



FACULTAD DE TURISMO Y FINANZAS

GRADO EN TURISMO

La economía colaborativa y su relación con el sector turístico

Trabajo Fin de Grado presentado por Alicia Cuevas Yust, siendo la tutora de la misma María Rosario González Rodríguez.

V.B. del Tutor/a:

Alumna: Alicia Cuevas Yust

D.

D.

Sevilla. Julio 2019



GRADO EN TURISMO
FACULTAD DE TURISMO Y FINANZAS
TRABAJO FIN DE GRADO
CURSO ACADÉMICO (2018-2019)

TÍTULO:

La Economía Colaborativa y su Relación con el Sector Turístico

AUTOR:

Alicia Cuevas Yust

TUTOR/A:

María Rosario González Rodríguez

DEPARTAMENTO:

Economía Aplicada I

ÁREA DE CONOCIMIENTO:

Economía Aplicada I

RESUMEN:

El sector turístico uno de los más afectados por las tecnologías y está siendo testigo de los cambios socio-económicos que nos incumbe a día de hoy. En el presente trabajo se tratará de definir qué es la economía colaborativa y cómo afecta al turismo, se debatirán problemas actuales como la turismofobia o la turistificación, se entrará en detalle con los nuevos modelos de negocio enfocándose en las viviendas de uso turístico y los aspectos legales que este nuevo fenómeno ocasiona. Por último se ha diseñado un estudio comparativo para comprobar la rentabilidad entre un alquiler tradicional por medio de una agencia inmobiliaria y un alquiler mediante plataforma colaborativa, eligiendo la opción más acertada económicamente desde el punto de vista del propietario o anfitrión del alojamiento y el inquilino o huésped del mismo.

PALABRAS CLAVE:

Economía Colaborativa; Objetivos de Desarrollo Sostenible; Overtourism; Turistificación; Vivienda de uso turístico.

ÍNDICE

CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN	1
1.1 JUSTIFICACIÓN DEL TEMA ELEGIDO.....	1
1.2 OBJETIVOS	2
1.3 METODOLOGÍA Y FUENTES DE INFORMACIÓN.....	3
CAPÍTULO 2. LA ECONOMÍA COLABORATIVA Y SU RELACION CON EL SECTOR TURÍSTICO	5
2.1 EVOLUCIÓN Y CONCEPTO	5
2.2 VENTAJAS E INCONVENIENTES	7
2.3 REPERCUSIÓN EN ESPAÑA Y EL RESTO DE EUROPA.....	9
2.3.1 Plazas ofertadas y capacidad de plazas por tipo de alojamiento	9
2.3.2 “Una agenda Europea para la economía colaborativa”	10
2.4 LA ECONOMÍA COLABORATIVA Y SU INCIDENCIA EN EL TURISMO.....	12
2.4.1. La relación entre la Economía Colaborativa y el Turismo Sostenible.....	13
2.5 EL PERFIL DEL USUARIO COLABORATIVO	14
CAPÍTULO 3 .EL TURISMO MASIVO Y COLABORATIVO, ¿SERÍA EL FIN DEL TURISMO TRADICIONAL?	15
3.1 OVERTOURISM.....	16
3.1.1 ¿De qué trata el Overtourism?	16
3.1.2 Overtourism a nivel internacional.....	16
3.1.3 Overtourism a nivel nacional.....	17
3.2 TURISMO COLABORATIVO, EL FIN DEL TURISMO TRADICIONAL	18
3.3 ¿A FAVOR O EN CONTRA DE LA TURISTIFICACIÓN?.....	19
CAPÍTULO 4. LAS VIVIENDAS DE USO TURÍSTICO. NUEVOS MODELOS DE NEGOCIO	21
4.1 ACT. DE VIVIENDAS DE USO TURÍSTICO VS APARTAMENTOS TURÍSTICOS TRADICIONAL.....	21

4.2 REQUISITOS BÁSICOS A SEGUIR PARA EL INICIO Y EJERCICIO DE LA ACTIVIDAD DE VIVIENDA CON FINES TURÍSTICO.....	21
CAPÍTULO 5. ASPECTOS LEGALES	23
5.1 LA REGULACIÓN DE LA ECONOMÍA COLABORATIVA	23
5.2 PROCEDIMIENTOS PARA EL REGISTRO DE UNA VIVIENDA DE USO TURÍSTICO	24
2) Documentación a aportar. Se deberá presentar junto con la declaración responsable:.....	25
5.3 NORMATIVA REGULADORA SEGÚN LA COMUNIDAD DE ANDALUCÍA.....	26
CAPÍTULO 6. CASO PRÁCTICO	27
ANÁLISIS COMPARATIVO ECONÓMICO.....	27
CONCLUSIÓN FINAL DEL ESTUDIO	29
BIBLIOGRAFÍA.....	31

CAPÍTULO 1

INTRODUCCIÓN

Actualmente, bajo la tendencia de la globalización económica y el uso de las tecnologías de la Información y la comunicación, un nuevo modelo económico que abarca casi todas las industrias se desarrolla a un ritmo acelerado. Este modelo se llama **economía colaborativa** y que cada vez está siendo más popular entre la sociedad.

La economía colaborativa nace como respuesta a esta nueva realidad en la que la economía mundial sigue arrastrando las consecuencias de la Gran Recesión y aporta a la sociedad nuevas oportunidades para satisfacer sus necesidades de forma sostenible, contentar a consumidores cada vez más exigentes y conscientes y generar sinergias entre particulares.

Entre los numerosos avances, hay uno especialmente reseñable: Internet. Ha cambiado la mayoría de los aspectos de nuestras vidas, directa o indirectamente. Tan revolucionario que pocas cosas escapan a su influencia, y mucho menos la economía.

Este reciente modelo de consumo cobra mayor protagonismo cada día que pasa y afecta a la mayoría de los sectores de la economía, especialmente al turístico. Cada mañana en la prensa aparecen artículos que hablan de nuevas propuestas relacionadas y mientras algunos elogian este modelo, otros arremeten contra él.

Por estos motivos, a lo largo del siguiente trabajo, se analizará la economía colaborativa tratando de esclarecer qué es, cómo afecta al turismo, cómo está siendo acogida por los agentes implicados, qué están haciendo los organismos competentes al respecto y tratar de acotar sus límites para, posteriormente, generar una serie de conclusiones respecto a esta nueva oportunidad.

1.1 JUSTIFICACIÓN DEL TEMA ELEGIDO

La razón principal por la cual se ha elegido este tema, se debe al interés y preocupación de la alumna que suscribe, por el actual modelo de negocio socio-económico, cultural y sostenible que, desde su punto de vista, tiene aspectos negativos y positivos, como por ejemplo el consumo desproporcional, generando una sociedad masificada, polarizada y desigual, pero también ha contribuido a que diferentes movimientos de jóvenes emprendedores se movilicen para cambiar el mundo y conseguir que la economía colaborativa funcione y pueda ser utilizada por toda la sociedad. El objetivo de este trabajo es dar a conocer este nuevo fenómeno que cada vez es mayor, indagar sobre los motivos que han impulsado a la sociedad actual hacia este modelo, y que surgieron a raíz de la crisis del 29, pero que siempre han estado ahí.

Se produce también un cambio de valores con respecto al consumo, al estatus social y a la propiedad (todo es de todos). Esta economía se está encontrando con

bastantes obstáculos debido a su confrontación con las leyes de diferentes estados miembros.

Este fenómeno ha generado 2 separaciones bien diferenciadas; por un lado están las empresas que ven a la economía colaborativa como una innovación y están adaptándose a este cambio; por otro, hay empresas que están organizando lobbies para denunciar la supuesta competencia desleal de este tipo de innovaciones

Para ello se estudiarán los diferentes conceptos que engloban este gran tema, los factores directos e indirectos que influyen en la economía colaborativa y el marco normativo por el que se regula.

1.2 OBJETIVOS

- El objetivo general de esta investigación consistirá en realizar un estudio comparativo de la situación económica actual con datos orientativos de dos modelos de propuestas diferentes que podemos encontrar entre el alquiler de un apartamento turístico tradicional, actuando en todo momento a través de una agencia mediadora, o el alquiler de una vivienda de uso turístico por cuenta propia, teniendo presente en todo momento los aspectos legales y económicos que todo ello implica.

Entre los objetivos específicos a la hora de realizar este trabajo destacamos los siguientes:

- Definir y comprender qué es la Economía Colaborativa, como surge seguida de su evolución y establecer un marco económico de estudio.
- Destacar los puntos fuertes e importantes de la Economía Colaborativa así como los principales inconvenientes.
- Dar a conocer lo que es el Overtourism o turismo masivo y cuáles son sus consecuencias. Uno de los mayores dilemas de la Economía Colaborativa.
- Conocer el nuevo negocio de Economía Colaborativa que está surgiendo en España y en el resto de países.
- Conocer la postura actual de los Estados miembros frente a este nuevo tipo de economía basada en la colaboración y las reformas que se deberían implantar en los gobiernos de cada país.
- Analizar y definir el marco normativo en la regulación según cada comunidad autónoma a través de la cual se establecen las principales normas que afectan a las viviendas de uso turístico.
- Adquirir los conocimientos necesarios para realizar unas recomendaciones que puedan ayudar a conocer en qué se basa la Economía Colaborativa y cómo actuar frente a su rápida integración en los diferentes países.
- Conocer y valorar las oportunidades sociales, económicas, culturales, y ecológicas que la Economía Colaborativa aporta a la sociedad, y la propuesta de una agenda Europea para ésta sea más sostenible (ODS).

1.3 METODOLOGÍA Y FUENTES DE INFORMACIÓN

Para alcanzar los objetivos anteriormente planteados, es necesario definir la metodología a seguir:

Comenzaremos definiendo algunos conceptos clave de la economía que se aplicarán como base de la investigación estableciéndose de ese modo una línea de continuidad a lo largo del trabajo, que comienza con el análisis de los aspectos generales de la Economía Colaborativa, seguido del estudio del marco normativo, para finalmente establecer el estudio de casos. Esta estructura queda claramente reflejada en la división por capítulos de los aspectos señalados. Por otra parte las técnicas de investigación van a ser diversas; será una investigación basada en la evaluación de fuentes secundarias como: bibliografías, e informes de diferentes organismos públicos y privados, artículos científicos, artículos de prensa y blogs que permitan conocer las opiniones y posturas de los diferentes expertos en la materia para construir una opinión objetiva sobre la economía colaborativa y de esta manera fijar las bases conceptuales del trabajo.

En el capítulo 1 se recoge la justificación del tema, los objetivos que se quieren conseguir con el trabajo realizado y la metodología utilizada.

En el capítulo 2, engloba la parte principal del trabajo en la cual se define qué es la economía colaborativa, cómo surge, su evolución seguida del impacto que está teniendo en España y en el resto del Europa, ventajas e inconvenientes de ésta y su incidencia con el turismo.

En el capítulo 3 se abordan algunas cuestiones sobre el fenómeno del Overtourism, analiza tres ciudades con mayor nivel de masificación turística entre las que destaca Venecia, Berlín y Barcelona y otros aspectos esenciales que manifiesta la saturación turística como puede ser la subida del precio de la vivienda de uso turístico y cómo debido a la turistificación provoca la huida de los habitantes hacia las afueras de la ciudad.

En el capítulo 4 explica la diferencia entre apartamento turístico y vivienda de uso turístico, concepto que hoy en día sigue causando confusión entre la sociedad; Se recalca que cada comunidad tiene una normativa y regulación diferentes en base al alquiler de viviendas de uso turístico de nuestra comunidad autónoma que es Andalucía.

Por otra parte, se recurre a otra técnica más, que será aplicada en el capítulo 5: una investigación explicativa que pretende explorar las razones fundamentales de la necesidad para regular la economía colaborativa en el uso de viviendas turísticas y alojamientos turísticos.

