



**Universitat**  
de les Illes Balears

## **TRABAJO DE FIN DE GRADO**

# **ALOJAMIENTO TURÍSTICO VACACIONAL: PROBLEMÁTICA JURÍDICA Y ECONÓMICA**

**Catalina Sansó Eriksen**

**Grado en Administración de Empresas y Grado en Derecho**

**Facultad de Derecho**

**Año Académico 2022-2023**

# **ALOJAMIENTO TURÍSTICO VACACIONAL: PROBLEMÁTICA JURÍDICA Y ECONÓMICA**

**Catalina Sansó Eriksen**

**Trabajo de Fin de Grado**

**Facultad de Derecho**

**Universidad de las Illes Balears**

**Año Académico 2022-23**

Palabras clave del trabajo:

Economía colaborativa, plataformas colaborativas, VUT...

*Joan Flaquer Riutort*

*Antoni Serra Cantallops*

Se autoriza la Universidad a incluir este trabajo en el Repositorio Institucional para su consulta en acceso abierto y difusión en línea, con fines exclusivamente académicos y de investigación

Autor		Tutor	
Sí	No	Sí	No
X	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## Resumen

El presente trabajo pretende abordar la problemática del modelo de alojamiento turístico vacacional y su relación con la economía colaborativa. Exponiendo las consecuencias económicas del auge del referido modelo, así como analizar el valor que aporta este modelo en comparación con el hotelero. Sin olvidar la problemática jurídica derivada de la múltiple regulación sectorial y la vinculación de la misma a las plataformas digitales que comercializan tales alojamientos como su régimen de responsabilidad y las posibles soluciones.

## Índice

1. Introducción	pág. 5
2. El alojamiento turístico vacacional desde una perspectiva económica	pág. 6
2.1 La importancia del turismo en la economía nacional	pág. 6
2.2 La economía colaborativa y auge de los alojamientos vacacionales	pág. 7
2.3 Comparativa del modelo de alojamiento turístico tradicional y el modelo de alquiler turístico vacacional	pág. 9
2.3.1 Creación de valor	pág. 10
2.3.2 Consecuencias del auge del alojamiento turístico vacacional en la economía local.	pág. 14
3. El alojamiento turístico vacacional desde una perspectiva jurídica	pág. 17
3.1 Regulación y sujetos legislativos	pág. 17
3.2 Naturaleza de la actividad de las plataformas colaborativas	pág. 18
3.3 La responsabilidad de las plataformas colaborativas en el cumplimiento de la normativa sectorial	pág. 22
3.3.1 El incumplimiento de la normativa sectorial catalana por las plataformas colaborativas y la respuesta del Tribunal Supremo	pág. 22
3.3.2 Posibles soluciones al incumplimiento de la normativa sectorial.	pág. 24
4. Conclusiones	pág. 27
5. Bibliografía	pág. 29

## 1. Introducción

El alojamiento turístico vacacional constituye una forma de alojamiento que se basa en la cesión temporal de una vivienda a cambio de una remuneración económica. Esta modalidad de alojamiento no resulta ninguna novedad, sino que ha existido siempre a través del alquiler de segundas residencias a amigos o familiares para disfrutar de las vacaciones. Ahora bien, en la actualidad con el auge del Internet y la economía colaborativa, se ha transformado la forma de hacerlo, a través de las plataformas virtuales, que actúan como *marketplaces* y permiten conectar a potenciales hospedadores y huéspedes independientemente del espacio y del tiempo, permitiendo así una mayor repercusión.

Esta transformación del modelo de alojamiento tradicional ha otorgado grandes ventajas a los usuarios de la economía colaborativa, provocando consiguientemente la incorporación de un gran número de propiedades al mismo debido a los beneficios que reporta, trayendo consigo grandes problemáticas y presión por parte del sector hotelero ante la posible reducción de sus márgenes de beneficios.

Desde el punto de vista económico el crecimiento del alojamiento turístico vacacional ha permitido un incremento de la capacidad turística que se ha traducido en un crecimiento de la actividad económica, así como la restauración de barrios deteriorados y la transformación del mercado alojativo que beneficia en sobremanera a consumidores y propietarios. Ahora bien, también ha generado una serie de externalidades negativas como pudieren ser la gentrificación, los problemas de convivencia con la población residente, incremento de la presión en los servicios y de los precios.

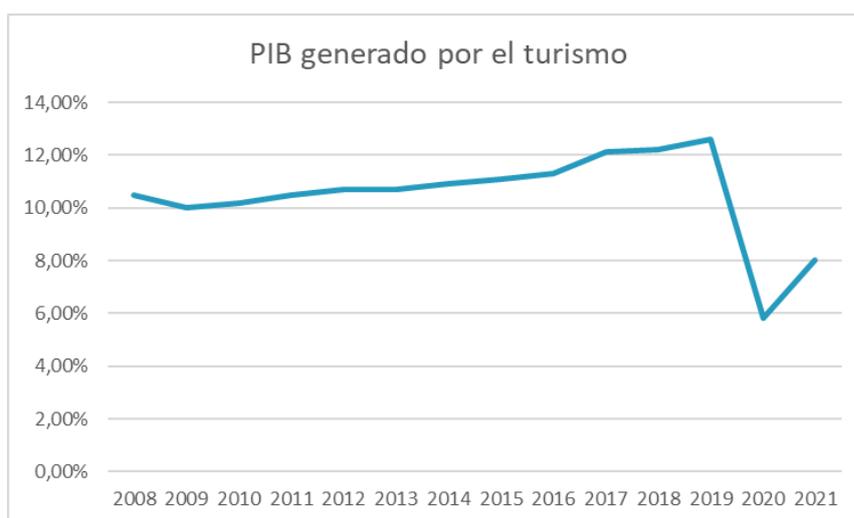
Desde el punto de vista jurídico, cabe destacar como nuestro marco normativo no estaba preparado para semejante *boom*, trayendo como consecuencia la reforma de la Ley de Arrendamientos Urbanos, produciendo así una diversidad de normativa al respecto, caracterizada por su diversidad y falta de uniformidad; generando de esta forma situaciones que abren las puertas al intrusismo, competencia desleal, fraude y desprotección del consumidor.

## 2. El alojamiento turístico vacacional desde una perspectiva económica.

### 2.1 La importancia del turismo en la economía nacional.

El sector terciario constituye el sector más importante de la economía nacional, representando el 50% del Producto Interior Bruto y el 43% de los ocupados durante el ejercicio 2022<sup>1</sup>. Asimismo, el turismo, parte integrante del sector servicios, representó durante el 2021 el 8,00% del PIB, generando así 97.126 millones de euros y 2,27 millones puestos de trabajo, si bien es cierto que lejos han quedado esos niveles anteriores a la crisis sanitaria del Covid-19 (con porcentajes del casi hasta 13,00% durante el 2019)<sup>2</sup>.

Los referidos crecientes niveles anteriores al ejercicio 2020 tienen su origen en el auge de nuevos modelos turísticos como el alojamiento turístico vacacional en contraposición con los modelos tradicionales como pudieren ser empresas hoteleras o de índole semejante (hostales y apartamentos turísticos entre otros).



**Gráfico 1. Evolución del PIB generado por el turismo.**

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos publicados por el INE.

Por su parte, este auge del turismo no tiene sólo efectos en su propio sector, sino que su impacto va más allá, produciendo un mayor gasto en otros sectores, así como al desarrollo de empresas distribuidoras, lo que a su vez genera empleo indirecto y una mayor inversión en los mismos. Esta generación de oportunidades inversoras y laborales se refleja en la creación de 67 puestos de trabajo indirecto

<sup>1</sup> INE (2022). *Indicadores de Actividad del Sector Servicios (IASS)*.

<sup>2</sup> INE (2022). *Aportación del turismo a la economía española. - Año 2021*.

en otros sectores por cada 100 puestos de trabajo directamente relacionados con el sector turístico, asimismo por cada 100 euros generados en concepto de IVA, los otros sectores aportan 62,1 euros<sup>3</sup>.

Tales cifras muestran la importancia de la industria turística en la economía nacional y su efecto indirecto al valor aportado por otros sectores.

