



altamira

ESCUELA UNIVERSITARIA DE TURISMO

GRADO EN TURISMO

Trabajo Fin de Grado

Curso académico 2014/15

AUTOR:

M^a DEL SOL GONZÁLEZ SAN EMETERIO

TITULO:

TURISMO P2P: LA VIVIENDA VACACIONAL EN CANTABRIA. UN ENFOQUE DESDE EL PUNTO DE VISTA DEL PROFESIONAL DEL TURISMO.

P2P TOURISM: THE HOLIDAY HOME IN CANTABRIA. APPROACH FROM THE POINT OF VIEW OF PROFESSIONAL TOURISM.

DIRECTOR:

PEDRO ARGÜELLO FERNÁNDEZ



altamira

ESCUELA UNIVERSITARIA DE TURISMO

GRADO EN TURISMO

Trabajo Fin de Grado

Curso académico 2014/15

Fecha de entrega: 17/09/2015

AUTOR: M^a DEL SOL GONZÁLEZ SAN EMETERIO

TITULO: TURISMO P2P: LA VIVIENDA VACACIONAL EN CANTABRIA. UN ENFOQUE DESDE EL PUNTO DE VISTA DEL PROFESIONAL DEL TURISMO.

DIRECTOR: PEDRO ARGÜELLO FERNÁNDEZ

TRIBUNAL:

Nombre:

Firma:

Nombre:

Firma:

Nombre:

Firma:

En Santander a: de SEPTIEMBRE de 2015

Índice

1. Introducción	4
1.1. Finalidad y motivos	4
1.2. Estado de la cuestión y marco teórico.....	4
1.2.1 El Consumo Colaborativo	6
1.2.2 Introducción al turismo P2P	8
1.2.3 Empresas de turismo P2P	10
2. Metodología del trabajo	15
3. El turismo P2P y su impacto en la sociedad	17
3.1. El turismo P2P en España	17
3.1.1. Legislación	19
3.2. El turismo P2P en Cantabria.....	20
3.2.1. Ley reguladora del alojamiento extra hotelero de Cantabria	21
3.2.2. Regulación de la actividad de mediación turística en Cantabria	22
3.2.3. Regulación de uso turístico de Cabañas Pasiegas	22
3.2.4. La vivienda vacacional en Cantabria.....	23
4. Punto de vista de los principales actores del turismo colaborativo.....	24
4.1. Jornada "Derecho de la Competencia frente a la economía colaborativa"	24
4.1.1. ¿Cómo debemos analizar, legal y económicamente, la sharing economy ante la posibilidad de regularla?.....	24
4.1.2. ¿Cómo se debe reaccionar el regulador frente a la sharing economy?.....	28
4.2. Foro sobre innovación y competitividad en el turismo de interior (INTURTECH).....	31
4.3. Aplicando lo aprendido a las viviendas vacacionales en Cantabria	34
5. Conclusiones y propuestas	36
6. Valoración final	38
7. Bibliografía	40

Resumen

Un profesional del turismo debe estar atento a los retos a los que el sector turístico le somete. Hay que estar en constante actualización dominando las nuevas tecnologías, tener una visión de futuro, tener presente al medioambiente, entender que las oportunidades de negocio se encuentran en un panorama internacional, adaptarse a las nuevas situaciones, mantener una formación constante y tener un gran dominio de los idiomas.

El turismo P2P entra en su mundo, por lo que tiene que aceptar que vivimos en un constante cambio donde el consumidor es el que tiene la última palabra. Adaptarse a esta nueva demanda es necesario para no estancarse: el hoy ya es pasado.

Este tipo de turismo se comercializa principalmente en plataformas web donde los particulares comercializan el producto turístico. Entre la oferta, destacamos el negocio de alquiler de viviendas entre particulares, aspecto que debe de tener en alerta al profesional de turismo. Este tipo de actividad, si no tiene una regularización puede derivar en conflicto ya que fomenta el intrusismo en el sector turístico y la economía sumergida. Además, para aquellos empresarios en Cantabria que cuentan con una casa rural o cabaña pasiega para su comercialización turística les supone una ofensiva pues estas viviendas ilegales compiten de forma desleal, ya que el empresario tiene que responder a una serie de leyes impuestas por la región, debido a que las viviendas que comercializan representan parte de la identidad de Cantabria.

Abstract

A tourism professional must be aware of the challenges he is subjected to by the tourism sector. We must be constantly updating ourselves by mastering the new technologies, have vision for the future, keep the environment in mind, understand that the business opportunities are displayed inside the international framework, respond to changes, maintain a continuous training and be fluent in various languages.

The P2P tourism is entering your world, so you need to accept that we live in a constant change where the consumer has the last word. In order to not become stagnant, it is necessary to adjust to this new demand; today is already past.

This kind of tourism is primarily commercialized in web platforms where the individuals market the tourism product. Among the supply, we highlight the private rental housing market, a key aspect the tourism professional must be aware of. This kind of activity, if not regularized, could lead to conflict since it encourages the intrusion in the tourist sector and also the underground economy. Besides, for those entrepreneurs in Cantabria who own a cottage or a cabin and want to market them it poses a problem, because this illegal housing are competing disloyally considering that the entrepreneur does not need to be held liable by a number of laws imposed by the government due to the fact that the houses they commercialize represent part of Cantabria's identity.



1. Introducción

1.1. Finalidad y motivos

Durante los últimos años ha entrado con fuerza la filosofía del consumo colaborativo. Hoy en día, gracias a que todo el mundo tiene acceso a Internet, la posibilidad de acercar personas con necesidades en común ha llevado al comercio a un plano para el que no se ha estado preparado.

Actualmente, en esta modalidad de negocio colaborativo, podemos optar a viajes a menos de la mitad del precio que se nos ofrece convencionalmente. Podemos disfrutar de la cultura local de una ciudad de la mano de algún habitante teniendo acceso directo a sus costumbres, comer con personas que no conocemos o alojarnos en viviendas de desconocidos. Pero no todo es color de rosa. Esta libertad y capacidad de acercar personas llevan muchas veces a cometer actos fuera de la estricta legalidad, incumpliendo normas o evadiéndolas, basándose en la falta de preparación de la legislación.

Y nuestro sector, el turístico, no es la excepción. Como futura profesional del turismo creo necesaria la aclaración y profundización en el tema del turismo colaborativo, intentando resaltar los flecos y sentar las bases, además de dar una perspectiva de hacia dónde se debe ir y las decisiones que se deben tomar.

Es un tema tan profundo que para sacar más rendimiento al trabajo, he decidido enfocarlo en mi comunidad autónoma, Cantabria, y más profundamente en la vivienda vacacional, ya que es el tema más complicado de regular.

1.2. Estado de la cuestión y marco teórico

Antes de entrar en materia debemos tener claros los conceptos que engloban esta tendencia para facilitar nuestra comprensión a la hora de abordar los distintos y complejos aspectos que engloba el turismo colaborativo y, en base a ellos, poder analizar más eficazmente la problemática y proponer soluciones. Antes de definir qué es el turismo P2P debemos de conocer de la idea de la que partió, el consumo colaborativo. El concepto de consumo colaborativo comenzó a popularizarse en mayo 2010 en una conferencia para TEDxSydney¹ con la participación de Rachel Botsman. En esta conferencia Botsman dice

¹ Tecnología, Entretenimiento y Diseño. Organización no lucrativa dedicada a la difusión de ideas sobre todo tipo de temas mediante charlas. Los eventos con el nombre TEDx se centran en un determinado lugar. (www.ted.com)

(Botsman, 2010) que el consumo colaborativo no es una tendencia a corto plazo ya que internet está eliminando a los intermediarios facilitando que las personas se relacionen con otras sin conocerse como ya lo hacen mediante webs como Youtube (compartiendo contenido audiovisual) o Facebook (compartiendo contenido personal). Estos comportamientos de intercambio virtuales se aplican a las realidades de la vida cotidiana y para comprender esto, pone de ejemplo la web Landshare que pone en contacto a una persona con una parcela libre de terreno agrícola con otra que desea un lugar donde poder cultivar sus propias hortalizas. Vivimos en una era conectada y la tecnología facilita la confianza entre extraños. Además Botsman pone de manifiesto que las personas empiezan a no querer cosas, sino a querer las necesidades y experiencias que dichas cosas les ofrecen y cita a Kevin Kelly² que dice "el acceso es mejor que la propiedad" es decir, que el acceso a bienes y servicios puede ser de relevancia prioritaria sin ser necesaria la propiedad de los mismos.

Rachel Botsman está considerada por la revista "Time" como autora de una de las "10 ideas que pueden cambiar el mundo" (Walsh, 2011) y es co-autora del libro "What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption" donde expuso (Botsman y Rogers, 2010) que hay tres tipos de sistemas de consumo colaborativo y estos son:

- Mercados de redistribución: Los bienes usados que ya no se necesitan se dirigen por parte de un usuario hacia otro usuario que si necesite ese bien usado. Esta redistribución se puede hacer de tres formas:
 - o De forma gratuita. Un ejemplo de esto es NoloTiro.org, donde los usuarios anuncian los objetos que quieren donar.
 - o Intercambiando unos bienes por otros. Por ejemplo Growmies, donde los usuarios se intercambian ropa de bebés y niños de diversas tallas.
 - o Mediante transacción económica. Se vende ese bien que ya no se necesita. Por ejemplo Ebay.
- Estilos de vida colaborativos: No se intercambian ni comparten bienes tangibles, sino más bien bienes intangibles como puede ser el tiempo, el espacio o las habilidades de cada persona. Un ejemplo es Huertos Compartidos, donde se comparte el espacio para cultivar.
- Los sistemas basados en los productos: Los usuarios pagan por el beneficio de un producto sin tener que adquirirlo. Por ejemplo Avancar. Esta empresa permite a una persona disponer de un coche por horas o días.

En uno de sus artículos para la página web <http://www.collaborativeconsumption.com/> expone que (Botsman, 2013) "puede existir una confusión terminológica respecto al tema pues es difícil dar definiciones concisas especialmente cuando se están tratando de captar nuevas ideas nunca antes expresadas y

² Editor de la revista estadounidense Wired.

cita a Bertrand Russell: "Todo es vago hasta el punto que no te das cuenta hasta que has tratado de hacerlo preciso".

Reconoce que necesitamos definiciones claras que nos permitan avanzar en una comprensión común por lo que ha tratado de definir y visualizar los términos más utilizados:

"Collaborative Economy (Economía Colaborativa): Una economía basada en redes distribuidas de los individuos y las comunidades frente a instituciones centralizadas conectadas, transformando la forma en que se puede producir, consumir, las finanzas, y aprender.

Collaborative Consumption (Consumo Colaborativo): Un modelo económico basado en el compartir, el intercambio, el comercio, o los productos y servicios de alquiler, lo que permite el acceso por la propiedad. Se reinventa no sólo lo que consumimos, sino también la forma en que consumimos. Se definen tres modelos distintos de transacción que pueden ser aplicados:

- B2C (Business – to – Consumer): El negocio posee el inventario y facilita las transacciones entre los usuarios.
- P2P (Peer – to – Peer): Los activos son propiedad y están intercambiados directamente de persona a persona.
- B2B (Business – to – Business): Soluciones que permiten a las empresas que abran y monetizen la capacidad de marcha en vacío de sus activos existentes.

Sharing Economy (Economía Compartida): Un modelo económico basado en el intercambio de activos subutilizados de los espacios a las habilidades para rellenar por los beneficios monetarios o no monetarios. Se centró en gran medida en los mercados P2P.

Peer Economy: Marketplaces de persona a persona que facilitan el intercambio y el comercio directo de productos y servicios basados en la confianza entre pares." (Collaborative Lab, 2013)

1.2.1 El Consumo Colaborativo

Para esclarecer qué es el consumo colaborativo considero oportuno citar las palabras de Albert Cañigueral, fundador de ConsumoColaborativo.com, que define en su libro (Cañigueral, 2014) "Se trata de aprovechar el poder de internet y de las redes peer-to-peer para reinventar como compartir, alquilar, intercambiar o comerciar bienes y servicios". Además lo explica como "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 y una nueva velocidad inimaginable hasta el momento".

Hay que tener presente además que no todo lo que es p2p es economía colaborativa y no todas las plataformas p2p tienen un trasfondo colaborativo.