Por último en el capítulo 6 se realiza un estudio comparativo con datos orientativos y de elaboración propia de la situación económica actual con datos orientativos de dos modelos de propuestas diferentes que podemos encontrar entre el alquiler de un apartamento turístico tradicional a través de una agencia mediadora o el alquiler de una vivienda de uso turístico por medio de las plataformas colaborativas de alojamiento, se tendrá presente en todo momento los aspectos legales y económicos que todo ello conlleva.

CAPÍTULO 2

LA ECONOMÍA COLABORATIVA Y SU RELACIÓN CON EL SECTOR TURÍSTICO

En este capítulo se engloba la parte principal del trabajo, en el que se define y se desarrolla el concepto de Economía Colaborativa, de las cinco terminologías que proponen Botsman y Rogers (2010) y Stokes (2014). Se hablará del impacto que está teniendo la economía colaborativa en España centrándonos en las plazas ofertadas y capacidad de plaza por tipo de alojamiento y en el resto de Europa dedicando un epígrafe en el informe del Parlamento de la UE al Comité de Regiones sobre “una agenda para la economía colaborativa” en el que propone entre ellos los objetivos del desarrollo sostenible. Asimismo se exponen las ventajas e inconvenientes de este nuevo modelo de negocio. Del mismo modo trataremos el tema de la Economía Colaborativa y su incidencia en el turismo y su relación con el turismo sostenible. Por último dedicaremos el epígrafe 2.5 para clasificar el perfil del consumidor colaborativo

2.1 EVOLUCIÓN Y CONCEPTO

Los comienzos de la Economía Colaborativa fueron conocidos con el trueque, una práctica comercial que se originó en tiempos de guerra y escasez con la finalidad de intercambiar bienes y servicios en el que no intermedia el dinero como representante del valor en la transacción.

En la era digital el trueque resurge gracias a internet y a las redes sociales que crean las comunidades de usuarios y se relacionan para intercambiar bienes y servicios.

Desde la Gran Depresión de 1929, la última crisis económico-financiera originada en 2008 ha sido considerada como una de las peores para la sociedad. Con lo que nos ha llevado a buscar otras formas para salir adelante, haciendo una renovación tanto en los cambios culturales y sociales como en los hábitos de consumo y producción.

Se sabe que las TIC¹ son un factor imprescindible para el desarrollo de la Economía Colaborativa y además estas tecnologías han estado siempre ligadas al sector turístico.

Partiendo de este argumento en el presente trabajo se pretende dar a conocer qué es la Economía Colaborativa o compartida, así como hablar del protagonismo que está teniendo el turismo en todo este tema. Ya que el negocio del turismo es sin duda uno de los principales impactados por el auge de nuevos modelos colaborativos.

Cuando hablamos de colaborar y trabajar de forma conjunta estamos hablando por ejemplo de utilizar de forma compartida un vehículo, para ir a la universidad o al trabajo, o un alojamiento con amigos y familiares, realmente esto no es nada nuevo,

¹Término para denominar en inglés Tecnologías de la Información y la comunicación.

es algo que se ha hecho siempre. Entonces nos preguntamos ¿qué es nuevo realmente? ¿Por qué se habla ahora de este nuevo tipo de economía? ¿Por qué han surgido este tipo de empresas colaborativas tan populares como AirBnB, de la que hablaremos más adelante? Pues la novedad radica en la tecnología, la tecnología es la que permite aumentar de forma exponencial la posibilidad de contratación entre personas diferentes, por lo que abrimos un abanico más amplio y podemos compartir básicamente con cualquier persona, no solo con nuestros amigos, familiares etc... porque gracias a la tecnología hoy día podemos interactuar con cualquier persona en el mundo.

Para entender mejor lo que es el concepto de Economía Colaborativa vamos a empezar definiendo qué es el consumo:

Consumo es la acción de utilizar y/o gastar un producto, un bien o un servicio para atender necesidades humanas tanto primarias como secundarias. En economía, se considera el consumo como la fase final del proceso productivo, cuando el bien obtenido es capaz de servir de utilidad al consumidor (...). En el sistema capitalista actual, el consumo representa una actividad cíclica, puesto que el hombre produce para consumir, y este consumo genera más producción. Con el consumo se busca satisfacer no sólo las necesidades presentes, sino también las necesidades futuras. (Oca., 2015).

Es lo que se ha hecho toda la vida con los familiares y amigos, casos como, vámonos de fin de semana a la montaña en el mismo coche o déjame 100 euros que el mes que viene te los devuelvo, o si tus hermanos o primos tienen hijos, te dan la ropa o la canastilla del bebé. Toda esa colaboración que se da a pequeña escala en círculos de confianza, cuando se le añade internet y las redes sociales, toma una nueva dimensión. (Cañigueral, 2014, págs. 1ªed, 24).

El término mismo de Economía Colaborativa encierra una contradicción. Pensamos que colaborar es una interacción social de carácter no comercial entre una persona y otra. Sugiere intercambios que no implican dinero, o que al menos vienen motivados por la generosidad, por un deseo de dar o ayudar. Economía sugiere transacciones mercantiles, el cambio interesado de dinero por bienes o servicios. Se ha debatido mucho acerca de si Economía Colaborativa es el término adecuado para describir esta nueva oleada de negocios y se ha probado con otros muchos nombres (...). No cabe duda que la palabra colaborar se ha llevado más allá de sus límites razonables a medida que la Economía Colaborativa crecía y cambiaba, pero seguimos necesitando un nombre cuando hablamos de este fenómeno. (Slee, 2016, pág. 3).

Por otro lado, Partiendo de que siempre hay una plataforma tecnológica intermediadora, Botsman y Rogers (2010) y Stokes (2014) proponen cinco terminologías diferentes de la siguiente manera:

1. Producción colaborativa: Son un grupo de personas que trabajan cooperativamente para compartir conocimientos y herramienta y difundir de forma rápida todo tipo de proyectos y servicios con una producción descentralizada². Un claro ejemplo de ello son los trabajadores freelance.
2. Consumo colaborativo: Al no aprovechar los productos y los recursos de una manera tradicional, aparece lo que es el llamado “consumo colaborativo” y no es más que el intercambio de bienes y servicios entre personas. El intercambio

² Producción descentralizada: Colocar la producción fuera del país de la empresa central.

puede consistir en la venta, trueque, alquiler, o préstamo, y puede ser gratuito, de pago monetario o basado en un acuerdo entre las partes. Gracias a ello hoy en día se le puede dar utilidad a bienes y recursos que ya no la tenían evitando la compra innecesaria.

3. **Finanzas colaborativas**: Dentro de ellas hay varias modalidades como la de los microcréditos o la iniciativa de Crowdfunding o Financiación Colectiva, que consisten en la difusión de una iniciativa que necesita financiación, y todas aquellas personas o empresas que simpatizan con dicha iniciativa donarán una cantidad, que se hará de forma desinteresada o a cambio de un regalo por parte de la persona responsable del proyecto.
4. **Gobierno colaborativo**: O también conocido como ciudades colaborativas, visto desde un sentido más amplio, son las herramientas para gestionar de manera descentralizada y participativa una comunidad con el fin de disminuir al mismo tiempo las organizaciones jerárquicas innecesarias, aumentar una sostenibilidad social y de consumo concienciando a la persona para que, tanto los ciudadanos como el turista tengan buena calidad de vida
5. **Aprendizaje colaborativo**: Son un grupo personas que comparten y difunden conocimientos de tal forma que todo el mundo tenga acceso basándose en la web y en las tecnologías digitales, como por ejemplo Wikipedia que es una enciclopedia virtual que existe gracias a las aportaciones de los usuarios. Aquí entraría lo que se conoce como la economía de los pares o peer to peer economy en inglés³, la diferencia con respecto a la economía que nos ocupa ,radica en que la economía de pares son casos en el que el proveedor y el cliente son pares, es decir los dos tienen los mismos bienes y los intercambian.

En las cinco anteriores terminologías que se asocian a la Economía Colaborativa, algunas de ellas intercambiamos y compartimos por el mero placer de hacerlo, y en otros casos buscamos un beneficio económico.

2.2 VENTAJAS E INCONVENIENTES

Entre sus ventajas podríamos destacar la de poder intercambiar y compartir bienes y servicios que ya no utilizamos con el fin de reutilizar esos activos infrautilizados, ahora es posible compartir una plaza de coche, intercambiar viviendas, o incluso comer en casa de desconocidos, cosa que antes era impensable. Todo esto reduce la necesidad de propiedad individual para compartirlo con la sociedad y creando de ese modo una confianza entre las personas. Hoy en día tenemos más variedad de oferta para el consumidor y permite mayor libertad de elección y servicios personalizados acercándose a su decisión más óptima, por ejemplo ahora podemos disfrutar de diferentes maneras donde alojarnos; entre las cuales tenemos un hotel convencional que sería el alojamiento turístico tradicional, intercambiando tu casa en periodo vacacional (Intercambiocasas.com), alquilar una habitación con posibilidad de convivencia con el anfitrión en una casa rural (AirBnB), o alojarte en un “sofá” por una noche (Couchsurfing).⁴

Desaparece la intermediación entre el oferente y el consumidor final produciendo así una reducción de los costes de transacción. Al reducir los precios, nos lleva a que el consumidor va a tener mayor disponibilidad económica con lo cual incrementarán el consumo de otros bienes y servicios.

³ Peer to peer: Intercambio o venta de productos entre iguales basados en la confianza mutua.

⁴ Couchsurfing: Básicamente es una nueva forma de alojarse por todo el mundo de forma gratuita con la finalidad de intercambiar culturas.

Al haber una mayor información disponible al consumidor sobre el bien o servicio que va a consumir le permite comparar productos similares y tomar una mejor decisión de consumo.

También aparece una mejora en la conciencia sobre la importancia de la sostenibilidad. Se reduce la contaminación.

Si pasamos al aspecto económico, Traslado de una parte de la demanda desde los sectores tradicionales a los nuevos modelos, pero al mismo tiempo creación de nueva demanda a partir de la nueva variedad de oferta, lo cual genera un efecto positivo a nivel agregado sobre el PIB y el empleo (CNMC, 2014, pág. 3) “la Externalidades positivas en otros sectores (restauración, comercio, etc..) motivados por la mayor renta disponible (generado por un menor precio de alojamiento) y la creación de nueva demanda.” (CNMC, 2014, pág. 7).

Por otro lado, uno de los mayores inconvenientes que podemos encontrar en la Economía Colaborativa y que es a día de hoy fuente de conflicto, es la poca regularización que existe, provocando una competencia desleal respecto a otros negocios que sí cumplen con la ley, ya que no existe ningún control sobre algunos servicios por faltas de normas que lo regulen como ocurre en especial en el sector de alojamientos turísticos que veremos en más profundidad en el capítulo siguiente, y en el sector de transportes de viajeros por carretera. La poca regularización hace que favorezca a la economía ilegal detrayendo así los impuestos y perjudicando al resto de la sociedad, y en algunos casos esta iniciativa de Economía Colaborativa va hacer que algunas empresas tradicionales desaparezcan provocando el desempleo y una bajada de sueldos considerables. Habrá también una “posible reducción de precio en los establecimientos turísticos tradicionales como consecuencia del incremento de presión competitiva que supone el aumento de oferta.” (CNMC, 2014, pág. 7).

Otra de las desventajas son los nuevos métodos de pago que están surgiendo, especialmente a través de las monedas virtuales. Por otra parte al no existir intermediario entre oferente y demandante final lo que ocurrirá es un aumento de la competitividad general de producto o servicio. En el sector de alojamientos turísticos pasará que habrá una externalización negativa como consecuencia del tránsito de turistas por lo que los vecinos de los apartamentos turísticos se verán expuestos a tomar medidas, para evitar la turistificación de viviendas y en el peor de los casos provocando una expulsión de población residente local por el encarecimiento de la vivienda. No olvidemos que las múltiples posibilidades de colaboración que se dan en la Economía Colaborativa: alquilar, prestar, revender, reutiliza etc... pueden suponer otro de los inconvenientes viéndolo como una amenaza para las empresas tradicionales. Al igual que puede generar confianza, también puede originar una falta de confianza debido a su deficiente protección al consumidor y en cuanto nos referimos a la calidad o cuánto es de fiable un servicio prestado o un producto, si por ejemplo es lo mismo comprar un producto de segunda mano que la calidad y la fiabilidad que te da un producto nuevo.

