



FACULTAD DE TURISMO Y FINANZAS

GRADO EN FINANZAS Y CONTABILIDAD

**LOS CONTRATOS TURÍSTICOS “AIRBNB” COMO FORMA DE
HOSPEDAJE**

Trabajo Fin de Grado presentado por Marta Leal Márquez, siendo la tutora del mismo la profesora Dña. Inmaculada López de la Torre.

Vº. Bº. de la tutora:

Alumna:

Dña. Inmaculada López de la Torre

Dña. Marta Leal Márquez

Sevilla. Junio de 2017



GRADO EN TURISMO
FACULTAD DE TURISMO Y FINANZAS
TRABAJO FIN DE GRADO
CURSO ACADÉMICO [2016-2017]

TÍTULO:
LOS CONTRATOS TURÍSTICOS “AIRBNB” COMO FORMA DE HOSPEDAJE

AUTOR:
MARTA LEAL MÁRQUEZ

TUTOR:
DÑA. INMACULADA LÓPEZ DE LA TORRE

DEPARTAMENTO:
DERECHO MERCANTIL

ÁREA DE CONOCIMIENTO:
DERECHO MERCANTIL

RESUMEN:

De sus humildes inicios, la hospitalidad y el turismo crecieron hasta convertirse en las dos industrias más grandes mundialmente.

Actualmente, la industria del hospedaje es compleja y diversa y desde las posadas de los tiempos bíblicos hasta los complejos resorts modernos, la evolución del establecimiento para hospedaje ha influido en, y a su vez ha sido influida por, los cambios sociales, culturales, económicos y políticos de la sociedad.

Muchas personas desean viajar y conocer otras ciudades, países, culturas distintas, así como participar en fiestas locales y eventos que congregan a asistentes de muy diversos lugares u afortunadamente, cada vez hay más posibilidades de hacerlo a un precio asequible.

El apetito de los consumidores por el low cost hace tiempo que dejó de ser una moda para convertirse en una opción más.

Por ello se desglosará el significado del contrato que se produce al prestar un servicio de alojamiento y hospedaje, las particularidades que presenta y el proceso o funcionamiento del nuevo contrato de actualidad, el contrato turístico Airbnb.

PALABRAS CLAVE:

Contrato de hospedaje; Airbnb; Anfitrión; Regulación; Consumo.

ÍNDICE

CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN	1
1.1 JUSTIFICACIÓN TEMÁTICA	2
1.2 OBJETIVOS.....	2
1.3 METODOLOGÍA	2
CAPÍTULO 2. CONTRATO DE HOSPEDAJE. IDEAS GENERALES.....	3
2.1 CONCEPTO.....	3
2.2 NATURALEZA JURÍDICA	4
2.3 SUJETOS Y OBLIGACIONES CONTRACTUALES	5
2.3.1 Noción de consumidor. Obligaciones	6
2.3.2 Noción de empresario. Obligaciones.....	8
CAPÍTULO 3. CONTRATO TURÍSTICO AIRBNB.....	13
3.1 CONCEPTO.....	13
3.1.1 Funcionamiento de Airbnb.....	14
3.1.2 Modelo de negocio de Airbnb.....	15
3.1.3 Campaña de marketing de Airbnb.....	16
3.1.4 Ciudades y regiones que colaboran con Airbnb	16
3.1.5 Cifras de Airbnb	18
3.2 REINVENCIÓN DEL SECTOR HOTELERO FRENTE AL CONSUMO COLABORATIVO.....	18
3.3 FISCALIDAD DE LOS ARRENDAMIENTOS	21
3.4 FRAUDE Y ECONOMÍA SUMERGIDA. AIRBNB	25
CAPÍTULO 4. AIRBNB ESPAÑA	29
4.1 IMPACTOS GENERALES.....	29
4.2 PREVISIÓN IMPACTO FUTURO AIRBNB.....	32
CONCLUSIONES	35
BIBLIOGRAFÍA.....	37
ANEXOS.....	39

CAPÍTULO 1

INTRODUCCIÓN

El turismo se ha consolidado como elemento clave de la evolución social y económica a nivel mundial, principalmente por su ayuda a la creación de empleo. La OMT (Organización Mundial del Turismo) refleja la importancia del volumen de negocio que genera el mismo, convirtiéndose en uno de los principales motores del comercio internacional y representando una de las fuentes fundamentales de ingresos de numerosos países en desarrollo.

Europa constituye el primer destino turístico del mundo, y en lo que respecta a España, el Turismo funciona como la primera actividad económica del país. Representa un 10,9% del PIB, únicamente superados por los Estados Unidos. Es el tercer país en cuanto a número de entradas, además de ser primer destino mundial en turismo vacacional.

España ha superado los 75 millones de turistas en 2016. Es el sector más competitivo del mundo .

Como puede resultar obvio, dentro del sector turístico presentan especial importancia los servicios de alojamiento prestados por establecimientos hoteleros, que constituyen una de las piezas fundamentales del sector. De esta manera los contratos turísticos, o más en concreto los contratos de hospedaje, adquieren una importancia notoria.

Sin embargo, pese al panorama descrito, y pese a que otros contratos, sí gozan de una regulación legal propia, el contrato de hospedaje, con incidencia económica cada vez más significativa y objeto central de esta investigación, no encuentra regulación alguna en nuestras leyes. El turismo se configura como una de las piezas claves de la economía nacional y, al mismo tiempo, nuestro ordenamiento jurídico no le ha dispensado una regulación concreta al contrato de hospedaje profesional.

Es precisamente esta atipicidad la que, unida a la importancia económica del turismo en nuestro país, nos lleva a estudiar un contrato que, como el de hospedaje, cada vez goza de más repercusión dentro de nuestras fronteras y el cual, sin embargo, no está específicamente contemplado en nuestras leyes.

Pese a ello, la evolución ha sido tan espectacular que actualmente casi todas las personas que viven en países desarrollados tienen acceso a viajar y alojarse en establecimientos dignos.

Hoy podemos encontrar en cualquier sitio establecimientos hosteleros de todo tipo y la competencia del mercado es tan fuerte, que ha repercutido en que las tarifas se hayan ido abaratando en beneficio de los usuarios. Se trata de un sector que da trabajo a una gran parte de la población.

Así surge el fenómeno “low cost” y se ha acelerado, hasta el punto de que este modelo de negocio nacido bajo las alas de la industria aérea, ha acabado por contagiar múltiples sectores económicos. Ajustar los costes al máximo para luego trasladar los ahorros preferentemente a precios más baratos, se ha convertido en la tendencia que está liderando la industria turística en el primer cuarto del siglo XXI.

Según apuntan varios expertos, la hotelería “low cost” es la evolución normal de un mercado en época de crisis en el que el huésped quiere decidir qué servicios recibir y paga por ellos una contraprestación justa.

1.1 JUSTIFICACIÓN TEMÁTICA

A medida que pasa el tiempo, la sociedad cambia al igual que sus sistemas productivos y las formas de brindar servicios. Por tal motivo hay regulaciones que quedan sin vigencia y se hacen necesarias otras que normalicen los nuevos escenarios en la convivencia social, ya que todo comportamiento social es también comportamiento jurídico.

Por tanto, al no haber gozado este contrato de un tratamiento por parte del legislador, siendo muy escasas las referencias legales al mismo, es necesario en primer lugar sentar las bases de cuál es su esquema contractual.

Desde ésta posición, parto del desconocimiento específico en la materia, lo que me hace pensar que al igual que yo, puede que existan muchos consumidores y usuarios que desconocen el significado de este contrato, las características que presenta y el alcance del mismo.

De este modo, la finalidad pretendida descansa principalmente en establecer cuál es el régimen jurídico aplicable al contrato de hospedaje o de forma más concreta, a los contratos turísticos "Airbnb".

1.2 OBJETIVOS

Conocer el funcionamiento del contrato de hospedaje en el campo de relaciones turísticas de hoteleros en España y en otros países (objetivo general).

Conocer el significado de empresario hotelero y de huésped, como objeto de contrato, y sus respectivas obligaciones (objetivo específico).

Tratar los contratos turísticos "Airbnb" y su problemática (objetivo específico).

Conocer "Airbnb" en las principales ciudades de España (objetivo específico).

1.3 METODOLOGÍA

Se ha realizado un diseño metodológico descriptivo que permite conocer en profundidad una realidad sin resultados.

En la primera fase de investigación se realizó un análisis de contenidos, es decir, se realizó una revisión de la bibliografía sobre el tema mediante la búsqueda en diferentes manuales o libros obtenidos en la Facultad de Turismo y Finanzas, en la Facultad de Derecho, o en bases de datos como catálogo FAMA, Tirant lo Blanc, Aranzadi o vLex entre otras. También se ha utilizado "Google" y páginas jurídicas.

En la segunda fase se utilizó un diseño de campo, se recogió información de fuentes primarias mediante observación directa y entrevistas a informantes clave, con el fin de conocer la realidad de la práctica cotidiana en las empresas de hospedaje, más en concreto, en las empresas de hospedaje "Airbnb".

Por último, la tercera y última fase se realizó con el fin de poder detectar las posibles irregularidades en los contratos de hospedaje ya citados o la incorrecta ejecución de los mismos.

CAPÍTULO 2

CONTRATO DE HOSPEDAJE: IDEAS GENERALES

2.1 CONCEPTO

En el contrato de hospedaje o de alojamiento, el titular del albergue o la empresa de alojamiento hotelero se obliga respecto al huésped a cederle el uso de una o más habitaciones, a prestarle ciertos servicios y a custodiar ciertos objetos a cambio de una contraprestación en dinero. Lo esencial es la cesión del uso de determinadas habitaciones amuebladas, cesión que va naturalmente acompañada de ciertos servicios necesarios (limpieza, agua, luz, etcétera).

El establecimiento destinado al alojamiento se encuentra abierto al público siendo libre el acceso al mismo.

El titular del establecimiento hotelero tiene que obtener una autorización turística concedida por la administración autonómica competente en el territorio, además el titular del establecimiento tiene que obtener otros permisos y licencias municipales. La autorización deberá ser inscrita en el correspondiente Registro, siendo tal inscripción gratuita y obligatoria. En ambos los casos, y motivado por un incumplimiento de las condiciones administrativas impuestas, la autorización inicialmente concedida puede ser revocada; llegándose a eximir a los huéspedes de sus obligaciones respecto a quien ejerza la actividad hotelera sin poseer la totalidad de la autorizaciones y permisos pertinentes.

El servicio de alojamiento turístico se presta en virtud de un contrato celebrado directamente, con o sin previa reserva, entre la empresa turística de alojamiento y el propio cliente o usuario final, es decir, sin intermediarios. En cambio, en el contrato de reserva de plazas en régimen de cupo o contingente, el servicio de alojamiento se presta en virtud de un contrato celebrado contando con la intervención de una agencia de viajes, poniendo la empresa de alojamiento turístico a disposición de la agencia, durante un período de tiempo determinado, un número prefijado de plazas o habitaciones para el alojamiento de los clientes de la agencia.

Es un contrato consensual. Hay que distinguir dos hipótesis: una, cada vez más frecuente en que hay una reserva previa (directamente del particular o a través de una Central de reservas; individual o en régimen de contingente) y otra el que se formaliza sin reserva, mediante presencia física del cliente en el hotel solicitando habitación y siendo aceptado en el mismo momento por el empresario.

En el primer caso, el de reserva será un contrato independiente del de hotel o alojamiento, pero no lo convierte en formal. Las reservas concertadas por los establecimientos hoteleros pueden concertarse en régimen individual o de grupo o contingente. A su vez, las primeras pueden concertarse directamente por los propios clientes o a través de agencia de viajes.

Hoy en día, no menos usuales son en la práctica hotelera las denominadas reservas informales por concertarse simplemente por teléfono, que se dan por canceladas si el interesado no se presenta en el establecimiento para ocupar las plazas reservadas antes de las ocho de la tarde del primer día reservado, sin perjuicio de la correspondiente penalización. Este contrato también se puede llevar a cabo por vía telemática, por correo electrónico o Internet, en el caso que el establecimiento hotelero disponga de una propia página web a la cual el cliente pueda acceder directamente a través de su ordenador. En este sentido, una cuestión importante es poder determinar el momento exacto en el cual queda perfeccionado el contrato. Ahora bien, dicha reserva actualmente se suele formalizar por escrito, enviando la documentación por fax o por correo electrónico. En la reserva, a facultad del titular del establecimiento hotelero, puede mediar o no un anticipo del precio en concepto de señal, que se considera a cuenta del importe resultante por los servicios prestados. Si existe ese anticipo y la reserva se hace para un período largo se debe mantener la reserva durante ese período; en cambio, si no existe anticipo de dinero, el titular del hotel puede optar por mantener la reserva o entenderla cancelada una vez transcurrido el primer día.

