereix no paga impostos. Així doncs, Apartur al no poder competir amb preus més baixos, hauria de centrar-se amb un tipus de client que pogués pagar més però per un motiu, com per exemple donar un servei més especialitzat o un servei de més qualitat. Això es podria dur a terme a través de la millora del servei o amb la optimització de la seva pagina web.

Finalment, per a futures recerques el que faria seria comparar els preus oferts per aquestes dues empreses en un esdeveniment com la Zurich Marató *versus* un esdeveniment com es el Mobile World Congress. Aquesta comparació ens permetria saber si realment en tots els esdeveniments de la ciutat, aquestes empreses ofereixen el mateix preu o si el MWC al ser un esdeveniment mundial incrementen els preus.

Una altre de les possibles recerques seria fer aquest mateix anàlisi però partint d'una altre ciutat Europea o fins i tot d'una ciutat com Nova York, que és un dels punts clau del sector dels apartaments turístics. També es podria fer un anàlisi com aquest però en altres destinacions com en llocs de turisme de sol i platja, o ciutats on el turisme cultural és un tipus de turisme clau.

VALORACIÓ I AGRAÏMENTS

Voldria agrair a diverses persones l'ajuda que m'han prestat en la realització d'aquest projecte de final de grau. Entre elles, i en primer lloc, els meus pares i a la meva germana que m'han animat amb les seves paraules i m'han ajudat en tot el que han pogut.

En segon i últim lloc, però no menys important, al meu tutor Josep Maria Raya el qual en tot moment m'ha animat i ajudat en tot el que he necessitat. Donar-li les gràcies pels seus consells ja que han fet que aquest projecte tiri endavant i hagi estat possible

Des d'aquí, gràcies a tots, sense vosaltres no ho hagués aconseguit.

6 REFERENCIES BIBLIOGRAFiques

Ajuntament de Barcelona, *Comissió d'Economia i Hisenda*, Informe Activitat Turística. Disponible a <
http://static.hosteltur.com/web/uploads/2015/11/informe_actividad_turystica_en_Barcelona_2015.pdf> (2015) [Consulta 29 de Febrer de 2016].

ESPINET, J.M.; SAEZ, M.; COENDERS, G i FLUVIÀ, M ; (2003). Effect on prices of the attributes of holiday hotels: a hedonic prices approach. *Tourism Economics* ; 9(2) 2-12

El País (2015) “España recibe 47,2 millones de turistas hasta agosto, un nuevo récord”

Generalitat de Catalunya . Dossier de premsa. Disponible a: < http://act.gencat.cat/wp-content/uploads/2014/03/DOSSIER-PREMSA_2014.pdf > (2014) [Consulta 10 de Febrer de 2016].

Generalitat de Catalunya, *Departament d'Empresa i Coneixement* . Disponible a: <http://premsa.gencat.cat/pres_fsvp/docs/2016/01/20/17/59/4112d17f-20f1-4ff0-b66e-5d1498f431c5.pdf> (2016) [Consulta 29 de Febrer de 2016].

Instituto Nacional de Estadística (2013) Nota de premsa. Cuenta Satélite del Turismo de España, serie 2008–2012 .

Instituto Nacional de Estadística (2014) Nota de premsa. Encuestas de ocupación en alojamientos turísticos extrahoteleros .

JUANEDA, C.; RAYA, J.M i SASTRE, J ; (2011). Pricing the time and location of a stay at a hotel or apartment.. *Tourism Economics* ; 17(2), 321-338.

LEVER, G. El método de precios hedónicos (2015). p.2-6.

La Vanguardia (2015) “Los precios de los hoteles de Barcelona suben hasta un 13% este año”

M^o CARIDAD, J.; NUÑEZ, J .M i CEULAR, N ; (2008). Metodología de precios hedónicos vs. Redes Neuronales Artificiales como alternativas a la valoración de inmuebles, p.27-42

MÁRQUEZ, C.; (2016) Guerra global a los pisos turísticos ilegales en Barcelona. *El Periodico*

ROMÁN, A.; (2015). Las viviendas particulares dedicadas a la actividad de alojamiento turístico. Su exclusión de la ley de arrendamientos urbanos. *Revista Internacional de Doctrina y Jurisprudencia*. 1-24 ; ISSN 2255-1824

ROBERTA A. KAPLAN i MICHAEL L. NADLER; (2015). Airbnb: A Case Study in Occupancy Regulation and Taxation. *The University of Chicago Law Review*.

SALÓ, A.; GARRIGA, A.; RIGALL-I-TORRNET, R.; VILA, M i SAYERAS, J ; (2012). Differences in seasonal price patterns among second home rentals and hotels: empirical evidence and practical implications. *Tourism Economics* ; 18(4), 731–747

VILLAVICENCIO, J.; ROMERO, B i GONZALEZ, M.; Determinantes de los precios para la viviendas nuevas en el sector de Sambordondón: un análisis econométrico basado en la metodología hedónica.

Webgrafia

<http://insideairbnb.com>

<https://www.airbnb.es>

<http://apartur.com/ca/>