

El arribo de **Airbnb** sacude a la **hotelería** tradicional



La irrupción de la “economía compartida” en la oferta de hospedaje en el mundo implica retos impositivos, de convivencia, económicos y de protección a los viajeros, entre muchos otros, que está generando presiones en el mundo para modernizar legislaciones que no consideran esta nueva realidad.

Como contraparte, plataformas como Airbnb se han convertido en una opción para que millones de particulares en el mundo incrementen sus ingresos; al tiempo que está impulsando la actividad turística generalmente a precios menores respecto a la hotelería formal.

Hoy los propietarios de hoteles independientes y de cadenas hoteleras denuncian una competencia desleal, que amenaza la rentabilidad de sus inversiones pues los vacíos legales permiten a los individuos hacer negocio con menores costos.

Sin embargo, reconocen también que las tecnologías disruptivas de firmas como Airbnb llegaron para quedarse y que están incidiendo en un modelo de negocio que está experimentando cambios que serán más profundos de aquí a los siguientes 10 años.

En una mesa redonda Fernando Olivera Rocha, presidente de la Asociación de Secretarios Estatales de Turismo (Asetur); Rafael García, presidente

de la Asociación Mexicana de Hoteles y Moteles; y Carlos Berdegú, presidente de la cadena de hoteles El Cid analizaron este tema desde la perspectiva de los empresarios turísticos.

Mientras que en una entrevista por separado, Chris Lehane, director global de Políticas Públicas de Airbnb compartió algunos detalles de este modelo de negocio, que en México está creciendo a una tasa de 160%, informó.

Airbnb declinó participar en la mesa redonda, pues debido a sus políticas de comunicación prefieren no interactuar en eventos potencialmente polémicos.

**PARTICIPANTES
EN LA MESA:**

Carlos Berdegú,
presidente de Grupo
Hotelería El Cid

Fernando Olivera,
presidente
de Asetur

Rafael García,
presidente de la Asociación
Mexicana de Hoteles y Moteles

**ENTREVISTA POR
SEPARADO:**

Chris Lehane,
director global de
Políticas Públicas de Airbnb

Dicen hoteleros que enfrentan competencia desleal

Los propietarios de los hoteles asimismo que las plataformas de la economía compartida seguirán existiendo, pero consideramos que hay una competencia desleal y mientras el piso no sea parejo habrá una situación inequitativa para nuestros negocios, aseguró Rafael García.



recibir turistas afectando el orden y la seguridad de estos lugares, comentó.

En ese sentido, dijo que urge una reglamentación y un ordenamiento, incluso por la seguridad del usuario, para que el gobierno también recaude más y para que haya una competencia equitativa.

En promedio, sostuvo, por cada peso que cobran los hoteles, 50% se va a la operación y al pago de los impuestos; así es que los particulares no deberían darse el lujo de no pagar nada.

Por su parte, Carlos Berdegué, presidente de Grupo Hotelero El Cid, consideró que los usuarios de estas plataformas disruptivas claramente no realizan ninguna inversión, no contratan personal y no llevan ningún riesgo.

Los consumidores, reconoció, no solamente revisan los precios en los hoteles, sino que también checan las opciones de Airbnb, una situación que cada día afecta más los índices de ocupación de los hoteles.

La mayoría de los que pertenecen a la generación millennial, aseguró, cuando viajan en grupo ya no llegan a hoteles; están rentando departamentos o casas y dividen el costo entre varios para que las vacaciones les salgan más baratas.

Esto seguirá creciendo, se va a seguir complicando y cada día será una competencia mayor, pronosticó.

En México hay 800 mil cuartos de hotel, aproximadamente, y se calcula que 10%, es decir unos 80 mil cuartos ya son de Airbnb, aseguró Rafael García el presidente de la Asociación de Hoteles y Moteles.

Hasta ahora, informó, sólo en la Ciudad de México, Quintana Roo y Sinaloa, se les cobra el impuesto de hospedaje, de los que menos se recauda pues es el 2 ó 3% de la tarifa pues se deja fuera el IVA, el ISR, el Seguro Social, el Infonavit, dijo.

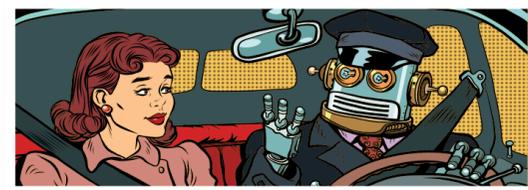
Por su parte Carlos Berdegué, presidente de El Cid, consideró que cobrar el impuesto al hospedaje es un avance importante, porque ahora ya se identificará claramente a quienes están haciendo negocio a través de Airbnb.

En España y otros países también están enfrentando retos para que cumplan con otras obligaciones, apuntó.