2.2 NATURALEZA JURIDICA

Es un contrato atípico, consensual, bilateral y de carácter complejo en el que subyacen obligaciones de naturaleza muy diversa. En efecto, la jurisprudencia tras destacar su carácter complejo lo califica como un contrato de tracto sucesivo que combina elementos del arrendamiento de cosas para la habitación o cuarto, del arrendamiento de servicios para los servicios personales, de obra para la comida y del depósito para los efectos que se introducen. Como servicio complementario suele ofrecerse el de aparcamiento de los vehículos de los clientes, si dentro del precio que satisface el cliente se incluye la vigilancia del vehículo. Se considera que es un contrato "sui generis", ya que guarda semejanzas con otras relaciones jurídicas (arrendamiento, compraventa, depósito, y contrato de servicios), pero por sus propias características y finalidad constituye un contrato independiente y autónomo.

Un sector doctrinal, estima que se trata de un contrato mercantil, con aspectos civiles en cuanto a la responsabilidad del hotelero y su derecho de crédito preferente, y con marcados matices de carácter administrativo. Para ello, considera que no constituye un inconveniente el que los únicos preceptos existentes sobre el contrato de hospedaje se contengan en el Código Civil, ya que este derecho es supletorio del mercantil.

Además, señala que, atendiendo al establecimiento es típicamente mercantil, pues el titular tiene fin de lucro y riesgo comercial. En cambio, otro sector doctrinal, estima que se puede defender su naturaleza civil.

En función de si la empresa de alojamiento presta exclusivamente éste con los servicios personales o si, además, contrata la manutención, se distinguen dos modalidades: alojamiento simple como contrato de hospedaje en el cual se facilita por la empresa hotelera el alojamiento con una serie de servicios que van en consonancia con la categoría del establecimiento y alojamiento completo, cuando además, se presta o facilita pensión alimenticia al huésped bien sea en régimen de sólo desayuno, media pensión o pensión completa.

El contrato se formaliza habitualmente en la recepción del hotel. Esta es la encargada de atender las reservas, formalizar el hospedaje, asignar habitaciones, extender las facturas y recibir el importe del alojamiento. Ahora bien, el contrato de hospedaje no se formaliza normalmente por escrito, por lo que las formalidades que se suscriben son simplemente las exigidas de carácter administrativo para el control y registro del viajero. Por tanto, el cliente que llega a un hotel y firma su hoja de parte de entrada, se entiende que por este hecho ha aceptado todas las condiciones que son uso y costumbre y tiene que ajustarse a las mismas. A su llegada al huésped, se le entrega un documento (la tarjeta de admisión o de recepción) en la que constan ciertos datos como la identificación del viajero, la empresa de hostelería, las fechas de entrada y salida y la ubicación de la habitación etc.

Respecto al valor jurídico de estas tarjetas de entrada podemos señalar que es un simple resguardo que legitima a su portador para el uso de ciertos servicios del hotel o ticket acreditativo de que el contrato de hotel ya ha sido celebrado. Al dorso de la misma suele recogerse la cláusula de que el hotel no responde de los objetos de valor no entregados en recepción.

La categoría del establecimiento se obtiene y conserva en función del número y calidad de los servicios complementarios que se compromete a poner a disposición del cliente (bar, restaurante, comedor, piscinas, aparcamiento, discoteca, peluquería, lavandería, caja fuerte, spa) y de los que aquél puede servirse, abonándolos por separado, pero con derecho a que se los ofrezcan en ejecución del contrato de hospedaje.

2.3 SUJETOS Y OBLIGACIONES CONTRACTUALES

Intervienen dos sujetos: el titular del establecimiento hotelero y el huésped o viajero. A pesar de que en el Código Civil nos encontremos con las denominaciones decimonónicas de fondistas, mesoneros y posaderos, hoy en día, se trata de profesionales hoteleros. Respecto a éstos, aunque puede prestar alojamiento cualquier persona que tenga capacidad para obligarse, como la hostelería está regulada por diversas disposiciones de carácter administrativo, ello conlleva que sólo pueden ejercer esa actividad las personas naturales o jurídicas que reúnan los requisitos establecidos por dichas normas: tener autorización turística concedida por el organismo de la administración autonómica competente por razón del territorio, así como las pertinentes licencias municipales de apertura de establecimiento, de edificación. No obstante, si la empresa ejerce esa actividad sin las correspondientes licencias, ello no determinará que la relación con el huésped sea nula o inexistente. Ahora bien, el viajero podrá ejercitar las acciones indemnizatorias si el dueño incumple sus obligaciones. El titular del establecimiento es un empresario y la actividad hotelera se considera una función de tipo profesional.

La legislación turística incluye en el grupo de establecimientos de alojamiento hotelero a los hoteles, y a otras figuras (hoteles-apartamentos, hostales, pensiones, moteles) en las que el alojamiento se presta, día por día, en establecimientos organizados por habitaciones, y según la categoría, además de los servicios mínimos de mantenimiento diario de habitación, cama y aseo, pueden incorporar otros servicios propios de la industria hotelera (comedor, limpieza, planchado de ropa etcétera). Ahora bien, desde el punto de vista del Derecho privado, la clasificación administrativa de los establecimientos hoteleros no afecta al contenido de las relaciones jurídicas que nacen del contrato de hospedaje.

Actualmente, dentro de este contrato de hospedaje ha proliferado en nuestros días el turismo rural que se halla regulado en distintas normas autonómicas de carácter administrativo.

En cuanto a las obligaciones, son un aspecto legal que se encuentra íntimamente ligado a los contratos. Expresa la obligación que se establece por medio de éstos entre las partes que lo celebran, ya sean una o varias las partes que lo firman.

En términos jurídicos, y morales, las obligaciones son acciones que un individuo tiene que hacer, estando o no de acuerdo en hacerlas, tales como las obligaciones familiares que abarcan el pago de alimentos, y las obligaciones religiosas, que conllevan el pago del diezmo y los sacramentos.

Existe un aspecto de obligación que es meramente volitivo, donde se tiene la obligación de cumplir, y la única penalización es el fracaso del proyecto propio.

2.3.1 Noción de Consumidor y Usuario. Obligaciones

Hasta ahora sólo hemos calificado al consumidor como la parte más débil frente al empresario pero no hemos llegado a definirlo de una manera precisa debido a su dificultad. Podemos considerar una posible descripción, la que señaló el presidente cuando afirmó que “consumidores somos todos” (John F. Kennedy, 1962) y es cierto, todos vivimos en una sociedad de consumo, compramos, alquilamos y contratamos, entre otras cosas.

De esta manera cuando la finalidad que se persiga sea la calidad de la vida, consideraremos consumidores a todos los ciudadanos. Ésta es la noción abstracta que engloba derechos como la educación, la seguridad, la salud o la información y que no permiten ser reclamados de manera individual.

Cuando al consumidor, bien como cliente o como destinatario final, se le atribuye derechos que sí que puede ejercitar por sí mismo, su definición es concreta.

Esta definición está más relacionada con el acto de consumo que podemos definirlo como “el acto jurídico (un contrato, casi siempre) que permite obtener un bien o un servicio con vistas a satisfacer una necesidad personal o familiar” (Lasarte Álvarez 2013, Manual sobre protección de consumidores y usuarios, 5ª ed).

Sin embargo, cuando el consumidor adquiere o contrata, es un consumidor jurídico frente a quien utiliza o disfruta sin contratar, que es un consumidor material.

Básicamente tres son las obligaciones del huésped: pagar el precio, restituir la habitación en el momento pactado por las partes y respetar las normas de utilización de los servicios impuestos por el hotelero.

En cuanto a la primera de ellas, no ofrece duda que el establecimiento hotelero desempeña el servicio a cambio de una remuneración. La prestación por un profesional de los servicios propios de su profesión constituye una “presunción iuris tantum” de que la otra parte se obliga a remunerarlos (ficción jurídica a través de la cual se establece un mecanismo legal automático, que considera que un determinado hecho, o un determinado acontecimiento, se entiende probado simplemente por darse los presupuestos para ello).

Así, el art. 1544 del Código Civil establece que en el arrendamiento de servicios, una de las partes se obliga a prestar un servicio por precio cierto.

Por tanto, y debido a que se trata de uno de los aspectos principales del contrato, el consumidor deberá ser informado sobre el precio incluso antes de que aquél llegue a formalizarse, tal y como aparece reflejado en el art. 60.2 apartado c) del Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de Noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley general para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias.

En un sentido prácticamente idéntico también hace mención al precio el art. 20.1 c) del mismo texto legal, en el que se establece que entre la información necesaria que debe recoger la oferta comercial del servicio, debe constar «el precio final completo, incluidos los impuestos, desglosando, en su caso, el importe de los incrementos o descuentos que sean de aplicación a la oferta y los gastos adicionales que se repercutan al consumidor o usuario».

Sin embargo, también existe la posibilidad de que el hotel desempeñe los servicios de forma totalmente gratuita, como consecuencia de haber participado el cliente en un concurso o sorteo del propio hotel. Sobre esta cuestión, en la que ya incidimos en capítulos precedentes, parece que los textos europeos aportan un poco de claridad.

En concreto el Draft Common Frame of Reference (Proyecto de Marco Común de Referencia), basado en los Principios de derecho europeo de contratos, contempla la posibilidad de que un contrato de servicios se preste a título gratuito. De este modo, el apartado b) del art. IV.C.- 1:101 extiende el ámbito de aplicación de la normativa sobre servicios a todos aquellos contratos en los que el prestador realice el servicio sin derecho a recibir contraprestación por parte del cliente. Si bien, el art. IV.C.-2:101 señala que «cuando el prestador del servicio es un empresario o profesional el contrato se presume oneroso salvo pacto en contrario».

En sentido similar se pronuncia nuestra doctrina, según la cual la responsabilidad del Código Civil queda reservada a aquellos que se dediquen profesionalmente al hospedaje, aun en el hipotético caso de que no reciban contraprestación por sus servicios. Por tanto, un contrato gratuito sigue siendo un contrato de servicios y le seguirá siendo aplicable su normativa.

Con respecto al momento del pago, aunque la práctica habitual viene siendo pagar una vez el contrato ha finalizado, rige el principio de autonomía de la voluntad, lo que justifica la validez de la exigencia de pagar anticipadamente. Lo mismo ocurre con los medios de pago, no existiendo a priori ninguna restricción con respecto a ellos; no obstante, ambos aspectos deberán figurar en la información precontractual garantizada al cliente antes de que quede vinculado por el contrato y la cual se encuentra detallada en el art. 97 del RDL 1/2007, de 16 de noviembre.

En segundo lugar, el cliente tiene también el deber de restituir la habitación en el momento acordado.

La no restitución por el huésped se debe entender que implica una voluntad de prorrogar la duración del contrato, por lo que probablemente no deba tratarse como un incumplimiento contractual, a no ser, claro está, que dicha prórroga sea inviable debido a que la habitación tenga que ser entregada a huéspedes distintos que la contrataron previamente. En estos casos sí estaríamos frente a un incumplimiento contractual.

Por otra parte, este deber implica asimismo la obligación de restituir la habitación en el estado en el que se encontraba, es decir, sin daños ni deterioros, exceptuando aquellos que surgen del riesgo general de la vida, lo cuales, lejos de ser considerados como un incumplimiento del contrato, se entienden comprendidos en el precio de la habitación.

Finalmente, el cliente tiene el deber de respetar las normas impuestas por el establecimiento, esto es, acatar las normas de seguridad e higiene que establece el hotel, y observar las indicaciones del hotelero sobre el deber de cuidado de las instalaciones.

Sin embargo, este deber, que constituye una auténtica obligación jurídica, y cuyo incumplimiento activa a favor del hotelero, no puede confundirse con el deber del huésped de colaborar al cumplimiento del prestador de los servicios, ya que estas conductas de colaboración no son exigibles por el empresario y su no realización no da lugar a los remedios del incumplimiento, sino que provocan un efecto distinto: que no haya para el hotelero responsabilidad por incumplimiento contractual.

2.3.2 Noción de empresario. Obligaciones

Se le llama así en la actualidad, de manera más específica a la persona que toma las decisiones vinculantes sobre la producción de bienes o servicios por parte de una empresa para su venta en el mercado y la consecuente obtención de *beneficios*. El empresario puede además (no necesariamente) ser el propietario de la empresa y el dueño del capital, y el encargado de asumir los riesgos de innovación e inversión.

El empresario puede consistir tanto en una persona física como en un sujeto jurídico, y puede desempeñar su tarea tanto de manera individual como colectiva. El concepto de empresario está directamente vinculado al de empresa: un empresario actúa como personificación de la empresa, no solo por detentar su representación legal sino por ser en muchos casos su propietario y por ser común que la empresa lleve su apellido.

La actividad de un empresario se da tanto al interior como al exterior de la empresa, entendida ésta como una unidad económica. Al interior, porque es el encargado de la organización administrativa, de la articulación entre capital y trabajo para alcanzar los objetivos de producción y de establecer qué tipo de administración de recursos y personal son los más convenientes. Al exterior, porque es el encargado de establecer relaciones con otras empresas, de vincularse con otras organizaciones e instituciones (tales como el Estado) y de actuar como portavoz de la empresa frente a la sociedad.

En cuantos a las numerosas obligaciones del hotelero durante la vigencia del contrato de hospedaje, consisten todas ellas en prestaciones de hacer encaminadas a satisfacer los intereses del huésped.

