

Evolución y retos de los destinos turísticos airbnbificados: el caso de Barcelona

Evolution and challenges of airbnbified tourist destinations:
the case of Barcelona

Montserrat Crespi Vallbona 

mcrespi@ub.edu

Departamento de Empresa

Universitat de Barcelona (España)

Sofía Galeas Ortiz 

sofiagaleas@hotmail.com

Arquitecta

Universitat de Barcelona (España)

Resumen

Los destinos turísticos asumen el reto de mejorar su competitividad, generando valor añadido en su oferta. Los cambios urbanos que se suceden implican retos de convivencia entre los residentes y los visitantes. En este sentido, la cogobernanza entre los stakeholders es clave para el éxito de tales desafíos. Es este aspecto, el objetivo de análisis, centrándose en la irrupción de viviendas que han cambiado sus usos residenciales por turísticos, ante la proyección de la airbnbificación tanto en la ciudad de Barcelona como en los límites colindantes a esta. Metodológicamente, se recurre al análisis cualitativo de datos secundarios de la Generalitat de Catalunya, y del Ayuntamiento de Barcelona, así como de la plataforma InsideAirBnb; y también de los planes estratégicos de Barcelona y del Área Metropolitana de Barcelona (AMB). Este estudio exploratorio

permite observar cómo la expansión desmedida de la actividad turística en el territorio reclama una decidida cogobernanza entre ciudadanía y agentes involucrados, tanto públicos como privados; también la coordinación entre todas las entidades locales de los distintos municipios, pues el turismo sobrepasa las fronteras administrativas territoriales.

Palabras clave: vivienda turística; cogobernanza; sostenibilidad espacial; Nueva Agenda Urbana.

Abstract

Tourist destinations have the challenge to improve their competitiveness, generating added value to their supply. The urban changes that are taking place involve the challenges of coexistence among residents and visitors. In this sense, co-governance among stakeholders is key to the success of these defiances. This aspect is the objective of this analysis, focusing on the irruption of homes that have changed their residential uses for tourism, given the projection of airbnbification both in the city of Barcelona and in its adjoining limits. Methodologically, secondary data from the Generalitat de Catalunya and the Barcelona City Council are used in a qualitative analysis, as well as from the InsideAirbnb platform; and the strategic plans of Barcelona and the Barcelona Metropolitan Area (AMB). This exploratory study allows us to observe how the excessive expansion of tourist activity in the territory calls for a determined co-governance between citizens and agents involved, both public and private; also, the coordination between all the local entities of the different municipalities, since tourism exceeds the territorial administrative borders.

Key words: tourist housing; cogovernance; spatial sustainability; New Urban Agenda.

1 Introducción

El turismo interviene en la transformación urbana de las ciudades, principalmente en su expansión de alojamientos privados de uso turístico modificando las pautas residenciales y el valor de las viviendas (Harvey, 2007; Cocola, 2018; Jover & Díaz-Parra, 2020) así como el uso de suelo y su tejido comercial (Zukin et al., 2009; Cordero & Salinas, 2017). La transformación del uso de los inmuebles de residencial a turístico y su consecuente comercialización a través de plataformas digitales - fenómeno denominado por Richards (2016) como Airbnbificación, por ser Airbnb una de las plataformas más conocidas-; así como los cambios y desapariciones del tejido comercial (Carreras & Frago, 2022), es la tendencia que ilustra la denominada turistificación de los destinos urbanos (Lafant, 1994).

Cuando los límites geográficos y administrativos de las ciudades trascienden a las áreas urbanas funcionales (Feria Toribio, 2004), los procesos y transformaciones también incurren a esta escala supraurbana, puesto que el futuro de los destinos turísticos consolidados tiene su razón de ser en su geografía inmediata (Barrado, 2009; Mantero, 2010). Así, la “metropolitanización del turismo” no tiene freno y los efectos del turismo traspasan los límites funcionales de la urbe en su entorno periférico (Crespi-Vallbona, 2021), siendo la conectividad urbana del transporte público la clave que facilita esta expansión e interrelación (Crawford, 2005; Antón & González, 2005).

En este sentido, se precisa una gobernanza multinivel y compartida, que incluya distintas administraciones y municipios (Errichiello & Micera, 2021) para garantizar un desarrollo económico sostenible; esto es, que facilite la interacción e integración del visitante con el entorno, incrementando la calidad de su experiencia en el destino; y que vele por la mejora de la calidad de vida del residente (Boes et al., 2015).

El objetivo de este artículo es explorar cómo debería gestionarse un destino turístico maduro, a partir del estudio de la expansión de la capacidad de alojamiento de una ciudad, concretamente de las viviendas de uso turístico (VUT). Una turistificación de la ciudad que excede en sus límites geográficos administrativos y llega a otras áreas funcionales, como es el caso de estudio que se presenta: Barcelona, y el Área Metropolitana de Barcelona (AMB). Así, después de revisar la literatura científica referente a la gobernanza urbana y a la sostenibilidad espacial, se observa qué tipo y qué forma de crecimiento sigue la expansión del alojamiento en viviendas de uso turístico en la ciudad de Barcelona y por ende en sus límites metropolitanos. Seguidamente, se aúna en la proyección futura de esta expansión de viviendas turísticas y en cómo hacer frente a una gobernanza sostenible, teniendo en cuenta que los turistas actuales buscan la inmersión en la cultura y la cotidianeidad de la vida de los locales (Rubio-Ardaz, 2014; Crespi-Vallbona & Galeas, 2023); y que los residentes reclaman su arraigo y esencia comunitaria (Schelinger et al., 2023). El encaje de ambos intereses es el reto de los destinos consolidados y, por ende, de las políticas turísticas de los destinos comprometidos con la sostenibilidad. Y todo ello, sin obviar el necesario apoyo de los residentes, comerciantes y empresarios.

Metodológicamente, se analizan cualitativamente datos secundarios de la Generalitat de Catalunya, y del Ayuntamiento de Barcelona, así como de la plataforma InsideAirbnb. El Catálogo de Datasets, en formatos CSV y SHP, Open Data BCN, (Servicio de datos abiertos del Ayuntamiento de Barcelona), se procesa y depura en programas de SIG, para este caso Arcgis (Esri). También se revisan los documentos estratégicos de Barcelona y su AMB en cuanto a la planificación y gestión

del turismo. Así, este estudio completa y expande la investigación llevada a cabo por Gutiérrez et al. (2017) sobre los patrones de comportamiento de la ubicación de las viviendas de uso turístico en Barcelona, observando que no solo los atractivos patrimoniales son determinantes, sino también el transporte público. Además, su irradiación desde el epicentro histórico traspasa radialmente al resto de barrios de la ciudad y usurpa los límites geográficos de las áreas urbanas colindantes. Tal expansión y efectos adyacentes no disponen de una gestión de gobernanza supramunicipal que es imperativamente necesaria.

2 Gobernanza urbana y sostenibilidad espacial

La gobernanza urbana se refiere al proceso mediante el cual un gobierno y las partes interesadas deciden colectivamente cómo planificar, financiar y gestionar las áreas físicas delimitadas. El concepto de gobernanza reconoce que el poder existe dentro y fuera de las autoridades formales e instituciones administrativas, y que las decisiones se toman con base a las relaciones complejas entre muchos actores con diferentes prioridades (Pierre & Peters, 2000; Blanco & Gomá, 2006; Velasco González, 2013). Este enfoque aparece en los noventa como un paradigma de gestión ante las transformaciones de las ciudades contemporáneas. El aumento de responsabilidades del poder local y la complejidad de los problemas de las ciudades en asuntos tales como prestación de servicios públicos, desarrollo económico, movilidad, hábitat, urbanismo, turismo, entre otros, requieren el diagnóstico y solución desde múltiples perspectivas que involucran una variedad de actores y colectivos (Le Galès, 2002; Subirats, 2002). En este sentido, la gobernanza del espacio urbano implica coordinar y mejorar las relaciones entre los actores públicos y privados. Tal colaboración e interacción entre los múltiples actores facilita el intercambio de recursos y el acuerdo de intereses (Vázquez Ceballos, 2014), generando resultados y sinergias entre ellos. Ello precisa cambiar el foco desde la centralidad de la jerarquía al protagonismo de la coordinación horizontal; un modelo diferente de relaciones entre esferas, más cooperativo y colaborativo, en lugar de aquel en que cada esfera opera aisladamente, sin colaborar entre sí o en la que una domina a las otras (Hall, 2011). Además, este enfoque aspira a la participación real y democrática de la ciudadanía, para diseñar un proceso de coordinación social y de negociación no jerárquica, totalmente transversal, en el diseño y conformación de las políticas urbanas (Carimán, 2010; Crespi-Vallbona & López-Villanueva, 2023). En este sentido, la teoría de redes (Gulati, 1998; Powell, 1990) es la que parece más efectiva en la gestión de un destino puesto que este se constituye gracias a una red de relaciones entre diferentes actores que conforman el sistema de oferta turístico (Beaumont & Dredge, 2010; Bregoli & Del Chiappa, 2013; Scott et al., 2008). La

gobernanza de redes se basa en la mutua confianza, la interdependencia, diplomacia y acuerdo voluntario entre los diferentes participantes y sus respectivos intereses y propósitos (Provan & Kenis, 2007). Y, por tanto, una gobernanza de redes es participativa, orientada al consenso, responsable, transparente, receptiva, eficaz y eficiente, equitativa e inclusiva. Por otro lado, la gobernanza de redes aúna por la cooperación multinivel y mecanismos de integración vertical y horizontal. La gobernanza multinivel implica la coordinación vertical entre diferentes niveles de gobierno, como municipios, autoridades metropolitanas, gobiernos regionales y provinciales. También requiere una coordinación horizontal entre departamentos, autoridades y gobiernos sectoriales, así como actores no gubernamentales en el mismo nivel de gobernanza (Olaya Escobedo et al., 2021; Amore & Hall, 2016).

La sostenibilidad espacial se relaciona con la capacidad de las ciudades para planificar con éxito su mayor urbanización y crecimiento. Sin embargo, más allá de los descriptores del entorno construido, la sostenibilidad espacial trata fundamentalmente de personas y su acceso a servicios públicos, de bienestar económico y de calidad de vida (Wilson, 2006). Consecuentemente, la forma urbana y la sostenibilidad espacial son variables clave o motores de la productividad económica de las ciudades. La aglomeración de servicios, clientes, cadenas de suministro, centros de conocimiento y acceso a capital financiero pueden resultar en una mayor productividad y una mejor calidad de vida para sus residentes. En este sentido, Harvey (1973) definió la equidad espacial como dependiente de la accesibilidad o de la relativa facilidad de acceso a servicios importantes. Pitarch-Garrido (2015), a través de Naciones Unidas, afirma que la equidad espacial se mide según sea el acceso a la educación, la salud y los servicios sociales a través de transporte público. Así, la conectividad urbana no solo depende de la inversión en infraestructura y de la planificación de capital para los sistemas de transporte y del espacio público, sino también de la planificación del uso del suelo y la gestión de la densidad (Cervero, 2016). Cuando la planificación espacial no está orientada en torno a la conectividad tanto en términos de uso del suelo como de inversión en transporte, las ciudades ignoran su potencial desarrollo.

3 La expansión de la turistificación en los destinos consolidados

El turismo transforma las ciudades. En sus fases iniciales, embelleciendo y patrimonializando su conjunto histórico (MacLeod, 2011; Gómez, 2015), para convertirse en polo de atracción. Seguidamente, incrementando el volumen de alojamientos; también de los privados que modifican su valor residencial para convertirse en viviendas de uso turístico (Harvey, 2007; Cócola, 2018; Crespi-Vallbona & Domínguez-Pérez, 2021). Luego, se transforman al sustituir el tradicional tejido

comercial por nuevos establecimientos en favor de la gastronomía y el ocio (Zukin et al., 2009; Cordero & Salinas, 2017; López-Villanueva & Crespi-Vallbona, 2021). Esta hiperespecialización en los negocios turísticos es conocido como proceso de turistificación (Lanfant, 1994), excesivamente terciarizado y amplificado exponencialmente por la comercialización en línea de las plataformas digitales (Calle Vaquero et al., 2023). Estas plataformas siguen modelos de producción, consumo o financiación que se basan en la intermediación entre la oferta y la demanda generada en relaciones entre iguales (P2P o B2B), o bien de particular a profesional, con una orientación lucrativa por la prestación de un servicio. Así, por doquier proliferan los propietarios de viviendas que prefieren explotar y comercializar el uso turístico de esta, en vez del uso residencial. Diversos son los motivos, no obstante, destacan, por un lado, el lucro mayor cuando la vivienda tiene un uso turístico (Wachsmuth & Weisler, 2018) y, del otro, la demanda creciente de los turistas por este tipo de alojamiento (Richards, 2016).