Reconoció que cuando inició el negocio del tiempo compartido, hubo problemas porque los actores falseaban la información y fue hasta los últimos 8 años cuando entraron jugadores más grandes y autoridades a perfeccionar la industria.

Por su parte, Fernando Olivera, presidente de Asetur, señaló que Airbnb no comparte el nombre de las personas que rentan sus espacios, cuando se firman los convenios para pagar el impuesto al hospedaje.

“Eso sucederá después, cuando en algún momento, a través



Los retos en relación a las personas

Las plataformas de la economía compartida también están impactando en la vida de las personas, al respecto hay temas que van desde la falta de servicios de protección civil para los viajeros hasta la entrada en nuevos nichos de negocio.

Ahora ya se están vendiendo experiencias a través de estas plataformas, recordó Fernando Olivera, presidente de Asetur, la misma gente está haciendo su propio modelo de negocio.

“Ya hay un gran apartado de experiencias donde además de los hoteles, ahora también a los taxis y a los guías de turistas les va a caer la tormenta, porque ahora cualquier persona te puede llevar a pasear por una ciudad”.

“India les cobra el 14% directo de la tarifa, no batalla, de cualquier renta Airbnb recauda 14%

y se lo da a la Hacienda; mientras que Barcelona sacó licencias por tiempo determinado para rentar tu departamento y no es renovable para que otros departamentos tenga la oportunidad eventualmente de jugar”.

Rafael García, presidente de la Asociación de Hoteles y Moteles, recordó que hay un seguro de protección civil para los huéspedes, lo cual es muy importante cuando se presentan situaciones catastróficas.

Hay que poner reglas y multas, dijo, como el impuesto de 14% en la India o de 25% como en las Islas Canarias; las restricciones de tiempo y seguridad para que las casas tengan gas seguro, ventilación y hasta pisos antiderrapantes en los baños.

Finalmente Carlos Berdegué, presidente de El Cid, apoyó la relevancia de que los departamentos y casas de particulares pongan más atención a los temas de seguridad.

Hoy no tienen medidas de seguridad ni de controles y se han presentado ya en muchas ciudades problemas, que incluyen afectaciones en el estilo de vida de sus habitantes, resumió.

Crece demanda de servicios para los destinos



de una compulsa con el Sistema de Administración Tributaria (SAT), se pueda saber el nombre de la persona que está tributando la retención que le hicieron a través de Airbnb.

Estamos ante una encrucijada compleja, dijo, pues los prediales de estas casas se pagan como prediales domiciliarios o residenciales a diferencia de los hoteles; el agua se considera uso doméstico, no industrial; la luz lo mismo; entonces todos estos elementos se convierten en alicientes perversos para seguir participando en este modelo de negocio.

Hoy los “anfitriones” de Airbnb deben estar encantados por pagar un 3%, sostuvo Olivera, pero hay que hacer un análisis jurídico pues

se están reconociendo como establecimientos de hospedaje, se les está cobrando un impuesto y para mí eso es peligrosísimo ya que les estás dando una herramienta para ampararse y defenderse legalmente en el futuro.

San Miguel de Allende en Guanajuato, continuó, se empieza a convertir en uno de los destinos con más de dos mil casas y departamentos que se rentan a través de Airbnb, tenemos casi el mismo número de cuartos de hoteleros y no hemos permitido el pago del hospedaje porque en automático los estamos validando jurídicamente al cobrarles un impuesto, se van a amparar tres años y nunca los vamos a poder controlar.

La solución es regular, pero no saben cómo

Regular la nueva realidad de la economía compartida no es sencillo; el mundo entero no ha podido, no es un tema de México, se han planteado estrategias, pero hoy no existe todavía una figura convincente, si no ya la estaríamos replicando, dijo Fernando Olivera.

El presidente de la Asociación de Secretarios Estatales de Turismo (Asetur) consideró que no hay una nueva figura legal para describir la situación de un ente económico que es entre casa y hotel.

La realidad, prosiguió, es que hay millones de departamentos en el mundo que no se van a eliminar, entonces los gobiernos están intentando de todo desde las prohibiciones hasta las negociaciones.

La solución debe estar en las leyes, dijo, y hay que partir del ámbito municipal y estatal, en donde hay impuestos que se enteran y diferentes licencias; para llegar también a lo federal.

Se requiere, consideró, una figura jurídica nueva que hoy no conocemos en ningún país, ni tampoco en México, para identificar jurídicamente a estos “anfitriones” de



alguna manera y categorizarlos dentro del Registro Nacional de Turismo.

“Que estén ahí ya considerados para empezar a pagar, creo que al principio será una cuota fija con una serie de permisos y licencias que tengan que obtener y Airbnb, eventualmente, tendrá que transparentar quiénes son esas personas.