Con independencia de las ventajas e inconvenientes, hay que sacar en conclusión que la economía colaborativa se están extendiendo en multitud de mercados por todo el mundo y de un modo imperante. Además, Goudin (2016)” sostiene que el mejor aprovechamiento de los recursos, gracias al uso de la Economía Colaborativa, puede suponer para la Unión Europea una ganancia potencial de 572.000 millones de euros”. Incluso la Comisión Europea señaló que la Economía Colaborativa “ofrece oportunidades para incrementar la eficiencia, el crecimiento y el empleo, a través de una mejor toma de decisiones por parte de los consumidores, aunque también

plantea nuevas cuestiones reglamentarias” (Rodríguez-Antón, Alonso Almeida, Rubio Andrada, & Celemín Pedroche, 2016, pág. 267).

2.3 REPERCUSIÓN EN ESPAÑA Y EL RESTO DE EUROPA

En este apartado analizaremos la repercusión que están teniendo estas nuevas tendencias en el sector de alojamientos turísticos de plataforma p2p en España y en el resto de Europa.

Se puede intuir que en un futuro la Economía Colaborativa participará en nuevos sectores aparte de las actividades ya mencionadas anteriormente en el epígrafe 1.1, También hay que destacar que el sector del turismo es el que se está viendo más afectado hoy día especialmente en algunos aspecto que ya detallaremos en el epígrafe siguiente.

Sin duda los dos ámbitos en el que está teniendo mayor peso la Economía Colaborativa, son el transporte y los alojamientos. Lo que ocurre con el impacto de los alojamientos turísticos de plataformas en España es que surge un problema cuando esa actividad se mercantiliza llegando a competir con los alojamientos turísticos reglados, al no llevar ningún control y regulación. Hay algunas afirmaciones que dicen que para que exista una buena economía colaborativa en los alojamientos turísticos de plataforma se deben dar relaciones entre iguales (peer to peer) y sin ánimo de lucro.

“Ellen (2015) reflexiona sobre si la Economía Colaborativa pudiese incentivar a compartir viviendas o ayudas que pudiesen beneficiar a inquilinos con bajos ingresos cuando las políticas públicas de viviendas no facilitan el alojamiento de las personas.” (Rodríguez-Antón, Alonso Almeida, Rubio Andrada, & Celemín Pedroche, 2016, pág. 271).

2.3.1 Plazas ofertadas y capacidad de plazas por tipo de alojamiento

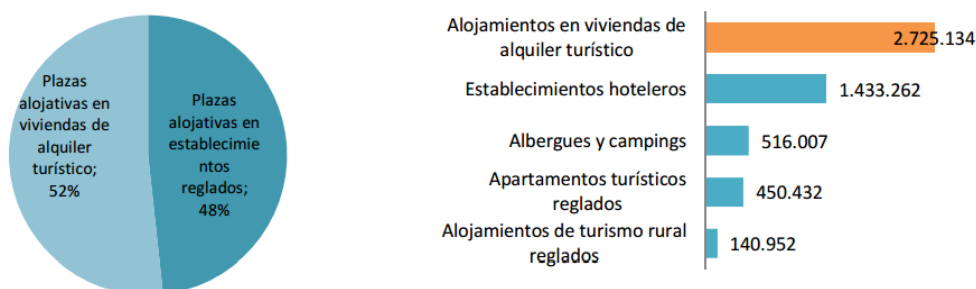


Figura.2.1 Distribución de la planta alojativa de pago en España según tipologías 2014

Fuente: datos del informe “Alojamientos turísticos en viviendas de alquiler: Impactos y retos asociados” realizado por Ernst & Young.

En el siguiente gráfico se puede observar que la oferta de plazas de los alojamientos en viviendas de alquiler turístico con un total de 27 millones superando los 25 millones de plazas de alojamientos reglados. Ya por el 2014 se iba notando la magnitud de crecimiento de este tipo de economías hasta nuestros días.

España se sitúa por encima de Francia, Portugal y Reino Unido en el uso de plataformas de sharing economy.

Las plataformas P2P se han consolidado rápidamente como un intermediario y prescriptor clave y muy proactivo en la promoción, distribución y venta de los servicios de alojamiento turístico en viviendas de alquiler, respecto a la oferta todavía comercializada por los canales tradicionales (agencias inmobiliarias y el contacto directo por otras vías con los propietarios). (Young & Ernst, 2015, pág. 7).

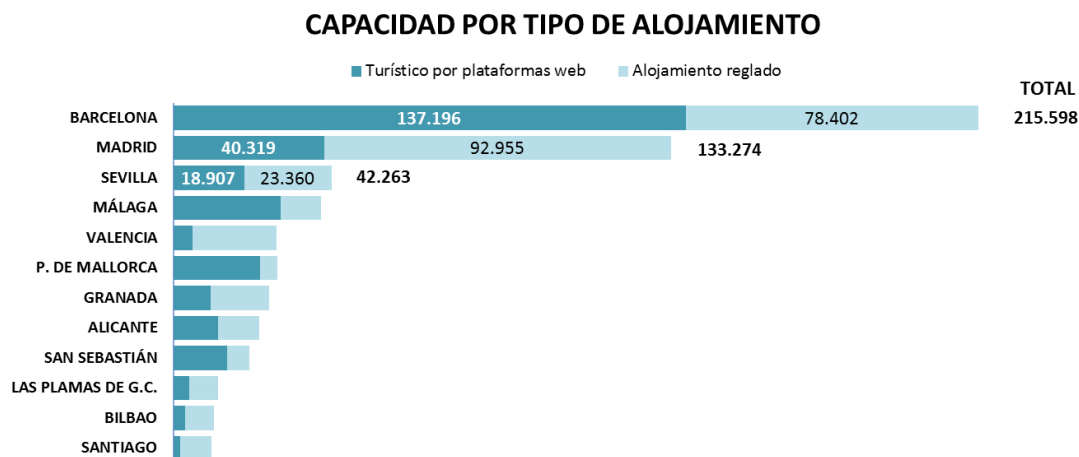


Figura.2.2 Capacidad por tipo de alojamiento en las principales ciudades Españolas

Fuente: datos del informe "Alojamientos turísticos en viviendas de alquiler: Impactos y retos asociados" realizado por Ernst & Young.

En cuanto al mayor número de plazas ofertadas, Exceltur considera que parte de esta oferta pertenece a la economía sumergida y con unos tratamientos fiscales no contributivos. Como podemos observar en el gráfico 2.2 los destinos más demandados son los siguientes según la elaboración EY⁵ a partir de información publicada en plataforma P2P de enero a marzo del 2015: Se conoce que las ciudades con más turismo y con la presencia de costa va a tener una mayor oferta de servicios en cuanto a las viviendas de uso turístico p2p, como es el caso de Barcelona que aparece en un primer puesto con 137.196 plazas y en los alojamientos reglados se registran con 78.402 plazas, seguida de Madrid con 40.319 plazas y con 92.955 plazas en los alojamientos reglados y Sevilla con 18.907 plazas con respecto al 23.360 de plazas de los alojamiento reglados, le siguen Málaga con 28.763 plazas y con 10.608 plazas, Alicante con 11.853 plazas frente a las 10.980 plazas de alojamiento reglado y San Sebastián con 14.254 plazas y con 6.115 plazas de alojamiento reglado; en los casos Barcelona, Málaga, San Sebastián y Alicante de superan con creces el volumen de plazas de alojamiento reglado.

2.3.2 "Una agenda Europea para la Economía Colaborativa"

Por otra parte en el resto de Europa y en paralelo, en 2015 se abrió un diálogo público-privado desde el Joint Research Center de la Comisión Europea a través del encuentro de expertos denominado "A vision for the EU 'sharing economy' –

⁵ EY (Ernst & Young) creadores del Building a better working world: Fundación que apoya los valores del emprendimiento.

Exploring future economic transformations”, y en mayo de ese mismo año las propias empresas proveedoras del sector de la economía colaborativa, en concreto dieciséis destacamos: Airbnb, Homestay, Nímbur, Uber y SnappCar entre otros, crearon el European Collaborative Economy Forum (EUCoLab). En este Foro la industria y la política debaten y ponen de acuerdo conjuntamente temas relacionados con la regulación actual y futura de la economía colaborativa, con el objetivo de crear un mercado fuerte y competitivo para el beneficio de los usuarios y consumidores europeos.

En la UE, el 17% de los consumidores usan plataformas de la “economía colaborativa”.

En solo dos años (2013-2015), el total del valor de las transacciones de estas plataformas ha pasado de 12 a 28 millones de euros. Sus ingresos casi se han cuadruplicado, pasando de 1 a 3,6 millones de euros (...).El informe también analiza la ubicación de estas plataformas, siendo líderes Francia e Irlanda en el marco de la Unión Europea, ambas por encima del 30%. Le siguen Croacia y Letonia con el 24%, seguidos por la República Federal de Alemania, Estonia y Rumanía. España queda cerca de este último grupo con el 19%. (THE OSTELEA, 2018)

El 2 de junio de 2016 la Comisión Europea lanza un comunicado al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité económico y Social Europeo, y al Comité de las Regiones; En el que propone ofrecer orientación política y legal a los Estados miembros para que se fomente la confianza de las empresas, consumidores y autoridades públicas, llevándose a cabo un desarrollo equilibrado de la Economía Colaborativa.

Sin embargo no es tan sencillo, ya que apenas queda claro dónde están los límites establecidos y las diferencias significativas entre el proveedor y el consumidor o el trabajador por cuenta propia y el trabajador por cuenta ajena o la prestación profesional y no profesional de los servicios, los derechos de los consumidores, responsabilidad, derechos de los trabajadores e impuesto (aspectos que veremos en la página siguiente). También cabe destacar sin duda una falta de regulación creando por consiguiente una incertidumbre sobre las normas a aplicar debido al carácter local y nacional de cada Estado Miembro de la UE por lo que se pide una estrategia europea clara y equilibrada.

Al mismo tiempo el Parlamento recalca que (Europeo, 2017) “La UE debe aprovechar los beneficios de la Economía Colaborativa, pero garantizando una competencia justa y el respeto de los derechos laborales y las obligaciones fiscales”.

Igualmente, el comunicado de la Comisión Europea, explica cómo el Derecho Europeo en vigor debería ser aplicado a estas actividades, y dejando claro algunos aspectos claves a los que se enfrentan los agentes implicados, especialmente, con temas como los **requisitos de acceso al mercado** evitando de ese modo que se propaguen actividades que puedan eludir la ley; la **protección de los consumidores**, se debe luchar contra las falsas calificaciones y evaluaciones. La falta de ánimo de lucro debe excluir que se asigne a un proveedor la condición de comerciante; la **responsabilidad de las empresas** plantea cuestiones como las condiciones de salud, trabajo, jubilación; el **derecho del trabajo** dependiendo del país en el que se preste el servicio, el trabajo por cuenta propia se verá afectado por diferencias sociales entre los trabajadores generando así una externalidad negativa a nivel social y laboral; la **fiscalidad**, el Comité de Regiones destaca el caso de las

tasas turísticas, ya que en algunas localidades en las que se aplican dicho impuesto no se contemplan para alojamientos turísticos de plataformas colaborativas. Señala del mismo modo, que todos los prestadores activos de las plataformas colaborativas cumplan con las normas vigentes así como a colaborar con las autoridades nacionales, regionales y locales. Estos nuevos modelos de negocio colaborativos pueden llegar a disuadir nuevas inversiones y a limitar su uso transfronterizo. También puede llegar a fragmentar el mercado único si cada Estado miembro de la Unión Europea trata de forma distinta la Economía Colaborativa.