## **2.2 La economía colaborativa, protagonista del auge de los alojamientos vacacionales.**

La economía colaborativa o de intercambio nace con la finalidad de responder a las nuevas necesidades de la sociedad como consecuencia de la gran crisis económica del 2008 así como la creciente preocupación por el medio ambiente<sup>4</sup>. Este nuevo modelo nace de la relación entre iguales (*peer to peer*) que buscan satisfacer sus necesidades a través de bienes y servicios infrautilizados y mediando una remuneración (pudiendo ser económica o no)<sup>5</sup>, todo ello, gracias a la mediación de las plataformas online, responsables de conectar a la oferta y demanda independientemente del tiempo y espacio. (Barron, et al. 2017; Newlands et al. 2020), por tanto, permite la conexión de demandantes sin tales recursos con oferentes, propietarios de los mismos en un régimen de infrautilización, evidenciando como con este modelo “*la posesión vence a la propiedad*” (De la Encarnación, 2016).

Tal modelo ha tenido gran influencia en el sector turístico, a través del alojamiento vacacional. Este modelo colaborativo, en ningún caso constituye una novedad<sup>6</sup>, ni siquiera en el sector del alojamiento turístico, ya que previamente se podía alquilar viviendas de uso turístico en las zonas más populares, a través bien del boca a boca, agencias inmobiliarias o pequeños portales online. Sin embargo,

---

<sup>3</sup> Deloitte (s.f.). *Informe sobre la contribución social del sector turístico español*.

<sup>4</sup> Bendickson, J.S. et al (2017) establece como las preocupaciones sociales y medioambientales justifican el auge de la economía colaborativa y plataformas como Airbnb en comparación con los modelos tradicionales y su dificultad para atender a las nuevas necesidades de los consumidores cada vez más alejadas del modelo capitalista.

<sup>5</sup> Casado Díaz M, et al (2020) ponen en relieve como el modelo de economía colaborativa ha evolucionado a un “*pseudo-compartir*” que busca fines lucrativos y en los que las plataformas también participan, alejado de los orígenes del sharing-economy que buscaba el significado más naturalista del término compartir.

<sup>6</sup> De la Encarnación (2016) hace referencia al origen del “*prosumo*” en la década de los 70 y que deja atrás producir para el consumo y convertirse en “*producción para el intercambio*”.

como consecuencia de la gran recesión económica, la creciente preocupación medioambiental anteriormente comentada, unido al auge del Internet ha provocado una expansión y reinversión del modelo, convirtiéndose en un fenómeno de difusión masivo con las plataformas de intermediación como Airbnb, Homeaway y similares como verdaderas protagonistas y responsables de conectar a potenciales hospedadores propietarios de inmuebles con potenciales huéspedes. Dada la importancia de tales plataformas en las relaciones entre los particulares existen autores que defienden que la economía colaborativa se ha convertido en una economía de plataformas (Bahía Almansa, 2019, p. 41).

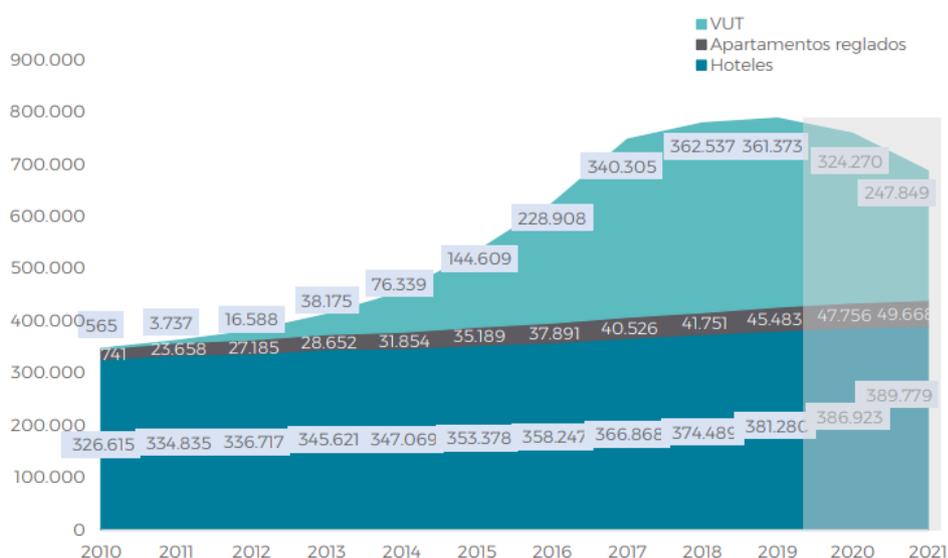
El uso de tales plataformas en el alquiler turístico vacacional ha permitido enormes beneficios en el sector turístico. En este sentido y de acuerdo con un informe elaborado por la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (2018), en términos de demanda, ha permitido una disminución de las asimetrías informativas gracias a la posibilidad de consultar las imágenes y descripción del alojamiento, así como las opiniones y valoraciones de otros consumidores. Asimismo, destacar la diversidad de alojamientos que permite al potencial huésped escoger aquel que más se ajuste a sus necesidades y preferencias, así como la reducción en los costes de transacción y precios. Todo ello, permite “*un empoderamiento del consumidor*”, puesto que le faculta a adaptar el producto a su satisfacción, ejerciendo así “*un mayor poder de compra y, en muchas ocasiones, de negociación*” (Miralles Marugán y Villar Lama, 2016).

Por su parte, en términos de oferta, cabe destacar la disminución de las barreras de entrada en el mercado del alojamiento turístico, con la posibilidad de acceso a los meros propietarios de viviendas aun cuando estos no son empresarios profesionales, produciéndose una “*democratización*” (Herrero Suárez, 2017) tanto del acceso a tal mercado para particulares como la posterior relación huésped-hospedador, puesto que es entre iguales. Asimismo, tales plataformas permiten además disminuir el turismo estacional y la cantidad de viviendas infrutilizadas (Calo García, 2021).

Por último, el exponencial crecimiento de alojamientos turísticos permite no sólo una disminución del precio de mercado y una mayor competitividad que claramente se traduce en una mejora de los servicios de alojamiento, sino que incrementa a su vez la capacidad a corto plazo, en ocasiones escasa como consecuencia de los picos de la demanda durante la temporada alta, traduciéndose en un exponencial incremento del precio. Por tanto, el auge del alojamiento turístico permite suavizar tales efectos.

### 2.3 Comparativa del modelo turístico tradicional y el modelo del alquiler turístico vacacional.

Como se ha comentado previamente, el auge de la economía colaborativa y la importancia de las plataformas en la misma ha transformado el mercado turístico español, incrementando exponencialmente la oferta turística y su capacidad. Muestra de ello se refleja en el siguiente gráfico que expone el crecimiento de las VUT en comparación con la oferta turística de los hoteles y apartamentos turísticos.

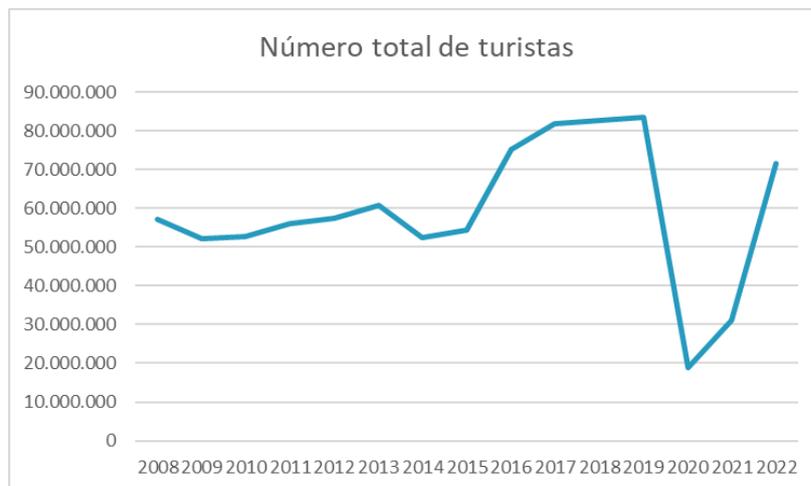


**Gráfico 2. Evolución de las plazas turísticas de las distintas ofertas.**

Fuente: Adaptado de *Principales evidencias de los efectos del resurgir de las viviendas turísticas en las ciudades españolas y recomendaciones para su tratamiento* (pág. 15) por Exceltur (2022). Estudio de ReviTUR.

