



UNIVERSIDAD DE JAÉN
Centro de Estudios de Postgrado

Trabajo Fin de Máster

ALOJAMIENTOS SOSTENIBLES Y ECONOMÍA COLABORATIVA: UN DESAFÍO PARA EL FUTURO

Alumna: Gallego Valero, Isabel

Tutor: Prof. D. Juan Ignacio Pulido Fernández

Dpto: Economía

Diciembre, 2016

RESUMEN

La necesidad y uso de los alojamientos sostenibles es clave para el desarrollo del sector turístico sostenible. El objetivo de este trabajo consiste en analizarlos y comprender en qué medida la industria turística se ha visto afectada en primera línea, surgiendo con ella numerosos nuevos modelos de negocio, entre los que se encuentra la economía colaborativa, que será el eje central de nuestro análisis. Para ello, es necesario estudiar la gran evolución que ha sufrido el turismo y la tecnología en los últimos años y la enorme influencia que ha supuesto en las redes sociales y la comunicación. El asombroso desarrollo de Internet permite a las personas acceder rápidamente a aquello que desean. Esta economía colaborativa sitúa la plataforma para la que hemos realizado las prácticas externas: Ecobnb, una empresa dedicada a la promoción y motivación del respeto al medioambiente y el uso de alojamientos turísticos responsables. Por último, y a pesar del auge que ha tenido esta economía, existen controversias acerca de su uso, por lo que se intentan crear leyes que regulen o restrinjan estas residencias.

Palabras clave: alojamiento, Ecobnb, economía colaborativa, regulación, sostenibilidad.

ABSTRACT

The need and use of sustainable accommodations are central to the development of sustainable tourism. The aim of this document is to analyse them and to understand in which extent the tourism industry is being affected, arising with it numerous new business models, among which is the collaborative economy, which will be the central axis of our analysis. In order to achieve this, it is necessary to study the great evolution of technology in recent years which had been an enormous influence in social networks and communication. The amazing development of the Internet allows people to quickly access what they want. This collaborative economy locates the travel agency for which we have carried out our internships: Ecobnb, a company dedicated to promoting and motivating respect for the environment and the use of responsible tourist accommodation. Finally, in spite of the boom that has affected this economy, there are controversies about its use, reasons for which they try to create laws that regulate or restrict these residences.

Keywords: accommodation, Ecobnb, shared economy, regulation, sustainability.

TABLA DE CONTENIDOS

CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN.....	7
1.1. Justificación y oportunidad	8
1.2. Objetivos	9
1.3. Método de trabajo	10
1.4. Estructura del trabajo	12
CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO.....	15
2.1. Fundamentos teóricos	15
2.2. Fundamentos conceptuales	21
2.3. Fundamentos metodológicos	25
CAPÍTULO 3. MARCO NORMATIVO	27
3.1. Regulación internacional de la economía colaborativa para los alojamientos.....	27
3.2. Regulación de las CCAA de la economía colaborativa para los alojamientos	30
CAPÍTULO 4. ANÁLISIS DEL SECTOR	37
4.1. Turismo y hospedaje a lo largo de la historia	37
4.2. Crecimiento del turismo y de las pernoctaciones	39
4.3. Impactos negativos del alojamiento turístico.....	41
4.4. El consumo colaborativo y el alquiler de residencias turísticas particulares	44
4.5. Análisis de Ecobnb como plataforma de conexión de alojamientos sostenibles ..	49
CAPÍTULO 5. DESCRIPCIÓN Y RESULTADO DE LAS PRÁCTICAS.....	55
5.1. Primera etapa: familiarización con el software que utiliza Ecobnb.....	55
5.2. Segunda etapa: redacción y publicación de artículos.....	56
5.3. Tercera etapa: creación de infografías para atraer la atención del público	56
5.4. Cuarta etapa: marketing turístico	57
6. CAPÍTULO 6. CONCLUSIONES Y PROPUESTAS	59
7. BIBLIOGRAFÍA.....	63
8. ANEXOS	69

ÍNDICE DE TABLAS

<i>Tabla 1.</i> Marco regulatorio en Europa	29
<i>Tabla 2.</i> Marco regulatorio de Andalucía.....	34
<i>Tabla 3.</i> Marco regulatorio de Cataluña	35
<i>Tabla 4.</i> Marco regulatorio de las Islas Baleares	35
<i>Tabla 5.</i> <i>Buyer personas</i> a las que se dirige Ecobnb	50

ÍNDICE DE FIGURAS

Gráfico 1. Distribución de alojamientos ofertados, por CCAA.	32
Gráfico 2. Porcentaje de viajeros y pernoctaciones según alojamiento. Julio 2015	40
Gráfico 3: Comparación entre las emisiones de CO ₂ en España y en el mundo.....	43
Gráfico 4. Distribución de la planta alojativa de pago en España según tipologías. 2014. .	46
Gráfico 5. Servicios de alojamiento turístico en viviendas de alquiler	46
Gráfico 6. Clasificación de los turistas por motivaciones según la tipología alojativa.....	47

CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN

Este trabajo pretende demostrar la importancia de la perspectiva sostenible en la actividad turística actual. Para ello, hemos basado nuestra temática principal en las prácticas profesionales realizadas en la agencia de viajes Ecobnb, así como en el aprendizaje teórico adquirido a lo largo de todo el curso académico. Las prácticas que aquí mencionamos estuvieron consagradas al sector del hospedaje, que, para poder adaptarse a un turismo sostenible, debe renovar sus requisitos.

Las características principales de este tipo de sector son reducir el impacto en el medioambiente, reciclar, respetar la cultura y tradiciones de la población indígena y minimizar el gasto energético por medio de la eficiencia.

Para analizar la acuciante necesidad de implantar este tipo de alojamiento, se deben comprender las causas que nos han conducido hasta él. En 2014, viajes y turismo generaron un 10% del PIB mundial y 277 millones de puestos de trabajo (WTTC, 2015). Esto quiere decir que el impacto económico que el turismo genera es muy elevado. Por supuesto, hay países en los que el sector turístico afecta más a su economía y otros en los que influye menos. El turismo ha sido un gran impulsor de la economía, pero los impactos negativos que provoca pueden ser mucho mayores que los positivos: la transformación y destrucción irreversible del entorno, la pérdida de espacios naturales, la generación de residuos, un alto grado de contaminación, el agravamiento de estereotipos y de pobreza, la pérdida de la cultura de las poblaciones locales, la urbanización excesiva o la inflación son sólo algunos de los ejemplos del grave problema al que nos enfrentamos.