Así, en el contrato de hospedaje nos encontramos, por una parte, con la obligación de mantener al huésped en el uso pacífico de la habitación durante el tiempo pactado, lo que implica, como es lógico, una previa obligación de entregar la habitación al cliente y, por otro lado, con el deber de proporcionar los servicios a los que viene obligado el hotelero durante la vigencia del contrato, tales como garantizar la seguridad y tranquilidad del viajero, la limpieza de las habitaciones, la limpieza de ropa, proporcionar los servicios ofertados (televisión, internet, piscina, sauna, gimnasio, mini bar, calefacción etc.), la custodia de los efectos personales del cliente, la manutención, cuidar el buen funcionamiento de todas las dependencias e instalaciones, así como el deber de informar al cliente durante la vigencia del contrato

En definitiva, se pretende que se lleven a cabo los servicios en los términos contratados, de acuerdo con la categoría del establecimiento y con lo dispuesto en las diversas reglamentaciones de las actividades turísticas.

La diferenciación entre las obligaciones de actividad y de resultado ha ocasionado un sinnúmero de debates doctrinales, siendo innumerables los problemas que suscita la configuración del régimen jurídico de ambos tipos de obligaciones.

El origen de la diferenciación, pese al intento de algún autor de situarlo en el Derecho romano, adquiere relevancia con el profesor René Demogue (Doctor en Derecho en 1897, París), quien propone diferenciar las obligaciones, atendiendo a la naturaleza de la prestación, en obligaciones de medios y obligaciones de resultado.

En líneas generales, se entiende por obligación de mera actividad o también llamada obligación de medios, aquella obligación que consiste en el despliegue de una actividad del deudor dirigida en todo caso a proporcionar, de forma mediata, la satisfacción del interés del acreedor. El deudor, a través de una actuación diligente, pondrá todos los medios que posibiliten al acreedor obtener el resultado pretendido. Por el contrario, las obligaciones de resultado son aquellas en las que el deudor no solamente está obligado a desarrollar una actividad diligente, siendo asimismo imprescindible que logre el resultado pretendido por su acreedor.

En este tipo de obligaciones, el logro del interés primario del acreedor sí se incluye en la prestación del deudor.

- Criterios para la diferenciación entre obligaciones de actividad y de resultado.

Si lo que realmente diferencia una obligación de medios de una obligación de resultado es la exigencia en la consecución del resultado pretendido por el acreedor, será necesario desarrollar cuáles son los criterios que la doctrina ha venido utilizando para determinar en qué casos el acreedor no puede exigir el resultado debido, aunque su interés en el cumplimiento de la prestación no decaiga.

Así, para determinar si una obligación es de medios o de resultado, habrá que atender especialmente a las siguientes consideraciones:

- I. En primer lugar, habrá que atender a la voluntad de las partes contratantes. De este modo, la autonomía de la voluntad se establece como criterio básico para configurar la obligación como de medios o de resultado.
- II. Sin embargo, en la práctica es muy probable que las partes no precisen si la obligación es de medios o de resultado, por lo que conviene proponer un criterio válido que sirva de soporte a la distinción.
Son muchos los criterios que la doctrina ha utilizado con este fin; así, la situación de las partes, el papel activo o pasivo del acreedor en el cumplimiento, la mayor o menor determinación de la prestación prometida, el sistema de imputación del riesgo, el recurso a la equidad o la naturaleza de la obligación, son algunas de las pautas que han servido a la hora de calificar la obligación.
Sin embargo, no es menester detenerse en ninguno de ellos, sino solamente en el que consideramos que se trata del único criterio válido, esto es, el carácter aleatorio del resultado. De este modo, únicamente cuando la consecución del resultado depende de factores que el deudor no controla ni domina, la obligación será calificada como de medios.

Por tanto, no es correcto afirmar que en las obligaciones de actividad no existe resultado, solamente que este resultado de curar al paciente o ganar el juicio no es jurídicamente exigible debido a que depende de factores ajenos al deudor. Es esta la razón que lleva al legislador a exonerarlo de responsabilidad siempre que actúe diligentemente.

Dicho esto, no cabe la menor duda de que las obligaciones impuestas al establecimiento hotelero no reúnen las características de una obligación de medios, y ello por varios motivos:

- Las prestaciones de servicios que oferta un hotel, lejos de ser jurídicamente inexigibles y ésta es la verdadera razón por la que estamos ante obligaciones de resultado, no encuentran obstáculo alguno, dejando al margen los riesgos generales de la vida, para ser satisfechas. No solamente no dependen de factores ajenos al deudor, contando éste con todos los medios necesarios para su satisfacción, sino que tampoco existe, como en cambio sí ocurre en el caso del médico que debe curar al paciente o en el caso del abogado que pretende ganar el juicio, ninguna fuerza que luche por el objetivo contrario.
 - En una obligación de medios la diligencia significa cumplimiento; en cambio, el hotelero no cumple alegando simplemente un actuar diligente, siendo necesario que obtenga los resultados pretendidos por el huésped, esto es, que todos los servicios ofertados se presten satisfactoriamente.
 - Por lo que paga el cliente y lo que promete el establecimiento hotelero es el resultado de la actividad que los efectos del cliente no sufran daños, que efectivamente se garantice la tranquilidad de los huéspedes, que los servicios funcionen adecuadamente, siendo insuficiente el desarrollo de la actividad misma.
 - En la prestación del hotel se incluye el logro del interés primario del acreedor, algo que no ocurre en las obligaciones de medios.
Por todo ello, resulta lógico atribuir a cada una de las obligaciones del hotelero la calificación de obligaciones de resultado.
- Destrucción del binomio obligaciones de medios/contrato de servicios

Con lo establecido hasta el momento, ya sabemos cuándo nos encontramos ante una obligación de medios y cuándo nos hallamos ante una obligación de resultado.

Esto nos ha servido para llegar a la conclusión de que en un contrato como el de hospedaje no es viable hablar de obligaciones de mera actividad; sin embargo, nos encontramos con un obstáculo importante: la doctrina ha repetido continuamente que no es posible estar en presencia de un contrato de servicios y a su vez ante obligaciones de resultado; por ello, en este apartado se tratará de analizar cuál es el origen de la identificación inidónea entre contrato de servicios y obligaciones de medios, así como cuáles son las vías para destruir lo que consideramos una fusión inapropiada de conceptos.

Para desmontar la teoría según la cual un contrato de servicios solamente puede contener obligaciones de medios, basta con acudir al origen de la inadecuada identificación.

A tal fin, si observamos el art. 1544 C.c., éste establece lo siguiente: «en el arrendamiento de obras o servicios, una de las partes se obliga a ejecutar una obra o a prestar a la otra un servicio por precio cierto».

En ambos casos estamos ante obligaciones de medios en las que, a diferencia de lo que ocurre con las obligaciones de resultado, el logro del interés primario del acreedor no queda incluido en la prestación del deudor, y en las que el contenido de la prestación de hacer se agota con el simple desarrollo de la actividad o conducta diligente.

Tanto en el primer caso como en el segundo, el carácter aleatorio del resultado imposibilita que éste sea jurídicamente exigible, al depender de factores ajenos al deudor. Así, el médico no puede garantizar la curación del paciente, ni el abogado la victoria en el juicio. Tampoco un trabajador puede garantizar que el resultado pretendido por el empresario sea el esperado, puesto que probablemente dicho resultado dependa de muchos más factores que nada tienen que ver con su trabajo.

En todos estos casos las obligaciones son efectivamente de actividad, siendo este el principal motivo por el cual una gran parte de la doctrina ha mantenido la conexión entre obligaciones de medios y contrato de servicios.

Pero esta argumentación deja fuera del campo de aplicación del contrato de servicios todas aquellas prestaciones que los empresarios llevan a cabo a favor de sus clientes, y que en ningún caso dependen de factores ajenos a su voluntad de cumplimiento, entre ellas las prestaciones hoteleras que el establecimiento desarrolla a favor del huésped. También estos supuestos encajan en el art. 1544 C.c. Sin embargo, en estos casos ya no estamos ante obligaciones de medios, al no depender el resultado de circunstancias extrañas a la voluntad del deudor, es decir, al no depender aquél de factores aleatorios.

Por tanto, el cliente podrá exigir el resultado pretendido, no teniendo que conformarse con que el empresario sea diligente en su actuación.

Así las cosas, parece haberse llegado a justificar lo que se pretendía: las obligaciones de hacer que el hostelero realiza durante la vigencia del contrato de hospedaje son todas ellas obligaciones de resultado perfectamente introducidas en un contrato de servicios.

Y ésta es también la tendencia predominante en el Derecho europeo, lo cual se desprende de los textos comunitarios, que son cada vez más proclives a englobar dentro del contrato de servicios obligaciones de resultado.

De este modo, atrás va quedando el planteamiento imperante hasta ahora, que se encargaba de relacionar el contrato de servicios únicamente con obligaciones de mera actividad.

Si nos centramos en el análisis del DCFR, el art. IV.C 2:106, ubicado en la parte general, y por tanto aplicable a todos los contratos de servicios, establece lo siguiente en su apartado primero: «el prestador de un servicio debe alcanzar el resultado específico pactado, o previsto por el cliente en el momento de la perfección del contrato».

Esta norma deja poco margen a la interpretación: la obligación de obtener un resultado se asienta como rasgo definitorio del contrato de servicios.

El prestador del servicio debe obtener el resultado específico con el cual se logra el interés primario del acreedor.

Así, en todos aquellos casos en los que el resultado no se obtenga, existirá falta de conformidad.

Como acertadamente sostiene nuestra doctrina más reciente, la aplicación de este planteamiento a las obligaciones de hacer «inclina a los autores del DCFR a procurar la objetivación del sistema de responsabilidad contractual e, incluso, a pretender convertir, en todo caso, la prestación del agente en una obligación de resultado». De este modo, se persigue «como mínimo, difuminar la tradicional distinción entre obligaciones de medios y de resultado, que conducía, en ocasiones, a la noción subjetiva de incumplimiento y que ha permitido identificar la obligación de hacer con la propia diligencia y pericia exigible al prestador del servicio (...), pero nunca con una garantía objetiva de obtención de un resultado».

Concluyendo, parece ser que en un breve espacio de tiempo se ha pasado de la tradicional distinción entre obligaciones de mera actividad y de resultado, a la consideración de que todo prestador de servicios debe proporcionar el resultado retenido por su acreedor; de este modo, el esquema conceptual clásico que ha imperado entre nuestra doctrina, encargado de relacionar los servicios con obligaciones de medios, y el contrato de obra con obligaciones de resultado, deja paso a una nueva situación en la que también el contrato de servicios engloba obligaciones de este tipo o, si se quiere, a un panorama en el que la distinción entre ambos tipos de obligaciones se desvanece paulatinamente.

Sin embargo, aunque se está de acuerdo con la destrucción del esquema típico, y se cree necesaria la inclusión de obligaciones de resultado en determinados contratos de servicios, se es partidario de mantener que en todos aquellos casos en los que el resultado sea jurídicamente inexigible por depender de factores ajenos al deudor, la obligación continuará siendo una obligación de medios.

Por tanto, aunque la mayor parte de los contratos de servicios estará formada por obligaciones de resultado, en aquellos otros supuestos en los que aquél no pueda exigírsele al deudor como ocurre con ciertos servicios profesionales, las obligaciones seguirán siendo de mera actividad, siempre que las partes no hayan pactado expresamente el resultado pretendido.

Por lo que respecta al contrato de hospedaje, no cabe duda de que puede acogerse a la evolución conceptual que se ha producido a través de los textos comunitarios; así, el hospedaje es, sin duda, un contrato de servicios conformado por prestaciones de hacer, todas ellas de resultado.

CAPITULO 3

CONTRATO TURÍSTICO "AIRBNB"

3.1 CONCEPTO

Muchas personas ansían viajar y conocer otras ciudades, países, culturas distintas, así como participar en fiestas locales y eventos que congregan a asistentes de muy diversos lugares. Afortunadamente, cada vez hay más posibilidades de hacerlo a un precio asequible.

El apetito de consumidores por el low cost hace tiempo que dejó de ser una moda para convertirse en una opción más. Resulta habitual escuchar hablar con satisfacción sobre las compras que se ha hecho en ciertas cadenas de ropa o acerca de vuelos económicos que han adquirido. Es una nueva tendencia, que predomina en la población.

Y ahora surge otra tendencia denominada economía colaborativa con el apoyo indispensable de internet. La idea radica en compartir gastos y recursos. En buscar un consumo más responsable. Tenemos casos como el alquiler de coches por horas en grandes ciudades y otros también relacionados con el transporte como las polémicas plataformas Uber o Blablacar. La economía colaborativa en vivienda es liderada en nuestro país por Airbnb, a través de la cual se pueden alquilar habitaciones e incluso pisos completos.

La plataforma surge en San Francisco, naciendo la idea a raíz de una conferencia de diseño en la ciudad que la había dejado sin plazas hoteleras. Dos de sus fundadores deciden alquilar tres camas portátiles en su casa para obtener un dinero extra. Es decir, cama hinchable y desayuno, que da nombre al portal "Air bed and breakfast" que finalmente se contrae en Airbnb.

