



## Reseña Bibliográfica

### **Peer-to-Peer Accommodation Networks: pushing the boundaries**

Dolnicar, S.. Goodfellow Publishers Limited, Oxford, 2018, 284 pp. ISBN 978-1-91196-53-6

Beatriz Benítez-Aurioles 

Universidad de Málaga

[bbaurioles@gmail.com](mailto:bbaurioles@gmail.com)

El crecimiento exponencial que, en la última década, ha experimentado el mercado *peer-to-peer* de alojamientos turísticos ha provocado un interés cada vez mayor por su estudio y análisis. Desde el punto de vista académico, hace tiempo que las contribuciones pasaron de los *working papers* a los *journals* especializados. Una simple lectura de los índices de las revistas de mayor impacto demostrará que el número de artículos dedicados a los distintos aspectos que rodean a dicho mercado es muy numeroso. De hecho, ya se han publicado varios trabajos dedicados a repasar la literatura sobre el tema (Dann *et al.*, 2019; Dolnicar, 2019; Guttentag, 2019; Prayag y Ozanne, 2018).

La dimensión que ha alcanzado este fenómeno ha provocado impactos, de diferentes tipos, que resultan difíciles de exagerar y que, en consecuencia, ha estimulado el debate fuera del ámbito puramente académico. En estas circunstancias, están apareciendo publicaciones que tratan de satisfacer la curiosidad de un público amplio. Algunas tienen un objetivo eminentemente práctico como las que tratan de facilitar una guía para que los propietarios de viviendas puedan gestionar su oferta en el mercado de alquileres a corto plazo. Otras son divulgativas y, por tanto, proporcionan análisis superficiales. En cambio, no son frecuentes las obras que combinan el rigor con una presentación accesible a cualquier lector interesado. En realidad, a lo que se nos alcanza, el libro objeto de esta reseña es el primero que se edita en esta línea sobre el mercado *peer-to-peer* de alojamientos turísticos.

Es un texto dividido en 24 capítulos breves. En todos participa Sara Dolnicar. Es la autora en solitario de 2 capítulos y en el resto comparte coautoría con distintos profesores e investigadores provenientes de universidades de Australia, Austria, Canadá, Eslovenia, Suiza y China. En total 15 autores. Aunque cada capítulo trata de un tema diferente y puede leerse de forma independiente, el hecho de que Dolnicar haya colaborado en la redacción de todos ellos consigue que la obra tenga un hilo argumental lógico, evitando las discontinuidades de

estilo que suele ser habitual en este tipo de libros. No obstante, a veces, resultan reiterativas las referencias a temas que se tratan en otros capítulos.

Dolnicar tiene cierta reputación como investigadora turística y, como ella misma reconoce en el prefacio de la obra, después de 20 años dedicada a esa labor, decidió ofertar su vivienda a través de Airbnb. Esta doble visión (teórica y práctica) le ha permitido analizar el mercado con un enfoque amplio. Aunque el libro tiene una vocación claramente divulgativa no renuncia a presentarse como una posible fuente de inspiración para la investigación. Así, es frecuente la inclusión de apartados en los que se formulan preguntas para futuras investigaciones. También cada capítulo se remata con un amplio conjunto de referencias bibliográficas. En cualquier caso, se aprecia un esfuerzo por conseguir que la lectura sea fácil aprovechando que los autores se sintieron liberados de las exigencias de los *journals* y de sus *reviewers* que, a veces, como se reconoce en el texto, condicionan la naturaleza de la investigación. No obstante, las figuras que contiene la obra están diseñadas con dibujos y letras que imitan la escritura manual, y, a veces, se incluyen comentarios coloquiales, lo cual da una imagen excesivamente informal, demasiado alejada de los cánones académicos.