Durante Fitur 2015 el Instituto de la Sostenibilidad Turística (ISTur) ejecutó el Encuentro Especializado "Hablemos juntos de sostenibilidad. Un camino sin retroceso para el turismo". Se establecieron dos mesas redondas y entre los participantes se encontraba Dña. Mónica Figuerola Martín, ex Directora General de Turismo de La Rioja que intervino con la ponencia "Destino Turístico Sostenible y Economía Colaborativa" (Gallego, 2015). De su intervención (Figuerola, 2012) se destacan tres puntos importantes:

- Existe una fuerte necesidad de reinversión tras la crisis económica

Los elevados índices de desempleo y la mejora de la tecnología han generado las soluciones peer to peer. Es decir, han sido tendencias como el compartir todo en las redes sociales, el avance tecnológico, el tener e-marketplaces³ y plataformas mucho más avanzadas, y sobre todo la necesidad de nuevos modelos lo que ha hecho que en este momento haya surgido el movimiento p2p. Los ciudadanos ya se encuentran hiperconectados ocasionando una viralidad extrema. Los usuarios ya no son consumidores, son prosumers⁴, ya que son ellos los que producen los contenidos, los que recomiendan y los que además determinan y prescriben si un establecimiento alojativo va a tener o no va a tener éxito. Nosotros los usuarios, nos entendemos mejor, somos más creíbles que las propias marcas y por eso nos hemos convertido en productores de contenidos.

- Existe una enérgica apuesta por la innovación

A nivel europeo: se creó Horizon 2020 que es un programa de innovación dotado con 80.000 millones de euros por la Unión Europea.

A nivel nacional existe una clara apuesta por la innovación y la legalización de las tecnologías. Por ello el Gobierno de España ha creado una Comisión Nacional de los Mercados de la Competencia que ha generado una consulta pública donde está abordando estas cuestiones, sobre todo lo referente con los derechos de competencia de una manera absolutamente transparente y publica, y donde se están abordando los nuevos retos de la economía colaborativa.

A nivel local, todas las ciudades de primer orden están desarrollando su propia estrategia local para ser una Smart City. Se apuesta por la innovación e implementación de

³ "El e-marketplace que es comúnmente conocido como mercado electrónico, un mercado electrónico es un mercado virtual donde los compradores y vendedores se reúnen como en un mercado tradicional sólo que en este caso, todas las interacciones se realizan de forma virtual". (Santos, 2010)

⁴ "Un nuevo tipo de consumidor capaz de generar contenido, opiniones y comentarios sobre los productos o servicios de una empresa y que son compartidos por una comunidad con gustos en común. Gracias a la viralidad y la interactividad de la red, estos nuevos usuarios se convierten en poderosos líderes de opinión cuyas ideas pueden favorecer o dañar la imagen de una marca". (Canelles, 2012)

tecnologías para comodidad de los ciudadanos y atracción de turistas aportando soluciones eficaces enfocándonos, en el caso del enfoque turístico, al denominado turismo 2.0.

- Hay una explotación de oferta enaltecida por los Millennials

Se entiende como "Millennials" a los jóvenes nacidos entre la década del 80' y los primeros años de los 90' que imponen con fuerza su hábito de comprar por internet. Esta generación está caracterizada por su orientación a compartir en lugar de poseer. Esto ha generado que se busquen modelos de sostenibilidad en cuanto al uso y el compartir esas propiedades logrando en muchos casos que se le den un mejor uso los bienes.

Los Millennials son además los más preparados de la historia, acceden mejor a la tecnología y tienen un problema: se encuentran sin trabajo, por lo que si no les dan un empleo se crean el suyo propio. Por eso también el auge de la economía colaborativa, ya que si tienen un piso y no tienen trabajo lo que van a hacer es poner el piso en el mercado y alquilarlo de manera que generan una nueva oferta vacacional. Edosiona por lo tanto el modelo p2p y genera nuevos esquemas de negocio promovidos por los mismos usuarios: Si no podemos comprar, podemos compartir. No se quiere renunciar a viajar, no se quiere renunciar a nada y se buscan fórmulas más económicas y más sostenibles para poder seguir disfrutando del turismo.

1.2.2 Introducción al turismo P2P

El turismo P2P "peer to peer" o de igual a igual, es una forma de consumo colaborativo dentro del sector turístico. Es por eso que a este tipo de turismo también se le conoce como turismo colaborativo.

Desde la web www.turismotec.org (TurismoTec, 2015) definen el turismo P2P de la siguiente manera: "El turismo P2P es un nuevo modelo de distribución de servicios turísticos, basado en plataformas online que permiten a cualquier persona acceder a la cadena de valor turística, y es la misma comunidad online que valora y regula quienes ofrecen un servicio de calidad".

A continuación desde esta misma web nos dicen que las empresas tecnológicas tienden a resolver de una forma diferente los problemas de la sociedad mediante la innovación y esto deriva en cambios. Es por eso que se generan startups⁵ que cambian la forma de viajar de los turistas, hacen que las personas de a pie se involucren en la cadena

⁵ "En el mundo de los negocios, y muy especialmente en el ámbito de la innovación y las nuevas tecnologías, se denomina empresa start-up a aquella sociedad que, pese a su juventud y falta de recursos, consigue obtener resultados en el mercado y pasar a un siguiente nivel estructural al ser impulsada por otros inversores o absorbida por empresas ya consolidadas". (Fundeu BBVA, 2013)

del valor del sector turístico y como consecuencia el turismo P2P se va haciendo cada vez más popular. Este modelo de turismo se basa en poner en contacto a particulares permitiéndoles el intercambio entre ellos lo que puede generar un comercio negro que se escapa de la ley. Para evitar esto es necesario crear una regulación óptima y para ello ha de haber cohesión entre las partes implicadas, es decir, entre aquellos que están a favor de este nuevo fenómeno y aquellos que les afecta a su negocio turístico.

El turismo P2P tiene sus antecedentes, y es que el turismo colaborativo ha existido desde siempre y así nos lo explica el estudio "La lógica espacial del intercambio de casas: una aproximación a las nuevas geografías de lo cotidiano en el turismo contemporáneo" (Quagliari y Russo, 2014) donde se dice que este turismo data desde principios de 1950. Es Octavi Bono, director del Patronato de Turismo de la Diputació de Tarragona, en el "Fòrum de turisme col·laboratiu: L'encaix del P2P a les destinacions" quien corrobora con un ejemplo personal que este tipo de turismo ha estado siempre entre nosotros:

"Hacia mediados de los 50, mis abuelos que eran agricultores y tenían una finca con una masía en Riudoms. Un día se acercaron una familia de Barcelona de clase media de aquella época y les pidieron si podían alojarse allí (pues se habían perdido), y se alojaron. Lo estuvieron haciendo durante unos cuantos años. Seguramente para esta familia de Barcelona debían ser de lo más exótico mis abuelos y las tareas que ellos desarrollaban allí. Ellos colaboraban en alguna de las tareas propias de la finca pues les debió parecer de lo más divertido. Ellos no tenían el acceso a internet que les permitiera conocer que mi abuela tuviese una especie de vocación en el sector turístico que la pobre mujer no tenía. [...] Durante 4 o 5 años esa gente estuvo viniendo a esa masía. Se estableció una relación estrecha que derivó en una amistad y que se mantuvo durante décadas hasta ahora incluso. Dejaron de venir no porque la recorda de judías no les pareciera exótico sino porque hacia los 60 encontraron en Cambrils un camping que seguramente reunía más condiciones que la masía. Por lo tanto fórmulas de turismo colaborativo las hemos tenido, en aquel momento generado posiblemente por la falta de oferta". (Bono, 2014)

Octavio Bono concluye su ejemplo diciendo que hoy en día no es que haya una falta de oferta sino que hay una búsqueda de experiencias distintas. Hay una cierta evolución social que provoca que parte de nuestra población se quiera relacionar de otra manera con el consumo lo que ha propiciado el impulso de este tipo de propuestas que crecen en el mercado.

Siguiendo el estudio anterior, es la difusión de Internet la que ha hecho posible que este fenómeno se haga popular. Los dos autores de dicho estudio añaden que:

"La difusión de estos modelos se entiende a raíz de factores socioculturales y tecnológicos, y se inserta en las contingencias de la crisis económica difusa que ha afectado a las oportunidades de viajar de sectores de la clase media en muchos países, especialmente jóvenes en formación y profesiones liberales. Se trata de viajeros expertos y conectados, proclives al consumo responsable, caracterizados por un alto nivel de confianza hacia los demás miembros de la comunidad y cierta familiaridad con Internet y el comercio en línea, exigentes en cuanto a la calidad de sus experiencias turísticas, ya acostumbrados a vincular destinos de elección y formas de hospitalidad con la visita de familiares y amigos en el contexto de más extensos entornos relacionales de carácter "líquido" y reticular. No es sorprendente, pues, que éstos hayan dado el salto al consumo colaborativo

aprovechando las oportunidades de compartimiento y "co-producción" propias de las plataformas Internet 2.0." (Quaglieri y Russo, 2014)

1.2.3 Empresas de turismo P2P

Como dice el artículo de la revista Hosteltur "Turismo P2P: Nuevos intermediarios o negocios sin control?" (Canalis et al, 2014) "menos la aviación comercial, el resto de sectores de la industria turística se han visto involucrados en el mundo de los nuevos intermediarios p2p."

A continuación se citan varias de las más conocidas empresas dentro del turismo P2P ya sea a nivel de alojamiento, transporte o restauración que pese a que en un principio estas dos últimas no nacieron con un enfoque al turismo, en muchos casos los turistas se ven atraídos por estas modalidades:

1.2.3.1 Dentro del alojamiento:

- Airbnb

Fundada por Brian Chesky, Joe Gebbia y Nathan Blecharczyk en 2008 con sede en San Francisco, California.

Qué es Airbnb

Airbnb significa (Rizzo, 2009) Air Bed and Breakfast (cama de aire y desayuno). Es una web de alquiler de alojamiento entre particulares que según el artículo web "Hoteleros y portales p2p, a favor de la regularización del sector" (Hinojosa y Vargas, 2014) cuenta con 600.000 alojamientos registrados en 34.000 ciudades de 192 países. El modelo de negocio de Airbnb se basa en el cobro de comisiones al propietario de la vivienda (del 3%) y al huésped (entre un 6% y un 12% sobre el precio de la reserva). Actualmente está valorada en más de 20.000 millones de dólares (Kuchler, 2015) destacando entre grandes cadenas hoteleras norteamericanas como Hyatt Hotels o Wyndham Hotel Group.

- Homeaway

Fundada por Brian Sharples y Carl Shepherd en 2005 y tiene su sede en Austin, Texas.

Qué es Homeaway.

Es una web de anuncios de alquiler de alojamiento donde los propietarios de dicho alojamiento pagan una suscripción por anunciarse en la plataforma. Según Juan Carlos Fernández, directivo de Homeaway para el sur de Europa, (Canalis et al, 2014) la transacción se realiza directamente entre oferta y demanda. A pesar de ello Homeaway pone a disposición de los viajeros un seguro básico gratuito para proteger al viajero de posibles contingencias. En total comercializa 890.000 viviendas en 190 países- En la actualidad, (El economista, 2015) como compañía está valorada en 2,93 billones de dólares.

- Housetrip

Fundada por Arnaud Bertrand y Junjun Chen en 2009 y tiene su sede en Lausanne, Suiza.

Que es Housetrip.

Es una web de alquileres vacacionales que ofrece tanto a viajeros como a propietarios de inmuebles una plataforma fácil de usar, a través de la que se pueden alquilar online y con total seguridad, todo tipo de alojamientos privados. HouseTrip cuenta con más de 170.000 propiedades entre apartamentos, casas y villas, en más de 15.000 destinos repartidos por todo el mundo, aunque el 90% de estos se encuentran en Europa. La filosofía de HouseTrip radica en ofrecer los mejores alojamientos para cada bolsillo para que sus clientes se sientan como en casa en cualquiera de los destinos que visiten (Tomé, 2013).

- Only-Apartments

Fundada por Alón Eldar y Elisabeth Cristià en 2003 con sede en Barcelona.

Que es Only-Apartments

Es una web de alquiler de apartamentos para estancias cortas disponible en 25 idiomas. El modelo de negocio se basa en una comisión que se añade al precio que un propietario establezca para su apartamento (Canalis et al, 2014).

- Knok

Fundada por Juanjo Rodriguez en 2011 con sede en Barcelona.

Que es Knok.

Es una web de intercambio de casas y alquiler de alojamiento diseñada especialmente para familias que viajan con niños y que buscan viviendas de uso turístico aptas para ellas. El modelo de negocio se basa en el pago de una cuota anual por parte de los propietarios pudiendo hacer estos intercambios ilimitados (Canalis et al, 2014).

- Couchsurfing

Fue fundada por Casey Fenton and Daniel Hoffer en el año 2004 sin ánimo de lucro y transformada en empresa con ánimo de lucro en el año 2011 (Reventós, 2011).

Que es Couchsurfing.

Según Albert Cañigeral (Cañigeral, 2014) "es una red colaborativa que permite alojar gente o ser alojado en casa de gente de manera gratuita, ya sea en un sofá (couch) o en una cama". Además no es necesario que si te alojas en la casa de esa persona que has contacta hoy te ha ofrecido su casa tengas que ofrecer tu casa para alojar a dicha persona u otras.