Abordar la sostenibilidad desde un enfoque transversal es, sin duda, un punto clave de nuestro trabajo, pues el desarrollo del turismo sostenible, además de favorecer la equidad social y económica a la vez que el medioambiente, también se encarga de satisfacer las necesidades del turista, que empieza a percibir la importancia de la búsqueda y elección de lugares sostenibles. Por tanto, un alojamiento sostenible añade, sin lugar a dudas, un importante valor al destino.

En los últimos años, Internet se ha convertido en el incuestionable protagonista de un cambio que está ligado al surgimiento de nuevos modelos de negocio y de comportamiento de los consumidores. Podríamos decir que, gracias a las nuevas tecnologías, el turismo ha sufrido un cambio tan grande que ha supuesto una revolución. Ahora las motivaciones de los turistas han cambiado, buscan vivir experiencias diferentes a las habituales, que los hagan desarrollarse a nivel personal. Por supuesto, una de estas experiencias es el turismo sostenible,

pues el turista es cada vez más consciente del problema real en el que se encuentra. Por otra parte, los nuevos modelos de negocio, basados en compartir propiedades para uso turístico, han supuesto un cambio en la oferta de alojamientos, que hace que la hotelería se replantee, en mayor medida, una transformación en sus características y en su oferta. Este tipo de alojamiento no sólo permite preservar el entorno que lo rodea, también ayuda al turista a interaccionar con la población local y vivir una experiencia más real.

En consecuencia, a lo largo de este proyecto se analizará la realidad turística de la empresa en la que he realizado las prácticas, utilizando siempre como base las diversas fuentes de las que he extraído la información: fuentes de tipo informativo, normativo, estadístico e histórico, así como recopilación de encuestas.

1.1. Justificación y oportunidad

Este proyecto fue realizado por el interés de manifestar la magnitud de practicar actividades turísticas sostenibles, lo que nos motivó a realizar unas prácticas profesionales relacionadas con la necesidad de difusión de este tipo de actitudes. Una de las actividades principales que reducirá la huella ecológica, así como la producción de dióxido de carbono, es el alojamiento turístico, que a día de hoy produce una gran cantidad de impactos negativos.

Esta motivación por conocer y llevar a cabo este tipo de actividades ha sido fundamentalmente académica, aunque también ha sido ética. Es por esto que nuestra disposición ha propiciado la búsqueda en numerosas fuentes bibliográficas, que nos han permitido poder hacer un análisis profundo de la situación turística actual y del sector del alojamiento, además de proporcionar estadísticas que respalden nuestra revisión.

Desde un ámbito más empírico, el interés radicó en poder utilizar todos los conocimientos estudiados sobre turismo sostenible en la empresa en la que he realizado mi periodo de prácticas. Asimismo, conocer el contexto del alojamiento sostenible, de las economías compartidas y de los modelos de trabajo por Internet fueron tres motivaciones fundamentales.

Esta inclinación por la importancia de implantar la sostenibilidad en el turismo y de motivar a los turistas a utilizar los alojamientos sostenibles, está basada en las repercusiones que el turismo ha ido generando a lo largo de la historia, como el irreparable deterioro del medioambiente o el daño que provoca a las poblaciones locales, a las que, por ejemplo, les agrava su estado de pobreza.

1.2. Objetivos

Para poder ejecutar las acciones futuras en las prácticas profesionales, es importante haber delimitado de forma clara los objetivos que perseguimos a lo largo de las prácticas externas. Estos objetivos nos servirán como una guía en nuestras actividades. De la misma forma, nos ayudarán a evaluar nuestras actuaciones y definirán los resultados de nuestra intervención. Para ello, primero debemos entender lo que significa el término “objetivo”. La palabra “objetivo” se refiere al desarrollo de las diferentes competencias que queremos alcanzar, una vez que nuestras prácticas hayan finalizado. Para adquirir estos objetivos, debemos apoyarnos en nuestra metodología de aprendizaje y trabajo, y saber organizar de forma concisa todas las funciones que nos han asignado y en las que queremos evolucionar desde el comienzo de las prácticas. Por lo que podríamos decir que el objetivo clave de todas las prácticas es saber entrelazar los conocimientos teóricos y la realidad.

Existen diferentes tipos de objetivos, aunque nosotros nos centraremos solamente en dos:

- Objetivos generales, que se alcanzan a largo plazo. Son más amplios y podremos cumplirlos gracias al conjunto de diferentes objetivos específicos. Los objetivos generales que busco alcanzar en el transcurso de las prácticas son los siguientes:
 - Mejorar mi conocimiento general y particular del turismo sostenible.
 - Aprender a llevar a cabo una planificación de un destino turístico de manera sostenible.
 - Trabajar de forma experta con diferentes profesionales del turismo sostenible.
 - Desarrollar mi habilidad emprendedora.
 - Fomentar la sensibilización de la población hacia los temas fundamentales del turismo sostenible, como la energía, la economía, la sociedad y el respeto al medioambiente.
 - Adquirir un conocimiento más profundo de los componentes socioculturales de los destinos turísticos.
- Objetivos específicos, que son a corto plazo y nos ayudan a construir y a alcanzar los objetivos generales. Los objetivos específicos que quiero conseguir en el desarrollo de mis prácticas son los siguientes:
 - Conocer y familiarizarme con la forma de trabajo en el campo del turismo sostenible.
 - Aprender a utilizar las nuevas tecnologías, así como las redes sociales, como nuevos canales de información y de conocimiento del turismo sostenible.