Esta comercialización de las viviendas turísticas a través de plataformas, como Airbnb, Homeaway, etc. es un fenómeno denominado por Richards (2016) como Airbnbificación, por ser esta la primera plataforma que revolucionó el mercado turístico e inmobiliario. Arana García (2018, p. 8) destaca los efectos negativos de este fenómeno: problemas de competencia desleal con los operadores tradicionales; recelos desde la perspectiva fiscal, laboral y de consumidores; saturación del espacio urbano; deterioro del medio ambiente urbano; incremento de las necesidades de dotaciones, infraestructuras y servicios; y restricciones de acceso al mercado inmobiliario. En referencia a esta presión que ejerce el turismo en las viviendas residenciales, numerosos académicos han analizado las consecuencias del aumento de los precios de los inmuebles residenciales ante la escasez de oferta (Cocola-Gant, 2022; Salerno, 2022), afectando especialmente a los barrios turísticos particularmente del centro histórico (Ioannides et al., 2019; Stors & Kagermeier, 2013).

No en vano, los turistas buscan alojarse en estas viviendas para vivir experiencias turísticas “como un local” (Füller & Michel, 2014; Gravari-Barbas & Delaplace, 2015). Ello pone un especial énfasis en resaltar lo cotidiano, la vida diaria, lo genuino, lo particular, lo experiencial más que la visita contemplativa; destacando lo emocional y vivencial en una nueva mirada turística. La singularidad específica del lugar es codiciada por los turistas, que busca estilos de vida cosmopolitas y sensibilidades cultivadas relacionadas con la cultura (Stebbins, 1997; Miles, 2007), con la gastronomía y los espacios gourmet (Crespi-Vallbona & Dimitrovski, 2016), estilos musicales, compras en tiendas vintage, consumo de cervezas artesanales, etc. (Bridge & Dowling, 2001; Zukin, 2008; Ernst & Doucet, 2014). Es así como viejos espacios y constructos (patrimoniales o

no), ciertas costumbres o entornos de vida cotidiana, pasan a ser considerados como atractivos turísticos de marcada identidad local (Gómez Schettini & Zunino Singh, 2008). Junto a ellos, proliferan también aquellos consumidores que reclaman otras experiencias, silenciadas, anuladas de los discursos oficiales (Rubio-Ardanz, 2014). Esto es, apartadas de los centros “turistificados”, siendo áreas ordinarias, sin glamour o interés turístico oficial. En definitiva, espacios de extrema cotidianeidad residencial, ya que las viviendas turísticas comercializadas en Airbnb se dispersan a lo ancho de todos los barrios de la ciudad.

En este contexto, la capacidad y poder de la administración pública responsable del turismo permite regular, controlar e imponer límites a la actividad de las viviendas turísticas (Velasco González, 2016), lo que suele suponer pérdidas o menores ganancias para algunos grupos en este caso, los propietarios de las VUT, con o sin licencia. Las técnicas normativas son diversas: establecimiento de un régimen de inspección; incorporación de exigencias para desarrollar la actividad; zonificación del municipio y limitación del porcentaje de viviendas turísticas; obligación de mantener una distancia mínima entre viviendas turísticas, o limitación de su implantación al cumplimiento de parámetros urbanísticos (Aguirre i Font, 2021). No obstante, como comenta Aguirre i Font (2021, p. 39) “el derecho a una vivienda digna o el derecho a la ciudad (Gifreu, 2020, pp. 29-58) no deben ser obstáculo —ni pretexto— para impedir el correcto desarrollo de la libertad de prestación de servicios”. Así pues, la controversia constituye el eje central de los debates actuales alrededor de las viviendas de uso turístico en las ciudades turísticamente consolidadas.

4 Metodología

Este caso de estudio se centra en el poder de atracción de Barcelona que contribuye al incremento de las viviendas de uso turístico que se comercializan en las plataformas digitales. El objetivo es analizar qué tipo y qué forma de crecimiento sigue esta expansión del alojamiento ofertado en Airbnb en la ciudad de Barcelona, desde su centro histórico al resto de distritos urbanos e inclusive sobrepasando las fronteras físicas del municipio. A continuación, se muestra la proyección futura de esta expansión de viviendas turísticas, y atendiendo a los retos de la Nueva Agenda Urbana, se enfatiza en cómo Barcelona y sus municipios colindantes deberían hacer frente a la gestión y planificación de su área urbana para conseguir un destino turístico metropolitano sostenible; también para conseguir una gobernanza sostenible y equilibrada entre el derecho de los ciudadanos a vivir en sus barrios y el derecho de los turistas de visitarlos.

Metodológicamente, son analizados cualitativamente los datos secundarios de la Generalitat de Catalunya, y del Ayuntamiento de Barcelona, así como de la plataforma InsideAirbnb. Los datos de la plataforma InsideAirbnb se centran solo en el municipio de Barcelona, aunque permite observar como en las ciudades adyacentes su evolución es igualmente creciente. Los datos en formatos CSV y SHP se procesan y depuran en programas de SIG, concretamente el Arcgis (Esri). Específicamente, se utilizan las bases de datos de: alquileres 2014–2019, planos base del catastro (polígonos), registros en la plataforma Airbnb, hoteles, bibliotecas, mercados, hospitales, nodos de comunicación, etc. Una vez depurados los datos se realiza un análisis de la situación actual, elaborando mapas de calor para identificar las zonas de estudio. También se revisan los documentos estratégicos de Barcelona y del AMB en cuanto a la planificación y gestión del turismo.

Para el caso de las viviendas registradas en Airbnb, en total, se obtuvieron 19.897 que se obtuvieron el día 6 de noviembre del 2020 y que registra los datos desde el día 19 de septiembre del 2008 hasta el 3 de noviembre del 2020. Una vez extraídos los datos se verifican todos los campos que contiene esta base, como son: nombre de la edificación, descripción del espacio, barrio, nombre del hospedador, la fecha inicial de registro, descripción del inmueble, la longitud y la latitud. Estos dos últimos son los datos que nos permiten conformar las coordenadas y geolocalizar en el sistema de información georreferenciada, en este caso el software ArcGis de ESRI. Después de tener sistematizada la información, se realiza la depuración de los registros que no tienen información completa o están fuera del polígono de Barcelona, quedando un total de 19.888 registros. A continuación, se crea un campo denominado “AÑOS” en donde mediante una extracción de datos se logra un resumen de la cantidad de registros por años. Con esta información se realiza un mapa de calor para identificar la densidad, una capa por cada año con un color diferente, y esto nos permite visualizar donde están ubicados. Con esto se plantea encontrar si hay un patrón o una lógica de ubicación de estos registros; si hay una zona con mayor densidad y donde está localizada. Para obtener la densidad por barrios de una forma cuantitativa se realiza un procesamiento de abstracción de los puntos (registros de Airbnb) en cada barrio, en relación con el área urbana. Para obtener la superficie o área urbana se obtiene la capa del catastro de la Generalitat de Cataluña, se realiza un procesamiento en donde se extrae áreas verdes, vías de comunicación, industrias y toda zona que no sea residencial. Este cálculo permite obtener con mayor certeza el barrio que más impacto tiene con este tipo de alojamiento turístico. Esta metodología nos permite observar el comportamiento que siguen la ubicación de las viviendas de interés turístico, los atractivos patrimoniales y el transporte urbano.

Seguidamente, se procesan los datos obtenidos en Open Data Barcelona, en relación con el valor de los alquileres residenciales en metros cuadrados del año 2014 al año 2019, a fin de comprobar en qué medida se observa un incremento del coste de estos con relación al auge de los VUTs.

5 Caso de estudio

5.1 Contexto del turismo en Barcelona

El turismo en Barcelona tiene su momento de inflexión en la celebración de los Juegos Olímpicos de 1992, que sitúan la ciudad como destino para numerosos viajeros (de 1 732 902 turistas internacionales en 1990 a 9 472 562 en 2019). Nace así su marca, consolidándose en 2002, el denominado *Año Internacional Gaudí* que conmemora el urbanismo y la monumentalidad arquitectónica del artista (Palou, 2019). A los Juegos Olímpicos le siguen otros eventos con más continuidad temporal: los festivales de música (Sónar y Primavera Sound) o los eventos MICE (Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions). En este sentido, el turismo cultural y el turismo de negocios devienen las motivaciones principales de los turistas en la ciudad condal, consolidándose en 2018 como 4º destino del mundo en número de celebraciones de reuniones (ICCA, International Congress and Convention Association, 2019). Si bien la COVID19 paraliza el planeta y el turismo, los recientes datos indican que de nuevo la gente está ávida por viajar.

En resumen, la consolidación de la marca Barcelona se debe a diferentes hitos y recursos: el patrimonio histórico de la ciudad (principalmente medieval y modernista), junto a eventos de interés. De estos principales acontecimientos, destacan: en 1992, la celebración de los Juegos Olímpicos de Barcelona, a partir de la que empieza a configurarse la marca Barcelona; en 1994, nace el Sónar, un acontecimiento cultural que combina lo lúdico, con lo artístico, la vanguardia y la experimentación con las nuevas corrientes musicales de la electrónica; en 2000, surge el 22@, Barcelona Innovation District; en 2001 se inaugura el Primavera Sound, un festival de música que abarca cualquier estilo o género; en 2002, se conmemora el Año Internacional Gaudí; en 2006, el Mobile World Congress elige Barcelona como sede de su congreso anual. En 2016, aparece la Barcelona Tech City con el objetivo de promover internacionalmente la marca tecnológica de Barcelona y contribuir en la creación del entorno adecuado para las empresas digitales. Inaugura el Pier01; y en 2017, se funda la Barcelona Global (Plataforma de empresarios y profesionales distribuidos por el mundo con la finalidad de captar talento, en definitiva, negocio, para la capital catalana) que inicia el proceso de redefinición de la marca Barcelona.

En cualquier caso, cabe añadir que el posicionamiento de Barcelona como destino turístico consolidado se debe al territorio colindante: el Área Metropolitana de Barcelona (AMB) (López-Palomeque & Torres-Delgado, 2019). La denominación del AMB es compleja (Miralles-Guasch & Tulla Pujol, 2012), y para este caso, se utiliza su unidad administrativa pública para explicar su corresponsabilidad en el desarrollo de Barcelona como destino turístico de primer orden mundial, primordialmente, en la construcción y configuración de la propia metrópolis, pero también en el despliegue de las actividades turísticas: las grandes infraestructuras de transporte (puerto y aeropuerto), la ampliación del recinto ferial y la especialización de la ciudad como *hub* tecnológico. El AMB (Figura 1 y Figura 2) se compone de 36 municipios, con una superficie total de 628 km² y aproximadamente 3,3 millones de habitantes, siendo Barcelona el municipio central que permite concretar el alcance del área metropolitana, especializándose en las actividades terciarias más cualificadas (Marmolejo & Stallbohm, 2008). En este sentido, Barcelona concentra el interés turístico. Pero sus límites administrativos se confunden con los límites de las otras ciudades y Barcelona aparece como una continuidad urbana que no está limitada por fronteras físicas. En este sentido, los municipios colindantes con Barcelona, L'Hospitalet de Llobregat, Badalona, San Adrià del Besòs o Santa Coloma de Gramenet, también buscan dotar a sus ciudadanos de mejores servicios, oportunidades y expectativas de futuro gracias a esta diluida continuidad geográfica. En resumen, el atractivo de la marca Barcelona versa en su centro histórico y cultural, pero irradia en su área metropolitana más próxima. Esta red equilibrada y sostenible de ciudades vecinas, funcionalmente integradas y conectadas respaldan la turistificación de este núcleo o epicentro que alimenta la continuidad demográfica del territorio e invita a participar de la economía de la plataforma.