Su política de seguridad está basada en tres variables: por un lado las referencias tanto del que aloja como del que visita, por otro lado la verificación de dirección siendo lo único que se paga en Couchsurfing. Pagas con la tarjeta de crédito para demostrar que eres una persona real y te envían un código de verificación a tu casa que seguidamente introduces en la página web. Es de esa manera que verificas que tu casa existe. La última variable sería un sistema de votos de confianza.

En sí, CouchSurfing no crea la oferta de alojamientos ya que los que forman la oferta son los propios usuarios. Tras su experiencia con Couchsurfing, Albert Cañigeral nos dice que hay que ganarse la confianza de aquellos extraños que nos ofrecen su casa porque "si actúas como si fuera un hotel gratuito, o abusas de la confianza depositada en ti, tendrás comentarios negativos en tu perfil que harán casi imposible volver a ser alojado por otro miembro de la red" (Cañigeral, 2014).

Otras plataformas son: Windu, 9flats, MyTwinPlace, Intervac, HomeExchange.

1.2.3.2 Dentro del transporte:

- Blablacar

Es una plataforma formada por conductores particulares que anuncian sus rutas para poder ocupar las plazas desocupadas en sus vehículos y de esa manera compartir los gastos. De esta manera los usuarios que entren en la plataforma pueden ponerse en contacto con el conductor y concretar el viaje. Recientemente ha adquirido la compañía

alemana Carpooling.com y la húngara Autohop. Con estas adquisiciones, BlaBlaCar alcanza los 20 millones de usuarios en los 18 países en los que opera en Europa y Asia (Europa Press, 2015).

- Amovens

Según Jordi Sabaté, (Sabaté, 2014) es una alternativa a Blablacar que no cobra comisiones a los usuarios al organizar su viaje. Esta plataforma facilita que los pagos entre conductor y pasajero se hagan en efectivo el mismo día del viaje. Puntúa que "Amovens exige a los conductores que aporten un seguro de responsabilidad civil que como mínimo cubra a los acompañantes en caso de accidente".

- AreaVan

Es una plataforma formada por propietarios de autocaravanas que tienen en desuso que las habilitan para su alquiler. Para asegurar los periodos de alquiler, Según Albert Cañiguera en una publicación para la página web www.consumocolaborativo.com, (Cañiguera, 2014) "Areavan ha firmado con AXA Seguros un acuerdo especialmente adaptado al mundo del caravaning. El viajero podrá contratar a muy buen precio un seguro que cubra únicamente los días que utiliza el vehículo, sin ninguna obligación añadida".

Otras plataformas son: Shareling, RoadSharing, Mambocar

1.2.3.3 Dentro de la restauración.

Los principales portales son: Eatwith, Cookening, Takeachef, Mealsharing y Meetmeals.

Estas plataformas están formadas por cocineros tanto profesionales como locales que organizan comidas y cenas en sus casas bajo un determinado precio. Se suelen establecer unos grupos mínimos de comensales para las comidas por lo que seguramente el usuario que quiera participar de esta experiencia la tendrá que compartir con otros usuarios. Los comensales después de disfrutar de la comida pueden hacer comentarios tanto de la comida como del cocinero en la plataforma pues también se valora al cocinero como anfitrión. Cuando se cierra una venta online estos portales añaden una comisión que va desde el 10% al 15% (Canalis et al, 2014). Eatwith es el más selectivo de todos en cuanto a la elección de los anfitriones que se anuncian en su portal, de hecho, expresan claramente en la plataforma que todos los anfitriones son entrevistados por su equipo. Actualmente, como dicen en su página web www.eatwith.com "sólo el 4% de las

solicitudes para ser anfitrión son aceptadas pues exigen que las experiencias que se ofrezcan sean de alta calidad" (Eatwith, s.f).

1.2.3.4 Dentro de las experiencias y servicios en el destino:

Existen plataformas como Vayable, Trip4real, Sherpandipity, Gidsy y TriperOne donde se publican determinadas experiencias como rutas gastronómicas, visitas guiadas, actividades deportivas, talleres, etc. que los usuarios pueden comprar poniéndose en contacto con los oferentes y posteriormente pueden valorar con sus comentarios y puntuaciones dentro de la plataforma.

1.2.3.5 Dentro del cambio de divisas:

Portales como WeSwap o Weelco nos permiten convertir nuestra moneda a la de otros países poniéndonos en contacto con usuarios del país del que necesitamos la moneda y de esta manera realizar el trámite con una persona sin tener que acudir a un intermediario como son los bancos o las empresas que cobran comisiones.



2. Metodología del trabajo

El fenómeno del turismo colaborativo es un hecho relativamente reciente sobre el que no hay suficiente información en medios tradicionales salvo lo que podamos encontrar en publicaciones en Internet. Este tipo de publicaciones son noticias en diarios electrónicos, blogs, páginas web que defienden el movimiento del consumo colaborativo, etc. Al estar en contacto con la comunidad web mediante las redes sociales pude enterarme de que ciertas instituciones suelen proponer mesas de debate y coloquios sobre temas de actualidad. Para poder obtener información novedosa asistí personalmente a dos eventos importantes, a una Jornada sobre "El derecho de la competencia frente a la economía colaborativa" en el Colegio de Abogados de Madrid y al "II Foro de innovación y competitividad en el turismo de interior" (INTURTECH) en el Alcázar de los Reyes Cristianos de Córdoba que además incluía un seminario de Fernando Gallardo sobre "Millennials y la economía colaborativa del turismo". Gracias a poder acudir a este tipo de encuentros y estar presente en los debates sobre las diferentes problemáticas en las que este tipo de turismo es protagonista, tuve la posibilidad de recopilar información de primera mano de los protagonistas implicados en el futuro de la regulación junto las partes afectadas.

Este tipo eventos, reuniones, mesas de debate, se llevan a cabo exponer de manera clara y abierta desde todos los puntos de vista cada uno de los temas críticos que nos atañan y poder llegar así a conclusiones que nos digan qué camino se debería seguir y cómo actuar.

La Jornada sobre "El derecho de la competencia frente a la economía colaborativa" en Madrid estaba formada por en una mesa de análisis "¿Cómo debemos analizar, legal y económicamente, la sharing economy ante la posibilidad de regularla?" con las ponencias de:

- D. Juan Delgado. Director Global Economic Group. Ex-Economista Jefe de la CNC. "Tecnología y auge de los mercados de plataforma".
- D. Oriol Armengol. Socio Pérez-Llorca. "Algunas cuestiones legales que plantea la economía colaborativa".
- D. Ricardo Fernández Flores. Abogado Tourism&Law. "¿Café para todos? Retos a afrontar en la regulación de la sharing economy desde la perspectiva del Derecho de la Competencia".

Y también por una mesa de debate: ¿Cómo debe reaccionar el regulador frente a la sharing economy? Con las ponencias de:

- Dña. Mónica Figuerola. Ex-Directora General de Turismo de La Rioja: Moderadora.
- D. Ramón Estalella. Secretario General de Confederación Española de Hoteles (CEHAT).

- D. Xavier Puig Soler. Técnico Dirección General de la Autoridad Catalana de Competencia.
- D. Luis Manuel Tolmos. Profesor IE Business School. Secretario General de la Asociación Española de Crowdfunding.
- D. Eliseo Martínez Martínez. Abogado de la Federación Española de Asociaciones de Viviendas y Apartamentos Turísticos (FEVITUR)

Al finalizar la jornada pude hablar con D. Eliseo Martínez Martínez, abogado de Fevitur que me ofreció su contacto para que pudiese obtener la información que me fuera necesaria y con D. Joseba Cortázar, director de comunicación de la empresa Homeaway que también me ofreció su contacto para facilitarme aquellos datos sobre la empresa que no encontrase de por sí en la página web oficial.

El Foro de Inturtech 2015 tuvo una duración de dos días y entre diversas temáticas se formó una mesa de debate "Sharing economy. La oportunidad del sector turístico" con las ponencias de:

- D. Fernando Gallardo. Critico de Hoteles de El País; Moderador.
- D. Pedro Antón. Director de Turismo, Ocio, Transporte y Restauración de IECISA
- D. Ramón Estalella. Secretario General de Confederación Española de Hoteles (CEHAT).
- D. Kike Sarasola. Presidente de RoomMate Hotels.
- D. Rarael Gallego. Presidente de la Federación Española de Asociaciones de Agencias de Viajes (FEAAV).

Además este foro contó con un seminario de innovación turística "Millennials y la economía colaborativa del turismo" impartido por el profesor Fernando Gallardo. Tras el seminario se hizo una ronda de networking con los asistentes en el que pude participar y donde pude tratar con diversos empresarios hoteleros y de servicios turísticos de Córdoba que acudieron para familiarizarse con esta nueva tendencia turística. También pude establecer contacto con D. Kunal Chabalas miembro de la comunidad Ouishare España y autor del blog LinkingPositive.com que se interesó por mi trabajo y me ofreció su ayuda.

Si hay algo que tengo que contar en mi trabajo es con el testimonio de los profesionales del turismo sobre este tipo de turismo que debido a la falta de regularización se convierte en economía sumergida y compite con el turismo tradicional. En la asignatura de Destinos Turísticos Especializados en el Grado de Turismo contamos con la presencia de Ana Llera Ceferino, empresaria de turismo rural y directora ejecutiva FLASEM Quality Consulting. En su conferencia "El turismo rural: un barco a la deriva" tome conciencia de que la oferta ilegal de viviendas de uso turístico suponen uno de los principales problemas del turismo rural en Cantabria.

3. El turismo P2P y su impacto en la sociedad

3.1. El turismo P2P en España

A estas alturas no hay duda que se han dado todas las circunstancias favorables posibles para la proliferación del turismo P2P (evolución tecnológica y situación económica y social) y España ha sido el perfecto caldo de cultivo: crisis + exceso de propiedades (segundas residencias) + falta de regulación. El alquiler de viviendas entre particulares no es un fenómeno nuevo ya que se popularizó con la llegada de turistas a nuestras costas en los años 60.

Para hacernos una idea de la importancia del turismo P2P en España, recopilamos los datos generales sobre el turismo del apartado de economía la versión digital del periódico ABC que nos dice que:

"La actividad turística el pasado año (2014) creció un 2,9%, tras la llegada de cerca de 65 millones de turistas extranjeros, un 7,1% más que en 2013, que dejaron unos ingresos de 49.000 millones de euros" un 3,9% más, según las estimaciones de la Alianza para la Excelencia Turística, Exceltur (ABC, 2015)

Según la agencia EFE España el turismo creó el año pasado 53.213 empleos netos e impulsó al mismo tiempo el comercio. Además también benefició al sector de la construcción, ya que se rehabilitaron las zonas turísticas. De esta manera según Efe (Efe, 2015) "el turismo consolida su capacidad para impulsar la recuperación económica y el empleo".

El mercado español, aunque es muy dependiente del comportamiento de los factores determinantes de consumo exterior, fundamentalmente el que se refiere a Europa, ha conseguido consolidarse como uno de los mercados más importantes a nivel mundial.

Tal es la importancia que a principios del año 2015 "España lidera por primera vez el ranking mundial de competitividad turística que elabora el Foro Económico Mundial" (Delgado, 2015). Para obtener dicha afirmación, el Foro Económico Mundial realiza un estudio sobre la industria vacacional de un total de 141 países que consiste en analizar 14 áreas vinculadas al sector turístico y extrae una nota media para cada economía.

En dicho estudio, según nos cuenta la periodista del periódico El País, Cristina Delgado, en su artículo "España tiene el sector turístico más competitivo del mundo", (Delgado, 2015) "España obtiene un 5,31 sobre 7, la mejor calificación de entre los 141 países analizados. Tras España, los países que mejores posiciones registran son, por este orden, Francia, Alemania, Estados Unidos, Reino Unido, Suiza, Australia, Italia, Japón y Canadá".

Según el Foro Económico Mundial, esto se debe a que España presenta gran variedad de infraestructuras, recursos culturales y ha sabido adaptarse a los hábitos de consumo digitales.

De dicho estudio cabe también destacar como nota negativa que a nivel de competitividad en precio ocupamos el puesto 105 en el mundo y el número 100 en ambiente de negocios lo que nos señala el camino de hacia dónde debemos ir para lograr la excelencia turística y fortalecer nuestra posición como líderes mundiales.

Desde el punto de vista económico, según datos de Exceltur, (Exceltur, 2014) el turismo representa un 10,9% del PIB en España e igual cifra en Cantabria. Y no solo a nivel económico. A nivel de empleo, el turismo representa el 11,9% en España e igual cifra en Cantabria. Es por este motivo, dada la importancia económica y social que tiene el turismo a nivel nacional, que se vuelve cada vez más representativo e importante el tema del turismo P2P.

Dentro del turismo, la variante P2P ha crecido de manera constante los últimos años y su proyección es que lo siga haciendo durante los próximos. La Tabla 1 nos permite observar con mayor precisión este hecho.