El capítulo 1 se inicia, como el resto, con un resumen de su contenido y es uno de los que ha redactado de forma exclusiva Dolnicar. Se dedica a exponer los factores que explican el éxito de Airbnb. La expansión de la compañía se habría apoyado en dos pilares: la *confianza*, entendida como la creencia de que los actores implicados se comportarán de manera correcta y adecuada, y la *variación* que, a diferencia de la estandarización que ofrecen los alojamientos tradicionales, permite adaptarse a las demandas particulares. Ambos factores serían la base, a su vez, de una serie de elementos (equilibrio de poder entre oferentes y demandantes, flexibilidad, micro-segmentación del mercado, etc.) que habrían conseguido atraer a suficientes huéspedes y anfitriones para que Airbnb supere el umbral necesario para dominar el mercado *peer-to-peer*. En realidad, el texto gira en torno a esta compañía.

En el capítulo 2 se discute si las características de Airbnb encajarían dentro de la denominada economía colaborativa (*sharing economy*). Para ello se toma como referencia un trabajo de Muñoz y Cohen (2017) que, quizá, no es el más conocido en esta cuestión, para concluir que Airbnb no reúne todos los requisitos necesarios para ser considerada *economía colaborativa*.

Los capítulos 3, 4 y 5 se dedican a exponer el modelo de negocio de Airbnb, es decir, explica cómo la compañía crea, captura y distribuye valor. Están redactados por los mismos autores (Reinhold y Dolnicar) y puede considerarse un bloque homogéneo que ayuda a entender las razones que han llevado a que Airbnb se haya convertido en la empresa que lidera el mercado *peer-to-peer* de alojamientos turísticos. El capítulo 6 amplía el análisis para incluir a los competidores de Airbnb. Se propone una clasificación de las plataformas que, a través de Internet, ofrecen alojamientos, de acuerdo con dos criterios: importancia de las características del anfitrión (*host dependent/independent*) y búsqueda de beneficio monetario (*non commercial/commercial*). Así se obtiene una matriz 2x2 en la que se mencionan como ejemplos a HomeExchange (*host-independent, non-commercial*), Couchsurfing (*host-dependent, non-commercial*), Booking (*host-independent, commercial*), y Airbnb (*host-dependent, commercial*). También, desde una perspectiva más general, el capítulo 7 expone algunas oportunidades

para el emprendimiento que surgen en este contexto. Lo cierto es que las propuestas que aparece son, en la mayoría de las ocasiones, pequeños trabajos de apoyo al mantenimiento de los alojamientos, como la limpieza o el cuidado de jardines, y, aunque se resalta su capacidad para el fortalecimiento de la economía local, no se entra en el debate sobre la calidad de los empleos que, sobre esa base, pueden crearse.

En el capítulo 8 se especula sobre la posibilidad de que, en un futuro, las redes *peer-to-peer* establecidas para la comercialización de alojamientos se conviertan en proveedores globales de servicios turísticos incluyendo, por ejemplo, el transporte o la oferta de eventos o recorridos y, aquí, se menciona las *experiencias* que ya proporciona Airbnb relacionadas con el deporte, la naturaleza, el entretenimiento, o la restauración.

Los siguientes capítulos muestran la capacidad que ofrece los alojamientos *peer-to-peer* para, por un lado, cubrir las carencias que podría tener la infraestructura hotelera tradicional y, por otro, atender el crecimiento puntual de la demanda turística ante la celebración de eventos concretos. Para el primer caso, el capítulo 9 utiliza como referencia Eslovenia. Para el segundo caso, desarrollado en el capítulo 10, se analiza el papel que desempeñó Airbnb para satisfacer la demanda en eventos tales como la celebración de los Juegos Olímpicos, de la Copa del Mundo de Fútbol, o del Maratón de Nueva York donde, en algunos casos, se convirtió, incluso, en patrocinador oficial.