Los planes estratégicos elaborados y aprobados por el Ayuntamiento de Barcelona que se han sucedido (1993, 2010¹, 2016²), han procurado posicionar Barcelona económicamente en el marco europeo, consolidarla como destino de atractivo turístico con capacidad de alojamiento y de recursos patrimoniales para su disfrute y conocimiento, y preservar la convivencia ciudadana

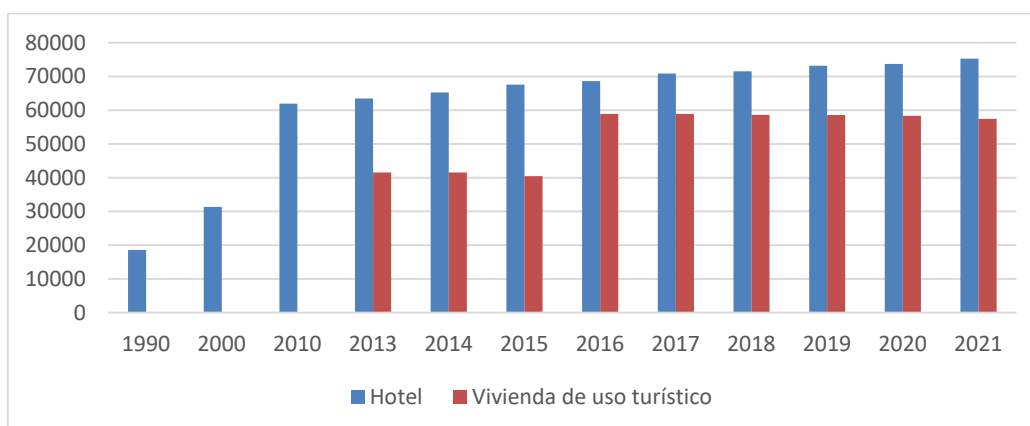
1 Plan Estratégico de Turismo de la ciudad de Barcelona 2010-2015 (Turisme, 2015) reflexiona sobre el modelo de turismo en la ciudad, con la voluntad de implicar positivamente la ciudadanía en el proyecto turístico de Barcelona, para buscar el equilibrio entre residentes y visitantes, preservando los valores de identidad y de convivencia.

2 Pla Estratègic de Turisme 2016-20 (PET20) que tiene muy en cuenta el Código Ético Mundial del Turismo, la certificación Biosphere o el Pacto Local para la gestión y promoción de un turismo responsable y sostenible. Su objetivo central es la gestión sostenible del turismo, con la participación de todos los agentes implicados, y diseñando medidas específicas para vincular la actividad turística a los planes de desarrollo económico de los distritos.

5.2 La evolución de las VUT (Vivienda de Uso Turístico) en Barcelona

Este incremento del flujo de turistas en Barcelona se acompaña de un proceso de turistificación de la ciudad, ampliando las plazas de alojamiento para el hospedaje de sus visitantes (Figura 3). La capacidad hotelera en 1990 era de 18 569 camas hasta llegar a 73 700 en 2020. El sistema de licencias VUT se implementó en 2013³ ante la llegada masiva de turismo internacional, facilitando una actividad económica a la vivienda residencial. En este sentido, la densidad de las viviendas turísticas regladas muestra también un notable crecimiento, de 41 555 plazas en 2013 a 58 333 en 2020. Y, además, debe tenerse en cuenta el alquiler de habitaciones o viviendas enteras que no necesariamente disponen de la licencia para ser considerada vivienda de uso turístico y que se comercializan a pesar de su ilegalidad en plataformas online de alojamiento, como Airbnb (sin datos oficiales).

Figura 3. Evolución del alojamiento hotelero y de VUTs en la ciudad de Barcelona (1990-2021)



Fuente: elaboración propia a partir de datos extraídos de Turisme de Barcelona (1990–2021)

Territorialmente, tanto los hoteles (Figura 4) como las viviendas de uso turístico (Figura 5) eligen el centro para implantarse estratégicamente, esto es cerca de los hitos turísticos, las paradas de transporte público (básicamente metro) y las zonas cercanas a la playa.

3 DECRETO 159/2012, de 20 de noviembre, de establecimientos de alojamiento turístico y de viviendas de uso turístico. <https://portaljuridic.gencat.cat/eli/es-ct/d/2012/11/20/159>

Figura 4. Ubicación de los hoteles en la ciudad de Barcelona

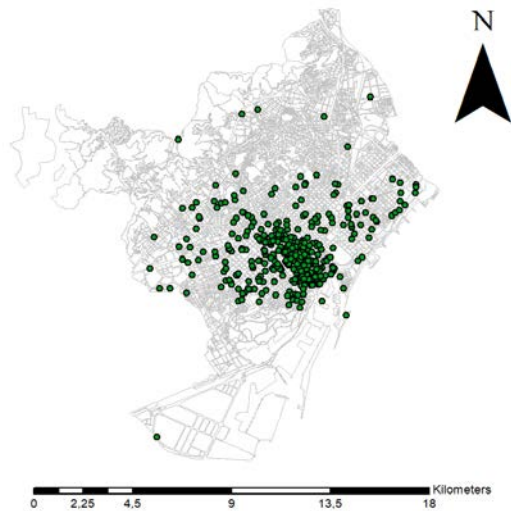
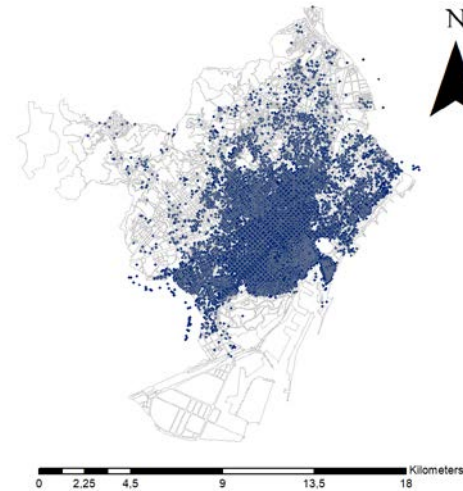


Figura 5. Ubicación de las viviendas turísticas registradas en la plataforma Airbnb de Barcelona (2020)



Fuente: elaboración propia a partir de los datos de Turisme de Barcelona (2021) e Inside AirBnb (2021), respectivamente

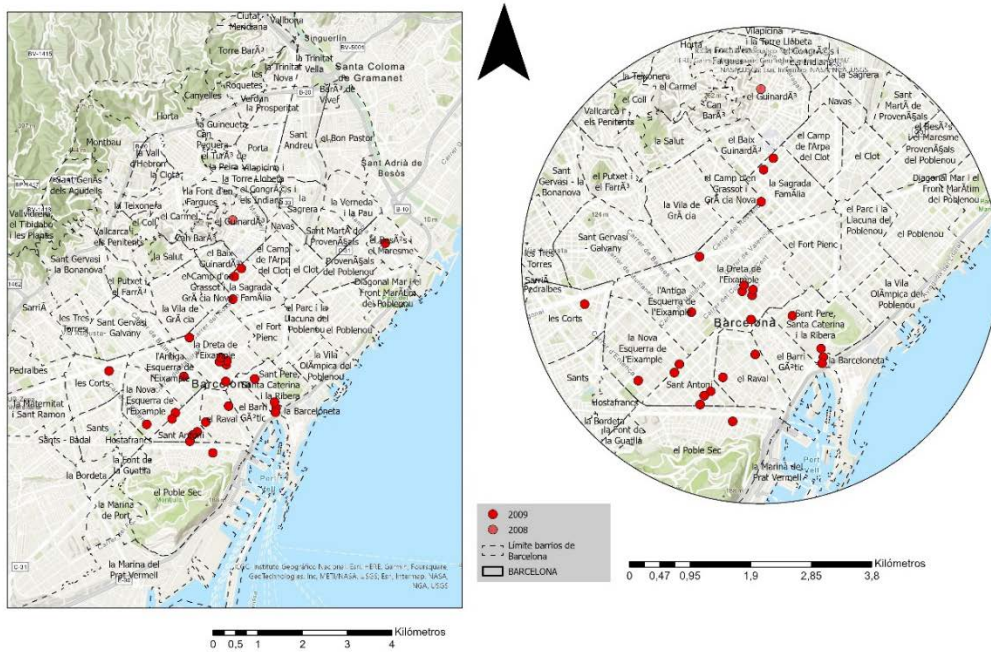
En este análisis de la turistificación en Barcelona y sus límites municipales se analiza el comportamiento en base a la ubicación de las viviendas de uso turístico registradas en la plataforma Airbnb. Se observa que se conforman distintos polígonos en el territorio con cinco etapas diferenciadas: una etapa de formación (que comprende los años 2008, 2009 y 2010), una etapa de consolidación (años 2011, 2012 y 2013), la etapa de densificación (años 2014, 2015 y 2016), la etapa de saturación (años 2017, 2018 y 2019) y finalmente la etapa de confinamiento / Covid-19 (año 2020).

a) *Etapa de formación (2008, 2009, 2010)*

La Etapa de Formación representa la etapa inicial, en la que la turistificación observa un registro en Airbnb de la primera vivienda, en 2008, en el que se observa como esta se ubica alrededor de un nodo de comunicación. Se trata de un hospedador que aún sigue operando y alquilando su vivienda. En el 2009 el incremento sube de 1 a 25 viviendas registradas y como se observa en la Figura 6, se ubican alrededor de los principales atractivos turísticos de la ciudad (Barrio Gótico, Sagrada Familia), cerca de las avenidas principales de la ciudad y en los alrededores del metro. De estas viviendas, 16 registros pertenecen a la empresa Weflating, una empresa del sector turístico que se dedica a la gestión de apartamentos turísticos. En este caso, es cuando entra en debate la vertiente colaborativa y solidaria de la economía de plataforma y las empresas del sector

que participan de la moda imperante de la demanda de “*be and behave as a local*” alojándose en “supuestos” apartamentos de locales para obtener un trato próximo y de identidad local.

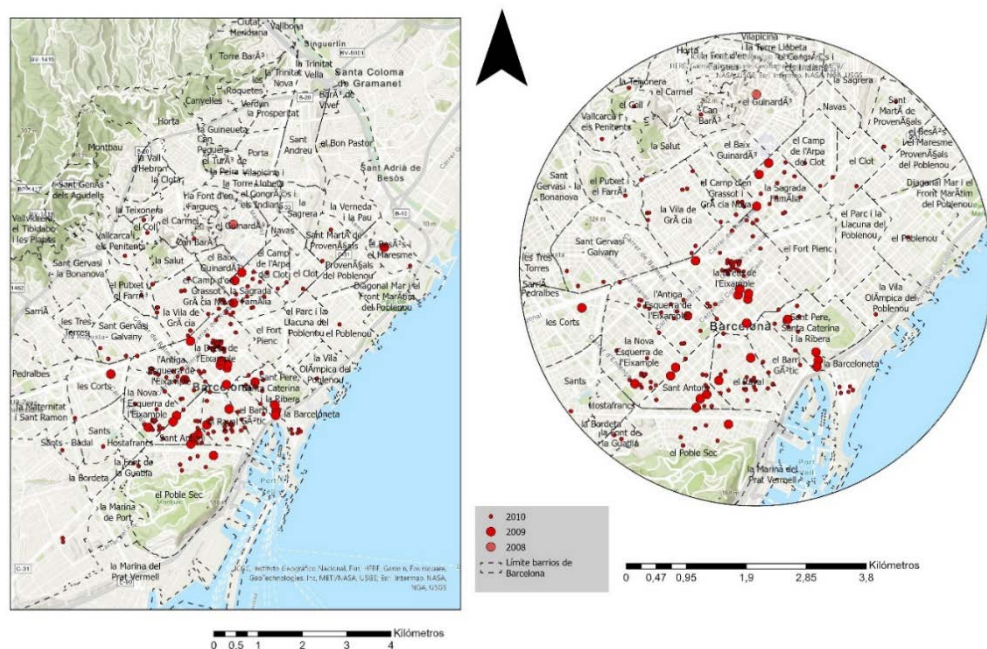
Figura 6. Localización de las viviendas turísticas registradas en Airbnb en 2009



Fuente: elaboración propia a partir de los datos de InsideAirBnb (2021)

En 2010, la plataforma Airbnb suma 208 unidades, empezando a generar una primera zona densa de concentración de viviendas turísticas, muy localizadas en el Distrito histórico de Ciutat Vella (Figura 7).