- Entender y saber expresar con claridad las diferentes metas propuestas diariamente.
- Saber poner en contacto dentro de una red las diferentes empresas y/o asociaciones que trabajan con el turismo sostenible.
- Desarrollar mi espíritu creativo, así como la confianza en el trabajo propio.
- Aprender a diferenciar con claridad los diferentes tipos de turismo sostenible.
- Saber analizar los planes económicos y sociales de un destino turístico.
- Reflexionar sobre mi desarrollo en las prácticas, las dificultades encontradas y las formas de solucionarlas.
- Fomentar la habilidad de trabajo en equipo.

Para desarrollar estos objetivos de una forma adecuada, es necesaria una correcta planificación de las prácticas que se realizarán, así como el repaso y la adquisición de todo el conocimiento teórico posible. Esto nos lleva a determinar qué tipo de métodos usaremos antes y durante la realización de nuestras prácticas.

1.3. Método de trabajo

Disponer de un método de trabajo que nos ayude a cumplir nuestros objetivos es fundamental para la futura realización de las prácticas. Para poder establecer un método de trabajo, debemos primero remitirnos a los conocimientos teóricos adquiridos a lo largo de todo el curso académico. Estos conocimientos parten del concepto de turismo tradicional y lo enlazan con la imperiosa necesidad de vivir en un mundo más sostenible. A partir de aquí, es necesario conocer lo que significa el término sostenibilidad, y en qué tres dimensiones fundamentales se aplica: social, económica y medioambiental.

Hay que tener en cuenta que, tanto la utilidad de este método, como la metodología, deben revisarse de forma periódica, para comprobar su validez y mejorar nuestro trabajo.

Para poder realizar una amplia revisión del aprendizaje adquirido previamente, nuestra fuente principal ha sido la bibliografía facilitada por los profesores a lo largo del Máster.

De igual forma, hemos realizado una profunda búsqueda virtual que nos ha ayudado a defender y pulir nuestra redacción. Esta búsqueda también podemos dividirla en varias partes:

- Recogida de fuentes de tipo informativo, normativo, estadístico e histórico, así como recopilación de encuestas. Todas las fuentes bibliográficas, principalmente libros, artículos e informes, han sido examinados en función del apartado del trabajo y se han utilizado como base teórica para la confirmación de hipótesis o, en algunos casos, para su crítica.

- Análisis de la legislación vigente en el sector de nuestro tema de trabajo.
- Búsqueda de datos estadísticos que confirmen las explicaciones, centrada, sobre todo en informes de la ONU, la OMT y de Exceltur.
- Los datos de Ecobnb han sido facilitados por las dos personas que me han ido asesorando en el transcurso de mis prácticas, además de la labor de recuperación de datos disponibles en su página web: ecobnb.com. Para redactar la historia de Ecobnb también me he basado en entrevistas que les he realizado, así como textos en los que hablan de la creación y desarrollo de su empresa.
- La experiencia directa con la empresa Ecobnb me ha ayudado a desarrollar la última parte de mi trabajo. A través de las experiencias acumuladas en la realización de mis prácticas, he podido redactar y completar mi trabajo, añadiendo a las informaciones teóricas aprendidas en el Máster los conocimientos prácticos adquiridos en estos meses. He podido analizar mejor el mercado del turismo, desde la planificación y la organización hasta el marketing y promoción de un destino turístico llevado de forma sostenible.

En definitiva, gracias a un método de trabajo que se ha basado, principalmente, en la búsqueda de datos, informaciones, entrevistas, redacciones y estadísticas, he logrado alcanzar un conocimiento mucho más amplio del turismo sostenible que me ha enseñado a ver sus puntos fuertes y sus debilidades, sus ventajas y su influencia a nivel mundial.

La experiencia directa en el marco del turismo sostenible, adquirida durante el desarrollo de mis prácticas profesionales, ha tenido un valor fundamental en el desarrollo de mis competencias y capacidades en un entorno real. Todas las actividades realizadas a lo largo de mi periodo de prácticas han sido de gran ayuda a la hora de comprender mejor los datos e información que he ido asimilando a lo largo de todo el curso académico. Ejemplos de ello pueden ser: las investigaciones de posibles destinos turísticos, los artículos redactados y traducidos, la búsqueda de información sobre la contaminación y la eficiencia energética, el reciclaje, etc. De esta forma, he podido otorgar un valor práctico y real a los conocimientos teóricos estudiados con anterioridad, aplicándolos de manera profunda y reflexiva en la realización de las diferentes tareas que se me han ido encomendando.

Para que el conocimiento empírico pudiese adquirirse de la forma más correcta posible, tanto antes, como durante su desarrollo y después, debíamos analizar nuestro trabajo en cuestión. Por tanto, mi trabajo tiene un enfoque fundamentalmente cualitativo-descriptivo, en el que la diferente búsqueda de información me ha llevado a la interpretación de la realidad

turística del sector que trataremos en estas páginas. Las diferentes técnicas utilizadas para ello fueron las siguientes:

- Observación de las actividades realizadas por otros: nos servirán de ayuda para definir cuánto tiempo debemos emplear en cada actividad.
- Estudio del error: durante las prácticas el análisis de las tareas realizadas será esencial, pues esto nos ayudará a aprender de los errores cometidos y poder mejorar los conocimientos, teóricos y prácticos.
- Análisis jerárquico: las actividades que nos corresponden deben estar ordenadas en función de los objetivos que nos hemos propuesto, así como de las metas que la empresa persigue.
- Análisis de gestión del tiempo: es fundamental aprender a gestionar el tiempo de una forma adecuada para maximizar nuestra producción, minimizando el tiempo utilizado. Sólo de esta forma podremos cumplir con los objetivos y metas ya mencionados en el punto anterior.
- Valoración de las tareas: junto con los miembros que componen mi equipo, el estudio del error nos conducirá a una valoración de las tareas realizadas, que me ayudará a indagar en mis puntos fuertes y a prescindir de los débiles.
- Evaluación de nuestra tarea: para ello, debemos ser realistas y reconocer qué actividades nos han ayudado a avanzar y en cuáles hemos fracasado.

Una vez comprendido el método de trabajo que pretendemos llevar a cabo en todo el transcurso de las prácticas y de la elaboración del presente trabajo, debemos proyectar una estructura de trabajo que nos ayude a ordenar nuestras ideas.