Los números de esta empresa son extraordinarios, más de 1.500.000 anuncios en 192 países y 34.000 ciudades con un número total de huéspedes que supera los 40 millones.

Airbnb es una comunidad basada en compartir. En la actualidad, millones de anfitriones y viajeros se animan a crear una cuenta gratuita en Airbnb para poder publicar sus anuncios y reservar alojamientos únicos en todo el mundo.

Te ayuda a que compartir sea fácil y seguro. Para ello, se encargan de verificar los perfiles personales y los anuncios, de mantener un sistema de mensajes inteligente para que los anfitriones y huéspedes puedan comunicarse de forma segura y de administrar una plataforma de confianza para la gestión de los pagos.

Seas huésped o anfitrión, están ahí para atenderte antes, durante y después de tu experiencia.

Los anfitriones de Airbnb comparten sus espacios en 190 países y en más de 34 000 ciudades. Solo tienes que indicar tu destino y las fechas del viaje en la barra de búsqueda y podrás descubrir lugares únicos en los que alojarte en cualquier parte del mundo.

Hay diferentes formas para reservar un alojamiento en Airbnb. Algunos anfitriones quieren conocer al huésped antes de confirmar la reserva, mientras que otros prefieren reducir el tiempo necesario para gestionar las solicitudes utilizando la función Reserva inmediata de Airbnb.

Una vez que sepas a dónde viajas y en qué espacio vas a alojarte, solo tienes que ponerte en marcha.

Airbnb es un mercado confiable impulsado por la comunidad donde las personas pueden anunciar y reservar espacios únicos en todo el mundo. El funcionamiento es sencillo.

Un particular decide alquilar una o varias habitaciones de su piso a un precio competitivo y la plataforma conecta la oferta y la demanda produciéndose la transacción mediante una operación bancaria.

Este último punto es importante, porque es necesaria la transparencia del negocio. La empresa cobra una comisión variable.

Dicen que es otro tipo de turismo, más personal y enriquecedor que cuenta con muchos seguidores. Y, sin duda, en muchos casos da lugar a viajes que con pernoctaciones más caras no serían posibles. Ahora bien, Airbnb al igual que otras muchas plataformas de economía colaborativa choca frontalmente contra el sistema establecido y, con licencias, normativas e intereses de determinados sectores económicos.

Es evidente que al aumentar la oferta de habitaciones y a precios tan competitivos, el viajar se hace más accesible a un mayor número de personas. Y también aparece otro tipo de turismo, que se apoya en otros consumidores que opinan sobre el anfitrión, la vivienda y la experiencia.

Un estudio de la Universidad Complutense de Madrid estima que el impacto de la empresa estadounidense fue de 323 millones de euros en nuestro país en el año 2014, generando 5.310 puestos de trabajo.

3.1.1 Funcionamiento Airbnb

- Funcionamiento para los anfitriones

El anfitrión es la persona que ofrece su domicilio en alquiler. Para ello, contacta con la plataforma a través de la web www.airbnb.es, pulsa el botón "Conviértete en anfitrión" y rellena los formularios paso a paso. Lo primero que llama la atención es que no es obligatorio compartir el domicilio entero, sino que es posible indicar qué partes son compartidas (una o varias habitaciones, baño, armarios, lavadora...) y cuáles no. De hecho, la idea de crear esta plataforma surgió a raíz de compartir un colchón hinchable y el desayuno en un apartamento de San Francisco.

Con el paso del tiempo, los emprendedores de esta Startup se dieron cuenta de la importancia de la calidad de las fotos para la decisión de alquilar uno u otro alojamiento. Así, añadieron el servicio de sesión de fotos del alojamiento, que en algunos lugares ofrecen de forma gratuita a los anfitriones para ayudarles a dar a conocer sus viviendas.

A priori es muy sencillo comenzar a ganar dinero gracias a Airbnb, pero como veremos más adelante, si no conocemos e incumplimos la normativa vigente sobre alquiler de viviendas vacacionales en nuestra localidad nos podemos llevar alguna que otra sorpresa.

La figura del anfitrión ¿profesional?

Mientras se suceden los avances, en España es obligatorio a día de hoy darse de alta como profesional turístico para alquilar una vivienda. "Lo que Airbnb reclama es una regulación clara del home sharing, que permita a los particulares alquilar su vivienda habitual o una parte de ella de manera esporádica y temporal; un marco legal, distinto al de los profesionales", asegura Andreu Castellano (responsable de prensa de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones).

Para la compañía, sus usuarios "no son profesionales del turismo, y por lo tanto, no deberían contar con una carga administrativa o regulatoria igual a la que tienen los profesionales". En este punto, el concepto de economía colaborativa que defienden las plataformas como Airbnb choca con la postura de actores del sector turístico como la Confederación Española de Hoteles (CEHAT), que considera esta actividad como un "negocio con la vivienda privada que busca un lucro económico".

La CEHAT critica la ausencia de un marco regulatorio único que "permita a todos los actores implicados jugar con las mismas cartas", según palabras de su secretario general, Ramón Estalella.

- Funcionamiento de Airbnb para huéspedes

El huésped es la persona que busca alojamiento. El funcionamiento es el siguiente:

- I. Lo primero es utilizar el buscador de la web, para indicar el lugar, las fechas y el nº de personas que van a viajar y necesitan alojamiento.
- II. Es posible filtrar los resultados para que cumplan los requisitos que se buscan: apartamento entero o habitación individual, rangos de precios, Wi-Fi etc.
- III. Una vez que se ha filtrado y decidido un alojamiento, toca reservar. Para ello solo hay que indicar algunos detalles y realizar el pago. En el caso de alquilar el alojamiento entero, el anfitrión debe indicar la forma de recoger las llaves.

El proceso de reserva es parecido al de un hotel a través de cualquier web, con la diferencia de que se trata de residencias particulares.

3.1.2 El modelo de negocio de Airbnb.

Airbnb cobra una comisión tanto a anfitrión como al huésped por cada reserva realizada a través de su plataforma y hace de intermediario en el pago.

Un aspecto fundamental de los modelos multiplataforma son las valoraciones de los usuarios, que servirán para recomendar o no un alojamiento a otras personas. Para que de verdad sean útiles, estas valoraciones deben ser reales y constructivas y para garantizar la veracidad de las opiniones, un alojamiento solo puede ser valorado por huéspedes que se han alojado en él, y un huésped solo por el anfitrión que lo ha alojado.

La experiencia de usuario también es primordial en este tipo de plataformas. Desde que un usuario entra a la web hasta que reserva un alojamiento debe sentirse cómodo y guiado. Airbnb cumple perfectamente con esta condición, haciendo que su web sea intuitiva y sencilla hasta para las personas menos acostumbradas a las nuevas tecnologías.

Al final, se trata de crear una comunidad basada en la confianza, el elemento clave” para el fundador de Airbnb, y en que se comparten experiencias, opiniones e información.

En Airbnb tienen más de 40 medidas de seguridad para proteger a unos y otros. Pensando en el viajero no se realiza ningún pago en metálico, sino que se realizan transferencias desde su página web que el anfitrión no recibe hasta 24 horas después de que el invitado llegue a su casa. Además, tienen un servicio de atención al cliente las 24 horas del día para cualquier problema que pueda existir.

3.1.3 Campaña de marketing de Airbnb

En Airbnb, el boca-oreja funciona muy bien y los anfitriones cuentan su experiencia a sus amigos y familiares. Para ver si pueden acelerar la adquisición de espacios están desplegando un programa experimental “Airbnb ambassadors” para anfitriones. Ellos pueden invitar a amigos con unos códigos especiales y ofrecen que tanto ellos como la gente a la que invitan ganen 35€ con la primera reserva hecha en el nuevo espacio. Al parecer, fue interesante ver como los anfitriones les gustaba tener ese nuevo estatus dentro de la comunidad de Airbnb pero que esto de invitar a amigos ya lo hacían antes sin recibir ninguna recompensa.

Tienen tanta confianza en sus anfitriones y huéspedes que han decidido incrementar la cuantía del seguro para dar mayor tranquilidad a los anfitriones.

Quieren dar la máxima seguridad posible a cada persona que está en Airbnb.

3.1.4 Ciudades y regiones que colaboran con Airbnb.

- Londres

Recientemente ha aprobado una ley que permite a sus habitantes alquilar su vivienda por un máximo de 90 días al año, sin que sea obligatorio solicitar un permiso como ocurría hasta entonces según una normativa de 1973. El consistorio londinense asegura que esta modernización de la legislación garantiza al ciudadano el acceso a la economía colaborativa y a beneficiarse de las innovaciones recientes en las tecnologías de la información.

“Muchos de los millones de visitantes que recibe Londres, así como los residentes del Reino Unido, quieren vivir una experiencia como locales, y esto es una oportunidad para la capital de adaptarse al estilo de vida del siglo XXI”, destaca el documento escrito que se presentó en el parlamento en febrero de 2015 para actualizar la ley en esta materia.

- París

Como en el caso de Lisboa, Airbnb alcanzó un acuerdo con el gobierno local para recaudar y pagar la tasa turística en nombre de sus anfitriones. En la actualidad el Ayuntamiento aplica un recargo de 0,83 euros por noche y persona. La colaboración entre la administración y la plataforma tecnológica también va dirigida a promover y aplicar una normativa municipal clara del home sharing.

En París cualquier persona puede alquilar su vivienda habitual por un período inferior a los cuatro meses, sin el requisito de solicitar un permiso a la autoridad local. Para poder ampliar este límite, el anfitrión debe iniciar trámites administrativos para adaptarse a una nueva categoría en el uso de su vivienda. El incumplimiento de esta normativa activa de inmediato un protocolo en el que Airbnb envía una carta al usuario recordándole la obligatoriedad de cumplir con la regulación de Milán.

La región de Lombardía aprobó en septiembre de 2015 una normativa que regula la economía colaborativa. En la misma se especifica que el home sharing no es una actividad profesional y por lo tanto los residentes son libres de compartir su vivienda. Los anfitriones, como ocurre en las ciudades de París y Londres, pueden alquilar su hogar sin necesidad de pedir un permiso.

- Ámsterdam

La capital holandesa y Airbnb promueven el intercambio responsable de vivienda y la simplificación del pago de la tasa turística. “El acuerdo refuerza la reputación de Ámsterdam como ciudad hospitalaria que abraza la innovación y la economía colaborativa”, aseguraba el consistorio en un comunicado. La plataforma obliga a los usuarios a declarar activamente que entienden y se comprometen a cumplir la normativa como paso previo a la publicación del anuncio. Airbnb también se encarga de recaudar a las autoridades locales el correspondiente impuesto turístico.

- España

Mientras los primeros países de Europa y los Estados Unidos ya han regulado, total o parcialmente, la práctica del home sharing, España sigue anclada en la casilla de salida sin un marco que contemple esta actividad que solo en Barcelona generó un impacto económico de 740 millones de euros en 2015.

En un artículo publicado el 17 de abril en Lavanguardia.com, el portavoz del colectivo Sharing España, José Luis Zimmermann avisaba que “para que la economía colaborativa continúe desarrollándose en España se debe regular pensando en el interés general, puesto que el ciudadano quiere precios más baratos pero no saltándose la normativa”.

No obstante, la posición de España en la casilla de salida no es sinónimo de inacción. En Cataluña ya se ha dado luz verde a la futura regulación de la economía colaborativa con la creación de comisiones interdepartamentales que trabajarán este fenómeno sector por sector.

En materia turística, la voluntad de la Generalitat de Catalunya es establecer marcos de colaboración con las organizaciones implicadas para definir, siempre caso por caso, qué es actividad particular y qué profesional.

Esta regulación evitaría el actual vacío legal que deja al margen de toda normativa el alquiler entre particulares de la vivienda habitual de manera esporádica y temporal.

Sin ir más lejos, el pasado mes de diciembre el Ayuntamiento de Barcelona abrió un expediente sancionador a diferentes plataformas, entre ellas Airbnb. Una decisión que acarreó una multa de 60.000 euros a cada empresa “por publicitar viviendas sin el número de Registro de Turismo de Catalunya y por no responder a los requerimientos de la administración”, según informó en su momento el consistorio municipal.

En un escrito presentado días atrás ante la Comisión Nacional de Mercados y de la Competencia, la patronal pide que “los pisos privados para alquiler de estancias cortas se integren en la legislación como alojamiento turístico”.

Por su parte, Airbnb defiende el rol del “ciudadano productor” y considera que el home sharing y el alquiler de una vivienda vacacional “son diferentes”, ya que en este último caso “la casa o el piso se alquila con un uso exclusivo dedicado al turismo, y por lo tanto no es la residencia habitual de una persona”.

3.1.5 Las cifras de Airbnb

Desde su lanzamiento en noviembre de 2009, Airbnb ha alcanzado datos estratosféricos que han hecho temblar a la industria hotelera:

- Más de 2 millones de alojamientos repartidos en 190 países.
- Más de 60 millones de viajeros hospedados.
- Actualmente esta empresa está valorada en más de 30.000 millones de euros.
- Barcelona es el 4º destino de Europa con más oferta.