Figura 7. Localización de las viviendas turísticas registradas en Airbnb en 2010

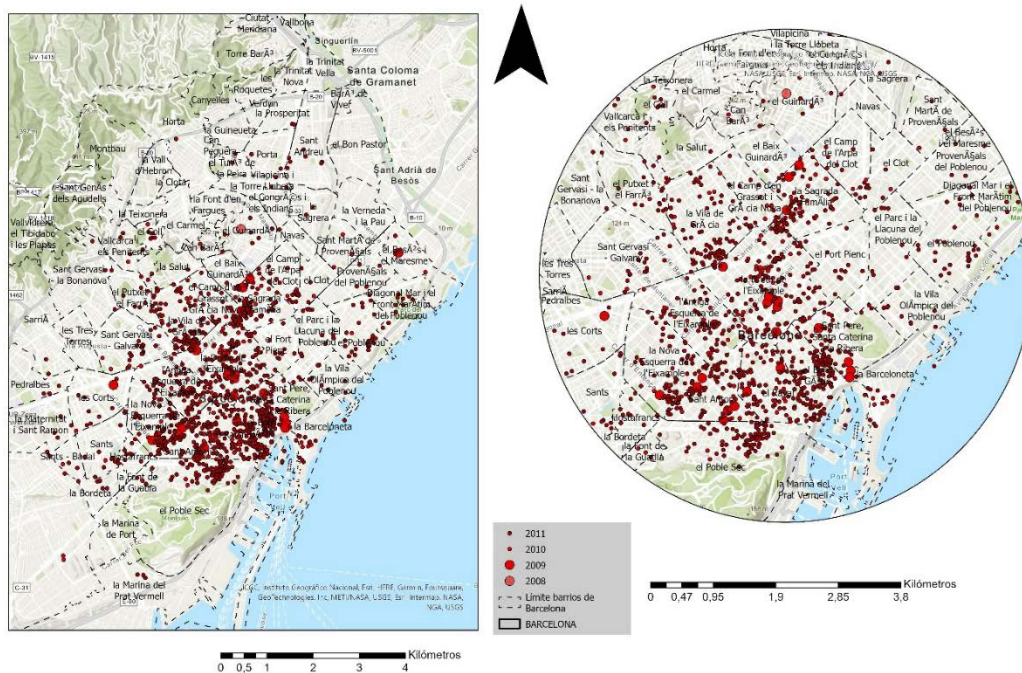


Fuente: elaboración propia a partir de los datos de InsideAirBnb (2021)

b) Etapa de consolidación (2011, 2012, 2013)

En la Etapa de Consolidación se incrementa notablemente el volumen de viviendas de uso turístico. Así aparecen 1270 viviendas registradas en 2011, con un incremento casi del 80 % respecto al año anterior, lo que refleja que la zona más densa empieza a irradiar su intensidad de crecimiento en forma radial, a los distritos cercanos a Ciutat Vella (Figura 8), esto es l'Eixample, Sants-Montjuïc, Sant Martí.

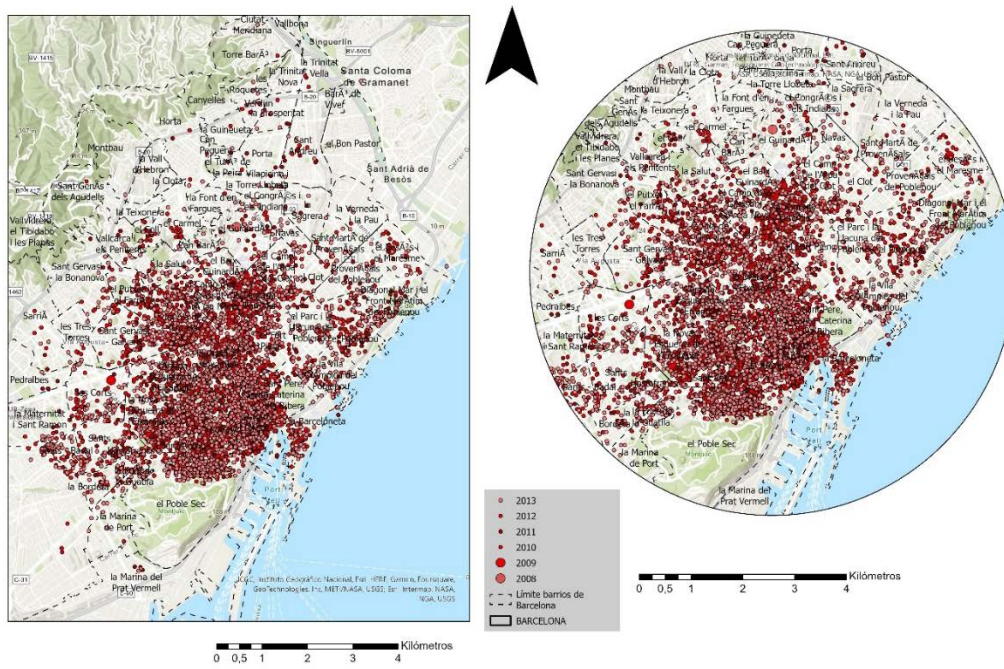
Figura 8. Localización de las viviendas turísticas registradas en Airbnb en 2011



Fuente: elaboración propia a partir de los datos de InsideAirBnb (2021)

En el 2012 se registran 1885 unidades de alojamiento turístico, lo que suma un total de 3155 en donde se puede determinar que la oportunidad de alojarse en la ciudad de Barcelona se hace extensiva en prácticamente toda la ciudad, reiterando que el crecimiento mantiene la forma radial. En 2013, el registro de viviendas de uso turístico en la plataforma Airbnb se incrementa con 2259 nuevas unidades que sumaron un total de 5414, lo que ocasiona un gran impacto en la ciudad por la alta afluencia de población flotante, y se identifican zonas de mayor densidad. Se consolida pues, la plataforma Airbnb en la ciudad (Figura 9).

Figura 9. Localización de las viviendas turísticas registradas en Airbnb en 2013

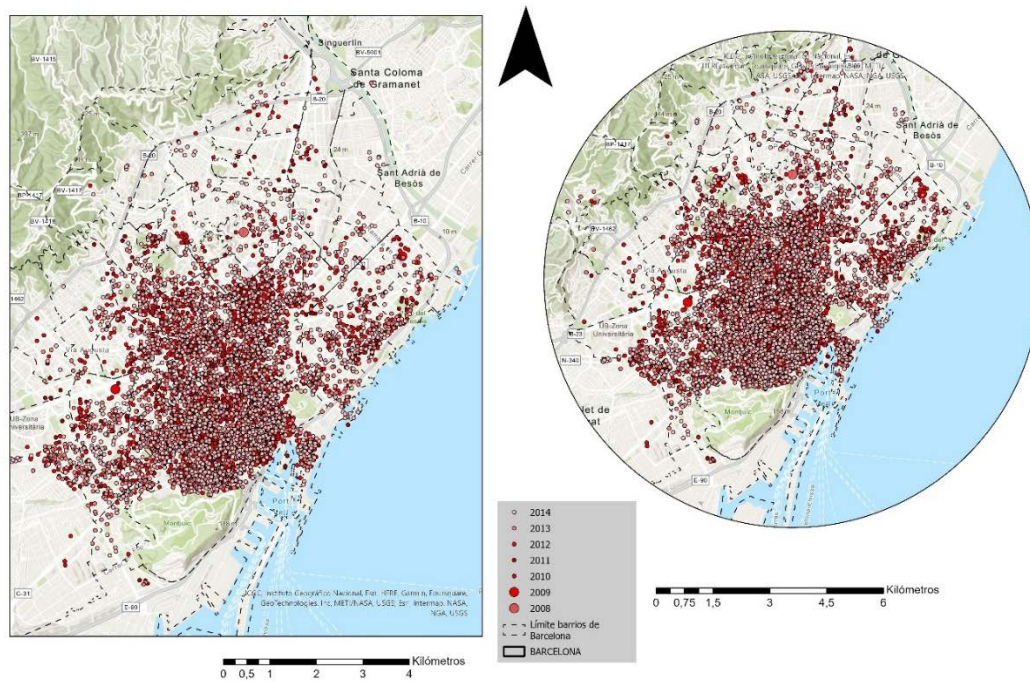


Fuente: elaboración propia a partir de los datos de InsideAirBnb (2021)

c) *Etapa de densificación (2014, 2015, 2016)*

En la Etapa de Densificación, en los años 2014, 2015 y 2016 se observa como la densificación de las viviendas de uso turístico registradas en la plataforma Airbnb sigue expandiéndose de forma radial. En 2014 hubo un registro de 1700 unidades vacacionales, dando un total de 7114 unidades turísticas registradas en la plataforma de Airbnb (Figura 10). En el 2015 las viviendas registradas son 2287, que suman un total de incrementos de 9401 unidades turísticas.

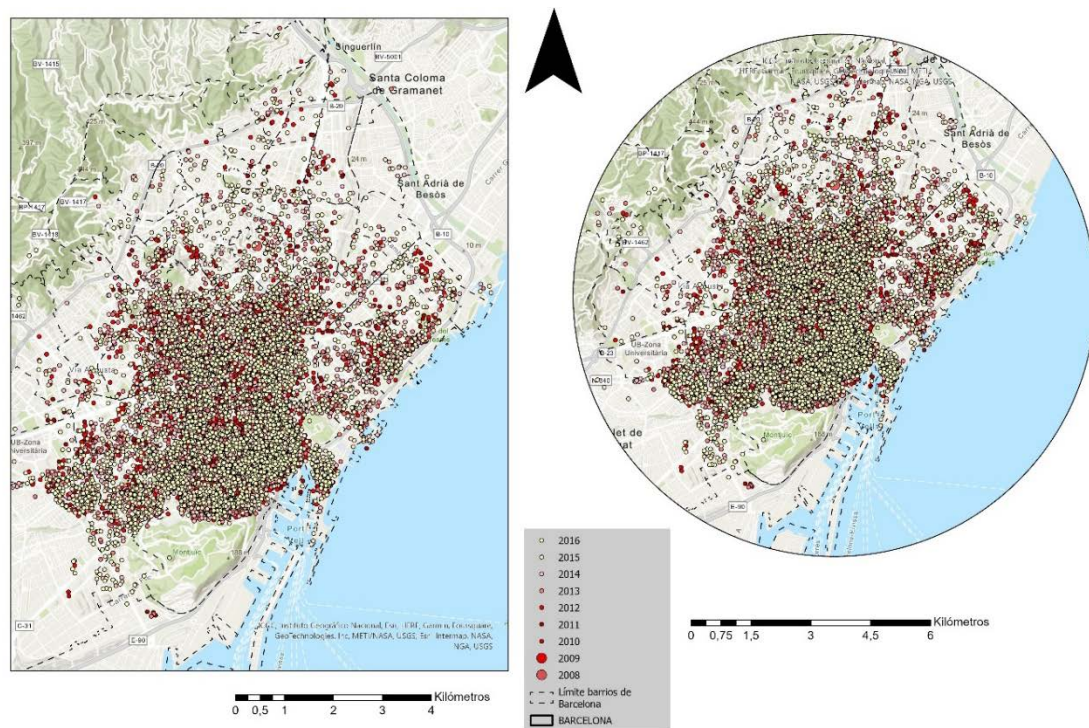
Figura 10. Localización de las viviendas turísticas registradas en Airbnb en 2014



Fuente: elaboración propia a partir de los datos e InsideAirBnb (2021)

En el 2016 empiezan a desarrollarse nuevos polos de densidad sobrepasando el límite geográfico de la ciudad de Barcelona al resto de los municipios metropolitanos colindantes. Este es el inicio de la siguiente etapa, la de saturación de las viviendas de alquiler publicitadas en Airbnb. También se identifica que los nuevos polos se forman alrededor de las bocas del metro y que la conectividad es uno de los factores importantes para la densificación. En este año, se registran 2015 llegando a un total de 11 416 unidades turísticas (Figura 11).