1.4. Estructura del trabajo

Este trabajo está estructurado en un esquema lógico en el que la información se presenta fragmentada. Cada parte contiene diferentes ideas principales que nos guiarán hacia la conclusión del mismo. Estos fragmentos están organizados en apartados cuyo carácter es, como hemos dicho con anterioridad, principalmente, cualitativo-descriptivo. En el capítulo 1 se justifica la necesidad de implantar la sostenibilidad en la actividad turística presente, abordándola de un modo transversal que favorezca por igual sociedad, medioambiente y economía, además de complacer las necesidades del turista. Esta necesidad nos ha llevado a poseer diferentes motivaciones que han dado lugar a la búsqueda de unas prácticas que colaborasen en la reducción de los impactos negativos del turismo y a la misma vez nos enseñasen la realidad turística desde un punto de vista funcional. Para poder realizar estas

prácticas de la forma más adecuada posible, tuvimos que reflexionar y redactar unos objetivos que nos sirvieron como guía, además del método de trabajo necesario para poder finalizar este trabajo.

El capítulo 2 aborda el marco teórico necesario para poder realizar las prácticas externas, defender nuestra actuación y justificar el trabajo práctico. Para ello, hemos utilizado tres tipos de fundamentos esenciales en la realización de un trabajo: fundamentos teóricos, conceptuales y metodológicos.

El capítulo 3 contiene el marco normativo necesario para conocer la realidad turística en la que nos encontramos, en un momento en el que los alojamientos como los que ofrece Ecobnb están ligados a una economía colaborativa que ha supuesto una revolución y trata de ser comprendida y controlada por los diferentes países en los que ha surgido.

En el capítulo 4 se realiza una revisión y análisis histórico del sector turístico y del hospedaje, desde la Antigüedad hasta nuestros días. El turismo forma una pieza clave de la economía mundial, y como tal debemos analizarlo y conocer los impactos positivos y negativos que genera para poder seguir avanzando en busca de un turismo sostenible que cumpla por igual los tres criterios de la sostenibilidad. Además, hoy en día encontramos este nuevo modelo de negocio que está suponiendo un gran cambio en diferentes ramas del turismo: se trata del consumo colaborativo, motor que inicia además todo el proceso de creación de la empresa en la que hemos realizado las prácticas.

El capítulo 5 está consagrado al estudio en profundidad de las prácticas externas, realizadas en la empresa Ecobnb. Se detallan de forma exhaustiva los procesos, etapas y trabajos llevados a cabo, así como todos los conocimientos y competencias adquiridos a lo largo de las ocho semanas de prácticas.

El capítulo 6 es el último capítulo del trabajo y en él se expone el resultado del trabajo, de todos los análisis realizados y de todos los temas tratados en él, concluyendo que los alojamientos sostenibles son fundamentales para el futuro y la economía colaborativa puede ayudarnos de una forma sustancial en la reducción de la contaminación y el apoyo al turismo responsable.

CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO

Este proyecto se ha realizado con la empresa Ecobnb, una comunidad dedicada a la promoción de alojamientos sostenibles mediante una plataforma de Internet, y cuya sede se encuentra situada en Carbonare, un pueblo de la provincia de Trento, en Italia. La duración total del proyecto ha sido de ocho semanas, del doce de septiembre al cuatro de noviembre.

Actualmente, el estudio de la gestión del turismo sostenible no es un tema muy extendido en sus diferentes marcos. A lo largo de este Máster, hemos ido aprendiendo una serie de fundamentos que nos han servido de base para poder utilizarlos en nuestras prácticas externas, pudiendo emplearlos en ellas desde numerosos y variados enfoques. Para poder apoyar nuestras competencias y justificar de forma adecuada nuestro trabajo práctico en Ecobnb, es importante considerar los tres marcos siguientes: conceptual, teórico y metodológico, que nos ayudarán a comprender la causa y finalidad de la gestión del turismo sostenible y su funcionamiento dentro de la sociedad.

Desde este punto de vista, antes de comenzar las prácticas, y durante su realización, debemos determinar qué fundamentos podremos utilizar en la aplicación de nuestro trabajo en la iniciativa de Ecobnb.

2.1. Fundamentos teóricos

Son muchas las razones por las que hoy en día es de vital importancia implantar la sostenibilidad en los destinos turísticos. Hasta ahora, los diferentes modelos de turismo han ido generando una serie de impactos negativos que se han visto reflejados, principalmente, en los siguientes ámbitos.

- Medioambientales: el turismo requiere de actividades para las que se construyen infraestructuras, como caminos, aeropuertos, hoteles, restaurantes, etc. Asimismo, la sobreexplotación de recursos naturales, la masificación de ciertos lugares, la falta de concienciación y respeto de muchos turistas y turoperadores por el medioambiente y el uso exagerado de medios de transporte privados suponen un gran impacto ambiental (Correia, 2013).
- Socioculturales: por una parte, la relación de la población que reside en el destino con los visitantes y el sector turístico puede no ser positiva. Por otra, la incompreensión de la cultura por parte del turista puede estimular cambios en la comunidad local, sus relaciones, su forma de pensar, sus tradiciones, etc. Esto influye en la identidad del lugar y puede provocar, por ejemplo, la *folklorización* de la cultura autóctona. Además, muchos grandes turoperadores expanden sus empresas hacia zonas con bajo coste de

capital para hacer crecer el flujo turístico (Gascón, 2013). Esto ocasiona una gran cantidad de efectos adversos: se privatizan costas, se sobreexplotan los recursos naturales, se presiona a los campesinos para vender sus tierras (causando su desplazamiento hacia otras zonas), se encarecen los productos, que dejan de estar al alcance de los residentes, etc.

- Económicos: el aprovechamiento de los países ricos perjudica a los países pobres, pues están excluidos de negocios y no tienen oportunidades para pagar la inversión que supone el turismo a gran escala. Igualmente, una gran parte del gasto turístico se destina a líneas aéreas, hoteles y otras compañías internacionales que muchas veces tienen su sede en el país de procedencia del turista, o en otro independiente. Esto afecta a los trabajadores locales, a los que no les beneficia casi nada el gasto del turista. Otro de los problemas que encontramos, como hemos mencionado en el apartado anterior, es la inflación turística, el encarecimiento de los productos locales, que provoca un aumento de los costes que perjudicará, principalmente, a la población indígena (Flores, 2013). Los bienes de consumo, como un supermercado o servicios de parking de una zona en la que el turismo haya tenido un rápido desarrollo, repercutirán negativamente en la comunidad de las inmediaciones.