Figura.2.3. La agenda 2030. Objetivos de Desarrollo Sostenible

Fuente: Organización de Naciones Unida (ONU). <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>

La ONU propone la agenda 2030: Objetivos de Desarrollo Sostenible se trata de un plan de acción en favor de las personas, el planeta y la prosperidad. También tiene por objeto fortalecer la paz universal dentro de un concepto más amplio de la libertad. La aprobación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) representa una oportunidad histórica para unir a los países y las personas de todo el mundo y emprender nuevas vías hacia el futuro. Los ODS están formulados para erradicar la pobreza, promover la prosperidad y el bienestar para todos, proteger el medio ambiente y hacer frente al cambio climático a nivel mundial. (ONU, 2017).

En el siguiente link se detalla cada uno de los 17 objetivos de desarrollo sostenibles a cumplir en un periodo de 15 años desde el 2015 hasta el año 2030, con sus 169 metas. Es de carácter mundial y se aplicará de manera universal, independientemente, de que cada país tenga sus propias limitaciones y capacidades con respecto a otros países, como son el caso de países en vías de desarrollo, que les será casi imposible cumplir con alguno de los objetivos planificados a medio y largo plazo. Por otro lado las políticas de integración difieren de un país a otro.

(<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>)

2.4 LA ECONOMÍA COLABORATIVA Y SU INCIDENCIA EN EL TURISMO

Con la llegada de las nuevas tecnologías, el consumidor se está volviendo cada vez más exigente con lo que demandan. En el ámbito turístico la Economía Colaborativa ofrece nuevas formas de viajar buscando experiencias más auténticas integrándose en la cultura local; también ofrece nuevas formas de alojarse y todo ello a un coste más asequible, cosa que no pueden ofrecer los agentes turísticos convencionales⁶ viéndose obligados a implementar una propuesta de valor (por las expectativas del cliente) que contemple servicios más personalizados. De este modo, los agentes tendrán que pensar antes en el cliente que en el producto en sí, adaptando el producto a las exigencias del cliente. Hoy en día es totalmente imprescindible en este sector conocer a fondo la información que quiere el cliente, para así poder diferenciarse de la competencia.

En este caso los agentes turísticos convencionales no deben estar reacios a la economía colaborativa y tampoco tienen que verlo como una amenaza en sí, sino como una oportunidad de desarrollo para adaptarse a las nuevas tendencias del turismo. A pesar de la fuerte oposición que tiene el sector de los alojamientos turísticos, es mencionable como anécdota, el caso una cadena hotelera española llamada Room Mate que decidió arriesgarse e introducirse en el sector de la Economía Colaborativa, convirtiéndose en la séptima plataforma de alquiler de pisos turísticos en España con el nombre Be Mate. Lo que hizo con esta nueva línea de negocio fue unir los alquileres turísticos pero con los servicios propios de un hotel, además de seguir contando con su oferta hotelera tradicional. La actividad de la plataforma Be Mate asegura que es una actividad legal y con todos los permisos y licencias en regla que se le exigen. Comenzó con una oferta de 2.500 viviendas turísticas en la mayor parte de estas ciudades en las que tiene abiertos hoteles, y pretende llegar a ofrecer este tipo de servicios, a corto plazo, en 200 ciudades de todo el mundo a través de más de 50.000 viviendas.

2.4.1. La relación entre la Economía Colaborativa y el Turismo Sostenible

A través de la economía colaborativa, se comienza a prestar más atención por el ahorro energético y agua, la contaminación, y los recursos, ayudando de alguna manera al medio ambiente; También te permite comprar productos de alta calidad a precios más bajos que el mercado, quedando de ese modo más satisfecho el cliente y gracias a ello crear confianza entre desconocidos, mejorando la relación entre cliente y proveedor.

A parte del sector de alojamientos turísticos, la gastronomía, los viajes (transportes) y otras formas de turismo, se ofrecen como servicios más novedosos y especializados, viéndose afectadas también por este nuevo modelo de negocio.

Para que todo ello genere una sostenibilidad para la sociedad deben llevarse a cabo unas medidas impulsoras que cumplan con los objetivos de sostenibilidad *económica, social, cultural y del medio ambiente*.

A día de hoy si no cuidamos nuestro planeta, nadie se va a encargar de hacerlo por nosotros, debemos ser conscientes de lo que está ocurriendo con el medio ambiente y poner medidas para retrasar lo inevitable. Entre las medidas ecológicas podría ser la de promover el uso de la bicicleta y del transporte público, debemos conservar todos los recursos que tenemos, al ser posible reciclando y favoreciendo la reutilización, debemos también minimizar todos aquellos residuos que contribuyan a

⁶ Son todos aquellos sectores de Hoteles, Agencias de viajes, transportistas, restauración.

la destrucción del medio ambiente como por ejemplo el plástico que está destruyendo todos los océanos.

Sería conveniente concienciar más al turista hacia una actitud respetuosa con los habitantes del país que visitan, con sus tradiciones y sus costumbres. Compartir el coche para ir al trabajo o de viaje; ir abandonando la gasolina y pasarse a un sistema de combustible ecológico o menos perjudicial para el medio ambiente; mejorar siempre la calidad del servicio turístico; evitar en la medida de lo posible la congestión del tráfico de personas en un mismo punto de interés haciendo que sea más equilibrado y cómodo tanto para visitantes como para visitados, mediante programas y estrategias que lo hagan factible. Promover el no consumismo, el gastar por gastar, reciclar, ser respetuosos con el medio ambiente, etc. Todo ello contribuye beneficiosamente a la consecución de los logros que perseguimos.

Por otra parte, el “Informe de la Economía Verde” (2011), publicado por el Programa de Medio Ambiente de Naciones Unidas (PNUMA) subraya que el turismo bien planificado y desarrollado podría llegar a mejorar la economía local y a reducir la pobreza. No se descartaría tampoco la introducción de etiquetas de Comercio Justo o “eco-etiquetas” para garantizar que una empresa turística utiliza los pasos y procedimientos para una mayor sostenibilidad manteniendo y cuidando siempre el medio ambiente. Se plantea también implantar “ecotasas”: son tasas (pago de costes fijos) e impuestos ecológicos con el objetivo de reducir o impedir las emisiones que dañen el medio ambiente. Quien contamine que pague por la descontaminación.

2.5 EL PERFIL DEL USUARIO COLABORATIVO

En este apartado analizamos el perfil de los usuarios que dan uso a este tipo de plataformas de Economía Colaborativa.

	You have never heard of these platforms	You have heard of these platforms but you have never visited them	You have been on one or more of these platforms and paid for a service once	You use the services of these platforms occasionally (once every few months)	You use the services of these platforms regularly (at least every month)	Total 'Used the services'	Total 'Never used the services'
EU28	46	35	4	9	4	17	81
Sex							
Male	43	35	5	11	5	21	78
Female	48	36	3	8	4	15	84
Age							
15-24	44	36	6	8	4	18	80
25-39	38	34	7	15	5	27	72
40-54	39	38	4	11	7	22	77
55+	55	33	2	6	2	10	88
Education (End of)							
15-	69	24	1	1	2	4	93
16-19	51	35	3	7	3	13	86
20+	33	39	6	14	7	27	72
Still studying	40	38	7	10	4	21	78
Respondent occupation scale							
Self-employed	43	31	6	12	8	26	74
Employee	34	41	5	14	6	25	75
Manual workers	56	30	3	7	4	14	86
Not working	54	32	3	6	2	11	86
Offered services on a collaborative platform							
At least once	0	0	17	48	35	100	
Never	0	0	26	54	20	100	

Figura.2.4. Resultados sociodemográficos

Fuente: Informe del uso de las plataformas colaborativas por la DG GROW. Comisión Europea Marzo 2016.
<http://www.sharingespana.es/media/EC-collaborative-platforms.pdf>

Observando el gráfico 2.3 podemos comprobar que:

Los hombres son más propensos que las mujeres a usar los servicios de plataformas colaborativas (21% vs. 15%) y es menos probable que digan que nunca han oído hablar de estas plataformas (43% vs. 48%). Los encuestados de entre 25 y 39 años son los que tienen más probabilidades de decir que han utilizado estos servicios (27% frente al 10% de los mayores de 55 años). Los que tienen 55 años o más tienen más probabilidades que los encuestados entre 25 y 39 años de decir que nunca han usado plataformas colaborativas (88% frente a 72%) o que nunca han oído hablar de ellas (55% frente a 38%). Aunque los encuestados en el grupo de edad de 40 a 54 años son los que tienen más probabilidades de responder que han oído hablar de estas plataformas, pero nunca los han visitado (38% frente a 33% de los encuestados más viejos, aquellos con 55 años o más), también son los más probable es que digan que usan los servicios de estas plataformas con regularidad (7% frente a 2-5% de otros grupos de edad). El nivel de educación también juega un papel. Los encuestados que terminaron su educación de 20 años o más son más propensos que aquellos que terminaron la educación a una edad más temprana a decir que han utilizado estas plataformas (27% frente a 4-13%). Además, es más probable que hayan oído hablar de estas plataformas, pero nunca han visitado una (39% vs. 24%), han estado en una o más de estas plataformas y han pagado un servicio una vez (6% vs. 1%), para usar los servicios de estas plataformas ocasionalmente (14% vs. 1%) o para usar los servicios de estas plataformas regularmente (7% vs. 2%). Los trabajadores por cuenta propia (26%) y los empleados (25%) tienen más probabilidades que los trabajadores manuales (14%) de utilizar los servicios de plataformas colaborativas. Los encuestados que han ofrecido servicios en una plataforma colaborativa al menos una vez son más propensos que aquellos que no lo han hecho a decir que usan los servicios de estas plataformas con regularidad (35% frente a 20%). (Dirección General de Mercado Interior, 2016, pág. 12).

Como hemos visto anteriormente el rango de edad oscila de entre los 25 y los 44 años de edad, partimos de que es la gente joven la que más utiliza este tipo de plataformas, que habitan en zonas urbanas y con estudios superiores y altos ingresos. Este resultado no quiere decir que tenga qué estar destinado sólo para gente joven sino que a medida que aumenta la edad disminuye el uso de estas plataformas, esto se puede deber a que les cueste más habituarse a internet y a las plataformas digitales. Según la CNMC destaca que el 60% están satisfechos con los servicios recibidos.

CAPÍTULO 3

EL TURISMO MASIVO Y COLABORATIVO, ¿SERÍA EL FIN DEL TURISMO TRADICIONAL?

En el siguiente capítulo abordaremos algunas cuestiones sobre el fenómeno del Overtourism o Turismofobia, a nivel internacional citaremos dos de las ciudades (Venecia y Berlín) que están teniendo mayor incidencia relacionada con este fenómeno y a nivel nacional nos centraremos el caso de la ciudad de Barcelona y los

aspectos principales que manifiesta la saturación turística. Hablaremos más por encima sin meternos muy de lleno sobre la llegada del turismo colaborativo y cómo está afectando a esas grandes empresas tradicionales. Por último plantearemos los pros y los contra de la turistificación y la aparición de nuevos colectivos vecinales en contra de la turistificación producida por la llegada masiva de turistas en los barrios.

3.1 OVERTOURISM

3.1.1 ¿De qué trata el Overtourism?

Término relativamente reciente y utilizado con frecuencia a partir del 2015, para referirse a una situación en la que surgen conflictos entre locales y visitantes en destinos generalmente urbanos, debido a la congestión o hacinamiento de visitantes, es lo que se llama como turismo masivo o turismo de masas. Los términos Overtourism y Turismofobia están directamente relacionados, la Turismofobia es aludido por los medios de comunicación para referirse a la manifestación de un bienestar social contra la saturación y presión turística, provocando este fenómeno un mal estar social.