Figura 11. Localización de las viviendas turísticas registradas en Airbnb, en 2016

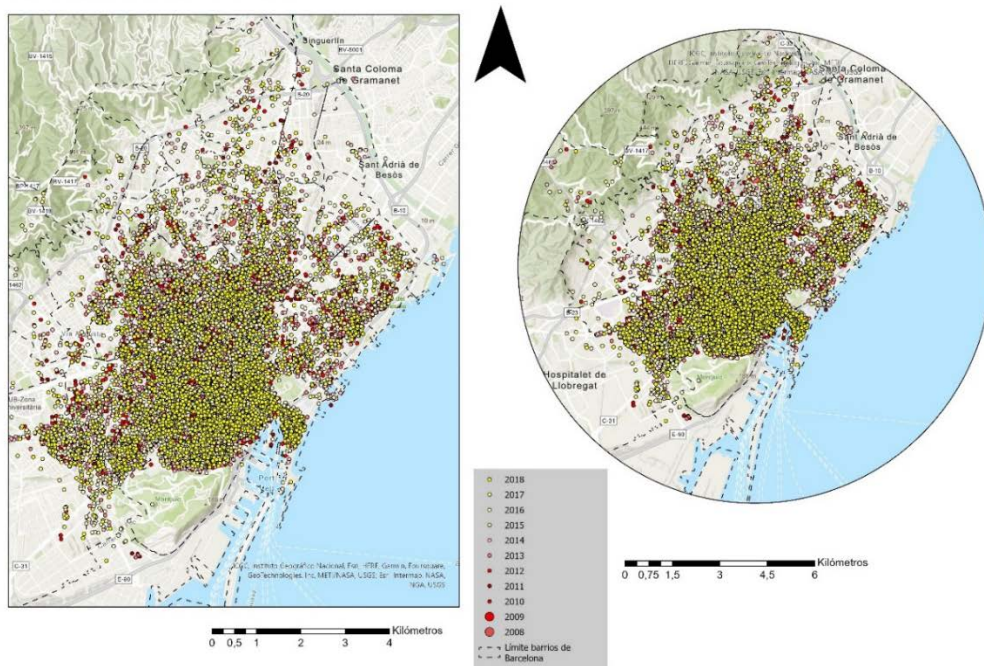


Fuente: elaboración propia a partir de los datos e InsideAirbnb (2021)

d) *Etapa de saturación (2017, 2018, 2019)*

En la Etapa de Saturación, se observa cómo ciertos polos de densidad empiezan a ramificarse hacia la gran área de afectación, a partir de las vías principales de comunicación de Barcelona. Así, en 2017, los registros nuevos de viviendas turísticas son de 1980 lo que suman un total de 13 396 unidades. Para el 2018 se puede identificar un registro de 2269 viviendas, llegando a un total de 15 665 unidades registradas en la plataforma (Figura 12).

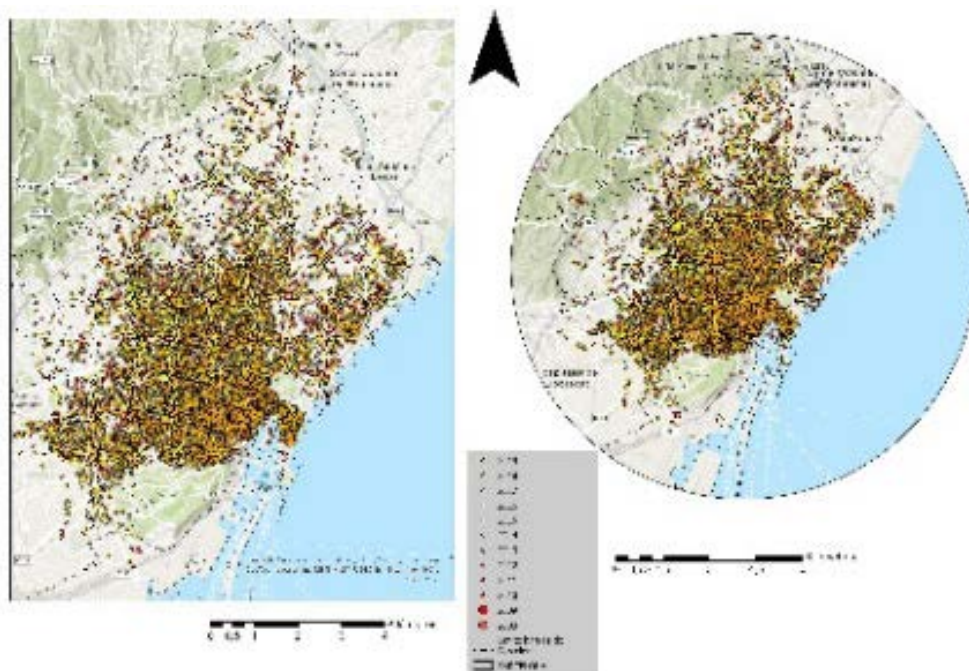
Figura 12. Localización de las viviendas turísticas registradas en Airbnb en 2018



Fuente: elaboración propia a partir de los datos e InsideAirbnb (2021)

Con los registros del 2019 se delimita una zona con mayor afluencia de unidades turísticas en los barrios del Gótico y el Raval. Para este año existen 2 921 registrados dando un total de 18 586 unidades turísticas (Figura 13).

Figura 13. Localización de las viviendas turísticas registradas en Airbnb en 2019

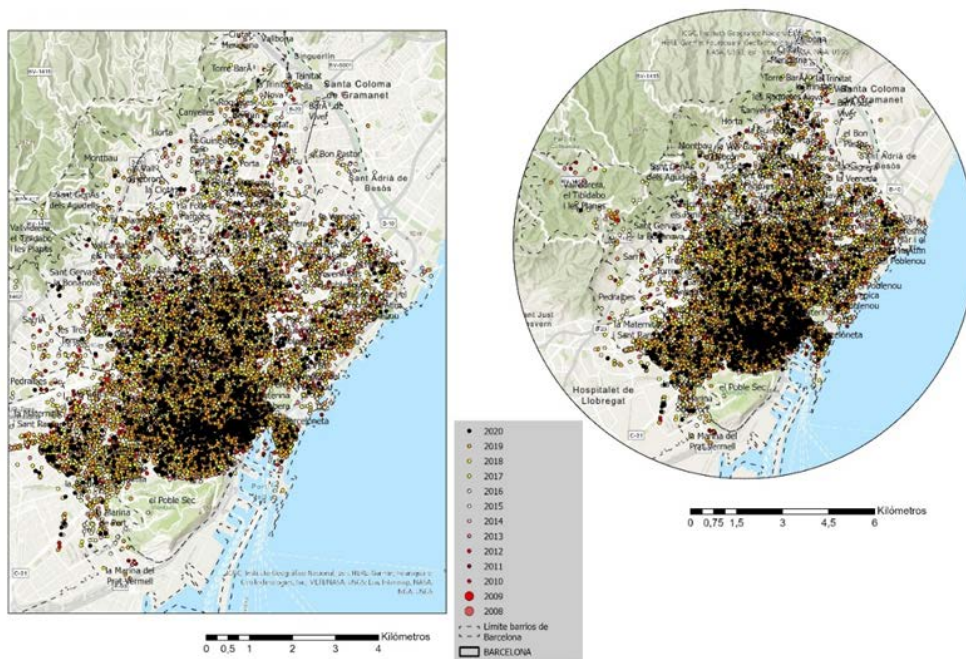


Fuente: elaboración propia a partir de los datos e InsideAirbnb (2021)

e) *Etapa de confinamiento/COVID-19 (2020)*

El año 2020 supone la Etapa del Confinamiento generada por la pandemia del coronavirus. Se podría pensar a priori que la crisis global en el sector turístico haría parar (si no retroceder) el número de registros de viviendas en la plataforma. No obstante, se observa que esto no es así, y que aparecen 1302 opciones de alojamiento nuevas, que suman una totalidad de 19 888 unidades registradas en esta base de datos (Figura 14).

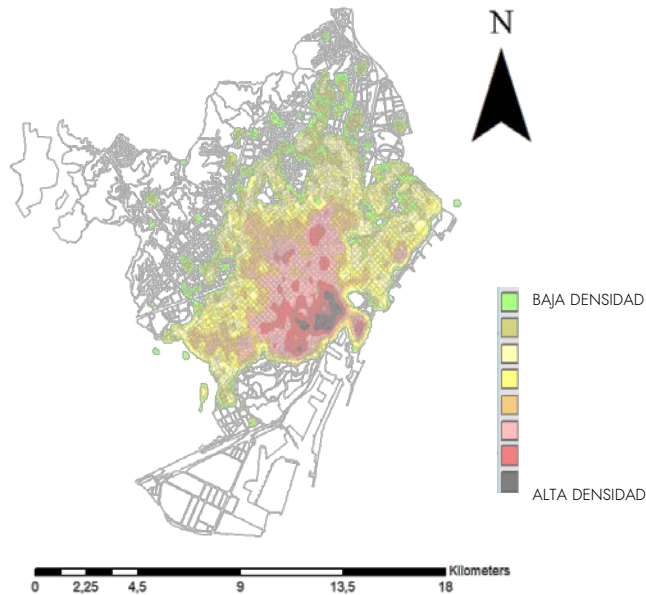
Figura 14. Localización de las viviendas turísticas registradas en Airbnb en 2020



Fuente: elaboración propia a partir de los datos e InsideAirbnb (2021)

La Figura 15 resume gráficamente esta distribución espacial de la densidad de las viviendas turísticas con un mapa de calor, que permite observar el nivel de más aglomeración en determinadas zonas. A medida que la intensidad es más elevada, los colores de la zona son más vivos y fuertes.

Figura 15. Mapa de calor de la densidad de las viviendas turísticas registradas en Airbnb en 2020



Fuente: elaboración propia a partir de los datos e InsideAirbnb (2021)

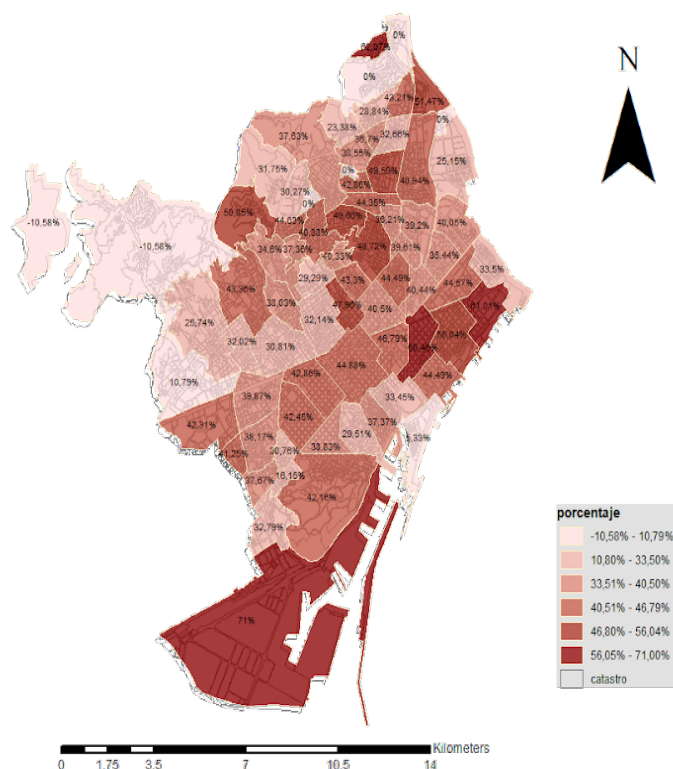
Se visualiza claramente un epicentro en color gris (que corresponde con el centro histórico de la ciudad) y la explosión de la densidad de forma radial en el territorio, no solo en los distintos distritos que conforman la ciudad de Barcelona, sino sobrepasando también sus límites geográficos. De esta forma, se comercializan viviendas de uso turístico en L'Hospitalet de Llobregat, Sant Just Desvern, Esplugues de Llobregat, Sant Adrià del Besòs y Santa Coloma de Gramanet. Esta concentración de viviendas de uso turístico en los espacios centrales de la ciudad donde se ubican los principales recursos y atractivos para ser visitados es un proceso reiterativo en muchas ciudades consolidadas turísticamente (Benítez-Aurioles, 2017; Gutiérrez et al., 2017).

5.2 La gestión local ante la presión de las VUT en los barrios residenciales

En Barcelona, este crecimiento radial desde el epicentro histórico de Ciutat Vella ha sucumbido en una expansión de la capacidad de alojamiento turístico por toda la ciudad, principalmente de viviendas de uso turístico, conllevando ciertas tensiones convivenciales con los residentes (Milano, 2018; Crespi-Vallbona & Mascarilla-Miró, 2018; Crespi-Vallbona & López-Villanueva, 2024). Ciertamente, una de las percepciones de los habitantes de Barcelona es el incremento desmedido del valor de los alquileres, a causa de las viviendas turísticas en la ciudad. En este sentido, al procesar los datos obtenidos en OPEN DATA BCN, en relación con el valor de los alquileres

residenciales en metros cuadrados del año 2014 al año 2019 (Figura 16), se demuestra que en la mayoría de los barrios existe un incremento de hasta un 71 %. En cualquier caso, más del 70 % de los barrios han incrementado las rentas del valor del alquiler entre un 30 % a un 56 %.