El capítulo 11 se titula “Reacciones regulatorias en todo el mundo” y se centra, en particular, en las normativas que han adoptado las autoridades en Nueva York, San Francisco, París, Londres, Ámsterdam, Berlín, Barcelona, Reikiavik, y Tasmania. La “reacción” se produjo porque la forma en la que se ha expandido el mercado, con una alta concentración en los centros de las ciudades, empezó a provocar problemas sociales que exigían una respuesta política: escasez de viviendas, incremento de su precio, transformación de los barrios, reducción de la calidad de vida de los residentes, competencia desleal, inseguridad. A cada uno de esos problemas se le dedica un solo párrafo, en total poco más de una página de las casi trescientas que tiene el libro. En general, se presenta una visión demasiado amable de Airbnb. En este sentido, algún lector puede que eche en falta una posición más crítica del papel que ha tenido Airbnb en la aparición de los problemas que acabamos de mencionar. Es evidente que esta es una carencia destacable que tiene la obra.

El capítulo 12 contiene un estudio de los determinantes del precio de los alojamientos turísticos en el mercado *peer-to-peer* centrado en el caso de Viena. En la literatura académica pueden encontrarse análisis similares para otras ciudades (Benítez-Aurioles, 2018; Wang y Nicolau, 2017) que, al igual que éste, demuestran la relevancia de variables relacionadas, no solo con las características del alojamiento o su ubicación, sino con las valoraciones previas que han realizado los usuarios o con determinada información que afecta al propietario, para explicar el precio. No se incorporan las variables relacionadas con la política de reserva y de cancelación que también influyen en el precio del alojamiento. Tampoco se hace referencia al sesgo alcista que tienen las valoraciones que dejan los usuarios de Airbnb.

Un caso que presenta ciertas peculiaridades es el de China. En el capítulo 13 se explica las razones por las que Airbnb tiene una baja penetración en ese país entre las que

se encontrarían factores culturales y la existencia de un conjunto de plataformas locales que tienen ciertas ventajas competitivas.

El tema del empleo se aborda en el capítulo 14 que, en cierta medida, complementa a lo expuesto en el capítulo 7. El debate se centra en la posibilidad de que el nuevo escenario destruya empleo estable a tiempo completo en el sector turístico a cambio de crear más empleo inestable o a tiempo parcial. En la línea de ver el vaso medio lleno, los autores ven aquí una oportunidad para aquellos que solo desean una vinculación ocasional con el mercado de trabajo.

Uno de los elementos destacable, al que se dedica el capítulo 15, son los emparejamientos (*matching*), supuestamente más eficientes, que se lograrían a través de los mercados *peer-to-peer*. Aquí se propone una clasificación de tipos puros de anfitriones y huéspedes según sus intereses. Esos arquetipos serían referencias ideales que, en la realidad, se presentan mezclados y matizados. Esa diversidad es la que permitiría un mejor ajuste entre la oferta y la demanda.

Los siguientes capítulos se ocupan de temas más específicos. Así, el capítulo 16 explora las relaciones de “amor/odio” que mantienen los anfitriones con Airbnb a partir de las opiniones que manifestaron en un grupo cerrado de Facebook en el que participan anfitriones de Tasmania (Australia) y las recogidas en la web *airbnbhell* que se dedica a recopilar historias sobre los riesgos y los peligros de utilizar Airbnb. Hubiera sido interesante recoger, asimismo, opiniones de los huéspedes. En el capítulo 17, Dolnicar nos cuenta su experiencia con un huésped sobre el que no tenía información previa y cómo, a partir de ahí, cambió su estrategia de comunicación. El capítulo 18 muestra el potencial de Airbnb para satisfacer la demanda de varias familias que viajen juntas a partir de los datos de una encuesta realizada a personas que han viajado o pensaban viajar en ese tipo de grupos.

Mención especial merece el tema de la discriminación que se aborda en el capítulo 19. Existen trabajos que han encontrado evidencia para apoyar la tesis de que existe discriminación tanto por el lado de la oferta como de la demanda. Por ejemplo, estudios realizados en Estados Unidos han demostrado que los anfitriones asiáticos, negros o hispanos aceptan precios inferiores por alojamientos similares que los que aceptan los caucásicos (Edelman y Luca, 2014); o que las probabilidades de ser aceptado en un determinado alojamiento disminuyen para los que tienen apellidos típicos de la población negra (Edelman et al., 2017). Sin embargo, los datos de la encuesta que se presenta en el capítulo 19 no parecen avalar la existencia de discriminación sistemática. Probablemente, los resultados estén, en este caso, influidos por el método de recogida de la información y por el ámbito en que se realizó (Australia). Otra consideración se deriva de que quizás sea diferente lo que los anfitriones dicen que hacen, cuando contestan una encuesta, de lo que realmente hacen, cuando se observa su comportamiento real en el mercado. En cualquier caso, existe margen para seguir investigando este tema.