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Hoteles y similares	37.362.049	36.524.003	31.878.578	33.029.725	36.152.619	37.284.791	39.077.812	41.074.433
Vivienda gratuita (propia, de familiares o amigos)	2.969.203	12.510.138	12.166.204	11.643.699	11.337.499	11.063.463	11.724.213	12.526.254
Vivienda alquilada	4.378.456	4.561.467	4.676.695	4.635.094	5.323.202	5.782.307	6.319.958	7.403.152
Otros alojamientos	3.520.139	3.077.119	3.012.409	3.194.618	3.310.074	3.323.446	3.553.506	3.991.436

Tabla 1 Entradas de turistas extranjeros clasificados por tipo de alojamiento utilizado. Fuente: INE

De los datos de la Tabla 1 nos centraremos las viviendas alquiladas pues son este tipo de alojamientos los que se ofrecen en las plataformas de turismo P2P. Tras realizar la variable acumulada de entre los años 2007 a 2014 se observa que el número de turistas extranjeros alojados en esas viviendas para su uso turístico ha aumentado en casi un 70% desde el año 2007 y con clara tendencia a seguir creciendo, frente al 9,9% de los turistas que se hospedan en hoteles y similares. Es decir, que de los 4.378.456 de turistas extranjeros que utilizaron estas viviendas durante sus vacaciones en el año 2007 han pasado a ser 7.403.153 en el año 2014. De aquí la importancia de controlar este tipo de negocio y que el llevarlo a cumplir los parámetros de la legalidad y el juego limpio sea tarea primordial de las administraciones todo ello sin dejar de ser atractivos para los turistas debido a que un exceso de regulación podría llevar a considerar otras alternativas a nuestros potenciales turistas.

Sector de actividad que:

- Factura, solo en España, más de 2.000 millones de euros al año.
- Da empleo a 23.000 familias de forma directa y a otras 7.500 indirectamente.

Oriol Torres escribe un artículo para el blog Kangapp titulado "Bye, bye turismo 1.0" donde nos advierte de la evolución del turismo debido a los factores que nos rodean (internet, smartphones) y que dirigirse a una agencia de viajes a comprar vuelos o reservar una habitación de hotel ya no es una prioridad a la hora de querer realizar un viaje. Al igual que buscar información sobre un destino en un libro en concreto, en vez de eso nos sumergimos en internet y nos dejamos guiar por comentarios de la experiencia de otros viajeros. Nos presenta en el artículo estos datos interesantes de la consultora Euromonitor:

"Según las estimaciones que elaboró y presentó Euromonitor en el mes de noviembre de 2013, la facturación de las webs P2P dedicadas al alojamiento registrará las siguientes tasas de crecimiento por países durante el período 2012-2017: España: +14%, Francia: +4%, Reino Unido: +2,5%, Italia: +1%. El Euromonitor prevé además que la facturación de alojamientos privados en Europa alcanzará un volumen de 11.000 millones de euros hacia el año 2017". (Oriol, 2013)

3.1.1. Legislación

En apartados anteriores se señalaba a España como una de las potencias mundiales en turismo, sin embargo, a nivel de legislación es donde más flaquea. Existe una gran cantidad oferta de alojamiento no reglado que en muchos casos está dando cobertura a situaciones de intrusismo y competencia desleal que van en contra de la calidad y de la competitividad de los propios destinos turísticos.

La visión desde el gobierno central ha sido "pasar la bola" a las comunidades autónomas y que sean estas quienes se encarguen de regularlo según la apreciación particular de cada gobierno. En un primer momento era la Ley de arrendamientos urbanos era la encargada de regular el alquiler de viviendas turísticas por temporadas. Pero es el 23 de Mayo de 2013 cuando el Pleno del Congreso de los Diputados aprueba la "Ley de medidas de flexibilización y fomento del mercado del alquiler de viviendas" modificando bajo ese nombre la LAU. En esta nueva versión se eliminan los artículos que hacen referencia al alquiler de viviendas turísticas por temporadas quedando excluidas debido al "aumento significativo del uso del alojamiento privado para el turismo" según el análisis de la ley que hacen desde la página web www.colomaabogados.com.

Se excluye ya que esta nueva ley se remite al artículo 149 de la Constitución. Este artículo contempla que dicha regularización de viviendas turísticas pase a manos de las comunidades autónomas bajo normativa sectorial.

Según Xavier Canalis, periodista de Hosteltur (Canalis, 2013) "el espíritu de delegar a regulación quedó patente en declaraciones posteriores a la aprobación del senador Jorge Ibarrondo" quien dijo lo siguiente: "El espíritu general es que la nueva ley no quiere regular la vivienda en régimen de alquiler turístico". Además Canalis apunta que en el artículo 3 de esta nueva ley se aprecia cierta confusión debido a que asimismo "hace referencia a otro tipo de locales o elementos constructivos que sí podrían alquilarse para usos turísticos, siempre que no sean primera vivienda y que no se publiciten ni comercialicen por terceras partes" (Canalis, 2013).

El problema de delegar a cada comunidad autónoma una regulación es que nos enfrentamos a un futuro con 17 regulaciones distintas que puede llevar a una situación de caos y desconcierto que puede dar a lugar a ventajas de unas comunidades sobre otras.

Sin embargo lo que nadie pone en tela de duda es que hace falta una regulación más firme y clara. Las opiniones llegan desde muchos frentes y muchas coinciden en ello. Por ejemplo, el responsable de la asociación catalana de albergues, Carles Gras, ha señalado que (Jorro, 2015) "cualquier transacción está grabada con impuestos, y no puede ser que sólo unos los paguemos y otros no". Además añade que "la falta de control causa, según él, "una guerra de precios a la baja en la que nadie gana"

Según nos cuenta Ignasi Jorro, recogiendo también las palabras del director del hotel Ámister de Barcelona, Idefonso Moyano, este último expresa que: "Airbnb y similares no son competencia directa, sino un producto sustitutivo. Y sí, preocupa". Continúa diciendo que "el debate no es apartamentos turísticos sí o no. Se trata de seguir la legalidad. Y nadie obliga a los anfitriones de Airbnb a pagar IVA, IRPF, o a que pasen inspecciones" (Jorro, 2015)

3.2. El turismo P2P en Cantabria

Como se señalaba en el apartado anterior el turismo es clave en Cantabria tanto a nivel de empleo como económico y la ebullición del turismo P2P también se ha sentido en nuestra comunidad. Muchas han sido las voces de protesta desde varios sectores del turismo lo que ha llevado al gobierno de la comunidad a regular el mercado del alquiler a corto plazo en las viviendas turísticas, a regular la actividad de mediación turística a través de internet y a proteger el valor cultural de las cabañas pasiegas en la región.

Después de que el Gobierno de España sacase las viviendas turísticas de la Ley de Arrendamientos Turísticos incita a las comunidades autónomas a que regulen según les convenga.

Dicho esto, Cantabria modifica el Decreto 82/2010, de 25 de noviembre, donde se regulaban los establecimientos de alojamiento turístico extra hotelero con el nuevo Decreto 19/2014, de 13 de marzo.

3.2.1. Ley reguladora del alojamiento extra hotelero de Cantabria

Tras los arreglos efectuados dentro de la ley reguladora del alojamiento extra hotelero en la Comunidad Autónoma de Cantabria, se destacan los puntos clave de dicha ley que desde la página web www.vacaciones-espana.es recogen de manera clara y concisa:

"Normas generales para la admisión

- Cualquier entidad jurídica – individuo o negocio – puede solicitar una licencia para abrir su 'Alojamiento extra-hotelero'.
- Dicha persona no puede vivir en la propiedad al mismo tiempo que alquile su propiedad, como tampoco está permitido el alquilar de habitaciones individuales en su hogar. No se puede alquilar una propiedad para a su vez subarrendarla.
- Todas las propiedades deben ser adaptadas para personas con discapacidad, en base a los parámetros establecidos en el Código Técnico de Edificación (CTE) o después de la actual legislación para la eliminación de las barreras arquitectónicas.
- La vivienda recibirá una calificación de calidad de 1, 2, 3 y 4 llaves. Toda la información acerca de la propiedad - precios, folletos, facturas y publicidad, debe estar disponible por lo menos en Castellano e Inglés. Y se debe indicar claramente su categoría y grado de calidad.
- Si se decide no registrar su alquiler de vacaciones, usted podrá seguir ofreciendo alquileres de vacaciones a corto plazo en virtud de la Ley de Arrendamientos Urbanos - LAU (Ley Arrendamientos Urbano). Para ella, se debe ofrecer un contrato de alquiler por cada reserva y declarar todos sus ingresos en la declaración de impuestos. Sin embargo, no se debe anunciar el alquiler de vacaciones en cualquier lugar utilizando los términos: vacacional, vacaciones, turístico o utilizar cualquier otro término que sugiera un alojamiento turístico.
- Se debe tener sistemas contra incendio y de seguridad. Si el apartamento de alquiler de vacaciones está situado dentro de un bloque de apartamentos, el edificio debe tener un sistema de protección contra incendios, alarma de pánico, dispositivos de iluminación de emergencia y señales de evacuación como un plano del edificio en su entrada.
- Todas las propiedades deben tener un sistema de calefacción que funcione y agua caliente disponible en todos los cuartos de baño y cocinas. Las propiedades que obtengan tres o cuatro estrellas, también deben ofrecer un sistema de aire acondicionado frío / calor.
- Se debe presentar un formulario de 'Declaración Responsable' (Declaración Jurada) en la Dirección Regional de Turismo. La legislación establece que se debe hacer esto antes de comenzar la actividad. Sin embargo, incluso antes de que pueda presentar la solicitud, se debe solicitar una licencia municipal de apertura en el ayuntamiento local y registrar su actividad con Hacienda (Agencia Tributaria) y la oficina de la Seguridad Social.
- Se debe contar con el seguro de responsabilidad civil correspondiente. La póliza debe ser presentada dentro de un mes de su aplicación hasta que cese la operación". (Bravo, 2014)

3.2.2. Regulación de la actividad de mediación turística en Cantabria

Además, siguiendo el tema que tratamos, Cantabria con el "Decreto 49/2011, de 19 de mayo de 2011, por el que se regula la actividad de mediación turística desarrollada por agencias de viajes, centrales de reservas y organizadores profesionales de congresos en el ámbito de la Comunidad Autónoma de Cantabria", constituye que aquellos que desenvuelvan su actividad a través de medios electrónicos de la sociedad de información han de disponer obligatoriamente de los medios técnicos óptimos de manera que los consumidores puedan acceder, de forma segura, sencilla y continuada a una información de calidad.

3.2.3. Regulación de uso turístico de Cabañas Pasiegas

Por último el gobierno regional ha querido dotar de protección al valor cultural que las Cabañas Pasiegas tienen para la región. Esto unido a una iniciativa de la Asociación de casas rurales ha desembocado en un decreto que regulará su uso turístico.

El "Decreto 39/2014, de 31 de julio de 2014, por el que se regulan los alojamientos turísticos en Cabañas Pasiegas en el ámbito de la Comunidad Autónoma de Cantabria", elaborado por la Consejería de Innovación, Industria, Turismo y Comercio, despliega en su articulado una regulación específica para las cabañas pasiegas, en la que se ha tenido en cuenta las peculiaridades del entorno espacio pasiego y sus rasgos más característicos.

Se regulan las cabañas pasiegas independientemente a como se regulen los establecimientos turísticos rurales con el fin de salvaguardar y valorar un patrimonio etnográfico y cultural aparte de dar paso a una nueva actividad económica.

Igualmente se quiere de este modo fomentar un nuevo atractivo turístico en la región, un nuevo producto turístico que sea diferente y complementario a otros ya existentes en el conjunto de la oferta turística de Cantabria.

Según Eduardo Arasti, ex consejero de Turismo de Cantabria:

"Las cabañas pasiegas, y en general todo el territorio pasiego, poseen unas características paisajísticas y patrimoniales únicas que las convierten en singulares y atractivos como destino turístico asociado a valores como la experiencia, las emociones o el contacto con la naturaleza y las costumbres propias del lugar, acordes a las demandas del turista actual. (Hosteltur, 2014)

Añade también relevancia a "facilitar a los propietarios de cabañas un nuevo modo de vida y de ingresos que permita el desarrollo económico de los municipios pasiegos y contribuya a mejorar la economía y calidad de vida de sus habitantes". (Hosteltur, 2014)

3.2.4. La vivienda vacacional en Cantabria

A 1 de Septiembre de 2015, tras consultar las principales plataformas de turismo P2P en Cantabria, se muestra que a través de estos medios existe una oferta total de alrededor de 4394 viviendas de alquiler íntegro, 334 habitaciones privadas y más de 140 plazas dedicadas al intercambio de vivienda. Aquí se presenta el desglose de la oferta:

- Airbnb: 1008 alquileres íntegros, 299 habitaciones privadas y 11 habitaciones compartidas. Del total de alquileres, 95 ofrecen desayuno.
- Homeaway: 748 alquileres íntegros.
- Housetrip: 280 alquileres íntegros.
- Wimdu: 191 alquileres íntegros y 35 alquileres de habitaciones privadas.
- Niumba: 1333 alquileres íntegros.
- Rentalia: 812 alquileres íntegros.
- BedyCasa: 22 alquileres íntegros.
- Home for exchange: 10
- Couchsurfing: 12
- Intercambio de casa: 55
- IntercambioCasas: 63

Considerando a Airbnb como la plataforma más importante en cuestión de popularidad nos adentramos en su oferta para observar que tipos de viviendas se comercializan. Tomando una muestra del 11.89% de las 917 viviendas para alquiler íntegro a fecha de 30 de Abril de 2015 que se encuentran en ese momento, se deduce tras un análisis que

- Los tipos de vivienda que se ofrecen son: apartamentos, dúplex, cabañas, loft, villas, chalets...