Sin embargo, dado que hay diferentes características, causas y preocupaciones, hay que tener en cuenta que muchas de ellas no son contra el turismo en sí. Dichas manifestaciones ciudadanas provienen de la privatización y la congestión del espacio público en las ciudades, condicionado por el aumento de los precios de la vivienda de alquiler y por metro cuadrado, por la pérdida del poder adquisitivo por parte de los residentes en los destinos, y por el creciente aumento del turismo de crucero y con ello la estacionalidad del turista y la congestión que conlleva en determinadas temporadas del año.

Entre las diversas manifestaciones ciudadanas contra la presión turística podemos destacar la del referéndum contra los cruceros en la laguna de Venecia "Comitato No Grandi Navi", o las concentraciones de varios colectivos locales en Barcelona con el lema "Somos barrios stop turismo masivo".

"El overtourism es un problema de todos los agentes que participan directa e indirectamente en la maquinaria turística: agentes públicos, sectores privados, turistas y residentes" (Milano, 2018).

A continuación en los siguientes epígrafes abordaremos del mismo modo este fenómeno desde el punto de vista de destinos internacionales como es el caso de Venecia y Berlín y nacionales como Barcelona, por ser destinos que han tenido un mayor malestar de los ciudadanos por parte de la presión turística.

3.1.2 Overtourism a nivel internacional

A nivel internacional el caso de Venecia y Berlín, se vuelve un problema debido a la ocupación y privatización del espacio público y la alta densidad de turistas han generado diferentes tipos de protestas. Se plantean debates públicos y políticos locales sobre las políticas urbanas y de planificación. La saturación turística se manifiesta en dos aspectos principales:

1. Se propaga el turismo urbano en barrios residenciales previamente poco visitados por los turistas, debido al incremento de la llegada de turistas.

2. La transformación y el cambio en la cotidianeidad de los vecindarios originado por esa llegada de turistas, provocando un decremento de la población en el centro histórico de la ciudad, y por consiguiente el aumento de precios de la vivienda.

Si miramos la situación de la vivienda en Venecia, según un informe estadístico elaborado en mayo de 2016 por el portal web Idealista.com, declara que Venecia es la ciudad de la península, con un precio de 4.423 €/m². A parte del elevado aumento de precio de la vivienda, otro de los problemas que tiene es la baja disponibilidad de los apartamentos en alquiler para los residentes, se debe también al acaparamiento del capital turístico de los inmuebles con uso residencial. En el centro histórico de la ciudad de Venecia, es donde más se concentra los apartamentos turísticos y las viviendas de uso turístico presentando una relación directa con el incremento de la oferta de las plataformas de alojamiento turístico como es el caso de Airbnb, en el que el precio medio del alquiler es de 130 € la noche. En el caso de Berlín las pernoctaciones en hoteles han pasado de 11 a 27 millones en tan solo 10 años (2003-2013). Y actualmente se encuentra en auge del turismo masivo. En cuanto a la situación de la vivienda en Berlín, ha presentado un aumento de precio en el alquiler, en el año 2004 el promedio era de 6€/m². En el segundo semestre del 2016 ha superado por primera vez los 10€ por m² y el precio medio por alojamiento según fuentes de elaboración de Airbnb es de 58 € por noche.

La mayor concentración de apartamentos turísticos se da en algunos barrios concretos de la ciudad de Berlín como son Friedrichshain-Kreuzberg, Mitte, Neukölln o, Pankow entre otros. Razón por la cual los barrios con más concentración de ofertas representan los barrios con el promedio más alto del precio de alquiler por m².

A diferencia del caso de Venecia, en Berlín las protestas no han sido lideradas por movimientos sociales. Y optan por reivindicaciones sobre el problema del aumento de alquiler de los barrios antes mencionados y por la privatización de espacios públicos. A partir de los años 90 estas dos ciudades han ido experimentando un importante desarrollo turístico en consecuencia comienzan las manifestaciones por los malestares de los ciudadanos hacia el turismo, la congestión de los espacios públicos, el incremento de ruido, el aumento de los precios y sobretodo en relación con la transformación de los barrios más residenciales y céntricos de la ciudad.

3.1.3 Overtourism a nivel nacional

A nivel nacional abordaremos el caso de la ciudad de Barcelona, en el que según datos estadísticos de las 13.555 viviendas de uso turístico sólo se registran 9.606 VUT legales computadas por el ayuntamiento de Barcelona. Por otro lado, Airbnb registra 17.369 VUT con un precio medio de alquiler por noche que ronda los 84 €. Uno de los motivos que ha generado malestar entre los residentes respecto al desarrollo turístico es el aumento de precio de la vivienda. Esta percepción de malestar ha generado un sentido de rechazo, desconfianza y desprecio hacia la industria turística en general; ya empezaron a registrarse desde la década pasada, de hecho varias revistas de opinión pública y artículos de prensa habían hecho eco de los conflictos y las reacciones de los locales con respecto a la saturación turística. La primera vez que apareció el término "turismofobia" fue el 12 de julio del 2008.

Desde 1990 hasta día de hoy se percibe un aumento de plazas hoteleras que han pasado de 18.569 a 67.640 al mismo tiempo que desde el 2015 hasta hoy ha incrementado un 7,3% el número de pernoctaciones, lo que equivaldría a más de 19.000 millones de pernoctaciones.

En julio de 2016 el colectivo vecinal propone una iniciativa el 1º foro vecinal sobre el Turismo con la intención de debatir temas de conflicto, el uso de las viviendas y el espacio público, así mismo abordaría temas sobre el modelo económico actual y el turismo de cruceros y el puerto de Barcelona.

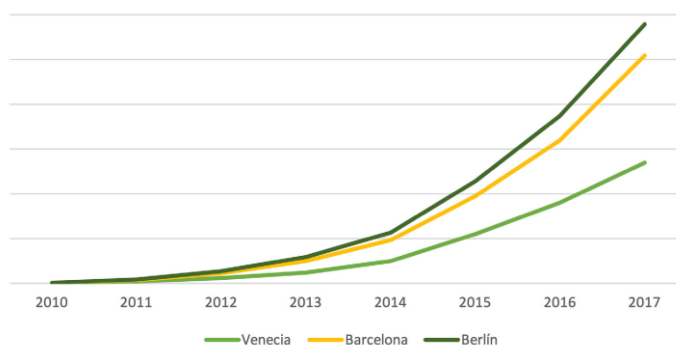


Figura.3.1. Evolución de la oferta de viviendas de uso turístico en Barcelona, Berlín y Venecia

Fuente: Datos oficiales Overtourism y Turismofobia: Tendencias globales y contextos locales (2017-página 37)

Como conclusión en el gráfico anterior podemos observar que Berlín (línea verde oscuro) y Barcelona (línea amarilla) son los que presentan un mayor incremento de VUT desde el año 2010 hasta el 2017. Asimismo, estas dos ciudades presentan una relación directa entre el aumento de pernoctaciones y el incremento del precio de la vivienda.

3.2 TURISMO COLABORATIVO, EL FIN DEL TURISMO TRADICIONAL

Con la aparición de estos nuevos modelos de negocio ¿podría suponer el fin del turismo tradicional? ¿Cómo se han adaptado las grandes empresas ante esta nueva forma de negocio y cómo afecta al turismo tradicional?; La llegada del turismo colaborativo a simple vista parece verse favorecido por el consumidor final o turista, que al disponer de pocos recursos para viajar no renuncia a ello buscando nuevas maneras de llevarlo a cabo. Aunque a simple vista el turismo colaborativo suponga alrededor de un 50% una amenaza para la industria turística, también cabe mencionar que puede suponer unas oportunidades para las grandes empresas del sector. El turismo colaborativo ha sabido posicionarse desenvolviéndose en el campo tecnológico colocando sus productos en la gran red. Los sectores tradicionales en cambio, han tardado en darse cuenta que para competir necesitan herramientas tecnológicas potentes. Uno de los motores impulsores del turismo colaborativo radica en las redes sociales, en este campo el turismo colaborativo ha sabido ganar terreno

utilizando las redes sociales para fidelizar a la clientela más joven y llegando a un público más amplio ya que es una herramienta y un medio por excelencia para divulgar y dar vida a la empresa de una manera diferente y más visual.

Internet y las redes sociales se convierten en una fuerza de desintermediación para muchas empresas tradicionales, esto es debido a que reduce algunas etapas del proceso de distribución de bienes y servicios.

Una propuesta interesante para una gran empresa tradicional como podría ser un hotel, sería la de alquilar espacios infrautilizados dentro de sus instalaciones, convirtiendo esos espacios en un servicio adicional, permitiendo conseguir nuevos clientes además de rentabilizar otras áreas del hotel.

En definitiva, el turismo colaborativo es una realidad económica e imparable que va a un ritmo vertiginoso y en el que las empresas tradicionales no deben poner freno ni lamentarse, sino apostar por la innovación de herramientas tecnológicas y adaptarse al entorno digital ya que el sector del turismo es un sector cambiante y donde competir es la clave para mantenerse en el mercado y la base de la supervivencia.

3.3 ¿A FAVOR O EN CONTRA DE LA TURISTIFICACIÓN?

La turistificación ha encontrado su comprador en el turismo que aporta positivamente a la economía local, apoyado por la expansión de la globalización y una economía colaborativa malversada por el capitalismo, todo esto ha provocado la masificación masiva de turistas a escala mundial trayendo consigo en contra una pérdida de identidad y un impacto en la estructura comercial y social de barrios completos, y llevando a miles de ciudades a los límites de su capacidad, es así como aparece el fenómeno de Turistificación. Este acontecimiento evoca prejuicios entre los ciudadanos de esa ciudad ante el turismo masivo que arremete directamente contra la estabilidad en los precios de las viviendas y en el comercio transformando servicios, comercios e infraestructuras, en favor del turista. En los últimos 60 años la industria del turismo ha experimentado a escala mundial un crecimiento exponencial, e incluso en época de crisis ha sido capaz de seguir adelante y anteponerse ante acontecimientos económicos desfavorables. Cabe mencionar también a favor de la industria del turismo supone el 11% del producto mundial bruto, generando el 8% de los empleos de todo el mundo y a su expansión se destina el 10% de las inversiones públicas y privadas legales, también promueve la creación y mejora de infraestructuras y promueve el valor del patrimonio. Como factores a tener en contra de la turistificación es que dicho PIB no distingue dos cuestiones verdaderamente fundamentales y es que no diferencia entre el capital que permanece en el país y que termina fuera (economía sumergida) y en segundo lugar se desentiende la distribución de la riqueza generada es decir las clases más altas de la sociedad son las primeras que se enriquecen con este tipo de industria; Asimismo un punto a favor es que genera puestos de trabajo pero generalmente de carácter estacional y precario, cabe mencionar los usos del suelo y el encarecimiento de este en deterioro de las poblaciones locales.

Tras la inserción del turismo masivo comienzan a surgir nuevos colectivos de vecinos que se reúnen en contra de la situación que viven día tras día debido a la turistificación. Para los habitantes de dicho colectivo a los turistas los ven como una total y claramente amenaza, invaden espacios públicos y privados con la irrupción del alquiler vacacional, una subida de alquileres, favorecen al comercio con terrazas,

tiendas de recuerdos, que mercantiliza la cultura, la identidad y el patrimonio de ese lugar y que expulsa en definitiva a la población de sus barrios.

El objetivo de estos colectivos es reivindicar la intrusión del turismo en los barrios, los desahucios, el desplazamiento de la población debido al aumento del alquiler, el expolio de los servicios públicos, y los derechos sociales, apostando por nuevas formas sociales, culturales y unos hábitos de consumo más sostenibles.