3.2 REINVENCIÓN DEL SECTOR HOTELERO FRENTE AL CONSUMO COLABORATIVO

La economía colaborativa está revolucionando la manera como los consumidores utilizan bienes y servicios. A nivel mundial empresas como Airbnb, Uber o BlaBlaCar ya se encuentran a la cabeza de sus respectivos sectores en varios mercados.

Según un reciente informe elaborado por una consultora, las principales actividades de la economía colaborativa representarán 335.000 millones de dólares en 2025. En España, cada vez son más las personas dispuestas a alquilar, intercambiar o compartir sus cosas. Según un estudio de Nielsen, el 53% de los españoles estarían dispuestos a compartir o alquilar bienes en un contexto de consumo colaborativo, lo que sitúa a España entre los países de la Unión Europea con mayor potencial de crecimiento en economía colaborativa. (PricewaterhouseCoopers).

Principales iniciativas y proyectos nacidos en España dentro de este nuevo paradigma de economía colaborativa.

- I. Relendo: Primera plataforma que permite el alquiler de productos entre personas que se encuentran en una misma zona.
- II. AlterKeys: Conecta a particulares que tienen un lugar para alquilar con quienes están buscando hospedaje.

- III. Spacebee: Permite reservar espacios de trabajo de cualquier tipo cuando otras empresas o profesionales no los están usando.
- IV. Trip4Real: Comunidad online para viajar acompañado de guías locales que mejoren la experiencia del viaje.
- V. Traity: Ofrece a los usuarios utilizar su reputación en plataformas de economía colaborativa con el objetivo de generar confianza.
- VI. Zank: Plataforma de préstamos entre particulares.

- VII. Tutellus: Plataforma de formación online en español que conecta a profesores y alumnos a través de video cursos.
- VIII. WeSmartPark: Red de parkings colaborativos "low cost".
- IX. Shipeer: Conecta conductores que viajan por España con personas que quieren un paquete ahorrando dinero en los envíos.
- X. Amovens: Plataforma que combina compartir trayectos en coche y el alquiler de coches entre particulares.
- XI. Socialcar: Plataforma de alquiler de coches entre particulares.
- XII. Joinuptaxi: Ofrece la posibilidad de compartir taxi con otros usuarios.
- XIII. AreaVan: Plataforma especializada en el alquiler de autocaravanas, caravanas y furgonetas camper entre particulares.
- XIV. Compartir Tren Mesa Ave: Aplicación para compartir billetes de Ave baratos con la tarifa mesa de Renfe.
- XV. Letmespace: Permite buscar y compartir guardamuebles entre particulares.

Concretamente, Airbnb se ha posicionado en el mercado como un sitio donde encontrar miles de alojamientos a precios mejores que los de un hotel. Y lo cierto es que desde que existe esta web ir de vacaciones ya no es lo que era. Ahora los usuarios de internet tienen la posibilidad de alquilar desde una mansión, un apartamento, habitación o sofá de una casa cualquiera a unos precios que van desde los más altos a los más bajos.

Este intercambio se ha convertido (junto al hecho de compartir coche mediante apps como Uber), en uno de los iconos de la economía colaborativa.

El modelo quality low cost consiste en eliminar todos aquellos servicios superfluos o que el cliente no necesita, concentrándose en ofrecer los esenciales con la máxima calidad.

De momento el máximo responsable en España y Portugal de la empresa de alquiler de alojamientos, Jeroen Merchiers, y el directivo para el norte y este de Europa de la aplicación de movilidad Uber, Pierre-Dimitri Gore-Coty, han pedido desregular los sectores hoteleros y del taxi.

Merchiers también ha defendido que su compañía realiza una función social: "Airbnb ya ha impulsado 4.000 nuevos puestos de trabajo y generado 128 millones de euros durante su actividad económica solo en Barcelona.

A su vez, promueve el turismo sostenible y es un recurso crucial para los residentes que comparten su casa y utilizan el dinero obtenido para pagar las facturas.

El servicio de alojamiento en línea AirBnB introdujo un nuevo servicio que ofrecerá una gama de “excursiones y experiencias” a sus usuarios, en lo que su CEO describió como “el futuro de la compañía.” Los viajes, un desarrollo que según reportes le tomó más de dos años a la compañía, se enfocarán en proporcionar experiencias donde la gente tendrá la oportunidad de vivir “como un local” en la comunidad.

Según se explicó, algunos de los viajes que serán ofrecidos incluirán entrenamientos con corredores de larga distancia en Kenia, o clases de surf con surfistas profesionales en Malibú. El servicio eventualmente permitirá a individuos vender sus propias experiencias y excursiones, de una manera similar a cómo actualmente se alquilan habitaciones y casas.

Esta es sólo una de varias características nuevas lanzadas por la compañía en los últimos meses.

Predomina la posibilidad que ahora brinda AirBnB a sus usuarios para explorar eventos y empresas locales evaluadas por otros usuarios, así como hacer reservas en restaurantes del sitio que van a visitar. La compañía, que Chesky fundó en 2008, tiene un valor estimado de 30 mil millones de dólares y opera ya en todos los países del mundo, excepto Corea del Norte, Crimea, Sudán y Siria.

Este es prácticamente el mayor desafío en la historia de la industria del hospedaje. El asunto ahora es de qué manera los hoteles están reaccionando a esta competencia, si es que lo están haciendo. Muchas de las tendencias en las empresas tradicionales de hospedaje se están acelerando a causa de Airbnb, lo que significa que hay menos uniformidad.

Pese al éxito de ésta plataforma, ¿de dónde proviene, entonces, todo el revuelo ocasionado sobre su legalidad?

Según la legislación existente, en muchas ciudades es obligatorio que los pisos que acogen huéspedes dispongan de un permiso de piso turístico. Para poder obtener el permiso el piso debe contar con una serie de características. Se debe destacar, en este punto, que actualmente en diversas ciudades, como, por ejemplo, Barcelona, el Ayuntamiento no está dando este tipo de permisos y puede sancionar con multas importantes a aquellas empresas o personas que tengan huéspedes en su casa sin disponer de la correspondiente licencia administrativa. Se prevén unas sanciones que van desde los 30.000 hasta los 600.000 euros para el propietario que utilice un piso como turístico, sin la correspondiente licencia administrativa. Se aplicará también una sanción máxima de 600.000 euros a las plataformas online intermediarias, siempre que ofrezcan pisos que el Ayuntamiento considere ilegales por no disponer su propietario de la correspondiente licencia de uso turístico. Estas medidas son tomadas por el Ayuntamiento de Barcelona. A todo ello se le debe sumar, el impedimento que puede suponer la prohibición del subarriendo del piso, esto es que la persona que alquila el piso como inquilino lo pueda alquilar a su vez a otro inquilino.

Hay que tener en cuenta que cualquier desarrollo de actividad económica, ya sea como autónomo, empresa o cooperativa, en la que se incluye el arrendamiento de un piso, tiene que ser declarada y dada de alta ante la Agencia Tributaria, con el correspondiente epígrafe del IAE (Impuesto sobre actividades económicas).

Posteriormente se tendrán que cuantificar los ingresos y restarle los gastos fiscalmente deducibles. El resultado neto, que es lo que podemos denominar beneficio, es lo que tributa en el IRPF si se realiza la actividad como autónomo o en el Impuesto sobre sociedades si se realiza la actividad a través de una sociedad. En caso de no declararlo, se estará incurriendo en delito.

3.3 FISCALIDAD DE LOS ARRENDAMIENTOS

Fiscalidad para propietario persona física empresario o profesional

Si una persona es sujeto pasivo del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas y ejerce actividades empresariales o profesionales en régimen de estimación directa, entonces habrá de tratar el arrendamiento de inmuebles como se trataría en el Impuesto sobre Sociedades:

- a. Si se actúa como arrendador, sería computable como un ingreso más del ejercicio en que se produzca.
- b. Si se actúa como arrendatario, sería computable como un gasto más del ejercicio en que se produzca.

Si se ejerciesen actividades empresariales en régimen de estimación objetiva, para la determinación del rendimiento neto se computarán como ingresos las cantidades percibidas en concepto de arrendamiento de bienes inmuebles afectos a actividades empresariales, siendo deducibles las cantidades satisfechas por el arrendamiento de locales en que se ejerza la actividad.

Fiscalidad para propietario persona física no empresario o profesional

Los ingresos derivados del arrendamiento o cesión de facultades de uso o disfrute sobre bienes inmuebles rústicos y urbanos o derechos reales que recaigan sobre estos inmuebles, tienen la consideración de RENDIMIENTOS DEL CAPITAL INMOBILIARIO. (Art. 22 Ley 35/2006, de 28 de noviembre, texto refundido de Ley de Impuesto sobre la Renta Personas Físicas).

Así, los rendimientos de capital inmobiliario estarán constituidos por los rendimientos derivados del arrendamiento de bienes inmuebles, siempre y cuando no se realicen como actividad económica, y las cantidades percibidas por el resto de bienes cedidos (muebles, enseres, etc.) con la vivienda alquilada.

Caso de que la vivienda estuviese subarrendada las cantidades percibidas por el propietario de la vivienda también serían consideradas como rendimientos del capital inmobiliario, mientras que las cantidades percibidas por el subarrendador serían consideradas como rendimientos del capital mobiliario.

En este sentido, para determinar el rendimiento obtenido por el propietario, habremos de realizar la diferencia entre los ingresos íntegros obtenidos y los gastos deducibles computados, una vez excluido el IVA.

Así, a partir de 1 de Enero de 2003, se estableció una lista de gastos deducibles considerados necesarios para la obtención del rendimiento, aplicable a todos los rendimientos de capital inmobiliario, procedan de bienes inmuebles urbanos o rústicos arrendados, sean vivienda o no, para simplificar su cálculo, por lo que son deducibles exclusivamente los siguientes:

1. Los intereses de capitales ajenos invertidos en la adquisición o mejora del bien, derecho o facultad de uso y disfrute y demás gastos de financiación.
2. Gastos de reparación y conservación. (Artículo 23 Ley 35/2006). Existen un límite para la imputación de los gastos presentado en los puntos 1 y 2 donde no podrá deducirse excediendo, para cada bien o derecho, de la cuantía de los rendimientos íntegros obtenidos, el exceso no aplicado en el ejercicio se podrá deducir en los 4 años siguientes con el mismo límite.
3. Las amortizaciones de los bienes inmuebles de donde procedan estos rendimientos o ingresos. Ahora bien señala el art. 13 del Reglamento del Impuesto que se dará la efectividad de esta amortización cuando:
 - Inmuebles: En cada año no exceda del resultado de aplicar el 3 por 100 (anteriormente el 2 por 100) sobre el coste de adquisición satisfecho (anteriormente valor a efectos del Impuesto sobre el Patrimonio), sin incluir el cómputo del suelo. Cuando no se conozca el valor del suelo se calculará prorrateando el coste de adquisición satisfecho entre los valores catastrales del suelo y de la construcción.
 - Bienes Muebles: En cada año no exceda del resultado de aplicar a los costes de adquisición satisfechos los coeficientes de amortización del régimen de estimación directa simplificada.
 - Titularidad derechos de uso y disfrute: Se amortizará su coste de adquisición, con el límite de los rendimientos íntegros de cada derecho.
4. Los tributos y recargos no estatales, así como las tasas y recargos estatales.
5. Los saldos de dudoso cobro.
6. Las cantidades devengadas por terceros como consecuencia de servicios personales y los gastos de conservación y reparación.
7. Desde 1 de Enero de 2011, también se establece una reducción del 60% del rendimiento neto en los supuestos de arrendamiento de bienes inmuebles destinados a vivienda.
 - La reducción alcanzará tanto al rendimiento neto positivo como al rendimiento neto negativo.
 - Caso de rendimientos netos positivos, la reducción sólo resultará aplicable respecto de los rendimientos declarados por el contribuyente, no respecto de los comprobados o investigados por la Administración (sí, si resultarán negativos)

A partir de 2007, el rendimiento neto del capital inmobiliario puede ser negativo. Hasta la fecha para determinar el rendimiento neto del capital inmobiliario se establecía que el importe máximo computable por la totalidad de gastos que resultasen deducibles no podía exceder de los rendimientos íntegros percibidos, por lo que el rendimiento neto determinado no podía resultar negativo.

Con la nueva norma sólo se establece un límite para el importe máximo a computar:

- El montante total a deducir por los dos conceptos siguientes:
 - Gastos por intereses de capitales ajenos invertidos en la adquisición o mejora del bien, derecho o facultad de uso y disfrute del que procedan los rendimientos y demás gastos de financiación.
 - Gastos de conservación y reparación del inmueble, no podrá exceder, para cada bien o derecho, de la cuantía de los rendimientos íntegros obtenidos y el exceso no aplicado en el ejercicio se podrá deducir en los 4 años siguientes con el mismo límite.

Como consecuencia, cuando se imputen el resto de partidas de gasto, el rendimiento neto del capital inmobiliario podrá resultar negativo.