- El precio medio de estancia por noche respecto al número de plazas en la vivienda es:

Número máximo de plazas en la vivienda	Precio por noche
2	51,56€
3	60,71€
4	61,83€
5	94,20€
6	76,55€
7	101,73€
8	148,50€
9 o más	205€

Tabla 2 Precio medio de estancia por noche en viviendas ofertadas en Airbnb. Fuente: propia

4. Punto de vista de los principales actores del turismo colaborativo

Como se comentó en apartados anteriores, la información más relevante respecto al tema del turismo peer to peer se pudo extraer de los eventos dónde participaron las personas que más entienden del tema y de cuyos debates se encuentra una gran oportunidad para señalar el camino a los legisladores en beneficio de todos y en cuyas manos está llevar al camino correcto la legislación para beneficio de todos. Partiendo de este punto, surgen cada día una gran cantidad de debates en prensa escrita, radial y digital además de los debates presenciales a los que se ha tenido acceso. Tras filtrar las distintas informaciones recogidas, este capítulo se centrará en los debates de los que se ha sido parte presencial así como en la red.

4.1. Jornada "Derecho de la Competencia frente a la economía colaborativa"

Dentro de esta jornada de análisis se tocaron varios puntos interesantes de los cuales, los actores de cada sector brindaban su opinión al respecto. A continuación se presentan las preguntas que se consideraron más relevantes y un resumen de cada punto de vista.

4.1.1. ¿Cómo debemos analizar, legal y económicamente, la sharing economy ante la posibilidad de regularla?

D. Ricardo Fernández Flores, abogado de Tourism&Law parte del hecho de que para lograr analizar correctamente la economía colaborativa hay que tener muy claro los conceptos. Por ejemplo, afirma que en el caso del consumo colaborativo es esencial recalcar que no se decide crear un nuevo bien sino más bien acceder a uno que ya existe. Se trata del paso de una economía de propiedad a una economía de uso en la que se decide acceder al uso de un bien.

Añade que las empresas que triunfan en el ámbito del turismo p2p son e-commerce⁶ como Airbnb, Uber o Blablacar debido a un coste de comercialización muy

⁶ "El e-commerce es un término anglosajón que se refiere al comercio realizado electrónicamente, el comúnmente llamado comercio online. El e-commerce o comercio electrónico se refiere a la propia transacción comercial como tal, esto es, al cambio de un bien, producto o servicio por dinero u otro bien similar". (<http://www.mastermagazine.info/>)

pequeño y a que se basan en un estándar de reputación de confianza y seguridad que generan en los usuarios de internet la confianza de dejar sus bienes a otras personas.

D. Oriol Armengol, socio de Pérez-Llorca, afirma que se tiene que tener claro la actividad de estas plataformas de e-commerce. Para él, Airbnb o Homeaway por ejemplo, en sí, no alojan a nadie, por lo tanto, no tiene mucho sentido aplicarle la legislación hotelera. Blablacar o Amovens no son transporte público, no transportan a nadie por lo que no hace falta exigirle las licencias que se exige a los transportistas. Eatwith no invita a nadie a comer, solo pone en contacto al que quiere ofrecer su comida y a los interesados en probarlo. Estas plataformas no alojan, no transportan, no dan de comer, lo que hacen es comercio electrónico en una plataforma tecnológica. Otro caso diferente es el de Uber, que en cambio tiene que estar sujeto a la legislación en materia de transporte según la legislación española, en concreto tiene que responder a la "Ley de Competencia Desleal". Esto se debe a que Uber se dedica a transportar a personas por medio de unos conductores que trabajan para Uber que compiten con el servicio de taxi.

En su opinión estas empresas están perfectamente reguladas por lo que son legales. Lo justifica diciendo que existe en España la "Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico" que a su vez transforma la directiva del año 2000 del marco electrónico que regula los operadores en el acceso a internet. Tras esto deja planteada la siguiente pregunta: "¿Significa esto que las empresas de economía colaborativa son completamente ajenas a las actividades en las que intermedian?"

D. Juan Delgado, director Global Economic Group, es un tema de gran importancia. Afirma que las plataformas de Internet reducen los costes de encuentro entre las dos partes, los costes de transacción y además cada uno de los miembros de la plataforma aporta valor, y subraya: "¿Qué características económicas tienen estas plataformas? Interdependencia entre los dos lados, subsidios cruzados entre las plataforma. Por ejemplo, en Google los que pagan son los anunciantes, los que no pagan son los usuarios; si hablamos de la versión web de El País los que pagan son los anunciantes y el lector esta subsidiado".

D. Eliseo Martínez, abogado de Usequitas y Fevitur⁷, dice que el único riesgo que tiene ahora mismo el sector es que "puede que el exceso de regulación o una regulación no adecuada acabe convirtiendo el problema en un problema concreto que está empezando a ocupar y preocupar en el sector de las viviendas de uso turístico".

A continuación realiza la siguiente pregunta: "¿Cuáles son las características esenciales de las viviendas de uso turístico para quienes no las conozcan?". Cita que, la

⁷ Federación Española de Asociaciones de Viviendas y Apartamentos Turísticos (FEVITUR).

primera vez que existe una norma que define qué es una vivienda de uso turístico, es en el "Decreto 2206/1972 de 18 de agosto sobre requisitos mínimos de infraestructura en alojamientos turísticos". De dicha ley se queda con tres ideas principales:

1. Las viviendas solo se pueden edificar en suelo residencial.
2. Las viviendas deben de contar desde el punto de vista municipal con licencia característica, con una licencia de ocupación o célula de habitabilidad.
3. Las viviendas deben promocionarse o comercializarse a través de canales turísticos de bajo precio. Tienen que estar amuebladas y equipadas porque tienen que contar en situación de uso inmediato y deben dedicarse al tráfico de turistas.

Para él, el turismo tradicional y el turismo p2p coinciden en que son una forma de alojamiento de igual forma que existen distintos medios de transporte: "y de igual forma que no es lo mismo llegar a una estación de cualquier ciudad y decidir ir a nuestro destino andando, alquilando una bicicleta, cogiendo un taxi o cogiendo un autobús. Lo cierto es que son formas alternativas y distintas de desplazarse, que cada una por lo tanto debe de tener una regulación genuina y diferenciada, puesto que son distintas". A su juicio, igual que se ve discriminatorio tratar de distinta manera a fenómenos que son iguales desde el punto de vista regulatorio, es igualmente discriminatorio tratar de la misma manera a fenómenos que son distintos. Son esas distinciones las que considera esenciales.

Realiza la siguiente pregunta: "¿Cuál es la situación cuando estamos hablando de regulación de competencia?". Expone que el sector de las viviendas de uso turístico es muy antiguo, poniendo como ejemplo quincenas de veranos o dos meses en las que se alquilaban pisos en la playa, esos son en su opinión viviendas de uso turístico. Para él, uno de los problemas básicos de la regulación es la ausencia de normativa económica como, que se busque una normativa autonómica en lugar de que sea centralizada y, sobre todo, que debido a los grandes números que mueve el sector se le exija requisitos de imposible cumplimiento como queda en manifiesto cuando resalta: "Si se produce una confusión y perdemos la idea clara de cuál es el origen de la figura que estamos regulando corremos el riesgo de tener normativas que impidan de hecho la actividad, al exigir unos requisitos que no se pueden cumplir. Ahí sí creo que coincidimos en que tendríamos un problema de competencia, porque ese exceso de normativa o normativa abrumadora, de naturaleza no respetuosa para la pareja jurídica de la actividad que regula, puede provocar serios problemas en el mercado".

En resumen, lo que quiere dejar claro desde su punto de vista, destacando que como abogado defensor de estas comunidades tiene un claro sesgo a favor de las plataformas P2P, es que existen diferencias esenciales radicales entre las distintas formas de alojamiento que nos encontramos y por lo tanto no se pueden tratar de la misma forma.

D. Ricardo Fernández Flores, abogado de Tourism&Law, expone que en Fevitur la mayoría de apartamentos turísticos son empresas profesionales y no está tan centrado en la figura del particular pese a que reconoce que existe ese mínimo. Resalta que existe un trasfondo no tan evidente en el consumo de servicios de alojamiento ya que el objetivo es dar prioridad al acceso respecto a la propiedad ("La gente no se compra una casa cuando se va de vacaciones").

Dice que "Quien compite con quien es la verdadera cuestión". En su opinión Airbnb no compite con un hotel, sino el que compite con el hotel es el anfitrión que cede su casa y la anuncia en Airbnb. Continúa diciendo que "La realidad es que Airbnb o Uber compiten con otras empresas prestadoras de servicios por internet y son tácitamente legales pero que pueden en su desarrollo cometer ilegalidades". Lo aclara diciendo que si una plataforma es legal no quiere decir que esta tenga que ser responsable. Los beneficios que generan estas plataformas son a nivel competitivo y tienen que estar basadas en objetivos de interés general, como por ejemplo la seguridad aunque las plataformas no lo tienen por objetivo. Una empresa hotelera presenta cierta ventaja en este tema a las plataformas ya que provisiona un 2% de sus ingresos a contingencias que puedan ocurrir en la piscina del hotel como caídas, disturbios de clientes borrachos, balconing... haciendo que dicha ventaja se traslade al precio y por lo tanto a la "elasticidad" de la demanda.

Argumenta que realmente Google o Ebay son mucho más competitivas que Airbnb o Blablacar porque llevan 10, 15, 20 años generando un estándar de reputación lo que a clientes con mejor posición en sus sistemas de reputación les otorga ventajas frente a la competencia (Por ejemplo, aparecer en posiciones superiores tras resultados en búsquedas o bien buena reputación).

A su modo de ver hay tres grandes retos de la regulación:

1. Conseguir que los nuevos sectores que entran en el mercado del turismo puedan competir pero protegiendo a los que ya están en el mercado y que están cumpliendo una normativa. Es imposible acabar con 260 directivas que por ejemplo el mundo del alojamiento hotelero tiene que soportar.
2. Imponer barreras en algunos casos, en otros no, que no sean irracionales, que tengan una motivación detrás y sobre todo en materia de competencia.
3. Impedir la creación de monopolios teniendo en cuenta que las plataformas P2P son frágiles en el sentido de que la propiedad de la que están vendiendo de esos servicios no son suyos.

Menciona también la "Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico" donde se advierte en el artículo 16 que quienes albergan contenido en estas plataformas no son responsables de la legalidad". Las plataformas se han agarrado a este artículo para demostrar que no son responsables ya

que lo que hacen es poner en común a dos partes que deciden hacer una transacción. Aunque también resalta que el gran volumen del propio tráfico de internet impediría la actividad económica si tuviera que responder de todas esas transacciones. "Si pensamos en Google, Google no puede responder que toda la información que está en internet sea legal o no".

Otro tema que destaca es el de las planificaciones urbanas, pues el centro de las ciudades se está llenando cada vez de más gente que explota económicamente sus casas. Sostiene que "puede ser perfectamente legal, pero a lo mejor se debe decir que porcentaje de la planificación urbana se puede dedicar a dicha actividad, y esto debe ser una decisión que la normativa y la regulación debe tener en cuenta".

4.1.2. ¿Cómo se debe reaccionar el regulador frente a la sharing economy?

Dentro de esta pregunta citaré la introducción de la moderadora del evento, Dña. Mónica Figuerola, ex directora general de Turismo de La Rioja, ya que resalta claramente la importancia y relevancia que conlleva el tema: "Esta regulación supone un gran reto para los poderes públicos, en definitiva para los legisladores autonómicos, sobre todo los que nos encargamos del área de turismo que tenemos competencias exclusivas en virtud de la Constitución de 1978 y lo que significa ahora mismo el reto, el paradigma al que nos estamos enfrentando, cómo abordar este cambio tecnológico que está afectando a la manera de gestionar nuestro sector turístico. Estamos en un momento histórico, yo diría más, en el sector turístico español estamos ante un hecho que sin duda alguna es probablemente el más importante al que nos hemos enfrentado en la última década".