Figura 16. Incremento de los alquileres de las viviendas. Barcelona (2014–2019)



Fuente: elaboración propia a partir de los datos de InsideAirbnb (2021) y Open Data BCN (2021)

Estos cambios en los usos residenciales de la vivienda para uso turístico han supuesto un desafío para el consistorio, obligándole a legislar para frenar la saturación de la actividad de alojamiento turístico en determinados barrios de la ciudad. Ello ha conducido a la aprobación del segundo Plan Especial Urbanístico de Alojamiento Turístico (PEUAT), aprobado en el 2022⁴. Este plan establece zonas donde se limita el número de las licencias para alojamientos turísticos (las menos congestionadas), donde se puede mantener la oferta actual y donde se incentiva el decrecimiento. Se zonifica la ciudad según su capacidad de alojamiento y proyección o limitación de su crecimiento, diferenciando la Zona 1, la zona de disminución —en Ciutat Vella, parte del Eixample, Poblenou, Vila Olímpica, Poble Sec, Hostafrancs y Sant Antoni—, en la que no se pueden abrir

4 El primer PEUAT se aprobó en 2017.

nuevas instalaciones de alojamiento o dar licencias de uso turístico; la zona 2, de congelación – solo podrán abrir nuevos si cierran actuales—; y las zonas 3 y 4, de crecimiento limitado. Así mismo, se implementa un control exhaustivo de las VUT que carecen de licencia turística, con la complicidad de los vecinos de las propiedades residenciales, para frenar la operatividad de las viviendas ilegales. Esta regulación responde a la necesidad de hacer compatibles los alojamientos turísticos de la ciudad con un modelo urbano sostenible con la vida de los vecinos. También, de ofrecer a los visitantes la atmósfera de cotidianeidad que buscan.

6 Discusión de resultados

Un análisis minucioso de este crecimiento de las viviendas de uso turístico en Barcelona y en sus límites supramunicipales permite ver cómo se configura esta expansión del incremento de viviendas turísticas registradas en la plataforma Airbnb, conformando distintos polígonos en el territorio (Tabla 1), en el que se identifican distintas zonas: Epicentro, Futuro Epicentro, Alta Densidad, Mediana Densidad, Baja Afectación y Nuevos Polos.

Tabla 1. Conformación de polígonos en territorio según la densidad de viviendas turísticas registradas en Airbnb

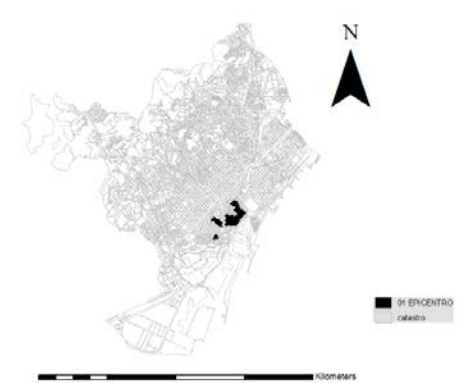

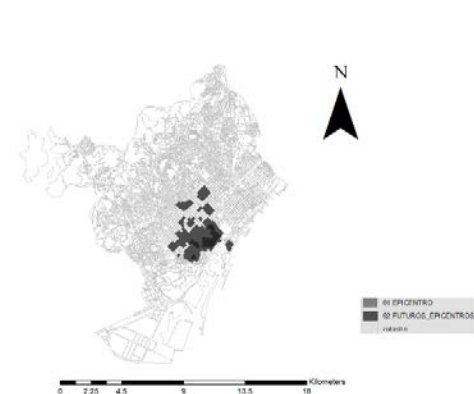
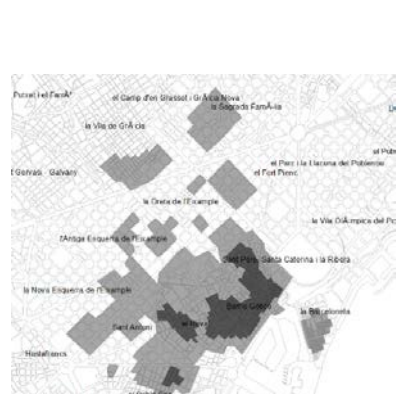
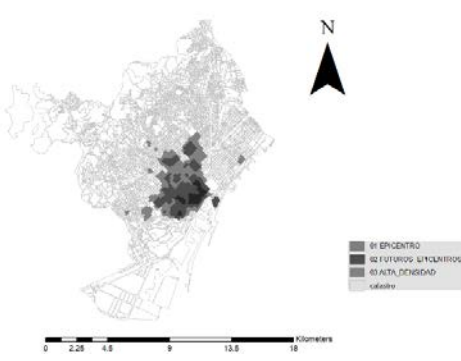

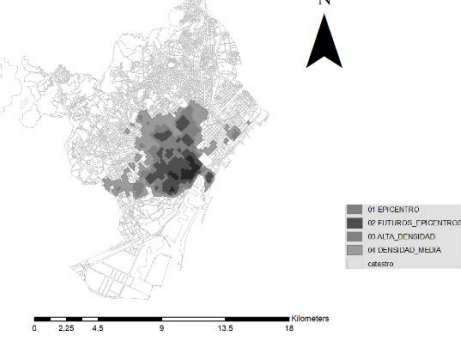
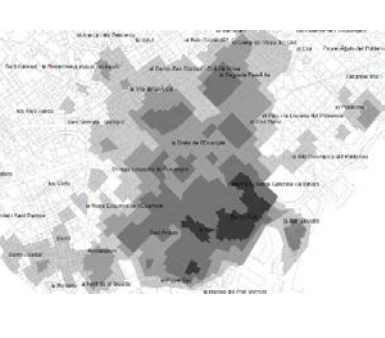
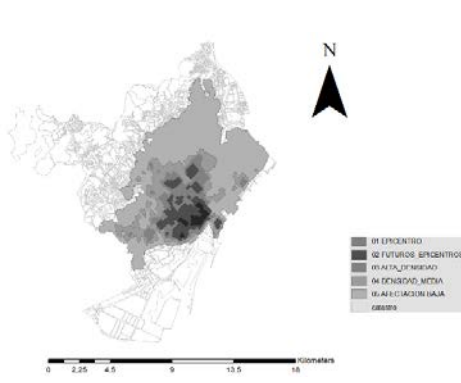
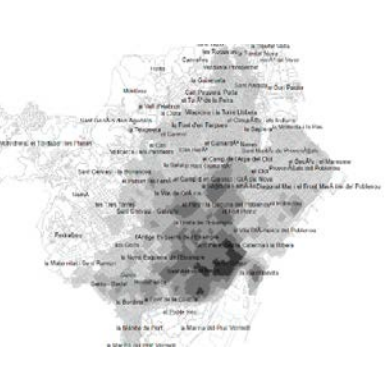
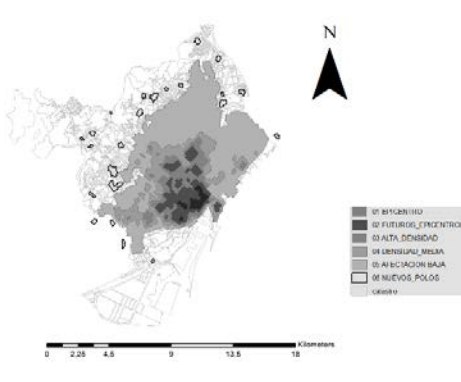

		<p>EPICENTRO:</p> <p>Es la zona con mayor densidad de viviendas turísticas.</p> <p>Área: 82,92 Ha</p> <p>Pisos turísticos: 2 299</p> <p>Densidad: 27,73 pisos turísticos por hectárea</p>
		<p>FUTURO EPICENTRO:</p> <p>Denominado así por la gran densidad que mantiene de pisos turísticos. Si no hay un freno al crecimiento, el epicentro tendrá estas dimensiones.</p> <p>Área: 495,31 Ha</p> <p>Pisos turísticos: 6 066</p> <p>Densidad: 12,25 pisos turísticos por hectárea</p>

Tabla 1. Continuación

		<p>ALTA DENSIDAD</p> <p>Su crecimiento empieza a tener aberturas hacia otros barrios.</p> <p>Área: 988,56 Ha</p> <p>Pisos turísticos: 4 332</p> <p>Densidad: 4,38 pisos turísticos por hectárea</p>
		<p>MEDIANA DENSIDAD</p> <p>Esta zona cubre una gran parte de la ciudad afectando a barrios residenciales.</p> <p>Área: 1 689,58 Ha.</p> <p>Pisos turísticos: 3 294</p> <p>Densidad: 1,95 pisos turísticos por hectárea</p>
		<p>BAJA AFECTACIÓN</p> <p>Esta zona abarca casi la totalidad de Barcelona. A pesar de que existen barrios residenciales sin atractivos turísticos, existen registros.</p> <p>Área: 4429,87 Ha</p> <p>Pisos turísticos: 3 530</p> <p>Densidad: 0,80 pisos turísticos por hectárea</p>
		<p>NUEVOS POLOS</p> <p>Estas zonas están fuera de la gran mancha, en el borde del parque natural de Collserola y fuera de los límites de Barcelona, en su AMB.</p> <p>Área: 154,29 Ha</p> <p>Pisos turísticos: 139</p> <p>Densidad: 0,90 pisos turísticos por hectárea</p>

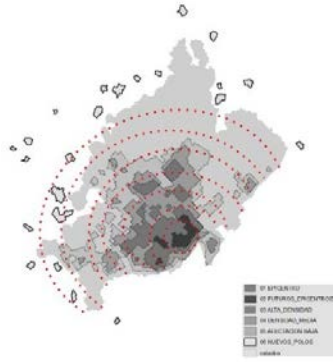
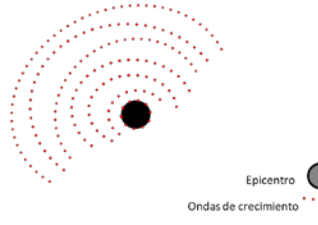
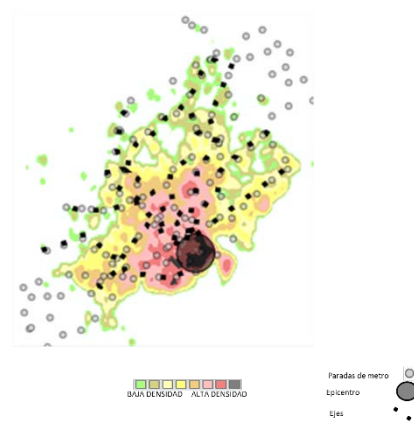
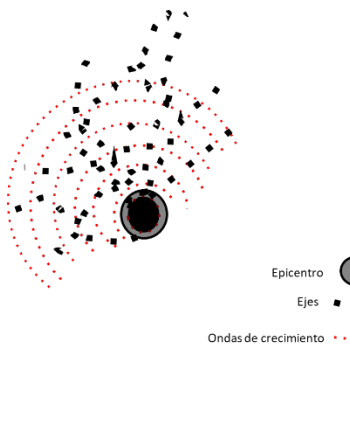
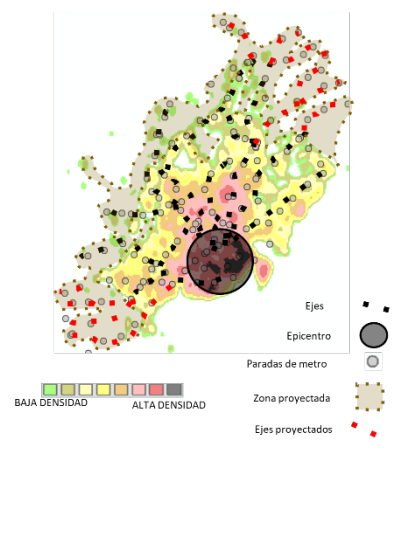
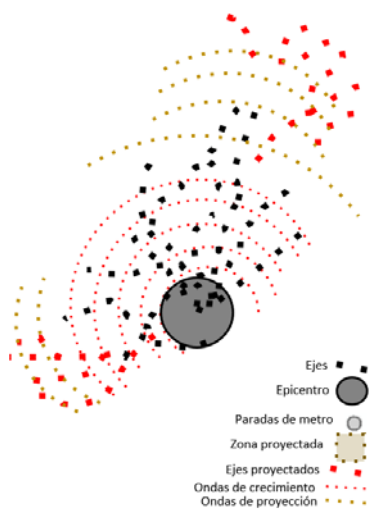
Fuente: elaboración propia a partir de los datos de InsideAirbnb (2021)

Y es precisamente con estos mapas de calor, como se identifican los distintos niveles de densidad y se pueden trazar en el territorio las zonas de mayor impacto. Destaca el epicentro y como de forma radial se establecen coronas de crecimiento, lo que permite proyectar las futuras líneas de crecimiento. Se intuye un crecimiento progresivo y continuado en el territorio de la ciudad de Barcelona y de sus límites fronterizos con Santa Coloma de Gramanet y Sant Adrià del Besòs (por el norte) y L'Hospitalet de Llobregat, Esplugues de Llobregat y Sant Just Desvern (por el sur), zonas más residenciales y sin atractivos turísticos tangibles demasiado fehacientes.