Este incremento de las VUT permite aumentar la capacidad alojativa y con ello el número de turistas a recibir que se traduce en un aumento de la actividad económica tanto directa como indirecta. Asimismo, permite el incremento del número de turistas, en este sentido, si consideramos el periodo comprendido entre el 2008 y 2022, el número total de turistas que ha recibido España se ha incrementado en un 10,71% de promedio, existiendo el pico más alto de crecimiento de número de turistas durante el 2019, periodo en que se recibieron alrededor de 86 millones de turistas<sup>7</sup>.

<sup>7</sup> INE (2022). *Movimientos Turísticos en Fronteras*.



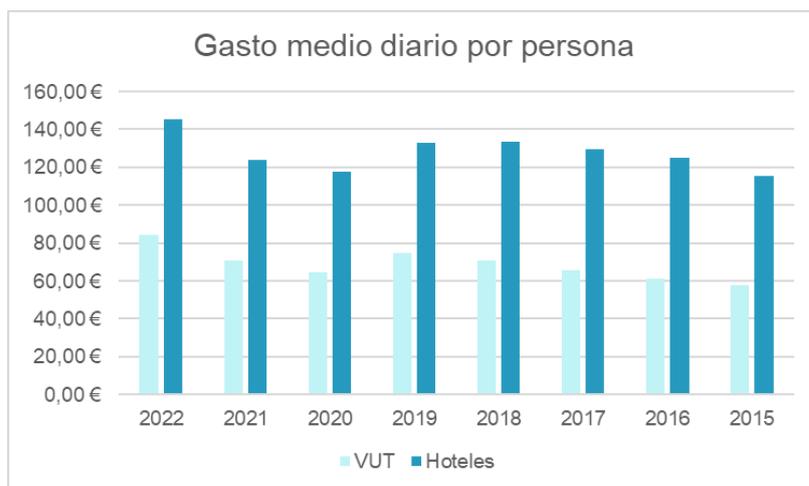
**Gráfico 3. Evolución del número total de turistas.**  
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos publicados por el INE y FRONTUR.

A efectos de comparar ambos modelos resulta de radical importancia la creación de valor que cada uno de ellos aporta a la economía nacional y sus consecuencias en la economía local.

### 2.3.1 Creación de valor.

Resulta interesante analizar su contribución a la economía nacional, para ello se han escogido variables como el gasto medio del turista en la economía de destino, la creación de puestos de trabajo y los ingresos fiscales generados por un modelo y otro.

En términos de gasto de turista en destino entendemos aquel realizado en el destino de forma diaria por el turista y el total desembolsado incluyendo alojamiento. En este sentido, el perfil que escoge el alojamiento turístico lo hace en su gran mayoría por su reducido precio, ahora bien, ¿este reducido precio que se paga por el alojamiento se traduce en un mayor gasto de tales turistas en la economía local?



**Gráfico 4. Evolución del gasto medio diario por persona.**

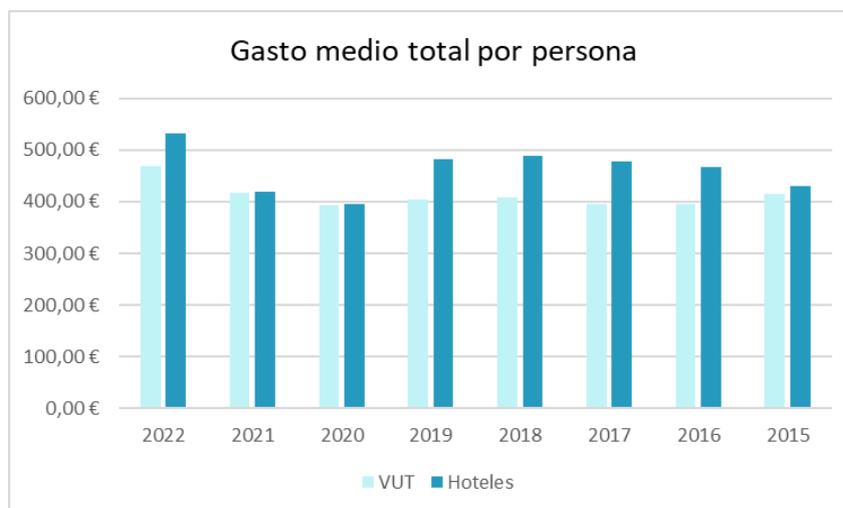
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos publicados por el INE.

De acuerdo con los datos publicados por el INE, la respuesta es negativa, existiendo una diferencia del 58,10% durante el ejercicio 2022 (el perfil de turista en alojamiento vacacional realizó un desembolso de 84,32€ mientras que el perfil de alojamiento hotelero realizó un desembolso de 145,14€)<sup>8</sup>. Ahora bien, el perfil de turista que escoge los hoteles tiene una menor estancia media (3,67 días) en comparación con el perfil que escoge los alojamientos vacacionales (5,56 días)<sup>9</sup>. Por tanto, ¿esta mayor estancia se traduce en un mayor desembolso en gastos totales por persona? Pues bien, de nuevo, la respuesta resulta negativa, ya que tal y como se ve en el siguiente gráfico, el turista que escoge el alojamiento vacacional realiza un desembolso total de 469,17€ en comparación con los 532,39 €<sup>10</sup> desembolsados por el turista que se aloja en un hotel (a pesar de su menor estancia), existiendo una diferencia de 63,22 € (si bien es cierto han existido ejercicios como el 2021 y 2020 que el gasto medio total ha sido bastante similar, consideramos que no se pueden tener en cuenta dadas las circunstancias excepcionales del Covid-19). Por otra parte, no cabe olvidar la existencia de alojamientos vacacionales dirigidos a un perfil de turista con un elevado poder adquisitivo y cuyo gasto se sitúa incluso por encima al del modelo hotelero.

<sup>8</sup> INE (s.f.) *Viajes, pernoctaciones, duración media y gasto por alojamiento principal, según tipo de destino principal.*

<sup>9</sup> Ibidem

<sup>10</sup> Ibidem



**Gráfico 5. Evolución del gasto medio total por persona.**

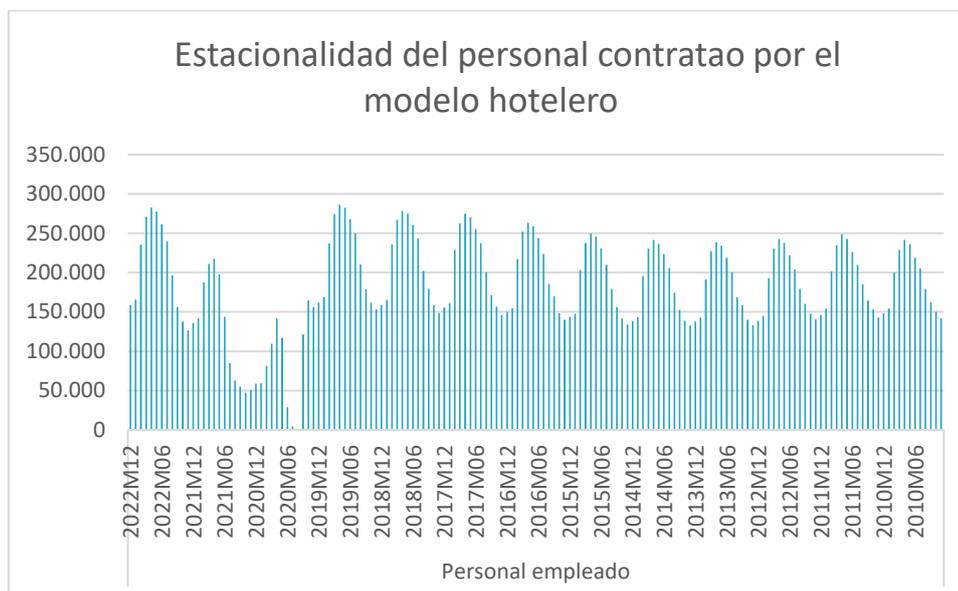
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos publicados por el INE

En segundo lugar, en términos de creación de oportunidades laborales, sigue existiendo una diferencia entre ambos modelos, ya que el modelo del alquiler vacacional, por excelencia no ofrece apenas servicios más allá del alojamiento, y si estos se ofrecen en todo caso son llevados a cabo por el propio hospedador (quién se encarga de gestionar el arrendamiento del inmueble, su limpieza, así como cualquier servicio relacionado con el mismo). Sin embargo, existe un 26,30% de los alojamientos que son gestionados por empresas profesionales, permitiendo la creación de hasta 36 puestos de trabajo por cada 100 plazas en tales alojamientos<sup>11</sup>. Mientras que el modelo tradicional hotelero, crea 96 empleos por cada 100 plazas hoteleras<sup>12</sup>, traduciéndose ello durante el ejercicio 2022 en 2,51 millones de empleos<sup>13</sup>; ahora bien, tal empleo se caracteriza por su estacionalidad, tal y como se muestra en el siguiente gráfico:

<sup>11</sup> Exceltur (2022). *Estudio Revitur. Principales evidencias de los efectos del resurgir de las viviendas turísticas en las ciudades españolas y recomendaciones para su tratamiento.*

<sup>12</sup> Ibidem.