Para responder claramente a esta pregunta, dentro de la mesa de debate los responsables de cada sector expusieron sus puntos de vista. Para ello, se dividió el tema en 3 preguntas:

4.2.3.1 ¿Cuál es el reto legislativo al que nos estamos enfrentando en este momento?

D. Xavier Pluig, técnico de la Dirección General de la Autoridad Catalana de Competencia, manifestaba que los retos son varios. El primero de ellos es conocer las nuevas realidades que conjuran estos nuevos sistemas de transacción, un segundo reto es regular adecuadamente según los tiempos que corren ya que quién legisló hace 20 años vivía una realidad distinta en la que ni tan siquiera se imaginaba el impacto de Internet por lo que subraya que estas nuevas actividades nacen a legales o ilegales si se les intenta aplicar la normativa de otros tiempos. Aboga para que estas nuevas iniciativas pasen de esta situación de alegalidad a legalidad para poder regularlas y por tanto imponer algún

tipo de obligación, como la tributaria, y que sean proporcionales. El tercer reto sería analizar el suavizar las obligaciones que hoy en día resultan desproporcionadas para quienes las tienen que soportar actualmente.

D. Ramon Estalella, secretario general de CEHAT⁸, advierte diciendo que España presenta un porcentaje considerable de economía sumergida dentro del sector turístico y añade diciendo: "Entendemos que el primer gran reto que tenemos que conseguir es hacer ver lo que son actividades económicas de verdad y lo que son labores de supervivencia de determinadas personas. En el último informe de Lifeinspain que son los promotores inmobiliarios, nos indican que ha crecido un 400 x 100 en dos años la venta de viviendas a personas corruptas extranjeras para meterlas en el mercado de alquiler vacacional". De esta manera señala que el principal caso ya no es el de la persona que tiene su vivienda desocupada y decide sacarle rendimiento económico, sino que hay por detrás grandes inversiones que intentan aprovecharse del sector. Estamos hablando de una actividad económica enorme que ahora mismo está compitiendo en base a que los hoteles tienen que cumplir unas 400 normativas para poder abrir la puerta, algunos de estos portales de lowcost están compitiendo con alojamientos lowcost, pero un hostel tiene que cumplir cerca de 200 normativas".

Un punto interesante en el que coincide con varios ponentes es que desearía que la normativa no sea local o autonómica, se debería ir a una normativa europea y añade además las dificultades de desregular: "El problema está en pagar a 7 entidades de la propiedad intelectual por el hecho de tener la tv en la habitación, con independencia de que sea o no ocupada la habitación, impuestos de basura, etc. Es decir, cuando vemos la normativa que tenemos que cumplir, y se dice que se quiere desregular, pues perfecto, pero qué hacemos mientras tanto con las inversiones que se han hecho para poder cumplir con esa normativa".

D. Joseba Cortázar, director de comunicación del Grupo HomeAway en España y Portugal, manifiesta que el primer reto al que se enfrentan los legisladores es la responsabilidad en cuanto cuál es la industria que se pretende regular. Saber qué es una vivienda de alquiler vacacional, saber cuáles son los tipos de servicios que ofrecen, cómo se gestionan, cuáles son los distintos agentes que intervienen en este proceso, los particulares, los gestores, y adecuar la regulación a cada una de esas realidades. En segundo lugar es también conocer las plataformas, porque no es lo mismo Airbnb, que Homeaway que Housetrip o Rentalia. Piensa además que se debería escuchar a los viajeros y a las plataformas. Dice que "El objetivo principal debería ser que la economía sumergida aflore y no solo centrarse en hacer un control en las plataformas o canales de promoción de oferta turística".

⁸ Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos.

4.2.3.2 *¿Qué valor pueden aportar en este proceso de definición de una nueva normativa las mesas de debate?*

D. Ramón Estalella, dice que "en primer lugar lo que se debe hacer es intentar hacer entender a las autoridades y sociedad en general que hay veces que lo mejor es enemigo de lo bueno, y muchas veces lo deseable no tiene mucho que ver con lo posible, ante esto tenemos que saber la pérdida de ingresos, que piensan las comunidades de vecinos, pues habrá comunidades que no quieran que alguien extraño cada dos días tenga las llaves del portal de su edificio o del garaje, estamos pidiendo que haya una responsabilidad de las plataformas, una responsabilidad de los usuarios, que tengan requisitos como al menos el de cumplir con las obligaciones fiscales pues no les podemos pedir otros requisitos de unidades de emergencia".

D. Joseba Cortázar señalaba sin embargo que los debates ayudan pero faltan estudios que contextualicen cual es la realidad, para que se vea en base de información real emitir juicios de valor. Además destaca que "hay que tratar de garantizar los derechos de los vecinos con los derechos de una persona al poner en uso su propiedad privada como estime oportuno siempre respetando una serie de normas". Además pide que se apoye la inversión nacional: "Me estoy encontrando con una competencia desleal ya que tenemos que soportar ciertas restricciones pero resulta que viene un operador de Italia, que no está en España, que resulta que está diciendo que te alquila una vivienda durante 6 meses, por lo que salgo fuera de lo que es el alquiler de corta temporada, y a su vez esa empresa del operador italiano subcontrata a otro operador en Irlanda donde están arrendando esa vivienda para corta temporada. Esto está pasando cuando en muchas ocasiones intentamos bloquear a plataformas que están en España, que invierten en España, que están generando trabajo en España, que cumplen con la legislación vigente en España. Lo que estamos fomentando es que se promocionen de una forma mucho más opaca y la posibilidad de poder controlar esa economía sumergida va a ser mucho más difícil de lo que ya es hoy por hoy".

4.2.3.3 *¿Cómo abordar esta regulación, matizar como debe ser esa regulación?*

D. Ramón Estalella ante esta pregunta responde que se debe exigir mayor responsabilidad a las plataformas, que tomen una actitud activa y cita un caso en Estados Unidos: "En Estados Unidos por ejemplo en alguna de estas grandes plataformas se les ha obligado por un tema de economía fiscal que sean ellos los que cobren y paguen los impuestos. Al final sí nos interesa que se llegue a la regulación fiscal por lo que a lo mejor estas plataformas deben entender que tienen que actuar de forma más activa". Para regular las viviendas turísticas destaca que dependen de su ubicación: "En Bilbao están

muy enfadados porque se han puesto alrededor de quinientas viviendas alrededor del Guggenheim y un dato curioso es que estas viviendas están en manos de extranjeros, las han comprado y las transacciones que hacen las webs extranjeras. Esto hace que un señor extranjero le pague a una web extranjera por lo que el dinero no llega a España nunca". Por último insta a que se obliguen a cumplir ciertas garantías de seguridad como por ejemplo, que se explique el correcto funcionamiento de la vivienda.

Dña. Mónica Figuerola responde que cada una de las Comunidades Autónomas debe analizar y reflexionar sobre el modelo turístico que quiere para su destino, para su futuro y desarrollo y por lo tanto tendrá que adaptar esa regulación a las necesidades circunstancias a la situación de cada región.

4.2. Foro sobre innovación y competitividad en el turismo de interior (INTURTECH)

Este evento de dos días se centró sobre todo en aprovechar la tecnología para aumentar la competitividad. Se trataron también temas vistos en capítulos anteriores como la legalidad del turismo p2p, la falta de regulación y el daño que hace la economía sumergida a nuestro país.

Igual que en distintos foros coinciden en que lo ideal sería una legislación homogénea pero no prohibitiva. Se destacó que España debe formar parte de la economía colaborativa poniendo como ejemplo el crecimiento que supone la economía colaborativa para los E.E.U.U y sus 58 meses de crecimiento así como la reducción del paro a 5,6 %. 80 millones usuarios viven de la economía colaborativa en los Estados Unidos y los vaticinios para los próximos años es que la economía colaborativa genere el E.E.U.U. 335.000 millones de dólares según el artículo "Reforma economía colaborativa al mercado" publicado en el diario digital El Norte. (El norte, 2015). También destacan que los empresarios turísticos deben evolucionar y ser también empresarios tecnológicos, es decir, aprovechar la tecnología para acercarse al cliente, además de que con respecto al producto turístico en sí, dar un paso hacia adelante y ofrecer no solo un alojamiento sino también experiencias. Resaltan que las claves de la competitividad futura se basarán tan solo en ser mejores sino también en ser diferentes.

D. Ramón Estalella destaca un punto interesante sobre economía colaborativa y economía sumergida: "Siempre en España hasta hace muy poco tiempo, mucha gente veraneaba un mes, y cuando se veraneaba un mes nadie iba a un hotel sino que se iba a una vivienda. Lo que decimos ahora es que se va alquilando cada vez por periodos más cortos. El alquiler de vivienda rural ha sido siempre lo que nosotros pensamos que era la economía colaborativa. La economía colaborativa nace cuando alguien de forma altruista pone a disposición de unos terceros su vivienda. A partir de ahí es muchas personas que

están en la economía sumergida y que quieren seguir allí, se aprovechan de ello y dicen y venden que ellos hacen economía colaborativa. Esto no solo indigna al sector hotelero sino también a la propia comunidad de economía colaborativa".

El sector hotelero cree que ha convivido siempre con el alquiler de viviendas lo que no quiere es que haya un número tan importante del alquiler de viviendas desreguladas que ocasionan un problema de competencia en España. "Lo que es normal es que cuando vemos que las estadísticas de Frontur dicen que de los turistas extranjeros que vienen a nuestro país, este año 65 millones de turistas, 17 millones han ido a casa de familiares y amigos gratis este año. Yo no creo que haya tantos holandeses y suecos con tantos primos o familiares. Lo que existe de verdad es una gran economía sumergida que es mala para todos".

El presidente de Room Mate Hotels, Kike Sarasola, comentó que "hay que hacer una regulación inteligente, hay que adaptarse porque hay otros destinos en el mundo que ya lo están haciendo", y entiende que España debe afrontar esta labor para no perder competitividad. Por su parte el presidente de la Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV), Rafael Gallego, afirmó que es necesario legalizar antes de que se produzcan algunos problemas, y en concreto se refirió a las viviendas turísticas. Su temor es que pudieran perjudicar a la imagen de un destino o incluso a toda la imagen de España.

Afirmó que además, esta tendencia no se puede parar, "si no le damos al cliente la oportunidad de alquilar una vivienda se va a ir a otro sitio". En este sentido, aseguró que "las agencias no van a desaprovechar la ocasión de incluir en sus ofertas todos los establecimientos que cumplan las exigencias de calidad y estén legalizados, y los turoperadores tampoco".

El moderador del debate, Fernando Gallardo, crítico de hoteles de El País, defendió que "en la transición hacia la economía digital el consumidor se ha convertido en protagonista" y esto ha revolucionado el sistema porque en la economía tradicional "las empresas tenían el rol dominante pero ahora, los usuarios se incorporan a ese protagonismo y por lo tanto, todas las normas que había a favor de la empresa se van modificando por el control que adoptan los consumidores en el sistema". Por otro lado, propuso que quizá una fórmula adecuada para regular las viviendas vacacionales sería hacer algo parecido a la legislación que rige las pensiones para que "se establezcan garantías para el consumidor, que estas actividades sean fiscalmente transparentes y que el empleo sea legal".

El director de turismo, ocio, transporte y restauración de IECISA⁹, Pedro Antón, afirmó que "el reto de la economía colaborativa es la gestión del cambio", es decir, cómo

⁹ Informática El Corte Inglés.

gestionar casos como el de los taxistas que han pagado tanto por sus licencias y que ahora ven que llegan otros que prestan servicios con sus coches sin mayores trabas.

Durante su ponencia anterior al debate, Kike Sarasola remarcó que en su caso, con la creación de BeMate, intentó ver el panorama desde otro punto de vista: "mientras otros pensaban que había que prohibir los nuevos P2P, yo pensé, vamos a copiarlo y vamos a mejorarlo". Lo que hace BeMate es ofrecer únicamente apartamentos que ya han sido revisados por su equipo, que comprueba la calidad, y que además ofrecen servicios adicionales opcionales gracias a la cercanía de los apartamentos con sus hoteles de RoomMate, algo que Airbnb o HomeAway no están haciendo. Afirma que vio una gran oportunidad y que pensó que BeMate puede ser diez veces más grande que RoomMate: "Lo que hemos hecho es unir el mundo de los hoteles con el mundo de las nuevas tecnologías". Comparte además que "hay que desregular un poco el sector hotelero", a la vez que afirma que "hay que regular con inteligencia el sector de la economía colaborativa", y añade que "En España tenemos que aprender a copiar, hay que copiar lo que funciona".

En resumen, negar las evidencias y los problemas no es una táctica sostenible a medio plazo. Las autoridades deberán tomar cartas en el asunto de manera proactiva y, sobretodo, creativa.