CAPÍTULO 4

LAS VIVIENDAS DE USO TURÍSTICO. NUEVOS MODELOS DE NEGOCIO

Hoy en día ¿Quién no ha publicado su vivienda mientras te encontrabas de vacaciones? O ¿Quién no ha alquilado esa habitación sin darle uso para sacarse un dinero extra? O ¿Quién por el hecho de buscar un apartamento a pie de playa, se haya metido a buscar en la página web de Airbnb?

En este capítulo explicaremos la diferencia que hay entre “apartamento turístico” y “vivienda de uso turístico”, a menudo puede generar confusión, es importante recalcar que cada comunidad autónoma lo regula de una manera diferente a las demás, en nuestro caso nos centraremos en citar los requisitos básicos a seguir para poner en alquiler una vivienda de uso turístico, en base a la normativa de la Consejería de Turismo y Deporte de Andalucía.

4.1 ACT. DE VIVIENDAS DE USO TURÍSTICO VS APARTAMENTOS TURÍSTICOS TRADICIONAL

La diferencia conceptual que hay entre una “vivienda de uso turístico” y un “apartamento turístico”, es que en la primera hace referencia al inmueble de una persona particular que lo alquila generalmente por días, semanas o meses, y de una manera nada profesional puede tratarse de un piso, un apartamento, una casa, chalet. La segunda hace referencia a un edificio de viviendas que se convierten en un bloque de apartamentos turísticos y que son gestionados por empresas dedicadas al alquiler. Puesto que se trata de una actividad comercial y profesional, la empresa debe cumplir con unos requisitos exigidos como por ejemplo deberá contar una placa identificativa de “AT” (apartamento turístico) en el edificio, la calificación de una a cuatro llaves en función de sus características, debe contar con una recepción, un director, servicio 24 h etc. Digamos que los requisitos a cumplir de un apartamento turístico son más parecidos a los requisitos que se exige a un hotel.

En el caso de las viviendas de uso turístico sólo se les pide una licencia de ocupación y ajustándose a unas condiciones de habitabilidad que ya veremos en el siguiente epígrafe con más profundidad, y los apartamentos turísticos necesitan una licencia de actividad aprobada por el ayuntamiento y tener constituida una sociedad o ser autónomo, y cumplir en todo momento con las obligaciones fiscales.

4.2 REQUISITOS BÁSICOS A SEGUIR PARA EL INICIO Y EJERCICIO DE LA ACTIVIDAD DE VIVIENDA CON FINES TURÍSTICO

Entre los requisitos básicos que debe cumplir una vivienda de uso turístico con fines turísticos *definidos en el artículo 6 del Decreto 28/2016, de 2 de Febrero*, de las viviendas con fines turísticos serían los siguientes:

- I. Debe disponer de una licencia de ocupación, deben también estar situadas en suelo residencial, pudiendo ser una misma persona titular de un máximo de dos viviendas.
- II. cumplir en todo momento con las condiciones técnicas y de calidad exigibles a las viviendas.
- III. Las habitaciones deben tener una ventilación directa al exterior.
- IV. Que la vivienda cuente con un sistema de calefacción y refrigeración.
- V. Que la vivienda esté amueblada con aparatos domésticos para uso
- VI. Que disponga de botiquín de primeros auxilios
- VII. Que cuente con ropa de cama, baño y menaje así como un juego de repuesto.
- VIII. Disponer de hojas de información turística (todo tipo de folletos, guías, y plano de la ciudad)
- IX. Disponer de hoja de quejas y reclamaciones a la vista del cliente.
- X. Facilitar a los viajeros información e instrucciones para el uso correcto de los electrodomésticos y dispositivos de la vivienda.

CAPÍTULO 5.

ASPECTOS LEGALES

Tras ver dejar claro la diferencia entre lo que es un “apartamento turístico” y una “vivienda de uso turístico”, y los requisitos a seguir que debe tener una vivienda con fines turísticos para el inicio de su actividad, en el presente capítulo vamos a centrarnos en el procedimiento que hay que seguir para registrar una vivienda con fines turísticos, De manera que cualquier persona interesada en la prestación de servicios relacionados con la actividad turística puede establecerse, previa presentación de la declaración responsable. Referente a los aspectos legales y regulaciones habrá una breve mención sobre la regulación de la economía colaborativa y citaré 2 de los artículos de la normativa que regula el uso de viviendas turísticas según la Comunidad Autónoma de Andalucía.

5.1 LA REGULACIÓN DE LA ECONOMÍA COLABORATIVA

Gracias a los avances de la tecnología, la economía colaborativa se ha convertido en los últimos años en un fenómeno innovador de alcance global y objeto de estudio, debido al aumento en número de oferentes, a la mayor variedad de productos y servicios que tienen estos nuevos modelos de negocio, a sí mismo si le sumamos que existe una mayor información acerca de los productos y servicios, precios más bajos pero con misma calidad, un uso más eficiente en recursos infrautilizados mejorando así la eficiencia y la productividad, lo cual afectará positivamente sobre el crecimiento económico y la competitividad. Por ello deberá de diseñarse un modelo de regulación acorde con las necesidades actuales sino podría ocasionar una pérdida en términos de bienestar de la sociedad y un perjuicio para el interés general.

En el intercambio de servicios de alojamientos, las relaciones entre los proveedores, plataformas y consumidores estarán sujetas a distintas regulaciones.

En el caso de los proveedores su regulación se deriva de la directiva 2006/123/CE del Parlamento Europeo y del Consejo de 12 de diciembre de 2006, relativa a los servicios en el mercado interior. En el que el artículo 14.2 del tratado de la UE (EDL 1992/14446) recoge un espacio libre de circulación de mercancías, personas, servicios y capitales. Como derechos fundamentales y para conseguir este mercado europeo de servicios se establecieron como mecanismos esenciales, la libertad de establecimientos de los prestadores del servicio (capítulo III) y la libre circulación de servicios (capítulo IV) como también los derechos fundamentales de los proveedores prestadores de servicio. Por ejemplo, en el caso en el que el proveedor está establecido en el estado miembro en el que presta sus servicios entraría en el ámbito de aplicación de la libertad de establecimientos, pero en el caso de que no esté residiendo en el estado miembro en que presta el servicio, estaría protegido por la libre circulación de servicios. Existe una excepción con los consumidores, ya que no se le aplica ninguna norma de protección en el que según un informe del Parlamento Europeo titulado “Una agenda europea para la economía colaborativa” entre las consideraciones generales se pide que los consumidores deben gozar de un nivel elevado y efectivo de protección. Por su parte las plataformas de la nueva economía colaborativa ofrecen un servicio de intermediación y se regulan a partir de la Directiva

de comercio electrónico (2000), en la modalidad de prestación de servicios por vía electrónica incluida en la categoría de los Servicios de la Sociedad de la información, y reconocido por el derecho comunitario actualmente contenida en el artículo 1 de la Directiva 2015/1535/UE, y por el Derecho español, por la Ley 34/2002, de Servicios de la Sociedad de la Información (LSSI). La directiva de comercio electrónico tiene como finalidad garantizar un elevado nivel de integración jurídica comunitaria con objeto de establecer un auténtico espacio sin fronteras interiores en el ámbito de los servicios de la sociedad de la información así como garantizar la confianza de los consumidores y crear un marco jurídico que garantice la libre circulación de los servicios de la sociedad de la información entre estados miembros.

Es frecuente confundir el servicio de mediación que prestan las plataformas colaborativas con el servicio subyacente que es mediado. Así, hay quien entiende que Airbnb presta servicios de alojamiento, y no servicios de mediación en relación con el alojamiento, o que BlaBlaCar y Uber prestan servicios de transporte terrestre, y no servicios de mediación. (Pascual, 2017, pág. 28)

Esta clasificación tiene grave consecuencias, ya que no es Uber o BlaBlaCar quien debe disponer de las correspondientes licencias para la prestación del servicio de transporte terrestre, sino son los conductores que contratan el servicio de mediación de las plataformas. Y tampoco son las plataformas las responsables de los daños que se puedan ocasionar en la prestación de dicho servicio. Otra de las confusiones es la calificación como laboral de la relación que la plataforma tiene con los prestadores del servicio, por ejemplo si la plataforma es titular del servicio de alojamiento habrá que cuestionarse si para la prestación del servicio está contratando, en régimen de prestación de servicio o en régimen laboral. Nada impide que una plataforma disponga de sus propios alojamientos, vehículos y empleados para la prestación de sus servicios y de que adquiera los servicios de alojamientos o transporte a terceros y los revenda con su propio nombre. De hecho este fue el modelo de negocio de Cabify. En este sentido la titularidad del servicio depende en realidad del grado de control o influencia que la plataforma colaborativa ejerce sobre el prestador de dicho servicio y que tendrá por lo general una importancia significativa.

5.2 PROCEDIMIENTOS PARA EL REGISTRO DE UNA VIVIENDA DE USO TURÍSTICO

Si en el caso de que tuviéramos una vivienda o una habitación sin darle uso, y quisiéramos ponerla en alquiler de forma reglamentaria. Para obtener la licencia de ocupación deberíamos realizar los siguientes pasos:

- 1) Rellenar el formulario de declaración responsable para el acceso o ejercicio de la actividad, disponible en la web de la Junta de Andalucía Consejería de Turismo y Deporte, hay dos formas de rellenarlo, una con certificado digital o realizar el trámite sin certificado.

(Página 1 de 7)

JUNTA DE ANDALUCÍA
CONSEJERÍA DE TURISMO Y DEPORTE

CODIGO IDENTIFICATIVO
CTC-2018191222

REGISTRO DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA
D.T. de Cultura, Turismo y Deporte
Nº REGISTRO: 20180904367852 - 18/10/2018
SEVILLA 11:14
Codigo procedimiento: 06511

DECLARACIÓN RESPONSABLE PARA EL ACCESO O EJERCICIO DE LA ACTIVIDAD

Es una subsanación de una declaración responsable presentada anteriormente con CTC- 201815746

1 DATOS DE LA PERSONA TITULAR QUE SUSCRIBE LA DECLARACIÓN RESPONSABLE Y/O DE SU REPRESENTANTE LEGAL	
PERSONAS JURÍDICAS/OTRAS ENTIDADES:	
RAZÓN SOCIAL PUENTE GORAY SL	TIPO DE DOCUMENTO: NIF Nº DE DOCUMENTO: B91299370
DATOS DE LA ESCRITURA DE CONSTITUCIÓN E INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO CORRESPONDIENTE:	
Nº DE PROTOCOLO: PM00442/2005	NOTARÍA: MANUEL GARCIA DEL OLMO SANTOS FECHA DE INSCRIPCIÓN: 08/02/2005
PERSONAS FÍSICAS:	
NOMBRE:	APELLIDO 1: APELLIDO 2:
TIPO DE DOCUMENTO:	Nº DE DOCUMENTO: NACIONALIDAD: SEXO: <input type="checkbox"/> HOMBRE <input type="checkbox"/> MUJER
1.1 TÍTULO PARA LA EXPLOTACIÓN:	
TÍTULO (1): PROPIEDAD	DATOS DEL TÍTULO (2): PM00442/2005 MANUEL GARCIA DEL OLMO SANTOS 08/02/2005
EN EL CASO DE TITULARIDAD COMPARTIDA IDENTIFICAR EL TIPO Y CUMPLIMENTAR EL ANEXO CORRESPONDIENTE:	
<input type="checkbox"/> COPROPIEDAD <input type="checkbox"/> COMUNIDAD DE BIENES <input checked="" type="checkbox"/> OTROS: Especificar: _____	
1.2 DOMICILIO DE LA PERSONA TITULAR:	
TIPO DE VÍA: CALLE	NOMBRE VÍA: VIRGEN DE AGUAS SANTAS
KILOMETRO.: 17	CALIF. NÚM.: BLOQUE: PORTAL: ESCALERA: PLTA./PISO: 3 PTA./LETRA: D
COMPLEMENTO DOMICILIO:	
PAÍS: ESPAÑA	PROVINCIA: SEVILLA MUNICIPIO: SEVILLA NÚCLEO DE POBLACION: CÓDIGO POSTAL: 41011
TELÉFONO FIJO: 666121480	CORREO ELECTRÓNICO: aliciacueva.ac@gmail.com
1.3 DATOS DE LA PERSONA REPRESENTANTE	
<input type="checkbox"/> Seleccione este casilla en caso de representación mancomunada y cumplimente el anexo correspondiente	
NOMBRE: ALICIA	APELLIDO 1: CUEVAS APELLIDO 2: YUST
TIPO DE DOCUMENTO: DNI	Nº DE DOCUMENTO: 77821890X NACIONALIDAD: ESPAÑA SEXO: <input type="checkbox"/> HOMBRE <input checked="" type="checkbox"/> MUJER