<sup>13</sup> INE (2022). *Encuesta de ocupación hotelera. Establecimientos hoteleros. Establecimientos, plazas, grados de ocupación y personal empleado por comunidades autónomas y provincias.*



**Gráfico 6. Evolución del personal empleado por el modelo hotelero.**

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos publicados por el INE

Sin embargo, si bien es cierto se puede observar una mayor creación de empleo por parte del modelo tradicional, ello es consecuencia de los servicios que el mismo ofrece que van más allá del mero alojamiento (tal y como es el caso de las VUT) como pudieren ser servicio de limpieza de habitaciones, recepción 24h, servicio de restauración..., se trata de servicios internalizados por parte de los hoteles. Ahora bien, ello no significa que tales servicios no sean consumidos por los usuarios de las VUT (tanto propietarios como hospedadores), sino que, dado su carácter externo, serán consumidos fuera de los mismos, generando así oportunidades laborales indirectas al modelo. Además, el alojamiento vacacional permite la creación de puestos de trabajos estables e independientes de la temporada alta en comparación con el hotelero, debido a posibilidad de alquilar tales alojamientos en cualquier periodo del año, así como por su ubicación, en ocasiones más allá de las zonas altamente turísticas.<sup>14</sup>

Finalmente, en términos de ingresos fiscales, los rendimientos obtenidos por los hospedadores serán considerados como rendimientos del capital inmobiliario debiendo tributar a través del IRPF sin que tengan la obligación de tributar por

<sup>14</sup> Arnezcuca Grimaldos (2019). Realiza un estudio sobre la creación de empleo comparando dos municipios mallorquines y como los mismos se ven afectados por el turismo y la existencia de VUT. En este sentido, muestra como la existencia de las VUT permite la creación sostenida en el tiempo en zonas con menor demanda turística a pesar de que las subidas de empleo sean menos acusadas que el modelo hotelero.

IVA (siempre y cuando no se dieran los requisitos para que fuesen considerados rendimientos de una actividad económica)<sup>15</sup> y pudiéndose acoger al mismo. A diferencia de las obligaciones fiscales de las empresas hoteleras, que quedan obligadas a tributar no sólo por IRPF o IS (en función de la forma jurídica escogida para la realización de la actividad económica) así como por IVA y sin obviar las cargas de Seguridad Social que se deriven del personal contratado.

Ahora bien, debemos tener en cuenta una vez más la naturaleza de los servicios ofrecidos por un modelo y otro, así como del nivel de demanda a la que atiende cada uno y que se deriva del número de plazas. Por tanto, resulta lógico que las empresas hoteleras que ofrecen un mayor número de servicios tengan mayores obligaciones fiscales y seguros sociales en comparación con el modelo de alojamiento turístico. Asimismo, no cabe olvidar el 23,6% anteriormente expuesto de alojamientos generados por empresas profesionales que claramente deberán tributar por IVA y por los seguros sociales de sus trabajadores.

En conclusión, el auge del alojamiento vacacional ha permitido la creación plazas turísticas que se ha traducido en una mayor demanda y consiguientemente una mayor creación de empleo, tanto directo como indirecto, caracterizado además por su estabilidad, así como una mayor recaudación, si bien es cierto, no cabe olvidar el menor nivel de ambos debido al volumen que satisface el alquiler vacacional.

### **2.3.2 Consecuencias del auge del alojamiento turístico vacacional en la economía local.**

El modelo del alojamiento turístico vacacional permite a la población residente obtener un beneficio extra de la explotación vacacional de sus propiedades en comparación con el beneficio que se obtendría como consecuencia del alquiler de larga estancia, véase *“la renta final anual para un propietario individual de un apartamento para 4 personas derivado de su alquiler turístico se sitúa en 19.737€ anuales, suponiendo que cumple íntegramente con sus obligaciones fiscales de*

---

<sup>15</sup> Se entenderá que el arrendamiento de las VUT constituye una actividad económica (artículo 11. 2º de la Ley 37/1992, de 28 de diciembre, del Impuesto sobre el Valor Añadido, en adelante LIVA) cuando para el arrendamiento exista una persona contratada a jornada completa o el sujeto pasivo cuente con un local en el que se lleve a cabo la referida actividad (artículo 5. 2 de LIVA), así como que el sujeto pasivo ofrezca servicios propios del sector hotelero (artículo 20. 23º.a') LIVA). Solo en tal caso debería cumplir con las obligaciones tributarias propias de la realización de actividades económicas (alta de actividad, declaración por IVA, obligaciones con la Seguridad Social por el personal contratado...).

*declaración del IRPF (la renta ascendería a 26.316€ si no declarase sus rentas en el IRPF), muy por encima de los 10.138€ al año del alquiler convencional para residentes de larga estancia” (Exceltur, 2022). Por tanto, podemos observar una diferencia incremental del 94,68%.*

En este sentido, resulta más que lógico que ante tales beneficios exista una clara preferencia de los residentes en el alquiler vacacional. Tal preferencia tiene a su vez consecuencias en la reducción de la oferta de arrendamientos de larga duración, que se traduce en un incremento de los precios de los alquileres de larga estancia<sup>16</sup>, así como de los precios de compra<sup>17</sup> de propiedades. Sin embargo, no debemos afirmar que este éxodo de viviendas del alquiler vacacional sea la causa única y absoluta del incremento de los precios tanto de arrendamiento como de compraventa, existiendo otros factores económicos que justifican tales subidas de precios como son la recuperación económica y recuperación del mercado de compra de vivienda<sup>18</sup> o la regulación favorable en caso de impagos de rentas de alquiler entre otros.

Asimismo, este incremento de los precios también se refleja en las opciones de ocio y consumo locales (véase bares, restaurantes y comercio local), cada vez más adaptados y personalizados a la demanda turística.

Por tanto, este éxodo de viviendas hacia el mercado del alquiler vacacional junto con el encarecimiento generalizado de los precios en zonas con alta demanda turística tiene como consecuencia la expulsión de la población local o residente de estas zonas, produciéndose el fenómeno de la “*turistificación*” que desplaza a la población residente de los centros turísticos, sustituyéndola por población turística. También se observa este fenómeno en las opciones de consumo, produciendo así una “*gentrificación minorista*”. (Otero, 2020).

---

<sup>16</sup> El precio del alquiler de larga duración se ha incrementado en un 7,90% durante marzo de 2023 en comparación con el mismo periodo durante el 2022. Idealista (2023).

<sup>17</sup> El precio de venta de la vivienda se ha incrementado en un 7,30% durante marzo de 2023 en comparación con el mismo periodo durante el 2022. Idealista (2023)

<sup>18</sup> El incremento de los precios de alquiler y compra de viviendas no tiene como causa única y directa el traspaso de gran parte de la oferta de alquiler de larga duración a oferta de alquiler vacacional, sino que intervienen factores como la recuperación económica y la recuperación del mercado de compraventa. CNMC (2018). *Estudio sobre la regulación de las viviendas de uso turístico en España*.

La referida turistificación, produce, además, problemas de convivencia con la población local (ruidos, convivencia población local residencial con población vacacional, masificación de zonas, deterioro de los servicios públicos, tráfico, aparcamientos, hospitales...). Sin embargo, no se puede culpar al alojamiento vacacional como único responsable, sino que tales situaciones tienen su origen en la gestión realizada por las autoridades correspondientes (Tacoronte Hernández, 2019).