Esa propuesta de valor pasa por la personalización, las experiencias, el servicio. Hay que pensar en el cliente más que en el producto, definir el producto según lo que necesita el cliente y luego superar las expectativas creadas con una oferta de calidad. Se trata de saber crear esas expectativas y cumplirlas o superarlas, que es lo que, según Kike Sarasola, define el precio: "Si es así al cliente no le importa pagar más, no le importa repetir. Pero eso es lo que espera, no espera llegar a un sitio donde le atiendan medianamente bien, con una habitación y un cuarto de baño. No es suficiente. Para eso elige algo más barato".

Añade además que el sector P2P es un competidor más, con sus aspectos positivos y negativos, y que atraerá a un determinado perfil de demanda, ante el que el hotelero deberá competir con sus armas para poder luchar por ese segmento de mercado: "Cada uno tendrá su nicho, pero el hotelero, por know-how, capacidad, instalaciones y conocimiento, tiene muchas más herramientas en su mano, si las sabe utilizar, para salir victorioso de esta batalla. Pero tiene que usarlas. No sirve de nada ponerse a llorar y seguir haciendo lo mismo: me encuentro una realidad distinta, por lo que tendré que hacer cosas nuevas, diferentes, para poder competir. Es algo imparabile, no lo podemos evitar. Entonces asumámoslo y actuemos en consecuencia".

4.3. Aplicando lo aprendido a las viviendas vacacionales en Cantabria

Como se comentaba en el apartado 3, en Cantabria se hace frente al turismo P2P mediante el Decreto 82/2010 de 25 de noviembre, por el que se regulan los establecimientos de alojamiento turístico extra hotelero en el ámbito de la Comunidad Autónoma de Cantabria en donde están incluidas las viviendas vacacionales. Considero clave distinguir, entre las viviendas vacacionales, 2 tipos diferenciados: alquileres de temporada y alquileres turísticos. El primero se refiere al alquiler más tradicional que se suele realizar en nuestra región por la que personas alquilan viviendas vacacionales por una duración mayor a un mes. El segundo se refiere más específicamente a alquileres de corta duración donde su uso es más específico de un viaje y que realmente representa competencia.

Dentro de los tipos de vivienda vacacional, de cara al ámbito legal según el mencionado decreto, la diferencia viene marcada fundamentalmente por el canal por el que se anuncia. Esta diferenciación se resalta mediante la definición de empresa de alojamiento turístico extra-hotelero que se cita a continuación: "A los efectos previstos en este Decreto, se considerarán empresas de alojamiento turístico extra hotelero las dedicadas de forma profesional y/o habitual a proporcionar a sus clientes, mediante precio, y en condiciones de uso inmediato, residencia en apartamentos turísticos, estudios, bungalows o chalets, siempre que comercialicen o promocionen esta actividad en canales de oferta turística y la realicen con finalidad lucrativa. Dicho servicio podrá ir acompañado de otros complementarios".

Esta diferenciación es muy importante debido a que al primer tipo, alquileres de temporada, lo regula la Ley 29/1994, de 24 de noviembre, de Arrendamientos Urbanos mientras que al segundo tipo, alquileres turísticos, lo regula el Decreto 82/2010 de 25 de noviembre, por el que se regulan los establecimientos de alojamiento turístico extra hotelero en Cantabria.

Lo que se está haciendo bien es controlar dicha actividad. Muchas personas que tenían sus casas publicadas en canales de oferta turística y que no contaban con los permisos necesarios, han recibido una carta informándoles de su situación y de cómo deben de actuar para no ser sancionados. Además, las viviendas vacacionales son otro tipo de experiencias que buscan los turistas que no debemos descuidar.

Al final, las grandes cadenas hoteleras acabarán adaptándose para sobrevivir. Una vez que la legislación en la región está vigente, el reto para los profesionales del turismo es sobre todo adaptarnos a los tiempos que corren. No ver el turismo P2P como una amenaza sino más bien como una oportunidad. Una oportunidad de emprender, de adaptarnos y crecer como profesionales. Como se desprende de los distintos debates, la solución no está

en prohibir sino regular, llevar hacia la legalidad para así poder controlar mejor la economía sumergida. El objetivo claro debe ser acabar con la economía sumergida, atraer a los nuevos turistas ofreciéndoles experiencias y sobre todo el objetivo no debería ser "mejorar los precios" sino ofrecer calidad.



5. Conclusiones y propuestas

Hay una concienciación general en el ámbito profesional de que el turismo p2p es una tendencia turística que forma parte de la demanda tanto de turistas extranjeros como nacionales. Sin embargo, lo que también está claro es que bajo este manto se ocultan millones de euros en economía sumergida por lo que el objetivo claro debe ser regularla aunque para ello haya que poner de acuerdo a los implicados.

La evolución tecnológica está transformando el turismo y las formas de consumir. Estamos siendo parte del cambio vertiginoso enfocado en simplificar y hacer más accesible el producto turístico para que ya no solo unos pocos puedan disfrutar de viajar. Somos parte de la historia de la transformación de la industria turística. El consumidor tiene en sus manos las herramientas necesarias gracias a Internet para estar informado como nunca antes e incluso es un medio de comunicación que le sirve para expresarse y crear contenido que llega a todo el mundo.

Las redes sociales han sido el desencadenante de un gran cambio social. El contacto entre las personas es más fácil, la comunicación es sencilla y "gratuita", hay más aproximación. El concepto de compartir y relacionarse con el resto de las personas se vuelve cercano. Las personas se convierten en un libro abierto con contenido personal donde se gestiona que se muestra de la vida privada a los demás y que no.

Al compartir las personas información de sus movimientos con el resto de la comunidad se convierten en anuncios, tendencia captada por las empresas de marketing que no han dejado escapar la oportunidad. Ahora para vender un producto se cuenta con las opiniones de aquellos que han tenido acceso a ello. La confianza de adquirir o disfrutar un producto se basa en comentarios que los consumidores hayan podido hacer sobre el producto.

La demanda de experiencias dentro del turismo es un factor en crecimiento. El turismo p2p es un terreno donde se pueden llevar a cabo experiencias de diversos tipos pero hay que hacer cumplir unas reglas justas para que haya una competencia real. Si se quiere acabar con la oferta ilegal en Cantabria habría que replantearse si la ley respecto a la vivienda vacacional es demasiado estricta para lograr que se cumpla. Un factor clave a explotar es el de las nuevas tecnologías, internet, y la confianza que se genera al conocer las experiencias de otras personas en el mismo lugar. Acercarse más al usuario ofreciendo productos turísticos de calidad es esencial en este nuevo marco de juego. Fidelizar e incentivar al cliente debería estar en la agenda de cualquier profesional del turismo si se quiere prosperar y no quedarse estancado en el pasado

Por todo ello se realizan las siguientes propuestas:

- Como primer punto base para los siguientes se debería revisar la normativa de alojamientos extra-hoteleros y ser mucho más claros a la hora de definir qué es una

vivienda vacacional, no solo que es una empresa de alojamiento turístico extra-hotelero y que no. Este punto es clave ya que sin una buena regulación es más difícil controlar qué es legal y qué no lo es. Se debe definir en una revisión de dicho BOC, qué se considera una vivienda vacacional de uso turístico y qué se considera una vivienda de alquiler temporal ya que la redacción actual puede dar lugar a interpretaciones.

- Como segundo punto recalcar que es necesaria una regulación no prohibitiva, se trata de acoger en la ley a este tipo de economía turística para poder controlarla y que su producción sea en beneficio de todos.
- Por otra parte, se debería hacer que las plataformas tomen una postura más activa y asuman una responsabilidad mayor porque lo que está en juego es la marca España que nos representa a todos. Se trata de que den un paso adelante y, tal vez, que se encarguen de recaudar los impuestos pertinentes como se hace en E.E.U.U. y confrontar así la economía sumergida.
- Es necesaria una revisión cercana y exhaustiva de las viviendas que se publican en este tipo de portales, verificar su situación y realizar los correctivos necesarios para que vayan de acuerdo a la ley.
- Del turismo p2p se destaca por su buen apego a la tecnología e internet, por lo que el turismo tradicional puede aprender de ello. Se trata de explotar la tecnología para atraer al turista. Existen iniciativas como la de Smart Santander, que poseen aplicaciones gratuitas y públicas que la ciudad puede aprovechar para dar un servicio diferenciado y facilitar la vida a los turistas.
- Con vistas a los alojamientos tradicionales, las empresas privadas podrían crear apps en las que al reservar el cliente se les cree una cuenta personal con la que puedan acceder a una gran cantidad de información, desde la ubicación del establecimiento, establecer sus preferencias, hasta sugerirle sitios de ocio y entretenimiento e incluso ofertas y descuentos todo en una misma app. Acceso electrónico desde el móvil, compartir WiFi o recordatorios de eventos importantes serían además una forma de fidelización ya que la cuenta no caducaría y se podrían acumular puntos para una próxima experiencia.
- Para obtener datos de la situación del turismo P2P en Cantabria, en las estadísticas que se realizan en las oficinas de turismo sobre el alojamiento que hayan elegido los visitantes, incluir una nueva modalidad de alojamiento: "vivienda de uso turístico desde portal P2P (Ej: Airbnb, Homeaway,...)". Además en la parte que se pregunta

acerca del transporte utilizado en la visita a Cantabria incluir la opción de "coche compartido (Ej: Blablacar, Amovens,...)".

6. Valoración final

A modo de recopilación propongo el siguiente D.A.F.O que muestra las fortalezas, amenazas, debilidades y oportunidades que el turismo tradicional presenta frente al turismo P2P.

Amenazas:

- Las empresas que presentan plataformas P2P donde se comercializa con las viviendas de alquiler suponen una competencia desleal frente a la planta hotelera tradicional ya que carecen de regulación. En cambio tanto establecimientos hoteleros como extra hoteleros tienen que cumplir con exigentes normativas.
- El intrusismo laboral por parte de los particulares que comercializan servicios turísticos desde el alquiler de sus viviendas hasta las visitas guiadas que se ofertan los particulares en un lugar turístico a través de estas plataformas p2p sin la licencia de guía oficial.

Fortalezas:

- Experiencia en el sector turístico
- Capacidad de adaptación a las nuevas tendencias
- Fáciles mecanismos de reclamación
- Demanda fiel por parte del turismo business
- Seguridad
- Limpieza profesional, empleados formados

Debilidades:

- Los precios son más altos para poder conseguir algo de margen.
- El turismo P2P se esconde tras la capa de turismo colaborativo en muchas ocasiones cuando no es así, se trata de una transacción como cualquier otra.
- Las plataformas P2P trabajan con activos que no son propios por lo que "no tienen nada que perder"
- En la mayoría de los casos existe un miedo a afrontar los cambios y asumir nuevos retos. Es vital avanzar.

Oportunidades:

- La segmentación de la oferta turística. La oportunidad de centrarse en un nicho de mercado con propuestas diferentes y que busquen a un tipo de cliente en especial.
- De cara al profesional del turismo se abre un abanico de oportunidades para los más emprendedores ya que con su conocimiento y experiencia pueden explotar de mejor manera el sector y sacar un mayor provecho del mismo.
- Existe una gran oportunidad en el ámbito regulatorio ya que el uso del turismo P2P correctamente aplicado puede dar un mayor atractivo al país y servir de apoyo al sector tradicional en épocas especiales del año.