Estos datos nos ayudan a entender la urgente necesidad de implantar el turismo sostenible. Para su implantación, son necesarios muchos aspectos que engloban a numerosos sectores de la sociedad. En primer lugar, deberíamos considerar el turismo desde un enfoque interdisciplinario, como un sector que engloba todo el entorno en el que se desarrolla (Torres, 2013). No apostar por el futuro de la zona significa no apostar por el futuro del destino en sí o de la empresa que lo promueve. Por ejemplo, un alojamiento que sea sostenible será más beneficioso para sus dueños, así como para los huéspedes que se hospeden en él, no sólo porque responde a las nuevas exigencias del turista, sino porque también es más rentable, aporta más valor a la vivienda y a su comunidad y, además, respeta el medioambiente. Por tanto, se trataría de una ventaja *quid pro quo* en la que ambas partes se acaban beneficiando. Este turismo sostenible ofrece muchas oportunidades para empresas locales, además de fomentar el empleo de la población local, lo que hace más favorable que la comunidad que lo rodea apruebe sus acciones. Uno de los aspectos fundamentales de esta comunidad autóctona es que nos ayuda a construir un destino turístico que ofrece una experiencia “real”, lo que hace que la oferta final sea mucho mejor.

Es bien sabido que el turismo tradicional ha sido un importante generador de empleo. Sin embargo, las oportunidades de trabajo creadas han sido principalmente estacionales y de

baja cualificación, por lo que podríamos caracterizarlas de inestables. Según la ONU (2013) para que el turismo sostenible provoque un impacto positivo en la economía se deben tener en cuenta una serie de factores:

- La importancia de la integración del sector turístico en la economía nacional mediante diferentes vínculos bidireccionales e intersectoriales “y su integración en las cadenas de valor regionales y mundiales” (ONU, 2013: 7).
- El porcentaje del tipo de ganancias obtenidas por el turismo sostenible (incluyendo divisas), que son destinadas a la financiación del desarrollo de las infraestructuras, al apoyo de las empresas locales, principalmente pymes, y al desarrollo de “las aptitudes y las instituciones necesarias para crear una economía local dinámica” (ONU, 2013: 7).
- Las políticas y estrategias adoptadas por los gobiernos y el impulso que den a “las inversiones nacionales y extranjeras en el turismo y a las transferencias de tecnología y conocimientos tecnoprácticos” (ONU, 2013: 7). Estas políticas, además, están destinadas a favorecer la mano de obra y a ocuparse del territorio en el que las personas de escasos recursos viven y trabajan.
- El impulso gubernamental para promover las actividades turísticas sostenibles que a su vez “se ajusten a objetivos económicos, sociales y ambientales” (ONU, 2013: 7).

Estas características muestran que el turismo sostenible es una herramienta fundamental para el desarrollo de la economía en la comunidad local. El crecimiento de este turismo deberá hacer hincapié en el mantenimiento del hábitat natural y de su biodiversidad, así como de las poblaciones indígenas que en el destino se encuentren.

Ya hemos visto la importancia de tener siempre en cuenta las tres dimensiones explicadas anteriormente y tratar de crear un plan que sea lo más a largo plazo posible. No obstante, para que este plan se cumpla y el cambio se ejecute, son necesarias una serie de políticas que implican tanto a agentes públicos como privados. En relación con las políticas públicas, éstas constan de una compleja estructura que ayuda a hacer posible su desempeño en la vida diaria. Esta configuración ha sufrido una serie de críticas que afectan no tanto a la sustancia del modelo mismo, sino más bien a la forma de operar para llevar a cabo el objetivo.

Una de las críticas esenciales que ha tenido este modelo es la insuficiente adaptación a los nuevos cambios producidos en la política pública. En algunas ocasiones, estos modelos resultan obsoletos y nada prácticos para la resolución del problema (Sánchez y Moya, 2013). Además, la política debería considerar a todos aquellos actores que se ven implicados en el sector en cuestión (Valls, 2013). En nuestro caso, podríamos poner el siguiente ejemplo: si se quiere intervenir en el sector del turismo, una acción de vital importancia sería la de

interaccionar con los agentes públicos, privados u organizaciones a cargo de ese sector, ya que una gran parte del turismo depende de estos agentes, y las medidas que se adopten repercutirán fundamentalmente en sus beneficios. Además, su participación aportará una percepción más cercana y real del problema y una conciencia práctica de la solución. La solución no se debe reducir a un solo agente del sistema, pues son un amplio y muy diverso conjunto de actores los que trabajan con un mismo objetivo. Ecobnb se financia gracias a la colaboración de importantes actores tanto públicos como privados:

- EcoDots, un proyecto de la Unión Europea para financiar el turismo sostenible.
- Jožef Stefan Institute, Liubliana, Eslovenia. Departamento de Estudios de Sistemas de Inteligencia (DIS), que realiza investigaciones relacionadas con la inteligencia artificial y desarrolla aplicaciones con tecnología avanzada.
- Oficina de Turismo de la ciudad de Parma.
- Instituto de Estudios para la Integración de Sistemas (ISIS), empresa italiana que investiga y analiza las políticas sostenibles en diversos ámbitos.
- Kate, Alemania. Certificación de turismo sostenible TourCert.
- EcoDev, ONG serbia que busca la unión de la economía con la ecología y el desarrollo sostenible turístico.
- Ministerio de Turismo de Serbia.
- GH Calabria, una empresa que promueve y difunde Ecobnb en el sur de Italia.
- IT.A.CÀ, el festival italiano realizado en Emilia-Romaña que promueve el turismo responsable.
- Ella Studio, agencia de comunicaciones que difunde mediante medios de comunicación en línea, radio y periódicos.
- Blablacar, una plataforma para compartir coche.
- HowManyTrees, una página web que calcula el ahorro de CO₂ en árboles plantados.
- Trentino Sviluppo, un proyecto para difundir las iniciativas empresariales más innovadoras.