Señalar, asimismo, la ausencia de mecanismos adecuados para el control de esta actividad arrendadora, así como la facilidad de publicitación de alojamientos en las plataformas colaborativas sin que tengan que cumplir en ellas requisitos formales (véase incorporación del número de licencia de alquiler vacacional) se abre la puerta a la opacidad fiscal, competencia desleal (tanto con el modelo hotelero como el las VUT regladas) así como posibles estafas a través de publicaciones engañosas. Tampoco cabe olvidar la desaparición de la cultura y costumbres locales como consecuencia de su relación y convivencia con la población turista.

Sin embargo, además de las externalidades negativas comentadas, cabe considerar consecuencias positivas del alojamiento turístico, ya que permite la restauración de barrios deteriorados o el incremento de la capacidad turística a través de la creación de nuevas plazas, traducándose en un incremento de la actividad económica al recibir una mayor demanda turística (véase el crecimiento del valor aportado por el turismo al PIB). No obstante, este incremento de plazas además se produce gracias al uso de viviendas infrautilizadas en determinados periodos del año, sin que se deban construir nuevas edificaciones que impacten negativamente en el ecosistema paisajístico y disminuyendo la presión turística en periodos de temporada alta beneficiando a los comercios y opciones de consumo donde se localizan las VUT (Otero Oitavén, 2020). Asimismo, permite la desestacionalización del turismo y la obtención de beneficios extra de la población residente incrementando así los ingresos fiscales dada su mayor declaración de los mismos.

### **3. El alojamiento turístico vacacional desde una perspectiva jurídica.**

#### **3.1 Regulación y sujetos legislativos.**

En un origen, el modelo de alquiler turístico vacacional anteriormente descrito se regulaba en la Ley 29/1994, de 24 de noviembre, de Arrendamientos Urbanos (de ahora en adelante, LAU). Sin embargo y con motivo de la reforma llevada a cabo por la Ley 4/2013, de 4 de junio, se introdujo un nuevo apartado en el artículo 5<sup>19</sup> de la LAU referente al ámbito de exclusión de la enunciada ley.

Por tanto, con la referida reforma, se excluye la aplicación de la LAU para que tales relaciones jurídicas queden reguladas por su correspondiente normativa sectorial. En este sentido, resulta necesario preguntarse ¿qué debe entenderse por normativa sectorial? Pues bien, teniendo en cuenta el artículo 148.1.18 de la Constitución y como el mismo, otorga competencia a las Comunidades Autónomas en la promoción y ordenación del turismo, entendemos que semejante normativa sectorial constituirá aquella redactada por las CCAA (siempre y cuando hubieren recogido tal competencia en sus respectivos Estatutos de Autonomía), asimismo el referido precepto tiene que ponerse en relación con el artículo 149.1, y que establece la inexistencia de competencia exclusiva del Estado en la regulación del turismo.

Consiguientemente, esta mutación en los sujetos legislativos ha producido una multiplicidad de leyes que regulan la misma situación jurídica, concretamente 17, una por cada Comunidad Autónoma, provocando ello una absoluta falta de uniformidad en la regulación de conceptos tan básicos como la definición de vivienda vacacional, diferencias en lo que se refiere al número de pernoctaciones (en algunas CCAA se han establecido mínimos y máximos), la existencia de distintos requisitos para el inicio de la actividad vacacional (distinto procedimientos, posesión de autorizaciones públicas...) licencias y hasta incluso distintos mecanismos de control que regulen la enunciada actividad e incluso el régimen sancionador de la mismo (De la Encarnación, 2016). Esta falta de uniformidad vulnera en lo dispuesto en el artículo 139 de la Constitución, referido al principio de unidad de mercado que se produce por la diferente regulación adoptada por las Comunidades Autónomas como consecuencia de su competencia en materia turística y que produce desigualdades en el ejercicio de

---

<sup>19</sup> “e) La cesión temporal de uso de la totalidad de una vivienda amueblada y equipada en condiciones de uso inmediato, comercializada o promocionada en canales de oferta turística y realizada con finalidad lucrativa, cuando esté sometida a un régimen específico, derivado de su normativa sectorial”.

la actividad económica de alquiler de las VUT de acuerdo con el contenido de la regulación de la CCAA donde la ejerza el administrado.

En este sentido, este *boom* autonómico normativo ha generado situaciones de injusticia entre los usuarios en función de la regulación que hubiere llevado a cabo su respectiva CCAA, es decir, de cuan permisiva o restrictiva hubiere sido la misma. Esta realidad parece irónica ya que, todas las normas autonómicas creadas al respecto tienen como objeto regular la misma situación jurídica controvertida, el alojamiento turístico vacacional.

Además de los referidos ejemplos, los legisladores autonómicos guardan silencio o bien legislan de manera deficiente la actividad llevada a cabo por las plataformas colaborativas como Airbnb, Homeway... en las que se comercializan gran parte de alojamientos turísticos vacacionales y cuyo papel permite interceder entre la relación contractual de posibles potenciales arrendatarios y arrendadores (ya fueren estos profesionales o no profesionales) a través de los anuncios publicados por estos últimos en sus respectivas páginas webs y apps.

### **3.2 Naturaleza de la actividad de las plataformas colaborativas.**

Resulta necesario analizar la naturaleza de la actividad llevada a cabo por las plataformas de la economía colaborativa y su posición en la relación contractual. Entendemos, que tales plataformas ocupan una posición mediadora, cuya función consiste en poner en contacto a hospedadores y huéspedes, dando como resultado una relación triangular entre las partes y ostentando tales plataformas el vértice superior de la misma. Sin embargo, las referidas plataformas en su papel de mediadoras, ¿llevan a cabo un mero servicio de intermediación o por el contrario son verdaderas prestadoras del servicio de alojamiento turístico? Tal pregunta resulta de radical importancia puesto que determinará el ordenamiento jurídico aplicable que se derive de esa relación contractual, el nivel de responsabilidad y la consiguiente vinculación a la normativa sectorial turística.

De acuerdo con la definición de servicio de intermediación recogida en la normativa relativa a los servicios de la sociedad de información y comercio electrónico contenida en la Directiva 2000/31/CE y su trasposición en la Ley 34/2002; el servicio ofrecido por las mismas cumple con las definiciones contenidas en sus artículos 1.1.b) de la Directiva y 1.1 de la ley nacional.

Por tanto, podemos ver como las plataformas cumplen con los requisitos recogidos en los preceptos reseñados. Sin embargo, el papel de las mismas en materia del alojamiento turístico vacacional ha sido una cuestión ampliamente controvertida y provocando el pronunciamiento del Tribunal de Justicia de la Unión Europea al respecto, a través de su Sentencia C-390/18 - Airbnb Ireland del 19 de diciembre de 2019, en la que se analiza la naturaleza de los servicios prestados por la plataforma Airbnb, estableciendo los siguientes criterios para que la misma sea catalogada como intermediaria de los servicios de la sociedad de información y no como prestadora del servicio de alojamiento, en este sentido:

**a) El servicio global, como clave determinante del carácter de intermediario o prestador del servicio.**

De acuerdo con el Apartado 54 de la referida sentencia, se establece “*la presentación organizada del conjunto de las ofertas, junto con las herramientas de búsqueda, de localización y de comparación entre ellas, constituye, por su importancia, un servicio que no puede considerarse meramente accesorio de un servicio global al que corresponde una calificación jurídica diferente*”. En este sentido, si bien es cierto que las plataformas epónimas, permiten poner en contacto a potenciales arrendadores y arrendatarios para la consecución de un contrato de alojamiento turístico, ello no convierte a las mismas en prestadoras del servicio de alojamiento; sino que únicamente constituye un servicio integrante del servicio global de intermediación. Por tanto, la simple relación de ambos no resulta razón suficiente para excluir y desnaturalizar al servicio de intermediación como servicio global, ya que la función básica de tales plataformas constituye la puesta en contacto de dos partes, en puntos espaciales y temporales distintos a través de la presentación organizada de la información, con las herramientas que les son propias.

Igualmente, en el Apartado 55 de la misma sentencia establece además: “*un servicio como el prestado por Airbnb Ireland en modo alguno resulta indispensable para llevar a cabo la prestación de servicios de alojamiento (...), puesto que ambos disponen de otros muchos cauces, algunos de los cuales existen desde hace mucho tiempo, como las agencias inmobiliarias, los anuncios clasificados (...)*”.