Figura.5.1. Formulario de la Declaración Responsable

Fuente: Elaboración propia. Consejería de Turismo y Deporte. Dirección General de Calidad, Innovación y Fomento del Turismo

- 2) Documentación a aportar. Se deberá presentar junto con la declaración responsable:
 - Escritura de la propiedad o en caso de que no se tenga la propiedad el contrato de cesión de la vivienda
 - Copia del IBI u otro documento que acredite la referencia catastral.
 - DNI del titular de la vivienda y representante persona física
 - Copia de la licencia de ocupación o documento equivalente.
 - Certificado de empadronamiento del propietario de la vivienda, si se trata del tipo "por habitaciones".
 - Escritura de la sociedad en caso de ser una persona jurídica o entidad
- 3) Presentar el formulario debidamente cumplimentado con la documentación a aportar, teniendo dos vías: o telemáticamente en el Registro Telemático de la Junta de Andalucía si se dispone de certificado digital, o personarse en la Delegación Territorial de Cultura, Turismo y Deporte de la provincia en donde se ubique la vivienda turística.

5.3 NORMATIVA REGULADORA SEGÚN LA COMUNIDAD DE ANDALUCÍA

La normativa que regulan las viviendas de uso turístico es el Decreto 28/2016, de 2 de febrero, de las viviendas con fines turísticos y de modificación del Decreto 194/2010, de 20 de abril, de establecimientos de apartamentos turísticos destacar los artículos 1,2,3,5,6,7,8 y 9. No debemos olvidar de mencionar la Ley 13/2011, de 23 de diciembre, del Turismo de Andalucía, para referirnos tanto a apartamentos turísticos como a viviendas con fines turísticos destacar en concreto los artículos 24,25,26,31,32 y 66 que hacen alusión a las viviendas turísticas.

De los artículos destacados anteriormente haré mención de tres de ellos:

Artículo 32 de la Ley 13/2011, de 23 de diciembre de Turismo de Andalucía; La vivienda deberá ser alquilada a cambio de una prestación económica y se deberá tener en cuenta lo siguiente:

1. Se deberá remitir una factura desglosada con los precios ofertados o pactados.
2. La persona o entidad explotadora deberá entregar al viajero el justificante de pago de los servicios y los anticipos, si estos se hubieran producido.
3. El precio será por noches, reserva, anticipos y, en su caso, cancelación será el pactado por ambas partes. La cantidad incluye el suministro de agua, energía eléctrica, calefacción, refrigeración, limpieza a la entrada y salida de nuevos viajeros, de la ropa de cama y baño y menaje. El tiempo de ocupación no tendrá una estancia mínima pero si no deberá superar los 2 meses computados de forma continuada por una misma persona usuaria del servicio.

Artículo 7 del Decreto 28/2016, de 2 de febrero de las viviendas con fines turísticos y de modificación del Decreto 194/2010, de 20 de abril de establecimientos de apartamentos turísticos, en materia de formalización del contrato y acceso a la vivienda, se deberá tener en cuenta:

1. Las horas de entrada y salida, reservas, anticipos y cancelación serán pactadas por ambas partes.
2. La entrega de llaves, tarjetas y pases de acceso a las zonas comunes del bloque o la urbanización se hará en el momento de la llegada del viajero, al igual que la persona o entidad explotadora deberá concretar la forma de entrega de las llaves en caso de no estar presente a la entrada o salida de la persona usuaria del servicio.
3. La persona o entidad explotadora deberá entregar a la persona usuaria en el momento de su llegada, el contrato que deberá incluir el nombre del propietario de la vivienda, el código alfanumérico de inscripción en el Registro de Turismo de Andalucía, el número de personas que lo van a ocupar, las fechas de entrada y salida, el precio total de la estancia y un número de teléfono para atender y resolver de forma inmediata cualquier consulta o incidencia relativa a la vivienda previsto en el art.6 j).
4. El empresario o explotador deberá conservar este documento durante un año y tenerlo a disposición de los órganos competentes de la Administración de la Junta de Andalucía.

5. La persona o entidad explotadora deberá rellenar el formulario de entrada con el documento de identificación del viajero siguiendo la normativa del libro de registro y el parte de entrada de personas viajeras.

CAPÍTULO 6

CASO PRÁCTICO ANÁLISIS COMPARATIVO ECONÓMICO

En el presente capítulo se realizará un estudio comparativo de la situación económica actual utilizando 2 propuestas para poner en alquiler un apartamento situado en el centro de la ciudad. Imaginemos por un momento que tenemos un apartamento en propiedad y queremos alquilarlo, se nos plantean 2 vías:

1. Por un lado podríamos poner el apartamento a disposición de una agencia mediadora entre el arrendador y el arrendatario.
2. O también podríamos publicarlo en una plataforma colaborativa y encargarse el propietario de gestionar el alquiler.

La primera opción es la forma más tradicional de poner en alquiler un apartamento o vivienda, la segunda opción en cambio es la que más se está empezando a utilizar tras la llegada de este nuevo modelo de negocio de Economía Colaborativa. A continuación analizaremos cada una de las dos opciones y al final del estudio llegaremos a la conclusión de cuál de las dos es más rentable desde el punto de vista del propietario (arrendador) y del consumidor o turista (arrendatario).

Opción 1: si optamos por el método tradicional, El arrendador deberá abonar la cuota de un mes de alquiler y el 21% del IVA. A cambio la agencia intermediaria buscará al inquilino consultando previamente la documentación necesaria para que pueda habitar la vivienda, como su solvencia económica, un aval bancario o de otro tipo, que sería útil en caso de impago, y las nóminas de los 3 últimos meses. A parte la agencia intermediadora, se encargará de redactar el contrato de alquiler (duración mínima de 3 años) pudiendo el propietario recuperar el inmueble si lo destina como primera vivienda. El arrendatario deberá abonar también a la agencia intermediaria un mes de fianza más el 21% del IVA. En la redacción del contrato hay que dejar muy claro quién se encargará de los gastos de comunidad, basuras y recibos de IBI, ya que si no aparece reflejado en el contrato de alquiler esos gastos los paga el arrendatario, pudiendo rescindir el contrato avisando con 1 mes de antelación.

AGENCIA MEDIADORA	ARRENDADOR	ARRENDATARIO
PAGO FIANZA	1 MES	1 MES AGENCIA 2 MESES ARRENDADOR
PAGO IVA	21%	21%
PAGO G. COMUNIDAD, IBI, BASURAS		X
DURACIÓN MIN CONTRATO		3 AÑOS
PAGO G. AGUA Y LUZ		X

Figura.6.1. Opcion 1.

Fuente: Elaboración propia. Información recogida por la web de inmobiliaria Tecnocasa.es

Opción 2: Si optamos por publicar el apartamento o piso en una plataforma colaborativa, deberemos primero asegurarnos de tener la licencia y la normativa en regla para poder publicarlo en cualquiera de los portales sin correr el riesgo de que nos multen. En el capítulo 4 se explican los pasos a seguir para obtener la licencia de apartamento de uso turístico. En esta opción vamos a publicar un apartamento que queremos alquilar en el portal de Airbnb.

Para subir el apartamento en cualquier plataforma colaborativa tan solo hay que registrarse y publicar un anuncio con las características de la vivienda, se elige el modo de alquiler (una dos, tres personas, etc.) Una vivienda completa o habitaciones independientes o compartidas. El arrendador establece el precio el y la duración (mínimo 3 noches y máximo 3 meses) prorrogables, y automáticamente te conviertes en anfitrión. La plataforma de Airbnb cuenta con un seguro de responsabilidad civil, una cobertura ante los daños que pueda ocasionar el huésped en la vivienda y dispone de un servicio 24 horas 7 días a la semana de atención al cliente. Habrá una tarifa fija de un 3% que tendrán que abonar ambos en el momento de la reserva del alojamiento. En el caso de la fianza no es estrictamente necesaria a no ser que el anfitrión lo estipule en el precio de la reserva.

PLATAFORMA COLABORATIVA	ANFITRIÓN	HUÉSPED
PAGO FIANZA		NO NECESARIAMENTE
PAGO GASTOS DE LIMPIEZA		INCLUIDO EN EL PRECIO DE LA RESERVA
PAGO TARIFA FIJA	3%	3%
PAGO G. AGUA Y LUZ	X	
DURACIÓN MIN CONTRATO	LO ESTIPULADO POR EL ANFITRIÓN	MIN 3 NOCHES MAX 3 MESES PRORROGABLES
PAGO G COMUNIDAD, IBI, BASURAS	X	

Figura.6.2. Opcion 2.

Fuente: Elaboración propia. Información recogida del portal web Airbnb

CONCLUSIÓN FINAL DEL ESTUDIO

En este apartado abordaremos los dos puntos de vista desde la perspectiva del propietario o anfitrión y el arrendador o huésped y qué opción sale más rentable:

Desde el punto de vista del **propietario, anfitrión o arrendador** concluimos que si lo alquilamos con la opción 1 el arrendador deberá alquilar su apartamento en periodo de larga duración, y la agencia mediadora se llevará una comisión de lo que equivale a 1 mes de alquiler y un 21% de IVA. Esta vía es la más cómoda para el propietario si no quisiera encargarse de la vivienda durante un largo periodo, y obtendría un dinero fijo todos los meses. Por otra parte si el propietario lo alquila por la opción 2 por gastos de gestión que deberá abonar es de un 3% sobre el precio que quede estipulado en la reserva; Asimismo hay determinados gastos que también marcan la diferencia entre el alquiler de larga duración y el de corta estancia y es que en el alquiler ocasional el anfitrión tendrá que hacerse cargo de los gastos por suministros de agua, luz, gastos de comunidad. Además, en el caso de un arrendamiento tradicional el propietario puede deducirse un 60% sobre el rendimiento neto positivo del alquiler en su declaración de la renta, (edad del arrendatario igual o menor de 35 años) algo que en el alquiler ocasional no está contemplado.

Para que salga rentable la vivienda a partir de la plataforma colaborativa, deberá estar ocupada más del 65% de los días, es decir al menos 5 días a la semana, algo que sólo consiguen un 15 % de los usuarios.

Según datos publicados por Airbnb un anfitrión gana de media 320 € si la vivienda se alquilase sólo los fines de semana. Pero si se alquilase como vivienda de larga duración se podría duplicar en 12.000 € al año.

El problema radica en que es raro que en los alquileres ocasionales subidos a la plataforma colaborativa alcancen altos niveles de ocupación durante 1 año. Pero si el apartamento llegará a estar ocupado el 70% de los días que tiene el año la rentabilidad podría llegar a ser hasta cuatro veces mayor que si se alquilara con la opción 1.