El responsable de regular es el gobierno y no ha querido, refirió, García y la AMHM ya ha hablado con la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP) y hasta ahora no sabe cómo o no ha tomado medidas concretas.

“Yo ya le pregunté esto a la parte recaudatoria de Hacienda: Ustedes quieren hacer escuelas, carreteras, ahí tienen ya muchísimo dinero que han dejado de recaudar, póngales el 15%, el 20%, el 30%, una cuota fija, póngales lo que ustedes crean, estúdienlo, pero póngales una cuota real no el 3% que es un juego. Entonces el gobierno no ha querido entrarle, hay que reconocerlo”.

Olivera pidió ser justos en esto, pues hay una mesa instalada desde hace unos meses en la Secretaría de Turismo Federal, a cargo de la Subsecretaría de Planeación, donde ya han participado Airbnb, la Asociación de Hoteles y Moteles, la Asociación de Cadenas Hoteleras, y muchos otros organismos incluyendo a la SHCP.

“Tuvimos una sesión con los llamados anfitriones, que son los propietarios y quienes empiezan también a generar, incluso, agrupaciones y ellos también tienen un punto de vista interesante en donde están empezando a generar empresas y muchos de ellos ya están pagando impuestos”.

Airbnb está democratizando los beneficios del turismo



En el tiempo que lleva operando en el país, informó, ha generado hospedaje para 2.5 millones de viajeros; ya hay 50 mil “anfitriones” y diferentes espacios de hospedaje en esta plataforma, que están ganando en promedio 47 mil pesos al año por 25 noches.

Estimó que en total, este negocio ya ha generado un ingreso de 250 millones de dólares que se ha quedado en México.

RELACIÓN CON AUTORIDADES

Actualmente, prosiguió Lehane, 97% de la tarifa de hospedaje que pagan los turistas, permanecen en manos de los anfitriones y además ya se están sumando hoteles boutique que pagan sus impuestos, pero se beneficiar del poder comercial de esta plataforma pagando una fracción de lo que desembolsan, cuando lo hacen vía las agencias de viajes por internet.

De acuerdo a sus proyecciones, en los próximos 10 años Airbnb generará hospedaje para mil millones de viajes y además su impacto en el medio ambiente será 67% menor respecto a la hotelería tradicional.

En una entrevista, aseguró, que Airbnb no sólo han tenido una actitud proactiva con las autoridades; sino que

en países como Japón o ciudades como Vancouver o Berlín ya hay leyes que reconocen esta realidad.

Los gobiernos están entendiendo, dijo, que esta plataforma le genera beneficios a los ciudadanos y a las comunidades locales.

Actualmente, ya tiene acuerdos para pagar el impuesto al hospedaje en Quintana Roo, Ciudad de México, Sinaloa y Lehane no ve que si este monto cambiara en el futuro vayan a recurrir al amparo; pues dice que buscan proteger a sus asociados, pero también tener una buena relación con las autoridades.

Respecto a los problemas potenciales que pueden generar a las comunidades por clientes ruidosos o abusivos, dijo que la confianza es la moneda de cambio, lo que describió como un “contrato social del siglo XXI”.

Así es, que los “anfitriones” y los clientes que no obtienen consistentemente cinco estrellas son dados de baja, y además su desarrollo cuenta con seguros y algoritmos predictivos que se anticipan a los problemas.

Actualmente, Airbnb ya tiene en el mundo 400 alianzas con los gobiernos, que van desde el pago de impuestos, hasta la generación de alianzas para apoyar a los emprendedores y para promover los destinos, concluyó.

Escanea y
suscríbete,
¡es gratis!



DIRECTORIO

● CERTIFICADO DE CIRCULACIÓN, COBERTURA Y PERFIL DEL LECTOR
folio 00281-RHY emitido por 和和和 and registrado en el Padrón Nacional de Medios Impresos de la SEGOB.