En consecuencia, a lo anteriormente expuesto, debe añadirse, el criterio de prescindibilidad de los servicios de intermediación de las plataformas

colaborativas con respecto a la prestación del servicio de alojamiento, así como su comparabilidad con otros competidores prestadores del servicio de alojamiento, permitiendo reafirmar que el servicio ofrecido por tales plataformas es el de mera intermediación y como él mismo únicamente mejora y revoluciona la forma de prestar el servicio de alojamiento.

**b) La accesoriadad de los servicios adyacentes al servicio principal.**

Es cierto que tales plataformas ofrecen además otra serie de servicios que van más allá del alojamiento, ¿qué ocurre entonces, deben entenderse que tales servicios desnaturalizan el carácter de intermediario y convierten así a las plataformas en los verdaderos prestadores del servicio de alojamiento?

Existen servicios ofrecidos por tales plataformas que son consecuencia directa de su funcionamiento y naturaleza como los servicios relacionados con la oferta (publicación de imágenes y descripción del inmueble objeto de arrendamiento) o valoraciones de otros usuarios a través de comentarios y puntuaciones del inmueble que se arrienda, permitiendo al potencial arrendatario disponer de toda la información necesaria. Asimismo, tales plataformas permiten al usuario obtener una lista ordenada de alojamientos en función de sus características y preferencias, gracias a los motores de búsqueda y optimización. Pues bien, el TJUE en su Apartado 60, entiende que tales utilidades forman parte de la naturaleza de tales plataformas.

Asimismo, existen otra clase de servicios que dependen de las necesidades de los usuarios como servicios de limpieza, seguro de daños, cancelación o protección en el sistema de pagos y fianza. En este sentido se deberá analizar el carácter accesorio de tales servicios, es decir, si los mismos son absolutamente necesarios para llevar a cabo la prestación del servicio de alojamiento, tal y como estableció el TJUE en la referida sentencia, en su Apartado 64: *“Aun cuando se consideren en su conjunto, las prestaciones, opcionales o no (...) no ponen en entredicho el carácter disociable del servicio de intermediación prestado por esta sociedad (...) puesto que no modifican de forma sustancial las características específicas de dicho servicio. A este respecto, resultaría además paradójico que tales prestaciones accesorias que aportan valor añadido pudieran, conducir a que se modificara la naturaleza y, por consiguiente, la calificación jurídica de la actividad de esta última”*.

**c) El grado de control que ejercen las plataformas en la información publicada por los usuarios.**

Resulta determinante para que tales plataformas sean consideradas meras intermediarias, que las mismas ejerzan un rol pasivo en la prestación de sus servicios de intermediación. Existen numerosos pronunciamientos del TJUE con respecto a la definición de esta pasividad, muestra de ello constituyen las STJUE del 23 de marzo de 2010 (Asuntos acumulados C-236/08 a C-238/08), STJUE del 11 de septiembre de 2014 (Asunto C-291/13), todas ellas definen esa pasividad como la ausencia de control de la información de los anuncios almacenados en sus portales, la libertad absoluta de los internautas en la elaboración de publicaciones y mensajes sin que exista ningún tipo de participación o alteración en su redacción más allá de la estrictamente necesaria para que puedan ser anunciadas en sus páginas webs o apps, así como tampoco ejercen ningún tipo de influencia en las condiciones de contratación o pacto del precio. Por tanto, se parte del “*principio de neutralidad tecnológica*” (Álvarez Moreno, 2021).

De igual forma, la STJUE referente a Airbnb ha entendido en su Apartado 68 que “*en particular, Airbnb Ireland no determina ni directa ni indirectamente el precio de los arrendamientos (...) al igual que tampoco selecciona a los arrendadores ni los alojamientos que estos ofrecen en su plataforma*”, siendo su comportamiento totalmente pasivo y neutro.

Por tanto, en cumplimiento con los criterios anteriores, se puede confirmar que el papel llevado a cabo por la plataforma epónima Airbnb (análogamente aplicable a otras existentes) se puede calificar como intermediaria en los servicios de internet, resultando aplicable así la Directiva 2000/31/CE y la Ley 34/2002.

**3.3 La responsabilidad de las plataformas en el cumplimiento de la normativa sectorial.**

Una vez aclarado que estamos ante unos Prestadores de Servicios de la Sociedad de Información Intermediarios (de ahora en adelante, PSSI), cabe preguntarse si los mismos deben cumplir con las obligaciones legales previstas en la normativa sectorial turística y si son responsables de los incumplimientos. Pues bien, teniendo en cuenta que se tratan de PSSI intermediarios de almacenamiento de datos, les son de aplicación los

regímenes de responsabilidad previstos en los artículos 14 de la Directiva y 16 de la Ley 34/2002, en los mismos se refleja una exención de responsabilidad respecto de la información contenida en sus portales web siempre y cuando no tuvieren conocimiento de que estos fueren ilícitos.

Por tanto, a la vista de ello, se entiende que la respuesta es claramente negativa siempre y cuando no tuvieren conocimiento de que los anuncios publicados contuviesen información ilegal. Entendemos por ilegal, aquel incumplimiento en cualquier tipo de norma, incluidas, por tanto, las sectoriales.

Sin embargo, hasta qué punto puede una plataforma como las que son objeto de estudio tener un conocimiento real de que sus millones de usuarios (sólo la plataforma Airbnb cuenta con más de 4 millones de usuarios) publican información que no cumple con la normativa legal si su función es absolutamente pasiva y neutra.

### **3.3.1 El incumplimiento de la normativa sectorial catalana por las plataformas colaborativas y la respuesta del Tribunal Supremo.**

En relación con la vinculación de las plataformas epónimas y la normativa sectorial cabe resaltar la sanción interpuesta por el Ayuntamiento de Cataluña a las plataformas Airbnb y Homeaway por el incumplimiento de la obligación contenida en la Ley 13/2002, de 21 de junio, de Turismo de Cataluña, concretamente su artículo 73 y que obliga a incorporar el número de Registro de Turismo de Cataluña (RTC) de aquellos establecimientos turísticos en toda publicidad que se anuncie (situación similar ocurrió en Baleares).

Finalmente se pronunció el Tribunal Supremo a través de su Sentencia 1818/2020 de 30 de diciembre de 2020, Sección 3ª en la que se analizó la responsabilidad de los canales de oferta turísticos y su vinculación con la normativa en relación a través de la definición de su grado de conocimiento de la información ilícita, así como los posibles mecanismos de colaboración para evitar publicaciones que fuesen al margen de la legalidad.

Pues bien, la referida sentencia ha puesto en relieve la falta de uniformidad y deficiencia en las regulaciones autonómicas. La primera consecuencia

de ello tiene su origen en la redacción de la norma catalana y los sujetos a los que va dirigida. Pues bien, la obligación de incluir el número de registro en la publicidad de alojamientos turísticos, empresas turísticas, es decir, aquellas que ofrecen un servicio de alojamiento turístico en su sentido más natural y como se ha visto con la STJUE, las plataformas epónimas son PSSI intermediarias, por tanto, tal obligación no les sería de aplicación.

Posteriormente, los portales webs de los referidos canales de oferta turística contienen otra serie de establecimientos turísticos que no han sido previstos en la norma sectorial catalana y que, por tanto, quedarían exentos de cumplir con la imposición de incluir el número de registro (este es el caso del arrendamiento de habitaciones). Estos hechos tal y como establece la Sentencia del Alto Tribunal *“impiden considerar que la omisión de un número de requisitos administrativos sea una ilegalidad flagrante que por su mera existencia obliga a actuar al PSSI retirando los anuncios que incurrieran en ella”*. (Fundamento Jurídico 7º).

En efecto, no se da ninguna de las circunstancias que el artículo 16.1.b) de la Ley 34/2002 emplea como acreditativas de tal conocimiento efectivo.

Sin embargo, ello no implica que tales plataformas no deban cumplir con el requerimiento de las Administraciones Públicas en el caso de que se constate tal ilegalidad. Ahora bien, el enunciado requerimiento de supresión de aquellas publicaciones que cometan la referida infracción administrativa debe aludir a publicaciones específicas (Fundamento Jurídico 7º). Por tanto, la Administración Pública como sujeto emisor de tal declaración de ilegalidad debe ser quien lleve a cabo la labor de control de los establecimientos publicados sin número de registro, y sólo una vez constatada la infracción administrativa requerir a las plataformas epónimas la supresión de sus portales. De ello se deduce que la definición de conocimiento efectivo emanará de la declaración de ilegalidad de la AAPP como consecuencia de su labor inspectora, sin que sea suficiente obligación formal contenida en la norma sectorial (Fundamento Jurídico 7º).