Por tanto, en el ámbito político público se ha considerado lo que podríamos llamar un cuarto pilar del turismo sostenible: el pilar político-institucional, que debe ejecutar una serie de cambios políticos y reformas institucionales que impulsen la sostenibilidad (Pulido y López, 2013). También la OMT hizo referencia en 2004 a este tema, estableciendo una definición conceptual del turismo sostenible en la que pide la implicación de todos sus agentes y una política que se dirija hacia una dirección adecuada, añadiendo:

El desarrollo sostenible del turismo exige la participación informada de todos los agentes relevantes, así como un liderazgo político firme para lograr una colaboración amplia y establecer un consenso. El logro de un turismo sostenible es un proceso continuo y requiere un seguimiento constante de sus incidencias, para introducir las medidas preventivas o correctivas que resulten necesarias (OMT, 2004¹).

Para que un destino sea sostenible a largo plazo, debe mantener un alto nivel de competitividad que ayude a seguir generando beneficio. Esto nos lleva a la necesidad de estudiar las herramientas para poder hacer más competitivo un destino, o en nuestro caso, un operador turístico.

Por consiguiente, para poder realizar una correcta gestión de la agencia turística, que esté a la altura de las exigencias, tendencias y modas del mercado se debe poseer la mayor cantidad posible de información. Esto nos ayudará a mantener el alto nivel de competitividad que buscamos.

A día de hoy, se están produciendo numerosos e importantes cambios en el mercado turístico, entre los cuales encontramos que la oferta ya no la dirige la empresa, sino que se crea a partir de los deseos y exigencias del cliente, que es quien controla el comportamiento turístico del destino (Sánchez, 2013). En relación a ellos, se necesita un papel creador por parte del turista, que ayude a desarrollar nuestra empresa y a que ésta se mantenga actualizada en todas las demandas. Para ello, es fundamental analizar los intereses de los turistas, qué buscan, cómo lo buscan, de qué forma se mueven y a dónde quieren ir (Binkhorst, 2013).

Ecobnb aporta valor por sí misma, porque su oferta es innovadora y diferente. Su estrategia ya marca la diferencia con numerosos turoperadores, porque ofrece algo que los demás no hacen, alojamientos sostenibles integrados en un desarrollo armónico del lugar, en el que las tres dimensiones transversales se encuentran vinculadas con su entorno.

Los primeros pasos de las prácticas consistieron en conocer cómo funciona Ecobnb y su papel en la sostenibilidad. Dentro de su modelo de negocio, fundamental porque ayuda a

¹ Definición acordada en el Comité de Desarrollo Sostenible del Turismo en Tailandia, en marzo de 2004 y que actualmente se encuentra disponible en la página web oficial de la ONU.

entregar y generar valor tanto para el cliente como para la empresa, Ecobnb decidió añadir una propuesta de apertura al público hispanohablante. Pero, para poder hacerlo, primero debían poder gestionar y planificar sus actividades hacia ese público, permitiéndoles esto transformar y mejorar las estrategias que se pretenden realizar. Dicho de otra forma, buscaron definir su actuación y qué valor querían entregarle a sus clientes. Implantar este modelo de negocio nos ayudará a satisfacer las futuras necesidades de cada segmento de clientes.

Para que la página se dé a conocer en el mercado español, se debe realizar un plan de marketing. Así pues, hemos seguido unas pautas básicas en toda propuesta de marketing, comenzando por evaluar la situación de mercado. Para ello, es necesario medir y evaluar nuestro servicio, y compararlo con el resto de competidores, para aprender a superarlos. El marketing es una herramienta fundamental, pues se encarga de satisfacer las necesidades y deseos del consumidor. Hoy en día, la tecnología permite una rápida distribución del servicio que, en la mayor parte de los casos, se realiza online. Además, actualmente, los consumidores son el punto de partida, la toma de decisiones es ‘bottom up’, cuando antes era ‘top down’. El mercado, formado por los consumidores, controla a las empresas, las dirige y permite que éstos se involucren de forma directa e indirecta en el proceso de creación. Los usuarios que consumen deberían ser el aspecto fundamental de toda herramienta de marketing (Binkhorst, 2013).

Asimismo, en marketing digital se habla de las *buyer personas*, necesarias para definir claramente toda estrategia. Éstas son personajes creados gracias a una combinación de datos e hipótesis, y representan a todos los usuarios. Sirven para definir y comprender el objetivo y nos ayudan a satisfacer las exigencias y a anticiparlas. Cada marca y cada sector tiene sus propias *buyer personas* (Scott, 2007).

Además de lo explicado, hace falta un equipo capacitado y conectado entre sí que pueda llevar a cabo la estrategia propuesta. Cada miembro del equipo es fundamental y tiene una función específica. En nuestro caso, el gestor del equipo será Simone Riccardi, fundador de Ecobnb, con ayuda de otros socios y de entidades privadas. Hoy en día, como herramienta de marketing turístico, podríamos usar la importancia de la preservación del patrimonio natural y cultural, pues la actividad empresarial incluye cada vez más la sostenibilidad en sus modelos de negocio. Para el cliente, se ha vuelto más importante buscar experiencias sostenibles, que no dañen el medioambiente y que respeten los recursos naturales.

Gracias a esta técnica podemos tomar decisiones que influyan en la dirección que llevará la agencia de viajes o empresa turística correspondiente, basándonos en datos reales

que expresan qué tipo de consumidor tenemos, qué busca y cómo lo busca. Este método nos ayudará a identificar el segmento de clientes al que vamos a dirigirnos en Ecobnb.

2.2. Fundamentos conceptuales

Hoy en día, la actividad turística debe realizarse de forma sostenible, de manera que se alcancen equilibradamente los tres pilares de la sostenibilidad: desarrollo económico, equidad social y mantenimiento y preservación del patrimonio cultural y natural (Flores, 2013). Para poder gestionar un destino turístico sostenible o un turoperador dedicado a tal fin, se debe primero conocer este concepto. Esto nos ayudará a aplicarlo posteriormente de manera práctica. La OMT, en su definición conceptual del turismo sostenible, enfatiza en la importancia de equilibrar las facetas ambientales, sociales y económicas, de hacer que mantengan una estrecha interrelación y se cumplan de manera integral:

Las directrices para el desarrollo sostenible del turismo y las prácticas de gestión sostenible se aplican a todas las formas de turismo en todos los tipos de destinos, incluidos el turismo de masas y los diversos segmentos turísticos. Los principios de sostenibilidad se refieren a los aspectos medioambiental, económico y sociocultural del desarrollo turístico, habiéndose de establecer un equilibrio adecuado entre esas tres dimensiones para garantizar su sostenibilidad a largo plazo (OMT, 2004).