Fiscalidad para inquilino o arrendatario

Por lo que se refiere a la fiscalidad que afecta al/a arrendatario/a, hay que señalar que hasta el año 2007 no existía una deducción por alquiler de vivienda habitual para los inquilinos. No obstante, algunas comunidades autónomas sí tenían establecidas deducciones siempre que se cumpliesen determinados requisitos de renta.

En el año 2008, y tal y como ocurría hasta el año 1998, se vuelve a regular esta deducción por alquiler de vivienda habitual siendo habilitada por los Presupuestos Generales del Estado para 2008 (Ley 51/2007).

Pues bien, a partir de 1 de enero de 2015, queda suprimida nuevamente esta deducción (suprime Art. 68.7 y se crea una nueva DT 15ª LIRPF), si bien, se mantiene transitoriamente para los contribuyentes que hubieran celebrado un contrato de arrendamiento antes de 1 de enero de 2015 por el que hubieran satisfecho, con anterioridad a dicha fecha, cantidades por el alquiler de su vivienda habitual y siempre que el contribuyente hubiera tenido derecho a la deducción en relación con las cantidades satisfechas por el alquiler de dicha vivienda en un período impositivo devengado con anterioridad a 1 de enero de 2015.

Para recordar sucintamente los requisitos establecidos en el suprimido artículo 68.7 de la LIRPF, comentar:

- Los contribuyentes cuya base imponible sea inferior a 24.107,20 euros anuales podrán deducirse el 10,05 % de las cantidades satisfechas en el período impositivo por el alquiler de su vivienda habitual. La base máxima de esta deducción será de:
 - Cuando la base imponible sea igual o inferior a 17.707,20 euros anuales: 9.040 euros anuales.
 - Cuando la base imponible esté comprendida entre 17.707,20 y 24.107,20 euros anuales: 9.040 euros menos el resultado de multiplicar por 1,4125 la diferencia entre la base imponible y 17.707,20 euros anuales.

Impuesto sobre transmisiones patrimoniales y actos jurídicos documentados

La normativa establece que la constitución de contratos de arrendamiento de cualquier clase está sujeta a este impuesto. No obstante, los arrendamientos de locales de negocio no se encuentran gravados por este impuesto, ya que en ellos se realiza una actividad económica empresarial o profesional y estarían gravados por el IVA.

Los arrendamientos de fincas urbanas si estarán sujetos al impuesto y la deuda tributaria podrá satisfacerse mediante efectos timbrados, de acuerdo a una escala fijada. En el caso de los Actos Jurídicos Documentados, el contrato de arrendamiento puede ser elevado a público mediante escritura otorgada ante notario.

Retenciones en el caso de alquiler de vivienda

En determinado tipo de arrendamientos ha de realizarse obligatoriamente una retención a cuenta del impuesto correspondiente.

Así el empresario o profesional o la empresa con personalidad jurídica, que actúen como arrendatario o subarrendatario habrá de retener en las facturas presentadas.

La retención habrá de practicarse sobre las rentas de arrendamientos y subarrendamiento de inmuebles urbanos destinados para locales de negocio, locales industriales y terrenos de naturaleza urbana.

Sin embargo NO habrá de retenerse sobre:

- Viviendas arrendadas por empresas para sus empleados.
- Arrendadores del grupo 861 del IAE sin cuota cero o similares (para la acreditación de este hecho será necesaria la certificación de por la Delegación o Administración de la AEAT, del domicilio fiscal de la empresa).
- Arrendamientos financieros.
- Rentas de entidades plenamente exentas.

La retención habrá de practicarse cuando se produzca el pago de la renta, siendo el importe de la retención del 20% para el ejercicio 2015 y 19% a partir del ejercicio 2016 del importe íntegro de la renta.

En cuanto a las obligaciones relacionadas con la retención encontramos el ingreso (mensual o trimestral, según corresponda) de las retenciones en la Hacienda Pública (modelo 115). El plazo para presentarse será en los 20 días naturales siguientes al mes o trimestre al que correspondan las rentas procedentes del arrendamiento.

Con efectos para la declaración correspondiente al ejercicio 2014, que se presentará en como máximo hasta 2 de enero de 2015, se produce una importante novedad en a la hora de formalizar este modelo 180 de la AEAT (Resumen anual de retenciones y pagos por arrendamiento de inmuebles) es la incorporación de nuevos campos correspondientes a las referencias catastrales y a los datos necesarios para la localización de los inmuebles urbanos que son objeto de arrendamiento. Hasta la fecha, estos datos no debían ser incluidos en este modelo informativo.

Además habrá de expedirse certificación de las retenciones practicadas, para que las personas a la cual le hemos practicado la retención tenga constancia de las mismas, por cada ejercicio económico.

3.4 FRAUDE Y ECONOMIA SUMERGIDA. AIRBNB.

Airbnb ofrece sus servicios en la actualidad en más de 33.000 ciudades y 192 países. Y, a pesar de su espectacular crecimiento, en algunos lugares se está encontrando con numerosos problemas legales para ofrecer sus servicios.

En Nueva York, por ejemplo, están de juicio en juicio al ser considerada esta plataforma como "competencia desleal".

Allí incluso han llegado a multar a alguno de los clientes por alojarse en una vivienda reservada a través de esta web.

El programa "Equipo de Investigación" de La Sexta realizó hace poco más de un año un interesante reportaje sobre esta compañía, analizando este fenómeno mundial desde distintas perspectivas. Los proyectos de economía colaborativa han aumentado en los últimos años. Su filosofía es hacer posible que unas personas colaboren con otras con las que tienen intereses comunes, ofreciendo lo que necesitan. De esta forma la riqueza se distribuye de forma más equitativa, pero no es oro todo lo que reluce.

Ciudades como Nueva York han restringido la actividad de Airbnb y gobiernos, como el de Bélgica, han aprobado recientemente un gravamen del 10% a las empresas de economía colaborativa.

En el caso de los basados en sistemas de economía colaborativa, el conflicto de intereses a menudo surge con los profesionales afectados en cada sector. La regulación legal siempre va por detrás de la realidad y en este caso a mucha distancia. Hay abiertos procesos judiciales en todo el mundo, porque los legisladores no saben bien cómo regular estas nuevos modelos de negocio.

Las quejas de los profesionales tradicionales afectados son lógicas, pues muchos de los usuarios que ofrecen servicios en estas plataformas no cuentan con las licencias necesarias y compiten en el mercado de forma desleal al no tener que hacer frente a los costes que tiene una actividad regulada: solicitud de permisos y autorizaciones administrativas, cumplimiento de normativa, pago de seguros, impuestos, etc.

La plataforma Airbnb desvía a una sociedad irlandesa todos los ingresos que genera el alquiler de viviendas en pleno boom del turismo, mientras en España sólo paga impuestos por los ingresos de una filial que se encarga de dar servicios de marketing a la matriz. Con trece empleados, el gasto en salarios supera los 1,2 millones de euros. Airbnb no deja de crecer en la España del boom del turismo. La plataforma digital de alquiler de apartamentos de uso superó el año pasado las 120.000 viviendas anunciadas en el país (casi el doble que el año anterior) y alcanzó los 2,6 millones de huéspedes. Pero de ese enorme negocio la Hacienda española no ve casi nada.

Como otros colosos de internet, Airbnb tiene en Irlanda su sede central para Europa. Y allí es donde tributa por los ingresos y beneficios conseguidos con su negocio principal, que es el cobro de comisiones tanto a los propietarios de los pisos como a los inquilinos que en ellos se alojan. Irlanda aplica un tipo en su impuesto de sociedades de sólo el 12,5% sobre los beneficios, frente al 25% que se aplica ahora en España. "Nosotros pagamos impuestos en España por la actividad de Airbnb Marketing Services, pero no se puede estar pagando también impuestos por cosas que están sucediendo en otro país", sostenía Arnaldo Muñoz, responsable de Airbnb en España, en una entrevista hace unos meses.

El gran negocio de Airbnb es el cobro de comisiones por el alquiler de viviendas. La compañía cobra al propietario del piso turístico una comisión del 3% del importe del alquiler y a los inquilinos les aplica otra comisión de entre el 9 y el 12% en función de la duración de la estancia.

Esto es, entre un 12% y un 15% de la cantidad abonada por el alquiler queda en manos de Airbnb, pero esos ingresos (y los beneficios obtenidos una vez descontados los gastos) no tributan en el país en que se genera, en este caso España, sino sólo en la más atractiva desde un punto de vista fiscal, Irlanda.

Fuentes del mercado apuntan que los ingresos de Airbnb por comisiones cobradas en España durante el pasado año podrían situarse entre los 30 millones y los 35 millones de euros. Pero el grupo sólo reconoce ingresos en España por esos 2,6 millones en labores de publicidad realizadas por encargo de su propia matriz

Existen quejas protagonizadas por Exceltur, patronal de empresas turísticas, que en junio de este año 2015 presentó un informe sobre los impactos producidos por los alojamientos turísticos en viviendas de alquiler en España. Se les acusa a las plataformas de ser un negocio cada vez menos particular, puesto que se está profesionalizando, siendo más lucrativo que los arrendamientos tradicionales.

Desde el punto de vista fiscal, se considera, según la patronal, que una parte importante no se declara, tratándose por lo tanto de un fraude.

Apunta además que al estar el arrendamiento entre particulares exento de IVA, a diferencia de los establecimientos reglados, compite deslealmente y, que si tributase por este impuesto se podrían obtener 367 millones de recaudación adicionales anualmente.

También se cuestiona si se preservan los derechos del turista, si existen garantías de seguridad, de calidad de las viviendas y seguros adecuados, el ruido que se ocasiona a los vecinos, etc.

Nuevo intento para combatir el fraude y la economía sumergida ligada al alquiler irregular y alegal de apartamentos turísticos.

El consejero de Turismo, Rafael Rodríguez, anunció en Málaga que su departamento ha elaborado una batería de medidas para luchar contra la clandestinidad y la competencia desleal en el sector turístico en Andalucía, con el objetivo de provocar el afloramiento de las actividades turísticas que se desarrollan dentro de la economía sumergida o en un marco de alegalidad.

La propuesta del Gobierno andaluz incluye la obligatoriedad de todos los establecimientos y empresas del sector de inscribirse en el Registro de Turismo de Andalucía, la aprobación de una normativa por parte de la Junta que dé cobertura a las actividades que se realizan en un marco de legalidad, y la constitución de mesas provinciales contra la clandestinidad, en las que participen las tres administraciones públicas. El consejero explicó que el principal objetivo que se persigue no es sancionar, sino incentivar el afloramiento no solo de la economía sumergida en el ámbito turístico, sino también de la alegal.

De hecho, el sector estima que en torno al 20% de la oferta turística en la región es alegal, es decir, que no está regulada por la legislación. En cuanto a la actividad ilegal, en 2013 se levantaron en el conjunto de la Comunidad un total de 683 actas de infracción por competencia desleal.

Según Rodríguez, el principal problema que existe no es la actividad clandestina, sino la actividad turística «alegal», cuyo uso carece de cobertura en la normativa turística, como las viviendas de uso turístico, los alquileres de habitaciones, los albergues de ciudad o los denominados Bed & Breakfast, que ofrecen alojamiento y desayuno.

Las principales medidas contra el fraude se resumen en tres líneas estratégicas básicas: aumentar la colaboración entre las instituciones implicadas en el turismo; regularizar la situación de los albergues turísticos y de las viviendas que se alquilan de manera ilegal, junto a la creación de mesas provinciales contra la clandestinidad.

CAPITULO 4

AIRBNB, ESPAÑA

4.1 IMPACTO GENERAL

La comunidad de Airbnb está ya presente en más de 34000 ciudades de todo el mundo. Desde que inició su andadura, allá por 2008, ha crecido de manera exponencial a lo largo y ancho del planeta, incluyendo su entrada en Cuba en el primer semestre de este año, y su valoración actual en el mercado es de \$25.5 mil millones, habiendo cerrado recientemente además una ronda de financiación de \$1.5 mil millones. Se estima en los días pico de este verano pueda llegar a alojar a cerca de 1 millón de personas / noche.

El alquiler de pisos a turistas gracias a plataformas como Airbnb o Homeway vive su mejor momento. A pesar de los esfuerzos del lobby hotelero por impedir su actividad y del exceso regulatorio que han llevado a cabo un gran número de autonomías, sus protagonistas siguen cosechando éxitos.

Los ciudadanos y académicos también quieren tener su opinión. Para saber cómo está siendo utilizado Airbnb realmente y cómo afecta a tu barrio, tienes a tu disposición esta herramienta, totalmente en abierto, que te permite explorar el uso de la plataforma en varias ciudades alrededor del mundo. Se trata de una compilación de la información pública que se ofrece desde la misma plataforma, agregada por ciudades, y que según los autores, añade datos al debate.

Lo que está claro es que se trata de una herramienta que tiene mucho potencial pero, como toda herramienta, depende del uso que se le dé para determinar si es buena o mala. Airbnb es una empresa centralizada que pone a disposición de los usuarios (anfitriones y huéspedes) una plataforma donde publicar anuncios, ofrece un seguro y un servicio de gestión de incidencias. A cambio pide una comisión, lo cual constituye su modelo de negocio.