Consiguientemente, los PSSI intermediarios quedarán obligados a retirar los anuncios que no cumplan con la previsión sectorial siempre y cuando existiere un requerimiento específico de tales establecimientos, previa constatación de la Administración Pública y constituirá el momento en el

que la plataforma tenga un conocimiento efectivo de información ilícita y por tanto, surja la obligación de retirarla.

La conclusión a la que ha llegado el Alto Tribunal encuentra su lógica en la incompatibilidad que supondría obligar a las plataformas colaborativas a controlar la información publicada en sus portales y eliminando aquellos que no cumplan con las obligaciones sectoriales, ya ello sería contradictorio al artículo 15 de la Directiva de Servicios y la naturaleza de las plataformas colaborativas como PSSI. Sin embargo, debemos tener en cuenta tal y como hace referencia la propia Sentencia del Tribunal Supremo en su Fundamento Jurídico 9º, la posibilidad contemplada en el artículo 16.1 de la Directiva y que permite establecer “*acuerdos voluntarios y otros medios de conocimiento efectivo que pudieran establecerse*”. En este sentido, se abre la puerta a que ambas partes, PSSI y AAPP colaboren y lleguen a un pacto en la eliminación de situaciones que tienen como objetivo alejarse de la legalidad.

### **3.3.2 Posibles soluciones en el cumplimiento de la normativa sectorial.**

Como se ha observado, la falta de vinculación de las plataformas epónimas al cumplimiento de la normativa sectorial y concretamente la obligación de incluir el número de registro en la publicidad de los alojamientos vacacionales abre las puertas al arrendamiento de alojamientos que se sitúan fuera de la legalidad y con todo lo que ello comporta (auge de la economía sumergida, competencia desleal, intrusismo...).

En este sentido, una solución más que factible constituiría la incorporación de un campo obligatorio para completar el número de registro por parte de los hospedadores al publicitar sus anuncios y de acuerdo con la STSJ de Valladolid 86/2018 del 2 de febrero de 2018, Sección 1ª en su Fundamento Jurídico 6º<sup>20</sup> establece como la misma permitiría la adecuada protección y seguridad de los consumidores en la contratación a distancia de los

---

<sup>20</sup> Fundamento Jurídico 6º “*la existencia de un distintivo o placa identificativa oficial es un elemento idóneo para reportar seguridad al usuario en cuanto a que el alojamiento cumple con la normativa. No se considera, por el contrario, que la carga sea excesiva para el oferente de servicio (...)*”.

alojamientos vacacionales así como la constatación fehaciente del inicio de la actividad arrendadora.

En consonancia con lo anterior, cabe destacar la STS 2/2022 del 7 de enero de 2022, Sección 3ª y que parte de la base que si bien es cierto la actividad de otorgar visibilidad a un anuncio no atenta contra la legalidad, lo que sí lo hace es el incumplimiento de un aspecto puramente formal recogido en la normativa sectorial, por tanto, la obligación de que todas las ofertas que se publiciten deban llevar el correspondiente número de registro implicaría una actividad fiscalizadora por parte de las plataformas epónimas e iría en contra de lo dispuesto en el artículo 15 de la DCE.

Asimismo, la referida sentencia en su Fundamento Jurídico 6º permite de acuerdo con lo establecido en el artículo 3.4 DCE como el artículo 8 LSSI adoptar actos en detrimento de la libertad de prestación de servicios de la sociedad de información siempre y cuando se lleven a cabo por causas justificadas como el orden público, la salud pública y otros entre los que se encuentra la protección de los consumidores. Para ello será necesario estar a lo dispuesto en los artículos 3, 4.b) DCE y 8.4 LSSI, que establece *“la notificación por los Estados miembros de la intención de adoptar la medida de que se trate al Estado miembro en cuyo territorio esté establecido el prestador del servicio y a la Comisión Europea, sin que en este caso exista constancia de haberse seguido en indicado procedimiento, lo que, como señala la sentencia del TJUE de 19 de diciembre de 2019 (apartados 96 a 99), determina la inoponibilidad de la medida no notificada”*.

Por tanto, existiría la posibilidad de incorporar el referido campo obligatorio en los portales webs o apps de los canales de oferta turística, siempre y cuando se respetase el procedimiento de los artículos 3 y 4.b) de la DCE. Entendemos que se trata de una causa más que justificada teniendo en cuenta la necesidad de protección de los consumidores, ya que con ello se permitiría reducir al máximo las asimetrías informativas que se producen debido a la contratación a distancia así como la indefensión de los mismos en caso de incumplimiento, ya que la ausencia de responsabilidad por parte de los canales de oferta turística ni solidaria ni subsidiariamente, desfavorecería en gran medida al consumidor y protegería y beneficiaría al hospedador infractor (López Suárez, 2022).

También entendemos que ello permitiría eliminar la desigualdad en la competencia directa con empresas turísticas (véase agencias de viaje u otros canales similares) y quienes en virtud de la normativa sectorial a la hora de publicitar anuncios deben cumplir con la incorporación del número de registro.

Finalmente añadir una reflexión en la que partimos del hecho en el que entra en vigor tal obligación, siempre y cuando fuere a través de los trámites previstos, ¿supondría ello que existe un control por parte de tales plataformas? En materia de anuncios que ya se encuentran publicados, tal incorporación del campo obligatorio de acuerdo con los cauces legalmente establecidos y expuestos en la Sentencia del Tribunal Supremo del 7 de enero de 2022, en ningún caso vulneraría el principio de supremacía del Derecho Europeo en caso de conflicto, asimismo la adopción de tales medidas obligando a los publicitantes a cumplimentar el número de registro se llevase a cabo una actividad fiscalizadora, sino que simplemente cambiarían las condiciones de uso de las plataformas al igual que cambian las políticas de privacidad y términos, siendo la consecuencia de no aceptar tales cambios la suspensión de tales anuncios. Sin embargo, en materia de nuevos anuncios, podemos entender que en ningún caso supondría que tales plataformas llevan a cabo un control de la información que se publica, ya que se trata de un requisito mínimo como el tamaño de las imágenes o el número máximo de caracteres que deben tener los anuncios para que puedan ser subidos a la nube de tales plataformas, por tanto, no existiría esta actividad controladora *ex ante*.

La referida solución permitiría un ahorro de esfuerzos para ambas partes y la imposibilidad de actuar al margen de la legalidad. Tampoco, puede considerarse que la incorporación de tal campo obligatorio constituya un exceso de esfuerzo para tales plataformas, teniendo en cuenta el disminuido coste en comparación con los beneficios potenciales que produciría, como la eliminación de asimetrías informativas para los consumidores, quienes gozarían con todas las garantías y facilitaría la lucha contra la economía sumergida.

#### **4. Conclusiones**

Desde el punto de vista económico, el modelo del alojamiento turístico vacacional beneficia en gran medida a los consumidores, ya que el modelo permite el acceso a una oferta más variada, con mayor capacidad de personalización y a un menor precio, incluso en periodos de temporada con alta demanda. Además, el expuesto modelo ha otorgado también altos beneficios a los propietarios con más de una vivienda, permitiendo obtener mayores rentas por su arrendamiento vacacional y con la facilidad de un clic para su comercialización a través de las plataformas colaborativas y sin apenas controles administrativos y legales. Asimismo, también ha permitido una mayor competitividad, flexibilización y modernización del mercado del alojamiento turístico, así como un incremento de la capacidad turística a través de la creación de nuevas plazas impactando en un crecimiento generalizado de la actividad económica. Sin embargo, la creación de valor analizada muestra los menores beneficios que otorga el modelo del alojamiento vacacional en comparación con el hotelero que se justifican debido a la naturaleza del servicio que cada uno ofrece y al volumen de demanda que atiende cada uno de los modelos, sin que ello constituya algo negativo o permita el rechazo del modelo colaborativo. Por tanto, la existencia del alojamiento vacacional a pesar de su menor impacto económico permite el aumento de la actividad turística y consiguientemente del valor aportado al PIB nacional de forma tanto directa como indirecta.