Desde el punto de vista del **Inquilino, huésped, arrendatario** concluimos que si lo alquila por la 1 opción deberá abonar a la empresa intermediaria 1 mes de fianza más el 21% del IVA y 2 meses de fianza al propietario de la vivienda. También deberá firmar un contrato de una duración mínima de 3 años. Y hacerse cargo de los gastos por suministros de luz, agua, y comunidad si no estuviera estipulado en el contrato. Por otra parte con la opción 2 el huésped tiene la elección de alquilar la vivienda ocasional o de larga duración, no es necesaria una fianza, los gastos de limpieza ya aparecen incluidos en el precio, y los gastos de suministros por agua y luz corren a cuenta del propietario. Al igual que el anfitrión, el huésped también deberá abonar un 3% de cuota fija como gasto de gestión y mantenimiento de la plataforma.

Si tenemos en cuenta que:

La opción 1 puede ser más cara para el inquilino o arrendatario pero más rentable a la larga para el propietario, ya que se asegura unos ingresos mensuales durante un largo periodo de tiempo.

La opción 2 en cambio puede ser más beneficiosa para huésped en el caso de querer alquilar una vivienda de forma ocasional ya que apenas corre con los gastos de suministros, luz y agua y pago de fianza por otra parte podría ocasionar una pérdida o poca rentabilidad para el anfitrión o propietario si publicara su vivienda como alquiler ocasional, en cambio si llegara a conseguir un elevado porcentaje de ocupación al año, estaría ganando más que si lo alquilara de forma tradicional.

Barajar todas estas posibilidades de carácter económico, o de otra índole, deberán ser tenidas en cuenta a la hora de optar por una de las dos propuestas que se han presentado. Lo cierto es que las agencias inmobiliarias están siendo poco a poco relegadas por las nuevas formas tecnológicas y modales de realizar actividades de arrendamiento y es posible que a medio plazo veamos un cambio cualitativo importante en estas actividades económicas.

BIBLIOGRAFÍA

- Airbnb. (2017). *Informe sobre la comunidad Airbnb en España*. Madrid. Información recuperada de: https://asiri.es/wp-content/uploads/2018/11/Spain-Madrid_ActivityReport-Airbnb.pdf
- Aldcroft, D. H. (1990). *Historia de la economía europea*. Barcelona: Crítica.
- BOJA. Disposición General. Consejería de Turismo y deporte, Ley 13/2011, de 23 de diciembre, del Turismo de Andalucía (Comunidad Autónoma de Andalucía 23 de diciembre de 2011). Información recuperada de: <https://www.juntadeandalucia.es/boja/2011/255/boletin.255.pdf>
- BOJA. Disposición General . Consejería de Turismo y Deporte, Decreto 28/2016, de 2 de febrero, y de modificación del decreto 194/2010, de 20 de abril (Comunidad Autónoma de Andalucía 11 de febrero de 2016). Información recuperada de: https://www.juntadeandalucia.es/boja/2016/28/BOJA16-028-00009-2130-01_00084776.pdf
- Bulchand, J., & Melián, S. (2018). *La revolución de la economía colaborativa* . Barcelona: Lid editorial.
- Cañigueral, A. (2014). *Vivir mejor con menos*. Barcelona: Conecta.
- CNMC. (2014). *DOCUMENTO 2: EFECTOS DE LOS NUEVOS MODELOS ECONÓMICOS SOBRE*. Madrid. Información recuperada de: [file:///C:/Users/Blanca/Downloads/20141124%20Consulta%20Doc2%20%20Efectos%20nuevos%20modelos%20FINAL%20\(5\).pdf](file:///C:/Users/Blanca/Downloads/20141124%20Consulta%20Doc2%20%20Efectos%20nuevos%20modelos%20FINAL%20(5).pdf)
- CNMC. (2014). *DOCUMENTO 3: NUEVOS MODELOS DE REGULACIÓN* . Madrid. Información recuperada de: <https://www.cnmc.es/file/172234/download>
- CNMC, S. d. (26 de 11 de 2014). *CONSULTA PÚBLICA SOBRE LOS NUEVOS MODELOS DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS Y LA ECONOMÍA COLABORATIVA. DOCUMENTO 2*. Obtenido de CNMC: [file:///C:/Users/Blanca/Downloads/20141124%20Consulta%20Doc2%20%20Efectos%20nuevos%20modelos%20FINAL%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/Blanca/Downloads/20141124%20Consulta%20Doc2%20%20Efectos%20nuevos%20modelos%20FINAL%20(2).pdf)
- Coto, M. A., & Falces, M. (2017). *La empresa colaborativa. La nueva revolución económica*. Madrid: Pearson.
- Dirección General de Mercado Interior, I. E. (marzo de 2016). *Informe del uso de las plataformas colaborativas*. Obtenido de <http://www.sharingespana.es/media/EC-collaborative-platforms.pdf>
- Dolnicar, S. (2018). *Peer-to-peer accommodation Networks*. Oxford: Goodfellow Publishers Ltd.

- eec-conference. (24 de septiembre de 2015). *Evolución de la Economía en España*.
Obtenido de <http://www.eec-conference.com/EEC15/la-evolucion-de-la-economia-colaborativa-en-espana/>
- ESPAÑA, C. (2016). La economía colaborativa. Una aproximación al turismo Colaborativo. *Revista de Economía, Pública, Social y Cooperativa*, 259-283.
Información recuperada de: www.ciriec-revistaeconomia.es
- European Commission, D.-G. f. (2016). *The use of collaborative platforms. Flash Eurobarometer 438*. Bruselas. Información recuperada de:
<http://www.sharingespana.es/media/EC-collaborative-platforms.pdf>
- Europeo, P. (15 de junio de 2017). *Economía colaborativa: el Parlamento Europeo pide reglas claras*. Obtenido de <http://www.europarl.europa.eu/news/es/press-room/20170609IPR77014/economia-colaborativa-el-parlamento-europeo-pide-reglas-claras>
- Fitur. (21 de enero de 2016). *La economía colaborativa se presenta como el futuro del Turismo*. Obtenido de <https://www.ifema.es/fitur/noticias/la-economia-colaborativa-se-presenta-como-el-futuro-del-turismo>
- Hosteltur. (7 de marzo de 2016). *El Impacto de la Economía Colaborativa en la Industria Turística*. Obtenido de
https://www.hosteltur.com/comunidad/004765_el-impacto-de-la-economia-colaborativa-en-la-industria-turistica.html
- Milano, D. C. (09 de MARZO de 2018). *OVERTOURISM Y TURISMOFOBIA: TENDENCIAS GLOBALES Y CONTEXTOS LOCALES*. Obtenido de THE OSTELEA:
http://www.aept.org/archivos/documentos/ostelea_informe_overtourism_y_turismofobia.pdf
- Oca., J. M. (nueve de julio de 2015). *Economipedia*. Obtenido de
<https://economipedia.com/definiciones/consumo.html>
- ONU. (2017). *Agenda 2030: Objetivos de Desarrollo Sostenible*. Obtenido de
<https://onu.org.gt/objetivos-de-desarrollo/>
- ONU. (2018). *Informe de los Objetivos de Desarrollo Sostenible*. Nueva York: Lois Jensen. Información recuperada de:
<https://unstats.un.org/sdgs/files/report/2018/TheSustainableDevelopmentGoalsReport2018-ES.pdf>
- Pascual, J. J. (2017). La Regulación de la Economía Colaborativa. En J. J. Pascual, R. c. Allendesalazar, O. G. Armengol, G. P. Doménech, J. c. Lamarca, M. V. Lora-Tamayo, . . . B. B. Soria , *La Regulación de la Economía Colaborativa* (págs. 10-50). Valencia : Tirant Lo Blanch.
- Regiones, C. E. (2017). *Las plataformas en línea y el mercado único digital: retos y oportunidades para Europa*. Bruselas. Información recuperada de:

<https://unstats.un.org/sdgs/files/report/2018/TheSustainableDevelopmentGoalsReport2018-ES.pdf>

Rodríguez-Antón, J. M., Alonso Almeida, M., Rubio Andrada, L., & Celemín Pedroche, M. (2016). *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/html/174/17449696009/>

Slee, T. (2016). La economía colaborativa. En T. Slee, *Lo tuyo es mio* (págs. 1-10). Barcelona: TAURUS.

THE OSTELEA. (27 de 3 de 2018). Obtenido de <https://www.ostelea.com/actualidad/noticias/se-preve-que-el-sector-de-la-economia-colaborativa-aumente-sus-ingresos-un-2000>

Young, A., & Ernst, A. C. (24 de 6 de 2015). *Alojamiento turístico en viviendas de alquiler: impacto y retos asociados*. Obtenido de Exceltur: <https://www.exceltur.org/wp-content/uploads/2015/06/Alojamiento-tur%C3%ADstico-en-viviendas-de-alquiler-Impactos-y-retos-asociados.-Resumen-Ejecutivo.-Exceltur.pdf>

Trabajos citados

Cañigüeral, A. (2014). *Vivir mejor con menos*. Barcelona: Conecta.

CNMC, S. d. (26 de 11 de 2014). *CONSULTA PÚBLICA SOBRE LOS NUEVOS MODELOS DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS Y LA ECONOMÍA COLABORATIVA. DOCUMENTO 2*. Obtenido de CNMC: [file:///C:/Users/Blanca/Downloads/20141124%20Consulta%20Doc2%20%20Efectos%20nuevos%20modelos%20FINAL%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/Blanca/Downloads/20141124%20Consulta%20Doc2%20%20Efectos%20nuevos%20modelos%20FINAL%20(2).pdf)

Dirección General de Mercado Interior, I. E. (marzo de 2016). *Informe del uso de las plataformas colaborativas*. Obtenido de <http://www.sharingespana.es/media/EC-collaborative-platforms.pdf>

Europeo, P. (15 de junio de 2017). *Economía colaborativa: el Parlamento Europeo pide reglas claras*. Obtenido de <http://www.europarl.europa.eu/news/es/press-room/20170609IPR77014/economia-colaborativa-el-parlamento-europeo-pide-reglas-claras>

La Vanguardia. (6 de 2 de 2018). Obtenido de <https://www.lavanguardia.com/vida/20180206/44588407453/economia--el-57-de-los-espanoles-utiliza-plataformas-online-de-economia-colaborativa.html>

Milano, D. C. (09 de MARZO de 2018). *OVERTOURISM Y TURISMOFOBIA: TENDENCIAS GLOBALES Y CONTEXTOS LOCALES*. Obtenido de THE

OSTELEA:

http://www.aept.org/archivos/documentos/ostelea_informe_overtourism_y_turismofobia.pdf

- Oca, J. M. (s.f.). *economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/consumo.html>
- Oca., J. M. (nueve de julio de 2015). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/consumo.html>
- ONU. (2017). *Agenda 2030: Objetivos de Desarrollo Sostenible*. Obtenido de <https://onu.org.gt/objetivos-de-desarrollo/>
- Pascual, J. J. (2017). La Regulación de la Economía Colaborativa. En J. J. Pascual, R. c. Allendesalazar, O. G. Armengol, G. P. Doménech, J. c. Lamarca, M. V. Lora-Tamayo, . . . B. B. Soria , *La Regulación de la Economía Colaborativa* (págs. 10-50). Valencia : Tirant Lo Blanch.
- Rodríguez-Antón, J. M., Alonso Almeida, M., Rubio Andrada, L., & Celemín Pedroche, M. (2016). *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/html/174/17449696009/>
- Slee, T. (2016). La economía colaborativa. En T. Slee, *Lo tuyo es mio* (págs. 1-10). Barcelona: TAURUS.
- THE OSTELEA. (27 de 3 de 2018). Obtenido de <https://www.ostelea.com/actualidad/noticias/se-preve-que-el-sector-de-la-economia-colaborativa-aumente-sus-ingresos-un-2000>
- Young, A., & Ernst, A. C. (24 de 6 de 2015). *Alojamiento turístico en viviendas de alquiler: impacto y retos asociados*. Obtenido de Exceltur: <https://www.exceltur.org/wp-content/uploads/2015/06/Alojamiento-tur%C3%ADstico-en-viviendas-de-alquiler-Impactos-y-retos-asociados.-Resumen-Ejecutivo.-Exceltur.pdf>