Los últimos capítulos se dedican a poner de manifiesto la importancia de las relaciones sociales en las redes *peer-to-peer* (capítulo 20), a la contribución que pueden hacer los alojamientos comercializados a través de esas redes para amortiguar los efectos de los desastres inesperados (capítulo 21), atender a los huéspedes con necesidades específicas (capítulo 22),

o promover el activismo político (capítulo 23). El último capítulo, el 24, propone un marco para que todos los actores implicados (anfitriones, huéspedes, Airbnb) puedan valorar el impacto que tienen sus decisiones sobre el medio ambiente.

El balance general de la obra es positivo. Su principal debilidad, tal como se ha señalado, está en la escasa atención que presta a los problemas que ha causado la irrupción de Airbnb, tanto para los residentes de los lugares de destino como para la industria de alojamiento convencional (hoteles). En cambio, es muy meritorio el esfuerzo de los autores y, especialmente, de Dolnicar, como máxima responsable del libro, por divulgar un tema de indudable interés sin renunciar al análisis riguroso, aunque tampoco nos resistimos a señalar, de nuevo, que, en algunas ocasiones, la presentación de las figuras y los recursos lingüísticos utilizados son demasiado informales. Esta es, al menos, nuestra opinión. Cada cual podrá tener la suya leyendo el libro que, por cierto, está libremente disponible en formato electrónico en el siguiente enlace: <https://www.goodfellowpublishers.com/academic-publishing.php?promoCode=&partnerID=&content=story&storyID=396>

## REFERENCIAS

- Benítez-Aurioles, B. (2018). Why are flexible booking policies priced negatively?. *Tourism Management*, 67, 312-325.
- Dann, D., Teubner, T., & Weinhardt, C. (2019). Poster child and guinea pig-insights from a structured literature review on Airbnb. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 31(1), 427-473.
- Dolnicar, S. (2019). A review of research into paid online peer-to-peer accommodation: Launching the Annals of Tourism Research curated collection on peer-to-peer accommodation. *Annals of Tourism Research*, 75, 248-264.
- Edelman, B., & Luca, M. (2014). Digital discrimination: The case of [Airbnb.com](http://www.airbnb.com), *Harvard Business School NOM Unit Working Paper* (14-054). Retrieved from [http://www.hbs.edu/faculty/Publication%20Files/Airbnb\\_92dd6086-6e46-4eaf-9cea-60fe5ba3c596.pdf](http://www.hbs.edu/faculty/Publication%20Files/Airbnb_92dd6086-6e46-4eaf-9cea-60fe5ba3c596.pdf).
- Edelman, B., Luca, M., & Svirsky, D. (2017). Racial discrimination in the sharing economy: Evidence from a field experiment. *American Economic Journal: Applied Economics*, 9(2), 1-22.
- Guttentag, D. (2019). Progress on Airbnb: a literature review. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 10(3), 233-263.
- Muñoz, P., & Cohen, B. (2017). Mapping out the sharing economy: A configurational approach to sharing business modeling. *Technological Forecasting and Social Change*, 125, 21-37.
- Prayag, G., & Ozanne, L. K. (2018). A systematic review of peer-to-peer (P2P) accommodation sharing research from 2010 to 2016: progress and prospects from the multi-level perspective. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 27(6), 649-678.
- Wang, D. & Nicolau, J. L. (2017). Price determinants of sharing economy based accommodation rental: A study of listings from 33 cities on [Airbnb.com](http://www.airbnb.com). *International Journal of Hospitality Management*, 62, 120-131.