Ahora bien, el auge de este modelo y los referidos beneficios que otorga se consiguen a través de la desorganizada conversión de viviendas en alojamientos turísticos que junto con otras causas económicas incrementan el precio de las mismas, tanto en el mercado del alquiler como de compra de viviendas, mermando el derecho constitucional de la ciudadanía a una vivienda digna. Asimismo, este incremento de los precios, también se observa en las opciones de consumo y ocio que tiene su origen en la adaptación de los pequeños comercios locales donde se localizan tales alojamientos a los gustos y necesidades de los clientes turistas. Por otra parte, la defectuosa gestión turística por parte de las autoridades junto con la referida conversión de viviendas en VUT produce un colapso de los servicios, así como problemas vecinales. Todo ello, tiene como resultado el éxodo de la población residente de aquellas zonas con alta demanda turística.

Desde el punto de vista jurídico, el marco normativo estatal no estaba preparado para semejante auge del alojamiento turístico vacacional, produciendo la

desacertada delegación de la regulación de este modelo en las Comunidades Autónomas. Produciendo una absoluta inseguridad jurídica dada la gran ambigüedad y falta de uniformidad en la definición de conceptos tan básicos como vivienda vacacional en contraposición con una excesiva regulación de los requisitos administrativos para ejercer la actividad y que provoca desigualdades entre los administrados en el ejercicio de la actividad arrendadora.

En definitiva, y a efectos de poner solución a este incremento excesivo de la transformación de las viviendas en alojamientos vacacionales y paliar los efectos negativos que ello comporta, la regulación autonómica debería adoptar medidas que permitan la armonización del uso turístico y residencial de los espacios urbanos de acuerdo con los principios de desarrollo urbano sostenible y protección del medio ambiente. Y a efectos de reducir la inseguridad jurídica generada por la multiplicidad de normativa sectorial y la falta de un criterio común en la misma, el Estado, gran competente en materia de contratos, debería legislar los aspectos y conceptos más básicos del modelo de alojamiento turístico a efectos de otorgar un criterio común del que puedan partir las Comunidades Autónomas y evitar así las desigualdades entre usuarios arrendadores. Por tanto, este marco estatal, debería potenciar el alojamiento vacacional mitigando las externalidades negativas comentadas.

Y en lo que se refiere a la regulación de las plataformas colaborativas, su regulación ha sido más bien, no haciéndose referencia a las mismas como sujetos del modelo de alojamiento turístico dada su no consideración como empresas turísticas. Y en lo que respecta a sus regímenes de responsabilidad, se les ha considerado excluyentes y sujetos a que sea la Administración quien les obligue la eliminación de contenidos que infrinjan la normativa sectorial. Por tanto, a efectos de suprimir la desprotección de los consumidores ante toda falta de responsabilidad, debería considerarse la combinación de los principios generales de responsabilidad con las excepciones que, en su caso la práctica judicial del TJUE y de España, justifiquen la responsabilidad de la plataforma a efectos de evitar situaciones de desprotección e indefensión de la parte débil de la relación contractual ante el incumplimiento que se derive de ofertas engañosas y posibles estafas. Asimismo, no cabe olvidar la necesidad de la actividad de los poderes públicos encaminada a una mayor cooperación con tales plataformas con el objetivo de paliar el intrusismo, economía sumergida, competencia desleal y evitación de situaciones fraudulentas.

## 5. Bibliografía

### Fuentes bibliográficas.

Álvarez Moreno, M. T. (2021). *La responsabilidad de las plataformas online en los contratos con consumidores, según la Propuesta de Reglamento de Servicios Digitales*. [Trabajo Fin de Grado, Universidad de las Islas Baleares].

Arnezcuca Grimaldos, C. (2019). Los efectos de Airbnb sobre el empleo en Mallorca.

Bahía Almansa, B. (2019) *El tratamiento fiscal de la economía colaborativa en relación al alojamiento de viviendas turísticas*. Thomson Reuters Aranzadi.

Barron, Kyle and Kung, Edward and Proserpio, Davide (2020). The Effect of Home-Sharing on House Prices and Rents: Evidence from Airbnb.

Bendickson, J.S., Muldoon, J., Solomon, S.J. (2017). The Sharing Economy and Sustainability: A Case for Airbnb. *Small Business Institute® Journal*. Vol. 13 (No. 2), 51-71. ISSN: 1994-1150/69.

Calo García, A. (2021). La turistificación y sus viviendas: un acercamiento inicial. *PATHETICA JOURNAL*. Núm. 00, 1-13.

Casado-Díaz, M.A., Casado-Díaz, A.B., and Hoogendoorn, G. (2020). "The home exchange phenomenon in the sharing economy: a research agenda", *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 20(3), 268-285, DOI: 10.1080/15022250.2019.1708455.

CNMC (2018). *Estudio sobre la regulación de las viviendas de uso turístico en España*.

De la Encarnación, A. M. (2016). El alojamiento colaborativo: Viviendas de uso turístico y plataformas virtuales. *Revista de Estudios de la Administración Local y Autonómica*, 30-55.

Emilio Silva, M. (2017). *Análisis del mercado de alojamiento turístico en viviendas de alquiler*. [Trabajo fin de grado, Universidad de las Islas Baleares].

Herrero Suárez, C. (2017). Las viviendas de uso turístico: ¿el enemigo a abatir? Reflexiones sobre la normativa autonómica en materia de alojamientos turísticos. *Revista de Estudios Europeos*. Nº 70.

López Suárez, C. (2022). La responsabilidad por incumplimiento en los contratos de cesión de viviendas con fines turísticos. Especial mención a la contratación por medio de OTAS. *Actualidad Jurídica Iberoamericana*, Nº 16, 1532-1553.

Martin, C. J. (2016). The sharing economy: a pathway to sustainability or a nightmarish form of neoliberal capitalism? *Ecological Economics*, 121, 149–159.

Miralles Marugán, P.; Villar Lama, A. (2016). “La irrupción de la economía colaborativa en el sector turístico: análisis del conflicto en el sector del alojamiento”. *El turismo y la experiencia del cliente: IX Jornadas de Investigación en Turismo, Sevilla: 21 y 22 de junio de 2016. Págs. 437-462.*

Newlands, G., Lutz, C., Fieseler, C. (2017). *Power in the Sharing Economy*.

Otero Oitavén, M. (2020). La intervención administrativa en la planificación urbana como respuesta a la problemática social derivada de los procesos de gentrificación turística en las ciudades. *Vivienda, derecho a la ciudad y vulnerabilidad, Extraordinario*. Vol. 29, nº Extraordinario: 7-23.

Tacoronte Hernández, J.L (2019). *Alquiler Vacacional, posibles impactos en el destino turístico Adeje y acciones necesarias. [Trabajo fin de grado, Universidad de La Laguna]*.

### **Fuentes legales.**

Constitución Española.

Directiva 2000/31/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 8 de junio de 2000, relativa a determinados aspectos jurídicos de los servicios de la sociedad de la información, en particular el comercio electrónico en el mercado interior (Directiva sobre el comercio electrónico).

Ley 37/1992, de 28 de diciembre, del Impuesto sobre el Valor Añadido.

Ley 29/1994, de 24 de noviembre, de Arrendamientos Urbanos.

Ley 34/2002 de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico.

### **Fuentes jurisprudenciales.**

STJUE del 23 de marzo de 2010 (Asuntos acumulados C-236/08 a C-238/08).

STJUE del 11 de septiembre de 2014 (Asunto C-291/13).

STJUE del 19 de diciembre de 2019 C-390/18 - Airbnb Ireland,

STSJ de Valladolid 86/2018 del 2 de febrero de 2018, Sección 1ª.

STS 1818/2020 de 30 de diciembre de 2020, Sección 3ª.

STS 2/2022 del 7 de enero de 2022, Sección 3ª.

### **Fuentes estadísticas.**

FRONTUR, (s.f.). *Datos históricos.*

INE, (2022). *Aportación del turismo a la economía española. - Año 2021.*

INE, (2023). *Establecimientos estimados, plazas estimadas y personal empleado por tipo de alojamiento y por comunidades y ciudades autónomas*

INE, (2022). *Estadística de movimientos turísticos en frontera.* Frontur.

INE, (2022). *Movimientos Turísticos en Fronteras.*

INE, (2023). *Viajes, pernoctaciones, duración media y gasto por alojamiento principal, según tipo de destino principal.*