Antes de poner en práctica los conocimientos adquiridos, debemos tener claros ciertos conceptos que tienen relación entre sí, pero que tienen un ámbito de actuación diferente:

- Turismo responsable: este turismo está basado en un código ético social, económico y ambiental que respeta todas las culturas y todos los patrimonios. En este turismo todos son responsables, desde el visitante hasta el gran turoperador que se ha contratado (Gascón, 2013).
- Ecoturismo: como su propia palabra indica, se trata de un turismo ecológico basado en la naturaleza, que pretende colaborar con la preservación del patrimonio cultural e incluir a las comunidades locales, todo ello viajando a áreas protegidas y practicando un turismo responsable (Correia, 2013).
- TRC (Turismo Rural Comunitario): se apoya en ciertos proyectos turísticos que se realizan desde la comunidad local. Tiene un enfoque inclusivo, pues es la propia población local la que impulsa este tipo de turismo, que pretende contribuir con el desarrollo económico y social (Gascón, 2013).
- Agroturismo: es un modelo de turismo que ofrece un alojamiento con servicios de restauración basados en alimentos ecológicos, plantas cultivadas, apicultura, etc. (Riveros y Blanco, 2003).

Estos tipos de turismo, sobre todo los que promueven el desarrollo social y el medioambiente en comunidades no turísticas, pueden ayudar en gran manera a la población local y la preservación de sus recursos naturales o, por el contrario, amenazarlos. Los factores externos del flujo turístico son un elemento clave en todo plan de turismo sostenible, por lo que, para implantar estos modelos, es necesario crear estrategias concretas y específicas, conociendo todo lo posible el destino y características que en él se dan, para intentar aproximarse lo más mínimo al error, tratando de buscar soluciones alternativas a ciertos problemas que puedan tener lugar. Aun así, el resultado de un plan de este tipo es completamente impredecible, pudiendo desembocar en fracaso o éxito dependiendo de las circunstancias que se den en el momento, como pueden ser: crisis económicas y políticas, desastres naturales, tipo de turistas visitantes, nivel de aceptación de la población local a ese segmento de turista, etc. (Gascón, 2013).

Una vez entendidos los conceptos que se tratan en el amplio marco del turismo sostenible, debemos centrarnos en los conceptos que a nosotros nos interesan para poder realizar nuestras prácticas, que serán, principalmente: turismo sostenible, turismo responsable, ecoturismo y agroturismo.

Asimismo, para poder realizar una estrategia de apertura de Ecobnb a España, debemos tener en cuenta diversos factores del turismo general (Exceltur, 2015):

- En España, el turismo representa el 11,7% del total del PIB y uno de cada siete trabajos se crean gracias a este sector.
- Los destinos de sol y playa son los principales beneficiarios. Además, por circunstancias geopolíticas y de inseguridad, España ha ganado un tercio de los turistas que han perdido Túnez, Egipto y Turquía.
- El mayor crecimiento en ventas y resultados viene de los hoteles urbanos y las compañías de transporte.
- También las agencias de viajes han mejorado, aunque de forma más moderada que en años anteriores.

Con estos datos, observamos que la importancia del sector turístico en nuestro país es vital, no sólo para el desarrollo económico, sino para la generación de empleo y el crecimiento social. Pero nos falta un ámbito que no sólo no se beneficia de este turismo, sino que hace que sobre él recaiga un gran impacto negativo: el ámbito ambiental.

El turismo genera un gran impacto negativo sobre el medioambiente y el patrimonio cultural de los destinos. La recolección o pisoteo de la vegetación, el uso del fuego en los

bosques, la acumulación de basura, la tala de árboles dedicada a la construcción de edificios turísticos, la contaminación y excesivo abastecimiento del agua y el excesivo tráfico de turistas en una zona son sólo algunos de los impactos que nos llevan a la destrucción de ese hábitat (Correia, 2013).

Es aquí donde recae nuestro interés en realizar unas prácticas que, de alguna manera, estén ligadas al turismo sostenible y que, en definitiva, respeten nuestro patrimonio natural y cultural.

Para ello, nos remitimos a los principios básicos de la sostenibilidad explicados con anterioridad y que recordaremos brevemente:

- La sostenibilidad económica pide un desarrollo económico eficiente y equitativo, es decir, igual para todos y a largo plazo.
- La sostenibilidad social aspira a reforzar la identidad de las comunidades locales, respetando su cultura y sumergiéndonos en ella para aprenderla y aceptarla. Busca la eliminación de la pobreza y el equilibrio demográfico.
- La sostenibilidad ambiental exige el respeto hacia la naturaleza y hacia los bienes naturales y culturales de los diferentes territorios. Promueve una concienciación más profunda por parte del turista.

Es importante que estos tres pilares se vayan desarrollando de forma equitativa, de manera que no prevalezcan unos sobre otros.

El pilar fundamental sobre el que nos centraremos en las prácticas externas será el de la sostenibilidad ambiental en los alojamientos turísticos. Mis prácticas se basan en el trabajo de Ecobnb, una agencia de viajes dedicada al turismo sostenible, que opera en el campo de la economía ecológica, promoviendo el turismo responsable. Su labor principal consiste en ayudar a los viajeros a encontrar alojamientos sostenibles, estableciendo para los anfitriones unas normas ecológicas que deben cumplir. En ella se pueden encontrar numerosos tipos de alojamientos sostenibles, como bed & breakfast, agroturismos, campings, casas rurales o incluso hoteles sostenibles. Los requisitos ecológicos que sigue Ecobnb son los siguientes:

- Comida biológica: en los alojamientos la mayor parte de la comida debe ser biológica, etiquetada con una certificación reconocida.
- Bioarquitectura: con el fin de reducir el impacto ambiental de la construcción, los alojamientos deben utilizar materiales provenientes de fuentes locales y tecnología de alta eficiencia energética, así como cuidar del paisaje que los rodea. Se estima que los edificios existentes son responsables de más del 40% del consumo de energía primaria

total del mundo y aproximadamente de un 24% de las emisiones globales de dióxido de carbono. Una gran cantidad de energía (más del 65%) puede ahorrarse creando proyectos de edificios eficientes (World Energy Council, 2013).