7. Bibliografía

ABC (Enero, 2015). "El PIB turístico crece un 2,9 en 2014 tras la llegada de 65 millones de turistas". Disponible en: <http://www.abc.es/economia/20150120/abci-turismo-crece-201501201324.html> [accedido 28 Julio]

BOC. "Decreto 19/2014, de 13 de marzo, por el que se modifica el Decreto 82/2010, de 25 de noviembre, por el que se regulan los establecimientos de alojamiento turístico extrahotelero en el ámbito de la Comunidad Autónoma de Cantabria". Disponible en: <http://boc.cantabria.es/boces/verAnuncioAction.do?idAnuBlob=264776> [accedido 8 Junio]

BOE. "Código de Comercio y legislación complementaria. Códigos electrónicos". Disponible en: http://www.boe.es/legislacion/codigos/codigo.php?modo=1&id=035_Codigo_de_Comercio_y_legislacion_complementaria [accedido 6 junio]

BOE. "Decreto 2206/1972, de 18 de agosto, por el que se da nueva redacción al número 4 del artículo 14 del Decreto 3787/1970, de 19 de diciembre, sobre requisitos mínimos de infraestructura en alojamientos turísticos." Disponible en: <http://www.boe.es/boe/dias/1972/08/23/pdfs/A15501-15501.pdf> [accedido 8 Junio]

BOE. "Decreto 49/2011, de 19 de mayo, por el que se regula la actividad de mediación turística desarrollada por agencias de viajes, centrales de reservas y organizadores profesionales de congresos en el ámbito de la Comunidad Autónoma de Cantabria." Disponible en: https://www.google.es/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0CCIQFjAAahUKEwiqn9WjzZPGAhUEaRQKHeFxAEk&url=http%3A%2F%2Fprofesional.turismodecantabria.com%2FficherosGaleria%2Fesp%2FProfesionalesFicheros%2F45%2FDecreto-49-2011.pdf&ei=hcR_VerIO4TSUeHjgcgE&usg=AFQjCNH5iXMVpZNB3iQnDtFEH07rUJB4Hg&sig2=0QLdxtQxa4hoEYpY_gPGFQ [accedido 6 Junio]

BOE. "Decreto Cabañas Pasiegas. Decreto 39/2014, de 31 de julio, por el que se regulan los alojamientos turísticos en Cabañas Pasiegas en el ámbito de la Comunidad Autónoma

de Cantabria". Disponible en:

https://www.google.es/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0CCIQFjAAahUKEWjr_MGRy5PGAhUFtxQKHecsABQ&url=http%3A%2F%2Fprofesional.turismodecantabria.com%2FficherosGaleria%2Fesp%2FProfesionalesFicheros%2F184%2Fdecreto-cabanas-pasiegas.pdf&ei=R8J_Vau9AoXuUufZqKAB&usg=AFQjCNFAUnO0cfrYsHu-L31-1GK0d5zQDg&sig2=IezNLZyCX4FIN9E6pgQLCA [accedido 6 Junio]

BOE. "Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal". Disponible en:

<http://www.boe.es/buscar/pdf/1991/BOE-A-1991-628-consolidado.pdf> [accedido 6 Junio]

BOE. "Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico". Disponible en:

<http://www.boe.es/buscar/pdf/2002/BOE-A-2002-13758-consolidado.pdf> [accedido 7 Junio]

BONO, Octavio (2014). Ponencia en "Fòrum de Turisme Col·laboratiu: L'encaix de P2P a les destinacions". [Archivo de Video]. Disponible en:

<https://www.youtube.com/watch?v=JmBxOou4cVO> [accedido 10 Agosto]

BOTSMAN, Rachel y ROGERS, Roo (2010). *What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption*. Nueva York: Harper Collins. Disponible en: http://www.amazon.es/Whats-Mine-Yours-Collaborative-Consumption-ebook/dp/B003V1WNEO/ref=tmm_kin_swatch_0?encoding=UTF8&qid=&sr=

[accedido 10 Agosto]

BOTSMAN, Rachel (2010). Ponencia "En defensa del consumo colaborativo". [Archivo de Video]. Disponible en:

http://www.ted.com/talks/rachel_botsman_the_case_for_collaborative_consumption?language=es [accedido 20 Marzo]

BOTSMAN, Rachel (Noviembre, 2013). "The sharing economy lacks a shared definition".

Disponible en: <http://www.collaborativeconsumption.com/2013/11/22/the-sharing-economy-lacks-a-shared-definition/> [accedido 23 Marzo]

BRAVO, Jose Luis (Abril, 2014). "Licencias para casas de vacaciones en Cantabria". Disponible en: <http://www.vacaciones-espana.es/rentalbuzz/licencias-para-casas-de-vacaciones-en-cantabria> [accedido 22 Mayo]

CANALIS, Xavier (Septiembre, 2013). "Alquiler vacacional: fenómeno al alza fuera de control". Disponible en: http://www.hosteltur.com/181700_alquiler-vacacional-fenomeno-al-alza-fuera-control.html [accedido 16 Mayo]

CANALIS, Xavier y otros (Julio, 2014). "Turismo p2p: ¿Nuevos intermediarios o negocios sin control?". *Revista Hosteltur*. Nº 238, 6-19. Disponible en: http://static.hosteltur.com/web/uploads/2014/05/REPORTAJE_Turismo_p2p_Nuevos_intermediarios_o_negocios_sin_control-1.pdf [accedido 28 Julio]

CANELLES, Eduardo (Mayo, 2012). "Prosumer, un nuevo concepto de consumidor". Disponible en: <http://blog.solucionesc2.com/prosumer-un-nuevo-concepto-de-consumidor-c2-reputacion-online> [accedido 30 Marzo]

CAÑIGUERAL, Albert (2014). *Vivir mejor con menos*. Barcelona: Conecta. Disponible en: http://www.amazon.es/Vivir-mejor-con-menos-colaborativa-ebook/dp/B00M7YIRVQ/ref=sr_1_1?s=digital-text&ie=UTF8&qid=1439216458&sr=1-1&keywords=vivir+mejor+con+menos [accedido 10 Agosto]

CAÑIGUERAL, Albert (Mayo, 2014). "AreaVan: alquiler de autocaravanas entre particulares". Disponible en: <http://www.consumocolaborativo.com/2014/05/23/areavan-alquiler-de-autocaravanas-entre-particulares/> [accedido 25 Abril]

COLLABORATIVE LAB (Noviembre, 2013). "The sharing economy lacks a shared definition: giving meaning to the terms". Disponible en: http://www.slideshare.net/CollabLab/shared-def-pptf?from_search=1 [accedido 23 marzo]

COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS. "Comunicación de la comisión al consejo, al parlamento europeo y al banco central europeo. Aplicación a los servicios financieros de los apartados 4, 5 y 6 del artículo 3 de la directiva sobre comercio electrónico". Disponible en:

<http://ec.europa.eu/transparency/regdoc/rep/1/2003/ES/1-2003-259-ES-F1-1.Pdf> [accedido 7 junio]

DELGADO, Cristina (Mayo, 2015). "España tiene el sector turístico más competitivo del mundo". Disponible en:

http://economia.elpais.com/economia/2015/05/06/actualidad/1430908896_668329.html

[accedido 16 Mayo]

EATWITH (s.f.). "Los Chefs". Disponible en: <http://www.eatwith.com/es/brand/how-it-works/> [accedido 25 Abril]

EFE (Enero, 2015). "El turismo crece un 2,9 % en 2014 tras la llegada de 65 millones de turistas". Disponible en: http://exceltur.org/wp-content/uploads/2015/01/EFE_15_158.pdf [accedido 30 abril]

EL ECONOMISTA (Marzo, 2015). "España es el tercer destino preferido por los usuarios de HomeAway". Disponible en: <http://www.economista.es/turismo-viajes/destacado/noticias/6560439/03/15/Espana-es-el-tercer-destino-preferido-por-los-usuarios-de-HomeAway.html> [accedido 2 Junio]

EL NORTE (Febrero, 2015). "Reforma economía colaborativa al mercado". Disponible en: <http://www.elnorte.com/aplicacioneslibre/articulo/default.aspx?id=459874&md5=89d3fda19d2b307207e4080c760497cd&ta=0dfdbac11765226904c16cb9ad1b2efe> [accedido 5 Junio]

EUROPA PRESS (Abril, 2015). "BlaBlaCar adquiere Carpooling.com y ya suma los 20 millones de usuarios". Disponible en:

<http://www.economista.es/transportes/noticias/6632700/04/15/BlaBlaCar-adquiere-Carpoolingcom-y-ya-suma-los-20-millones-de-usuarios.html#Kku8IBJPhEbjxqHs>

[accedido 25 Abril]



EXCELTUR. (2014) "PIB Y EMPLEO TURÍSTICO POR C.C.A.A.: La importancia del turismo y sus efectos multiplicadores a nivel autonómico". Disponible en: <http://www.exceltur.org/pib-y-empleo-turistico-por-c-c-a-a/> [accedido 22 Agosto]

FIGUEROLA, Mónica (Diciembre, 2012). Ponencia "Destino Turístico Sostenible y Economía Colaborativa" [Archivo de Video]. Obtenido de https://youtu.be/_1Tg_6AJwN8 [accedido 4 Abril]

FUNDEU BBVA (Noviembre, 2013). "#EscribirenInternet". Disponible en: <http://www.fundeu.es/escribireninternet/una-start-up-es-una-empresa-emergente/> [accedido 3 Agosto]

GALLEGO, Jesús Felipe (Febrero, 2015). "Destino Turístico Sostenible y Economía Colaborativa. Fitur 2015". Disponible en: <http://isturformacion.com/blog/2015/02/> [accedido 26 Marzo]

HINOJOSA, Vivi y VARGAS, Ángeles (Mayo, 2014). "Hoteleros y portales P2P, a favor de una regulación del sector". Disponible en: http://www.hosteltur.com/152910_hoteleros-portales-p2p-favor-regulacion-sector.html [accedido 4 Abril]

HOSTELTUR (Agosto, 2014). "Cantabria regula el uso turístico de las cabañas pasiegas". Disponible en: http://www.hosteltur.com/166530_cantabria-regula-uso-turistico-cabanas-pasiegas.html [accedido 23 Mayo]

JORRO, Ignasi (Enero, 2015). "Los alojamientos turísticos exigen a Airbnb que pague impuestos "ya"". Disponible en: <http://www.02b.com/es/notices/2015/01/los-alojamientos-legales-piden-que-airbnb-obligue-ya-a-pagar-impuestos-11043.php> [accedido 23 Agosto]

KUCHLER, Hannah (Mayo, 2015). "Snapchat perfila planes para salir a Bolsa". Disponible en: <http://www.expansion.com/mercados/2015/05/27/55659a9e22601d4c378b457f.html> [accedido 2 Junio]



NOTICIAS JURÍDICAS (Mayo, 2015). "Decreto 113/2015, de 22 de mayo, por el que se aprueba el Reglamento de las viviendas vacacionales de la Comunidad Autónoma de Canarias". Disponible en: http://noticias.juridicas.com/base_datos/CCAA/553671-d-113-2015-de-22-may-ca-canaria-reglamento-de-las-viviendas-vacacionales.html [accedido 8 Junio]

QUAGLIERI, Alan y RUSSO, A. Paolo (Julio, 2014). "La lógica espacial del intercambio de casas: una aproximación a las nuevas geografías de lo cotidiano en el turismo contemporáneo". *Revista Scripta Nova*. Disponible en: <http://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-483.htm> [accedido 3 Abril]

REVENTÓS, Laia (Septiembre, 2011). "El Jefe de Couchsurfing asegura que su objetivo es salir a Bolsa". Disponible en: http://elpais.com/diario/2011/09/13/radioty/1315864802_850215.html [accedido 10 Abril]

RIZZO, Maria Sol (Noviembre, 2009). "AirBnB, web para conseguir alojamiento en casas particulares". Disponible en: <http://www.diariodelviajero.com/alojamiento/airbnb-web-para-conseguir-alojamiento-en-casas-particulares> [accedido 4 Abril]

SABATÉ, Jordi (Octubre, 2014). "Alternativas a BlaBlaCar". Disponible en: <http://www.consumer.es/web/es/tecnologia/internet/2014/10/09/220704.php> [accedido 25 Abril]

SANTOS, Marco (Marzo, 2010). "¿Qué es el E-Marketplace?". Disponible en: <http://www.negocioexcelente.com/2010/03/que-es-el-e-marketplace.html> [accedido 3 Agosto]

TED (s.f). "Our organization". Disponible en: <http://www.ted.com/about/our-organization> [accedido 31 Julio]

TOMÉ, M^a Jesus (Abril, 2013). "HouseTrip o cómo alojarse por el mundo a buen precio". Disponible en: <http://tusdestinos.net/housetrip-web-alquileres-vacacionales-ryan-levit/> [accedido 3 Junio]

TORRES, Oriol (Noviembre, 2013). "Bye, bye, turismo 1.0". Disponible en: <https://kangapp.wordpress.com/2013/11/29/bye-bye-turismo-1-0/> [accedido 22 Agosto]

TURISMO CANTABRIA (s.f). "Cantabria regula la actividad de mediación turística a través de internet". Disponible en: <http://www.turismocantabria.es/es/noticia-de-cantabria/cantabria-regula-la-actividad-de-mediacion-turistica-a-traves-de-internet/16> [accedido 23 Mayo]

TURISMOTEC (Mayo, 2015). "Día Mundial del Turismo: Innovación que favorece el desarrollo comunitario". Disponible en: <http://www.turismotec.org/dia-mundial-del-turismo-innovacion-que-favorece-el-desarrollo-comunitario/> [accedido 3 Abril]

VEGA, Lucía (Noviembre, 2010). "Recorre el mundo gratis "surfeando sofás"". Disponible en: <https://vegamoreno.wordpress.com/tag/couchsurfing/> [accedido 10 Abril]

WALSH, Bryan (Marzo, 2011). "Today's Smart Choice: Don't Own. Share". Disponible en: http://content.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,2059521_2059717_2059710,00.html [accedido 22 Marzo]

YÁRNOZ, Carlos (Octubre, 2014). "El nuevo Nobel de Economía censura a su país por el elevado paro juvenil". Disponible en: http://economia.elpais.com/economia/2014/10/13/actualidad/1413197112_438857.html [accedido 4 Junio]