Sus usuarios compartirán su vivienda habitual e intercambiarán experiencias, y también los habrá que tengan varias viviendas y no compartan más que el check in y el check out (y quizás ni eso) gracias a los nuevos modelos de negocio alrededor de Airbnb, y aquí ya pasamos a otro debate sobre si es o no economía colaborativa esta práctica.

Si la gente utiliza este marketplace será por algún motivo. Algo bueno tendrá tanto para huéspedes como para anfitriones. Y, si los primeros demandan más este tipo de servicios que los hoteleros, quizás son estos los que tienen que plantearse algún cambio. Nadie le dice al sector tradicional que no puede participar de estos cambios, muy al contrario.

Los mercados también somos las personas, y las personas estamos pidiendo cosas diferentes y alternativas a lo tradicional. Y si no fuera así no habría tantos informes de uno y otro lado.

Impacto en la política pública

Estos días han sido prolíferos en cuanto a noticias relacionadas con Airbnb. Recientemente, el Ayuntamiento de Barcelona ha suspendido todas las concesiones de licencias de alojamientos turísticos.

Realmente, y según la noticia, afectará a 30 licencias que están actualmente en trámite, incluyendo entre otros hoteles, albergues, hostales y viviendas de uso turístico. Lo que se pretende es evaluar la oferta existente en la ciudad y analizar su impacto y la elaboración de una regulación con la intención de preservar la calidad de Barcelona como destino turístico y, sobre todo, garantizar la calidad de vida de los ciudadanos. Según el Ayuntamiento, se tendrán en cuenta las medidas adoptadas en otras ciudades europeas a fin de equilibrar los beneficios que supone un reparto más equitativo de los beneficios del turismo y el impacto que genera el mismo.

Impacto en las redes

Poco de lo que rodea a Airbnb está exento de polémica debido, en buena parte, al sector tradicional, que hace pocos días presentó también un informe a través de Exceltur "Alojamiento turístico en viviendas de alquiler: Impactos y retos asociados", haciendo referencia explícita a los nuevos modelos y canales de comercialización P2P. Es decir, Airbnb & company. En dicho informe, alertan del impacto económico y social (que en este caso se muestra negativo) que esta tipología de alojamiento tiene en las zonas que los albergan. Del mismo modo, alertan sobre un posible fraude fiscal de 400 millones en el caso de que los propietarios no estuvieran declarando los ingresos que obtienen de los arrendamientos vacacionales. Dato que en el mismo estudio se afirma no conocer.

Sobre el tema de impuestos y su pago, tanto de los usuarios como de la misma plataforma, hace una buena argumentación Enrique Dans en su blog comentando lo siguiente: "Pues los habrá que los paguen, y posiblemente los habrá que no lo hagan, exactamente igual que ocurre en cualquier otra actividad económica, teniendo en cuenta que precisamente el hecho de que lleven a cabo su actividad a través de Airbnb supone no un incentivo, sino un desincentivo a la opacidad porque todo queda recogido en una plataforma cuya información puede, en cualquier momento, ser demandada por la Hacienda pública."

Madrid

- **Impacto económico:** 323 millones de euros como impacto económico total máximo estimado sobre el conjunto de la economía española del gasto de Madrid. 5130 puestos de trabajo gracias a los gastos realizados por los huéspedes y anfitriones de Airbnb.
- **Impacto social:** el 70% de los anfitriones afirma que esta actividad ha cambiado sus perspectivas vitales positivamente.
- **Impacto medioambiental:** Ahorro energético equivalente al consumo que llevan a cabo 2950 hogares.

Airbnb reafirmó su papel en lo que conocemos como Economía Colaborativa, haciendo suya la frase de Mariana Mazzucato “Compartir no es el fin sino el medio para alcanzar un objetivo mucho más importante: garantizar un crecimiento inteligente, inclusivo y sostenible.”

Asimismo, el director general de España y Portugal del grupo, Arnaldo Muñoz, hizo hincapié en diferenciar entre compartir vivienda con viajeros y alquilar una segunda residencia, lo que se conoce como “alquiler de viviendas vacacionales”, el cual, a diferencia de la primera modalidad, sí estaría afectado por la regulación de la Comunidad de Madrid.

Para Airbnb, su producto es la experiencia, el contacto con lo local y el valor que puede agregar un anfitrión a su huésped durante sus vacaciones.

Otro dato interesante que aportaron es la distribución de beneficios por diferentes zonas de la ciudad, donde se multiplica la oferta de alojamiento en barrios no típicamente vacacionales, permitiendo así participar en el gasto de los visitantes (181€ por visitante y día).

Barcelona

Airbnb ha generado en Barcelona un impacto económico de 740 millones de euros en 2015, casi seis veces más que en 2013, cuando se situó en 128 millones, según los datos ofrecidos por la plataforma. Las cifras muestran también cómo ha evolucionado la comunidad en los últimos años, donde anfitriones y visitantes están presentes de manera creciente en zonas alejadas de Ciutat Vella en el 75% de los casos, repartiendo los beneficios a los barrios residenciales alejados de las zonas más turísticas.

Esta tendencia, según ha destacado Arnaldo Muñoz, director general de Airbnb Marketing Services España, “es una buena noticia para Barcelona. Muestra cómo Airbnb apoya a la clase media y cómo los beneficios económicos se distribuyen por toda la ciudad. La comunidad está dispuesta a hacer aquello que es correcto para Barcelona y nosotros queremos ayudar. Esperamos poder trabajar con los legisladores en una normativa clara y sencilla para compartir el propio hogar”.

En esta misma línea Chris Lehane, director global de Asuntos Públicos, ha señalado que “estamos trabajando con gobiernos de todo el mundo para aprovechar los efectos positivos de compartir el propio hogar, dar mayor autonomía a la clase media, activar nuevas comunidades y aumentar los ingresos fiscales.

Queremos lo mismo para Barcelona, y que esta ciudad tan especial se beneficie plenamente de este movimiento global”.

Cifras:

- Casi 900.000 huéspedes utilizaron Airbnb para viajar a Barcelona en 2015, frente a los 227.000 de 2013.
- La gran mayoría de los anfitriones son ciudadanos particulares que comparten la casa en la que viven.
- En Barcelona el 73% de los anfitriones tiene sólo un anuncio.
- El anfitrión típico tiene 38 años e ingresa 5.100 euros por ejercicio hospedando a viajeros unas 58 noches al año.
- El huésped tipo tiene alrededor de 34 años, viaja en un grupo de dos o tres personas y se queda una media de 4,4 noches.

- El 64% de ellos se aloja en barrios fuera del casco antiguo, frente al 14% que lo hacía en 2009.
- El número de barceloneses que utiliza la plataforma fuera de la ciudad se ha doblado en los últimos tres años, pasando de 55.000 en 2013 a 217.000 dos años después.
- Actualmente en Barcelona hay 16.000 anuncios en Airbnb.
- Siete de cada diez anuncios se alquila por menos de 90 días al año, lo que sugiere que "la gran mayoría de anfitriones está compartiendo su residencia principal para ganar un dinero extra o como complemento a sus ingresos regulares, pero no se trata de profesionales dedicados en exclusiva al alojamiento vacacional", afirman desde la plataforma.

4.2 PREVISIÓN IMPACTO AIRBNB

Airbnb deja de ser una plataforma de búsqueda de alojamiento para convertirse en una aplicación de viajes todo en uno, por el momento con dos nuevas herramientas: una para compartir experiencias (actividades con personas locales) y otra con guías temáticas sobre lugares y cosas que hacer.

La transición de Airbnb se basa en una idea que ha estado presente en la plataforma desde el comienzo: lo importante del viaje son sus vivencias. Hospedarse en casas de personas locales ha sido hasta ahora su propuesta para un turismo diferente. "Las personas que viajan están solas, se pasan el tiempo haciendo colas en los mismos lugares donde va todo el mundo", señala el fundador y CEO de Airbnb, Brian Chesky. Es decir, realizando actividades pensadas para turistas.

Por otra parte, los viajes están tan fragmentados en multitud de sitios web, que "la gente puede pasar más horas planeando su viaje que disfrutando de él", asegura Chesky. Por eso, hace dos años, decidió que era hora de crear un producto que cambiase esta realidad. Cuatro personas formaron el equipo que lo concibió. Una de ellas es Joe Zadeh, vicepresidente y director de Producto de Airbnb, a quien EL MUNDO ha podido entrevistar en exclusiva. "Trips (nombre del nuevo producto) va a cambiar la forma de plantearse los viajes", afirma Zadeh. "En lugar de crear listas de cosas que tachar, los viajeros van a preguntarse qué les apasionaría conocer y hacer. No escogerán primero la ciudad sino aquello que les interesa hacer", sostiene.

Esta empresa prevé generar un impacto económico de 340.000 millones de euros en Europa en 2020 con los viajes a través de esta plataforma de alquiler de viviendas particulares, y ayudar a la creación de un millón de nuevos empleos europeos ese mismo año.

Calcula que en 2020 habrá 24 millones de estancias entre anfitriones y huéspedes de diferentes países de Europa a través de Airbnb, según comunicado de la plataforma. Esta constata que los anfitriones locales de huéspedes que viajan con Airbnb se quedan el 97% de cada reserva, y que el anfitrión típico de Airbnb en Europa ganó el año pasado 2400 euros compartiendo su hogar durante una media de 27 noches. En cuanto a los huéspedes, calcula que la mitad de su gasto se queda en los barrios donde se alojan.

Turismo sostenible.

El director mundial de asuntos públicos de Airbnb, Chris Lehane, explicó en el foro de la OCDE cómo los viajes a través de ellos pueden contribuir a superar las diferencias sociales y aumentar los beneficios en los países europeos. "Hay más gente compartiendo su hogar a través de Airbnb en Europa que en cualquier otro lugar del mundo", dijo, y defendió que es una fórmula de turismo sostenible que asegura que los beneficios se queden en Europa y los disfrute la mayoría en vez de unos pocos.

Para potenciar el turismo sostenible entre particulares, Airbnb ha lanzado el Programa de Turismo para la Comunidad: invertirá 5 millones de euros en proyectos que se apoyen en la innovación, para ayudar a preservar e impulsar las costumbres locales, tradiciones, puntos de interés "y que hagan de las comunidades lugares únicos".

Estará disponible para organizaciones que necesiten apoyo financiero para proyectos locales innovadores, incluidas asociaciones benéficas, agencia sin ánimo de lucro y comunidades de grupos sociales. Se trata de trabajar con cada comunidad para impulsar y preservar sus cualidades singulares.

Además, ha defendido la relación entre anfitriones y huéspedes de Europa, porque "en un momento de incertidumbre política, es importante que el mundo se siga uniendo" (Lehane).

CONCLUSIÓN

Llegados a este último punto de la investigación, en el que se tiene la intención de dejar constancia de algunas de las conclusiones a las que se ha llegado tras el estudio de la materia, se puede afirmar que se ha conocido más de cerca una figura contractual de la que no se tenía un extenso conocimiento, el llamado contrato de hospedaje, que pese a no estar regulado específicamente en el ordenamiento jurídico como tal, reviste de una gran importancia a la economía puesto que es uno de los pilares del sector turístico, que más importancia aporta al ámbito político, social y económico de nuestro país.

Un contrato del que llama la atención su escasa regulación, lo que sorprende por la importancia que tiene el turismo en la economía actual, y siendo el alojamiento uno de los pilares esenciales del sector. En definitiva, una regulación que consideramos deficiente en relación con la importancia del hospedaje en nuestro país y en lo que queda bastante por mejorar que, esperamos, así se haga, y podamos contar en el futuro con una ley que regule específicamente el hospedaje y todos los elementos que con él se relacionan para garantizar una mayor seguridad jurídica a todas las partes implicadas, o al menos, que los textos legales actualmente en vigor contemplen esta figura como tal y regulen los aspectos básicos para el buen funcionamiento del hospedaje.

En cuanto a los contratos realizados mediante la plataforma Airbnb, opino que se debería crear un marco legal que permita el desarrollo de los nuevos modelos de negocio, a la vez que proteja a los consumidores y se fijen políticas impositivas justas.

Con Airbnb, al alojarse en una casa particular, se puede experimentar lo que es realmente vivir como un local, integrarse en la vida del vecindario, conversar con los propietarios sobre las costumbres y la vida del lugar y volver a casa con una idea más fidedigna de la cultura del país. Existen alojamientos para todos los gustos, se puede encontrar desde una auto caravana vintage en Malibú, hasta un moderno estudio en Nueva York o una villa de lujo en Mykonos y es mucho más barato que un hotel, existiendo una mayor confianza a la hora de reservar, ya que puedes consultar todas las evaluaciones de los anteriores inquilinos. Es, sin duda, una propuesta muy interesante, tanto si decides ser un anfitrión como si se opta por convertirse en huésped.

En definitiva, se podría decir que Airbnb es un inmejorable ejemplo de que la economía colaborativa tiene mucho que ofrecer para mejorar el nivel de vida.

BIBLIOGRAFÍA

Ejemplo de cita de libro:

Lasarte Álvarez, C. (2013). Manuel sobre protección de consumidores y usuarios (5ª ed.). Madrid: Dykinson.