Si profundizamos en este análisis de la forma en que se ha expandido el crecimiento de alquiler vacacional en Barcelona y los municipios colindantes, y realizamos un análisis morfológico de la evolución histórica de los registros de viviendas turísticas en la plataforma de Airbnb, se observa que este crecimiento radial en torno a un epicentro se debe a dos variables importantes: la ubicación de los atractivos turísticos que ofrece la ciudad y la conectividad de transporte público (principalmente del metro) que comunican la ciudad (Tabla 2).

Como interpretación de los esquemas proyectados se confirma que el crecimiento es radial, parte desde un epicentro y se desplaza por el territorio. Los brazos o los ejes de crecimiento son los ejes de conectividad, esto es, las paradas de metro. Este patrón que se ha encontrado permite generar una proyección de este crecimiento expansivo de los VUT en Barcelona y su más próxima red de municipios que conforman la AMB. Un crecimiento que no cesará en cuanto a su oferta, pues el turista cada vez está más interesado en actuar como un local y buscar la cotidianeidad en sus desplazamientos. Por ello, los barrios de la ciudad geográficamente limitada y los barrios funcionales del área metropolitana conectados con transporte urbano e interurbano generan el reclamo y la comodidad que atrae al turista cotidiano que busca integrarse en un barrio con servicios públicos y atractivos paisajísticos y culturales de interés meramente local (Crespi-Vallbona y Galeas, 2023). Como bien destaca también la Nueva Agenda Urbana, la accesibilidad y el diseño de los espacios urbanos pueden “promover u obstaculizar la cohesión social, la igualdad y la inclusión” (NAU 25).

Tabla 2. Esquema de crecimiento y densidad de las viviendas turísticas

<p>Zonas de crecimiento histórico</p> 	<p>Esquema de morfología</p> 	<p>La morfología de expansión y crecimiento de los pisos turísticos se representa con ondas que tienen una atracción hacia el epicentro.</p>
<p>Mapa de calor vs paradas de metro</p> 	<p>Esquema radial con ejes</p> 	<p>En el gráfico se han colocado las paradas del metro, y se observa que uno de los patrones de densidad de los pisos turísticos es que su ubicación alrededor de estas paradas del metro, como se ve en los ejes del gráfico</p>
<p>Mapa de proyección de pisos turísticos</p> 	<p>Esquema de proyección</p> 	<p>Después de realizar los análisis y encontrar un patrón tanto de crecimiento como de ubicación de los pisos turísticos, se realiza un esquema de la prolongación de la ubicación de los pisos turísticos y el crecimiento del epicentro.</p>

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de InsideAirbnb (2021) y Open Data BCN (2021)

En definitiva, este intento de controlar la expansión de los VUT en Barcelona y la intencionalidad del AMB de situarse entre las regiones urbanas líderes de la nueva sociedad de la información y del conocimiento del siglo XXI y consolidarse como una de las regiones metropolitanas más importantes precisa de una organización metropolitana que lleve a cabo acciones y políticas públicas para afrontar los efectos del turismo, más allá de sus límites geográficos y administrativos. Las herramientas de diseño urbano son esenciales para guiar y modelar la forma de las ciudades, las relaciones entre los sistemas de infraestructura y los usos del suelo, y la calidad del espacio público. Las ciudades ya no son entes aislados, sino que sus dinámicas sobrepasan los límites territoriales, y ello constata la necesidad de cooperación entre las autoridades locales para establecer arreglos institucionales intermunicipales formales e informales, así como órganos de gobierno metropolitanos para la toma conjunta de decisiones, la prestación de servicios y la inversión pública. A medida que se transfieren más funciones urbanas, las autoridades locales deben equiparse con los recursos financieros, técnicos y humanos necesarios para cumplir con sus mandatos. No obstante, tampoco se debe caer en la tentación de crear nuevas instituciones con cargos y recursos humanos y económicos sin poder de decisión ni de ejecución. Ello sólo conlleva el desánimo generalizado de la población, ante la duplicidad de entes burocráticos sin acciones concretas y despilfarro de recursos.

7 Conclusiones

Los valores que trascienden de la Nueva Agenda Urbana obligan a los destinos turísticos a buscar un desarrollo económico sostenible que facilite la interacción e integración del visitante con el entorno, incrementando la calidad de su experiencia en el destino; y que vele por el bienestar y la mejoría en la calidad de vida del residente (Boes et al., 2015). Ello requiere de una gobernanza compartida con todos los agentes involucrados (Errichiello & Micera, 2021). Los planes estratégicos de turismo de la ciudad de Barcelona están alineados con estos intereses. No obstante, el proceso de airbnbificación a lo largo y ancho de la ciudad de Barcelona, sobrepasando sus límites geográficos adyacentes, determina la necesidad de un nuevo enfoque de cogobernanza y metagobernanza.

La evolución del alojamiento de la vivienda turística en Barcelona manifiesta un crecimiento radial, que se va extendiendo desde un núcleo central histórico hacia sus barrios y distritos colindantes; y también fuera de sus límites geográficos administrativos. Específicamente, las viviendas de uso turístico se ubican cerca de los atractivos turísticos y de los nodos de comunicación y transporte público tanto interurbano como extraurbano. Esta proyección se expande y afecta también a las

ciudades más aledañas a la ciudad condal, en el denominado AMB. La movilidad se ha intensificado entre ciudades, gracias al transporte público y las mejoras urbanas, contribuyendo a la dispersión y expansión del registro de viviendas de uso turístico en plataformas como Airbnb. Para buscar una conciliación de interés, como pretende el PEUAT, se requiere de una metagobernanza entre municipios que sea real; un acuerdo entre municipios e instituciones para gestionar la proyección y limitación de los VUT; reafirmando el valor de la colaboración público-privada y siendo necesarios instrumentos que permitan llegar a consensos y activar políticas de medición y control. Lamentablemente, la “metropolitanización” del turismo en el AMB es residual, en el sentido que hoy, este espacio geográfico y urbano no tiene relato ni identidad, ni marca ni planificación estratégica común capaz de generar la atracción de los visitantes internacionales que llegan a Barcelona. Solo existe la metropolitanización de la vivienda de uso turístico que como se ha señalado tiene una alta proyección de futuro. Además, tampoco existe el ente con suficiente liderazgo público en la gobernanza del turismo metropolitano que impulse la gestión de la airbnbificación y sus efectos colaterales.

Esta necesidad encaja con el enfoque de la Nueva Agenda Urbana, que aún por un ente multinivel que aglutine los distintos municipios del AMB para tomar decisiones a nivel metropolitano y desarrollar políticas espaciales que contribuyan a asentamientos urbanos compactos y densos, donde todos los residentes tengan acceso al transporte público multimodal y estén cerca de la actividad económica, del ocio, la salud, la educación, la recreación, la gestión y el empleo; y los turistas puedan tener una experiencia de calidad, con contacto con la comunidad local y con vivencias cotidianas. Esto es, de forjar unos barrios metropolitanos que protejan su sentido de lugar único, de pertenencia e identidad; que incorporen su historia, la cultura intangible de sus habitantes, con espacios públicos cómodos y seguros, y áreas naturales y patrimoniales (si cabe). En definitiva, unos barrios metropolitanos con conexiones entre edificios, entornos sociales, actividades económicas, geografía y cultura; unos barrios metropolitanos con mezcla de usos, con carácter distintivo y “sentido de pertenencia” cultural.

Se trata de diseñar una gobernanza en redes que de manera transparente y responsable ponga a disposición de todos los participantes la información sobre políticas y acciones gubernamentales. Una participación que vele por una inclusión de base amplia, esto es, que involucre a todas las partes interesadas, incluidas la ciudadanía, las organizaciones de la sociedad civil, comercial y empresarial, así como otras instituciones públicas y privadas, en la toma de decisiones públicas, desde la fase de planificación, implementación, mantenimiento y sostenimiento de los beneficios y resultados (enfoque de toda la sociedad civil). Este modelo de participación de la comunidad y

las partes interesadas aumenta la confianza, reduce los conflictos y garantiza la sostenibilidad. Se trata de poner fin a la fragmentación espacial y funcional de Friedmann (1963) para crear una conciencia cívica y de interés común, y garantizar una sostenibilidad espacial.

8 Limitaciones y futuras líneas de investigación

La explotación de los datos de InsideAirbnb incluye todo tipo de alojamiento que está activo en Airbnb y por tanto que tiene la intencionalidad de ser vivienda de uso turístico. En la continuación de esta investigación, se pretende depurar estos datos, diferenciando aquellos que están realmente activos (y se alquilan turísticamente) de los que simplemente tienen una presencia formal en la plataforma, pero no son de uso prioritariamente turístico. También, se quiere diferenciar los que pertenecen a unidades familiares de los que explotan organizaciones empresariales.

Declaración responsable: Las autoras declaran que no existe ningún conflicto de interés con relación a la publicación de este artículo. El artículo ha sido coordinado por M. Crespi-Vallbona, participando ambas autoras en la revisión bibliográfica, la redacción del artículo, la discusión y las conclusiones. La elaboración de la base de datos de AirBnb estuvo a cargo de S. Galeas.

Referencias bibliográficas

- Aguirre i Font, J.M. (2021). La regulación municipal de las viviendas de uso turístico: soluciones a través del urbanismo. *Revista de Estudios de la Administración Local y Autonómica*, (15), 24-41. <https://doi.org/10.24965/reala.i15.10916>
- Amore, A., & Hall, M. (2016), From governance to meta-governance in tourism? Reincorporating politics, interests, and values in the analysis of tourism governance. *Tourism Recreation Research*, 41, 109-122. <https://doi.org/10.1080/02508281.2016.1151162>
- Antón, S., & González, F. (2005). *Planificación territorial del turismo*. Ed. UOC.
- Arana García, E. (2018). La intervención local en las viviendas de uso turístico a través de la zonificación urbanística requisitos y consecuencias. *Revista de Estudios de la Administración Local y Autonómica*, (10), 6-21. <https://doi.org/10.24965/reala.v0i10.10545>
- Beaumont, N., & Dredge, D. (2010). Local tourism governance: A comparison of three network approaches. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(1), 7-28. <https://doi.org/10.1080/09669580903215139>
- Benítez-Aurioles, B. (2017). The role of distance in the peer-to-peer market for tourist accommodation. *Tourism Economics*, 24(3), 237-250. <https://doi.org/10.1177/1354816617726211>
- Blanco, I., & Gomà, R. (2006). Del gobierno a la gobernanza: oportunidades y retos de un nuevo paradigma. *Política, Revista de Ciencias Sociales*, 2, 11-27.
- Boes, K., Buhalis, D., & Inversini, A. (2015). Conceptualising Smart Tourism Destination Dimensions. In I. Tussyadiah & A. Inversini (Eds.), *Information and Communication Technologies in Tourism* (pp. 391-403). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-319-14343-9_29
- Bregoli, I., & del Chiappa, G. (2013), Coordinating relationships among destination stakeholders: evidence from Edinburgh (UK), *Tourism Analysis*, 18(2), 145-155. <https://doi.org/10.3727/108354213X13645733247657>
- Bridge, G., & Dowling, R. (2001), Microgeographies of retailing and gentrification. *Australian Geographer*, 32(1), 93-107, <https://doi.org/10.1080/00049180020036259>
- Calle Vaquero, M. de la, Mínguez, C., & García-Hernández, M. (2023). The touristification of urban spaces: measurement proposal. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, (99). <https://doi.org/10.21138/bage.3459>