PERIÓDICO VIAJE PUBLICACIÓN ESPECIALIZADA EN EL SECTOR TURÍSTICO. Año 6, Número especial, mayo de 2018, es una publicación mensual editada por **Eisa Multimedia**, S. A. de C.V. y **Media Más**, S.A. Domicilio de la Edición y Publicación Santa Bárbara Número 15, Colonia del Valle, Delegación Benito Juárez, C.P. 03100, México Distrito Federal, Tel: (0155)5334 4643 y 5334 4816, www.periodicoviaje.com. ● DIRECTORA GENERAL: Laura Rodríguez Coutiño. ● ARTE: Laura Martínez L., Anahí Félix T. ● CERTIFICADO RESERVA DE DERECHOS AL USO EXCLUSIVO No. 04-2012-081017332804-101 otorgado por la Dirección de Reservas de Derechos del Instituto Nacional de Derechos de Autor. ● ISSN (en trámite). ● CERTIFICADO DE LICITUD DE TÍTULO Y CONTENIDO No. 15280 otorgado por la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas de la Secretaría de Gobernación. ● PERMISO SEPOMEX No (en trámite). ● Este número se terminó de imprimir en Servicios Profesionales S.A. de C.V. Mimosas No. 31, Col. Sta. María Insurgentes, Del. Cuauhtémoc, C.P. 64030, México, D.F. el 28 de junio de 2017 con un tiraje de 10,000 ejemplares. ● DISTRIBUIDOR: Lauser Editores S. A. de C.V., Santa Bárbara Número 15, Colonia del Valle, Delegación Benito Juárez, C.P. 03100, México Distrito Federal. ● Las opiniones expresadas por los autores no necesariamente reflejan la postura del editor de la publicación. ● Queda estrictamente prohibida la reproducción total o parcial de los contenidos e imágenes de la publicación sin previa autorización de la Dirección General de PERIÓDICO VIAJE PUBLICACIÓN ESPECIALIZADA EN EL SECTOR TURÍSTICO.



Un evento que está transformando a Sinaloa

El Secretario de Turismo Enrique de la Madrid presentó los resultados del Tianguis Turístico Mazatlán 2018 y anunció que habrá nuevas inversiones federales este año, para consolidarlo como uno de los destinos preferidos de mexicanos y extranjeros.

El Tianguis Turístico Mazatlán 2018 fue un evento transformador para Sinaloa, aseguró el Secretario de Turismo Enrique de la Madrid e informó que el presidente Enrique Peña seguirá apoyando a esa entidad con nuevas inversiones, para consolidarlo como uno de los destinos preferidos de los mexicanos y los visitantes extranjeros.

El éxito alcanzado por este evento, añadió, es resultado de la conjunción de esfuerzos y el apoyo de la ciudadanía, el sector empresarial de Sinaloa y del gobierno del estado que se comprometieron con una visión y capacidad transformadoras para alcanzar grandes beneficios.

Durante la presentación de los resultados del Tianguis, Héctor Flores Santana, director general del Consejo de Promoción Turística de México, dio a conocer que este evento como plataforma de negocios convocó a 64 países, que se lograron 44 mil 714 citas de negocios y que se contó con la participación de 514 compradores y 935 empresas nacionales e internacionales.



Por su parte Quirino Ordaz Coppel, gobernador de Sinaloa, dijo que el Tianguis relanzó a Mazatlán como un destino turístico seguro y a la entidad en general, que se habían visto afectados por el estigma de violencia y cuya incidencia hoy en día se registra a la baja.

El mandatario estatal detalló que el Tianguis se desarrolló en una etapa donde la actividad turística de Sinaloa está en franco crecimiento, ya que al primer bimestre de 2018 se registró la llegada de 118 mil 612 turistas internacionales, que representaron un crecimiento anual de 49.92%.

Numeralia Tianguis Turístico

Concepto	Mazatlán 2018
Empresas compradoras	935
Nacionales	358
Internacionales	577
Compradores	1514
Nacionales	778
Internacionales	736
Países participantes	63+México
Total citas de negocios	44,714

Resultado de negocios

Fuerte participación de compradores estratégicos.

395 compradores

41 países

Principales países

Estados Unidos	100
Canadá	52
Colombia	27
Brasil	24
Corea del Sur	17
Argentina	15
Alemania	12
China	12

Apoyó la comercialización de productos y servicios turísticos.

Citas de negocio	44,714
Crecimiento 2018/2017	18%
Expectativas de concreción de negocio	41% de las citas
Estimación de citas de negocios que se concretaron en venta en el TT 2017	39%
Viajes de familiarización	10 viajes
9 entidades	78 compradores de 25 países

El TT contó con la presencia de Aerolíneas y Socios Comerciales de primer nivel

Aerolínea	País
Lufthansa	Alemania
West Jet	Canadá
China Southern Airlines	China
Hainan Airlines	China
Compañía Panameña de Aviación	Panamá
Iberia	España
American Airlines	Estados Unidos
Delta Airlines	Estados Unidos
Alitalia	Italia
All Nippon Airways	Japón

Socio Comercial	País
Apple Leisure Group	Estados Unidos
Transat	Canadá
Mark Travel	Estados Unidos
Air Canada Vacaciones	Canadá
Sunwing	Canadá
Virtuoso	Estados Unidos
Grupo Barceló	España
TUI	Reino Unido
Thomas Cook	Reino Unido

Agencia de Viajes	País
CVC	Brasil
Carlson Wagonlit Travel	Canadá
Beijing Global	
Tours International	China
Mas Travel GCB	
Mayorista de Turismo	Ecuador
Globalia	España
Pleasant Holiday	Estados Unidos
Vidatur mayorista de Viajes	Perú