Cita de artículo en prensa digital (Internet):

Airbnb, web oficial de información.
<https://www.airbnb.es/about/about-us>

Castaños Castro, P. (2015): "Contrato de hospedaje profesional". Tesis doctoral.
https://riuma.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/9930/TD_Castaos_Castro.pdf?sequence=1

Diccionario de conceptos: "Concepto de".
<http://concepto.de/empresario/#ixzz4jtVPbu8K>

Europapress (2015): "Airbnb prevé generar un impacto económico de 340.000 M en Europa en 2020".
<http://www.europapress.es/catalunya/noticia-airbnb-preve-generar-impacto-economico-340000-millones-europa-2020-20170615164500.html>

Fernández López, C.A ; De las Heras, O. (2017): "¿Qué es Airbnb y cómo funciona?". Cita Previa, blog de información independiente.
http://www.citapreviainem.es/que-es-airbnb/#Que_es_Airbnb

Generalitat de Cataluña (2015): "Alojamientos turísticos".
http://consum.gencat.cat/temes_de_consum/serveis_turistics_allotjament/index_es.html#1.5

González, M. (2014): "Airbnb: ¿salvación para ciudades turísticas o pesadilla para sus habitantes?. Xataka. WEB BLOGS, SL.
<https://www.xataka.com/aplicaciones/airbnb-salvacion-para-ciudades-turisticas-o-pesadilla-para-sus-habitantes>

Hosteltur (2014): "Low Cost, de tendencia a fuerza dominante del turismo".
https://www.hosteltur.com/185520_low-cost-tendencia-fuerza-dominante-turismo.html

Millán Callado, A. (2015): "Todo sobre la Fiscalidad de los Arrendamientos".
<http://asesor-contable.es/fiscalidad-de-los-arrendamientos/#ixzz4kXP6Ns4C>

Muñoz, A. (2015): "Airbnb generó un impacto económico de 740 M euros en Barcelona en 2015". Hosteltur.
https://www.hosteltur.com/115545_airbnb-genero-impacto-economico-740-m-barcelona-2015.html

Órgano Departamento de empresa y empleo (2012): "Establecimiento de alojamiento turístico y de vivienda de uso turístico". Noticias jurídicas.
http://noticias.juridicas.com/base_datos/CCAA/ca-d159-2012.html#t2

Ortiz, I. (2015): "Airbnb, la revolución polémica". EL MUNDO.
<http://www.elmundo.es/blogs/elmundo/entorno-habitable/2015/09/08/airbnb-la-revolucion-polemica.html>

Redacción (2016): "Airbnb lanza nueva característica para excursiones". EL TIEMPO.
<http://www.eltiempo.com/tecnosfera/novedades-tecnologia/airbnb-lanza-nueva-caracteristica-para-excursiones-37141>

Rodríguez, F. (2015): "El impacto de Airbnb más allá de las cifras". Consumo colaborativo. <https://www.consumocolaborativo.com/2015/07/07/el-impacto-de-airbnb-mas-alla-de-las-cifras/>

Stuber, M. (2014): "La Junta inicia un plan para combatir el fraude en los apartamentos turísticos." La opinión de Málaga.

<http://www.laopiniondemalaga.es/malaga/2014/02/08/junta-inicia-plan-combatir-fraude/651833.html>

Valdés, G. (2015): "Establecimientos de hospedaje; evolución y clasificación hotelera".

<http://edhgiovannavaldes.blogspot.com.es/2015/02/establecimientos-de-hospedaje-evolucion.html>

Vega Hernández, A. (2015). "Relevancia de las información en los contratos celebrados con consumidores y usuarios". Trabajo de fin de grado.

<http://uvadoc.uva.es/bitstream/10324/13073/1/TFG-N.234.pdf>

Viguera Revuelta, R. (2010): "Breves notas del contrato de hospedaje. Comparación entre la regulación española e italiana". Departamento de derecho mercantil.

<https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/53366/viguera-revuelta.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Cita de normas jurídicas:

Ley 35/2006 de 28 de Noviembre del Impuesto sobre la Renta de Personas Físicas y de modificación parcial de las Leyes de los Impuestos sobre Sociedades sobre la Renta de no Residentes y sobre el Patrimonio. (B.O.E núm. 285, de 29 de noviembre).

Ley 51/2007 de 26 de Diciembre de los Presupuestos Generales del Estado para el año 2008. (B.O.E núm 310 de 27 de diciembre).

Real Decreto de 24 de Julio de 1889, texto de la edición del Código Civil mandada publicar en cumplimiento de la Ley de 26 de Mayo último. Disposiciones generales del contrato de arrendamiento (GACETA, 25 de Julio de 1889).

Real Decreto 634/2015 de 10 de Julio por el que se aprueba el Reglamento del Impuesto sobre Sociedades. (B.O.E núm 165 de 11 de julio).

Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de Noviembre, por el que se aprueba el texto Refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras Leyes complementarias. (B.O.E núm. 287, de 30 de noviembre).

ANEXOS

ANEXO 1. ENTREVISTA CON JAVIER R. : ANFITRIÓN DE AIRBNB.

Tras la realización del trabajo y un estudio a fondo sobre el tema, se presentará una interesante entrevista con un gran amigo y sobre todo, y lo más importante, un experto conocedor y anfitrión de Airbnb, con un alto porcentaje de alojados en sus pisos.

Javier posee actualmente tres empresas de reparto de comida a domicilio en Sevilla, donde vive actualmente tras unos años en Inglaterra, además de contar con dos pisos céntricos espectaculares en la ciudad.

Como funciona Airbnb por un anfitrión.

1. ¿Cómo y cuándo empezaste a trabajar con Airbnb?

En el verano de 2016, hace justo un año, emprendí con un grupo de amigos un nuevo negocio. Pese a que nos concedieron un crédito, consideramos una buena oportunidad aprovechar el "boom" que Sevilla está viviendo en cuanto al alquiler de apartamentos vacacionales. De este modo diversificamos nuestra fuente de ingresos, y sirvió para autofinanciar nuestra sociedad.

2. ¿Qué ventajas y facilidades te da ser anfitrión de Airbnb?

La principal ventaja es la obtención de unos beneficios superiores a los que obtendríamos mediante un alquiler de larga duración.

En cuanto al ámbito personal me ofrece la oportunidad de conocer a personas de diversos países y perfeccionar el inglés, algo fundamental para los jóvenes de hoy en día.

3. ¿Qué tipo de clientes recibes?

Normalmente el cliente de Airbnb suele ser una persona joven y extranjera. Vienen en grupos de 3 y 4 personas y lo que buscan es disfrutar de la ciudad en estancias de 3 días de media. Pese a ello y bajo mi experiencia el número de clientes nacionales ha aumentado en los últimos meses, supongo que debido a la polémica que ha suscitado este tipo de negocio y del que la prensa española se ha hecho eco, consiguiendo que personas que desconocían su existencia lo tomen ahora como una posibilidad para alojarse en sus viajes.

4. ¿Cómo es la relación con los clientes?

La relación con los clientes suele ser bastante buena. Por mi juventud siempre he sabido adaptarme a sus necesidades pero si es cierto que hay de todo. Cada cliente es un mundo.

5. ¿Has tenido alguna vez algún problema?

Sí que los he tenido. Desde clientes que llegan o abandonan mucho más tarde de la hora que habían estipulado el apartamento, gente que no ha sido excesivamente higiénica, o el perfil menos frecuente de cliente que se piensan que están en un hotel y yo soy su botones.

6. ¿Qué fiabilidad tienen las opiniones que te pongan en Airbnb y cómo influyen?

Influye muchísimo, el boca a boca es la mejor publicidad que pueden hacer de un negocio, y en Airbnb tanto la calidad de las fotos como los comentarios de los huéspedes marcan la diferencia entre los apartamentos y por tanto en el número de reservas que realizan así como el precio de una estancia.

7. ¿Ofreces alojamiento a través de algún otro portal?

Sí, para la temporada de verano he incluido el anuncio en “booking”, el problema que ofrece este portal con respecto a Airbnb es el porcentaje de comisión que se lleva, bastante más alto (un 15%).

8. ¿Qué diferencias crees que son las más reseñables entre Airbnb y un establecimiento hotelero?

La principal diferencia es el trato al huésped, como es lógico es difícil que los servicios que ofrece el personal de un hotel te lo pueda ofrecer el anfitrión de un apartamento.

Aunque como aspecto destacable, el económico, por un precio bastante menor puedes optar a alojarte en apartamentos con la mismas calidades que un hotel y en emplazamientos de la ciudad magníficamente situados.

9. ¿Qué opinas acerca de los problemas legales que está teniendo Airbnb?

Pienso que es lógico que el sector hotelero ejerza presión para que los apartamentos turísticos se sometan al mismo tipo impositivo que ellos, o al menos que la comparación entre los impuestos que pagan unos y otros no sean tan desproporcionados. Los hoteles están sometidos a fuertes controles de calidad, mientras que en los apartamentos es prácticamente el control de estos.

10. ¿Te da algún tipo de cobertura Airbnb como empresa cuando alojas gente a través de ellos?

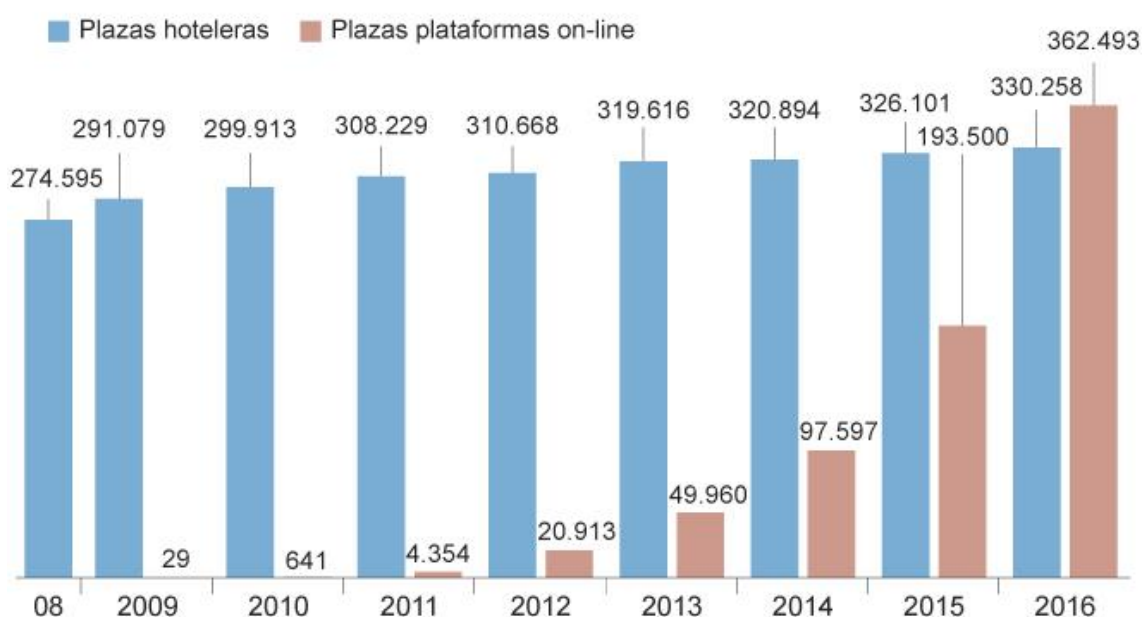
Sí, el seguro de protección a anfitriones. Actúa como cobertura principal para los anfitriones de Airbnb y cubre hasta 1 millón de dólares en concepto de responsabilidad por lesiones personales o por daños en la propiedad que se produzcan durante una estancia en un alojamiento en Airbnb en caso de reclamación.

11. Por último, me gustaría que ofrecieras un consejo a la hora de reservar, en base a tu conocimiento y experiencia.

Pues a la hora de reservar esperarí a los últimos momentos (si no hay algún evento en la ciudad para que la ocupación sea muy elevada) para reservar, ya que los propietarios suelen bajar los precios cuando no hay un buen número de reservas. También es muy importante leer los comentarios de los anteriores clientes para hacernos una idea del apartamento en el que vamos a alojarnos y si cumple con las expectativas que nosotros deseamos.

ANEXO 2. EVOLUCIÓN DEL CONSUMO DE LOS ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS FRENTE AL CONSUMO DEL ALOJAMIENTO IRREGULAR.

Plazas hoteleras Vs. Plazas de alojamiento irregular



Fuente: Exceltur a partir de INE, plataformas web de alquiler de vivienda y Airdna. J.A./ EL MUNDO GRÁFICOS

GRÁFICA CONSUMO ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS FRENTE AL CONSUMO DE ALOJAMIENTO IRREGULAR. FUENTE: ELMUNDO.

La patronal matiza que estas cifras son orientativas, fruto de esa falta de normativa y del hecho de que muchas de estas viviendas pueden anunciarse en varias plataformas diferentes de manera simultánea.

Lo que es indudable es que los números muestran una tendencia clara del boom de este tipo de alojamientos en España. Su auge plantea además una doble problemática: por un lado, la competencia desleal con los hoteles y por el otro, cierto sentimiento de rechazo por parte de los habitantes de las ciudades.