- Carimán, B. (2010). Gobernanza, redes y políticas públicas. *Políticas Públicas*, 3(1), 9-21. <https://www.revistas.usach.cl/ojs/index.php/politicas/article/view/1073/1011>
- Carreras, C., & Frago, L. (2022). Could a Retail-Less City Be Sustainable? The Digitalization of the Urban Economy against the City. *Sustainability*, 14(8), 4641. <https://doi.org/10.3390/su14084641>
- Cervero, R. (2016). Transporte público y urbanismo sostenible: lecciones globales. In C. Curtis, J. Renne & L. Bertolini (Eds.), *Desarrollo orientado al tránsito: cómo hacerlo realidad* (pp. 43-56). Routledge.
- Cócola, A. (2018). Tourism gentrification. In L. Lees & M. Phillips (Eds.), *Handbook of Gentrification Studies* (pp. 281-293). Edward Elgar Publishing
- Cocola-Gant, A. (2022). Place-based displacement: Touristification and neighborhood change. *Geoforum*, (138), 103665. <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2022.103665>
- Cordero, L., & Salinas, L.A. (2017). Gentrificación comercial. Espacios escenificados y el modelo de los mercados gourmet. *Revista de Urbanismo*, 37, 1-12. <https://doi.org/10.5354/0717-5051.2017.45735>
- Crawford, J.H. (2005), *Carfree Cities*. International Books.
- Crespi-Vallbona, M., & Dimitrovski, D. (2016). Food markets visitors: a typology proposal. *British Food Journal*, 118(4), 840-857. <https://doi.org/10.1108/BFJ-11-2015-0420>
- Crespi-Vallbona, M., & Mascarilla Miró, O. (2018). La transformación y gentrificación turística del espacio urbano. El caso de la Barceloneta (Barcelona). *Eure, Revista Latinoamericana de Estudios Urbano Regionales*, 133(44), 165-184. <http://dx.doi.org/10.4067/s0250-71612018000300051>
- Crespi-Vallbona, M., & Domínguez Pérez, M. (2021). Las consecuencias de la turistificación en el centro de las grandes ciudades. El caso de Madrid y Barcelona. *Ciudad y Territorio, Estudios Territoriales*, LIII, Monográfico, 61-82. <https://doi.org/10.37230/CyTET.2021.M21.04>
- Crespi-Vallbona, M. (2021). “La “metropolitanización” del turismo. El caso del Área Metropolitana de Barcelona”. *Ciudad y Territorio. Estudios Territoriales*, 53(209), 685-700, <http://hdl.handle.net/2445/180675>
- Crespi-Vallbona, M., & Galeas, S. (2023), Sustainable governance versus airbnbification. The case of Barcelona, *Cogent Social Sciences*, 9(1), 2229112. <http://dx.doi.org/10.1080/23311886.2023.2229112..>

- Crespi-Vallbona, M., & López-Villanueva, C. (2024). Citizen actions in touristic neighbourhoods. The case of Barcelona, *Current Issues in Tourism*, 27(1), 19-36. <https://doi.org/10.1080/13683500.2023.2218603>
- Ernst, O., & Doucet, B. (2014). A window on the (changing) neighbourhood: The role of pubs in the contested spaces of gentrification. *Tijdschrift voor economische en sociale geografie*, 105(2), 189-205. <https://doi.org/10.1111/tesg.12071>
- Errichiello, L., & Micera, R. (2021). A process-based perspective of smart tourism destination governance. *European Journal of Tourism Research*, 29, 2909-2909. <https://doi.org/10.54055/ejtr.v29i.2436>
- Friedman, J. (1963). La vocación de la Planificación. *Cuadernos de la Sociedad Venezolana de Planificación*, VII.
- Füller, H., & Michel, B. (2014). “Stop being a tourist!” New dynamics of urban tourism in Berlin-Kreuzberg. *International Journal of Urban and Regional Research*, 38(4), 1304-1318, <https://doi.org/10.1111/1468-2427.12124>
- García López, M.À., Jofre Monseny, J., Martínez Mazza, R., & Segú, M. (2020). Do short-term rent platforms affect housing markets? Evidence from Airbnb in Barcelona. *Journal of Urban Economics*, 119, 103-278. <https://doi.org/10.1016/j.jue.2020.103278>
- Gómez, M.V. (2015). The need for public spaces. In AESOP Thematic Group Public Spaces and Urban Cultures, *The power of places & the places of power*. Glasgow 4–6 June 2015.
- Gómez Schettini, M., & Zunino Singh, D. (2008). La [re]valorización de la zona sur y su patrimonio histórico-cultural como recurso turístico. In H. Herzer (Coord.), *Con el corazón mirando al sur. Transformaciones en el sur de la ciudad de Buenos Aires* (pp. 325-367). Espacio Editorial.
- Gravari-Basbas, M., & Delaplace, M. (2015). Le tourisme urbain “hors des sentiers battus”. Couloirs, interstices et nouveaux territoires touristiques urbains. *Téoros Revue de Recherche en Tourisme*, 34(1-2), 34. <https://journals.openedition.org/teoros/2790>
- Gulati, R. (1998). Alliances and networks. *Strategic Management Journal*, 19(4), 293-317. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1097-0266\(199804\)19:4%3C293::AID-SMJ982%3E3.0.CO;2-M](https://doi.org/10.1002/(SICI)1097-0266(199804)19:4%3C293::AID-SMJ982%3E3.0.CO;2-M)
- Gutiérrez, J., García-Palomares, J.C., Romanillos, G., & Salas-Olmedo, M.H. (2017), The eruption of Airbnb in tourist cities: Comparing spatial patterns of hotels and peer-to-peer accommodation in Barcelona. *Tourism Management*, 62, 278-291. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.05.003>

- Hall, M. (2011). A Typology of Governance and its Implications for Tourism Policy Analysis. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(4-5), 437-457. <https://doi.org/10.1080/09669582.2011.570346>
- Harvey, D. (2007). *Espacios del capital*. Akal
- ICCA (2019). ICCA Statistics Report Country & City Rankings. https://convention.krakow.pl/english/ccb_en/hot/240906,251,komunikat,icca_statistics_report_country__city_rankings.html
- Ioannides, D., Röslmaier, M., & van der Zee, E. (2019). Airbnb as an instigator of 'tourism bubble' expansion in Utrecht's Lombok neighbourhood. *Tourism Geographies*, 21(5), 822-840. <https://doi.org/10.1080/14616688.2018.1454505>
- Jover, J., & Díaz-Parra, I. (2020). Gentrification, transnational gentrification and touristification in Seville, Spain. *Urban Studies*, 57(15), 3044-3059. <https://doi.org/10.1177/0042098019857585>
- Lanfant, M. (1994). Identité, mémoire et la touristification de nos sociétés. Sociétés. *Revue des Sciences Humaines et Sociales*, 46, 433-439.
- Le Galès, P. (2002). *European Cities: Social Conflicts and Governance*. Oxford University Press.
- López-Palomeque, F., & Torres-Delgado, A. (2019). El turismo a l'Àrea Metropolitana de Barcelona. *Papers*, 62, 20-35. <https://raco.cat/index.php/Papers/ERMB/article/view/362169>
- López-Villanueva, C., & Crespi-Vallbona, M. (2021). Gentrificación y turistificación: dinámicas y estrategias en Barcelona. *Encrucijadas, Revista Crítica de Ciencias Sociales*, 21(1).
- MacLeod, G. (2011) Urban Politics Reconsidered: Growth Machine to Post-democratic City? *Urban Studies*, 48(12), 2629-2660. <https://doi.org/10.1177/0042098011415715>
- Marmolejo Duarte, C., & Stallbohm, M. (2008). En contra de la ciudad fragmentada: ¿hacia un cambio de paradigma urbanístico en la Región Metropolitana de Barcelona? *Scripta nova*, 12(270), 1-16. <https://raco.cat/index.php/ScriptaNova/article/view/115463>
- Milano, C. (2018). Overtourism, malestar social y turismofobia. Un debate controvertido. *Pasos*, 16(3), 551-564. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2018.16.041>
- Miles, M. (2007). *Cities and Cultures*. Routledge.
- Miralles-Guasch, C., & Tulla Pujol, A.F. (2012). La región metropolitana de Barcelona. Dinámicas territoriales recientes. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, (58), 299-318.

- Olaya Escobedo, S.I., Cruz Jiménez, G., & Castillo Nechar, M. (2021). La gobernanza en los estudios sobre turismo: estado del arte (2013-2019). *Gran Tour, Revista de Investigaciones Turísticas*, 23, 50-75. <https://www.eutm.es/grantour/index.php/grantour/article/view/208>
- Pierre, J., & Peters, G. (2000), *Governance, Politics, and the State*. Red Globe Press.
- Pitarch-Garrido, M. (2015). *Sostenibilidad social a través de la accesibilidad y la equidad*. Informe de ONU-Habitat para GSDR.
- Powell, W. (1990), Neither market nor hierarchy: Network forms of organization. *Research on Organizational Behavior*, 12, 295-336.
- Provan, K.G., & Kenis, P. (2007), Modes of network governance: Structure, management, and effectiveness. *Journal of public administration research and theory*, 18(2), 229-252. <https://doi.org/10.1093/jopart/mum015>
- Queiroz, F., & Rastrollo-Horrillo, M.Á. (2015). El estado del arte en gobernanza de destinos turísticos. *Tourism & Management Studies*, 11(2), 47-55.
- Richards, G. (2016), El turismo y la ciudad ¿Hacia nuevos modelos? *Revista Cidob d'afers internacionals*, 113, 71-87. <https://www.jstor.org/stable/24897281>
- Rubio-Ardanz, J.A. (2014). *Antropología y Maritimidad. Entramados y constructos patrimoniales en el Abra y Ría de Bilbao*. Museo Marítimo Ría de Bilbao.
- Salerno, G.M. (2022). Touristification and displacement. The long-standing production of Venice as a tourist attraction. *City*, 26(2-3), 519-541. <https://doi.org/10.1080/13604813.2022.2055359>
- Scott, N., Baggio, R., & Cooper, C. (2008). *Network analysis and tourism: From theory to practice* (Vol. 35). Channel View Publications.
- Stebbins, R.A. (1997). Identity and cultural tourism. *Annals of tourism research*, 24(2), 450-452.
- Stors, N., & Kagermeier, A. (2013). Crossing the border of the tourist bubble: Touristification in Copenhagen. In T. Thimm (Hrsg.), *Tourismus und grenzen* (pp. 115-131). MetaGIS Search.
- Subirats, J. (2002). *Redes, territorios y gobierno: nuevas respuestas locales a los retos de la globalización*. Diputació Barcelona.
- Vázquez Ceballos, C. (2014). Gobernanza y redes de política pública: un estudio de la vinculación entre gobierno, actores público-sociales y privados en un área local turística. *Revista Mexicana de*

<http://repositorio.ugto.mx/handle/20.500.12059/1325>

Velasco González, M. (2013). Gestión pública del turismo. La gobernanza. In J. Pulido Fernández & Y. López Sanchez (Coord.), *Gestión estratégica sostenible de destinos turísticos* (pp. 469-520). Universidad Internacional de Andalucía.

Velasco González, M. (2016). Entre el poder y la racionalidad: gobierno del turismo, política turística, planificación turística y gestión pública del turismo. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 14(3), 577-594. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2016.14.038>

Wachsmuth, D., & Weisler, A. (2018). Airbnb and the Rent Gap: Gentrification Through the Sharing Economy. *Environment and Planning: Economy and Space*, 50(6), 1147-1170, <https://doi.org/10.1177/0308518X18778038>

Wilson, W.J. (2006). *La geografía de la oportunidad: elección de raza y vivienda en América metropolitana*. Brookings Institution Press

Zukin, S. (2008). Consuming authenticity: From outposts of difference to means of exclusion. *Cultural studies*, 22(5), 724-748. <https://doi.org/10.1080/09502380802245985>

Zukin, S., Trujillo, V., Frase, P., Jackson, D., Recuber, T., & Walker, A. (2009). New retail capital and neighborhood change: Boutiques and gentrification in New York City. *City & Community*, 8(1), 47-64. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6040.2009.01269.x>