- Electricidad de fuentes 100% renovables: la electricidad que se utiliza en los alojamientos deriva al 100% de fuentes renovables, es decir, de la energía eólica, solar, geotérmica u otras. El alojamiento puede producir energía limpia *in situ* o adquirirla de proveedores de energía limpia.
- Paneles solares para calentar el agua: el alojamiento debe producir agua caliente utilizando energía limpia a través de paneles solares.
- Productos de limpieza ecológicos: los detergentes utilizados para la limpieza del hogar, de las sábanas y de la vajilla deben ser a base de productos naturales, altamente biodegradables y eco-compatibles. De la misma forma, los jabones y desodorantes a disposición de los huéspedes deben ser naturales y biológicos. El alojamiento no debe usar ningún producto químico para la limpieza.
- Reciclaje de más del 80%: los residuos (basuras, papel, plástico, metal/aluminio, residuos orgánicos) se separan y reciclan de forma adecuada, superando el 80%. Además, se debe ofrecer información a los huéspedes sobre el reciclaje, invitándoles a contribuir.
- Accesibilidad sin coche: se debe poder acceder al alojamiento en medios de transporte públicos o bicicleta.
- Lámparas de bajo consumo: el alojamiento debe reducir el consumo de energía eléctrica utilizando lámparas de ahorro energético. Al menos, el 80% de todas las lámparas instaladas en el alojamiento deben tener una eficiencia energética de clase A. El alojamiento promueve de esta forma una acción de sensibilización hacia los huéspedes sobre el ahorro energético.
- Reductores de caudal de agua: el alojamiento debe reducir los consumos de agua utilizando reductores especiales del caudal. Los reductores del flujo limitan la presión a menos de seis litros por minuto. De esta forma el alojamiento promueve una acción sensibilizadora de ahorro hídrico a los huéspedes.
- Recuperación y uso de las aguas meteorológicas: el alojamiento debe recoger y reutilizar las aguas de lluvia. Las aguas meteorológicas se tratan y reutilizan para usos secundarios (cisterna del baño, riego de huertos o jardines, etc.).

Estos son los diez requisitos a los que prestan fundamentalmente más atención, y son la base sobre la que se seleccionan los alojamientos que forman parte de Ecobnb.

Los alojamientos autocertifican sus requisitos de eco-sostenibilidad y gracias a las opiniones y evaluaciones de viajeros se verifican. Se pide a los alojamientos, al menos, cinco de estos diez requisitos principales.

Estos criterios ayudan a Ecobnb a seleccionar cuidadosamente los alojamientos que quieren ofrecer a los huéspedes.

Además de mantener de forma rigurosa el turismo responsable como su principio elemental, Ecobnb también busca favorecer la economía local, poniendo en contacto al turista con la realidad del lugar y haciéndole descubrir destinos menos turísticos. Con todos estos principios, Ecobnb trata de promover su empresa en las redes sociales, cruzando las fronteras nacionales, extendiendo su filosofía principalmente por Europa, teniendo como objetivo el mercado hispanohablante.

2.3. Fundamentos metodológicos

La orientación metodológica que seguiremos a lo largo de las prácticas será fundamental para concluir el enfoque que adquiramos en las mismas y que nos servirá al realizar nuestro trabajo. Es importante describir y entender claramente nuestra metodología de trabajo, que vendrá determinada por los objetivos redactados anteriormente. En definitiva, en este marco expondremos cómo alcanzar los objetivos planteados. Como alumna, las prácticas deben ayudarme a desarrollar de forma progresiva mi capacidad de comprensión y de utilizar los modelos y aprendizaje que me han sido proporcionados a lo largo de todo el curso académico. Mi punto de partida serán los contenidos adquiridos anteriormente sobre gestión de destinos sostenibles, que deberé aprender a aplicar y contrastar a lo largo de la realización de las prácticas externas.

Teniendo en cuenta el período de prácticas que debo realizar, se prevén diversas fases de desarrollo:

- Etapa inicial: dos o tres semanas de observación y familiarización para tomar contacto con la comunidad empresarial y realizar las tareas que se me encomienden.
- Etapa de desarrollo: consiste en avanzar, saber reconocer mis puntos fuertes y débiles, ponerlos en común con la organización y, juntos, buscar soluciones.
- Etapa última: redacción de una memoria, descripción y resultado de las prácticas, es decir, en qué han consistido, cuál ha sido mi labor, qué puertas me abre, qué tipo de

aprendizaje valoro, etc. En esta etapa es importante realizar una reflexión sobre mis competencias y la manera en la que podría explotarlas al máximo.

Además, antes de empezar las prácticas se programaron seminarios semanales por Skype, de una duración aproximada de una hora. Estos coloquios han servido para intercambiar puntos de vista, analizar el sector en común y para verificar el trabajo y solucionar los posibles problemas que pudieran presentarse.

Se pretende obtener los máximos conocimientos posibles, pues todo aprendizaje resultará válido para mi futura inmersión en el mercado de trabajo.

CAPÍTULO 3. MARCO NORMATIVO

El sector en el que enmarcamos nuestro proyecto es el de los alojamientos turísticos sostenibles ofrecidos desde la economía colaborativa. Este modelo de negocio ha sufrido un rápido avance, que ha dejado obsoleta la regulación en la que se apoyaban las viviendas residenciales turísticas. Este servicio afecta actualmente, y de una forma explosiva, al sector turístico y a la cotidianidad de las personas. En un mundo en el que el fuerte crecimiento de las tecnologías ha simplificado la búsqueda de información, el consumidor ya no necesita un intermediario para conseguir lo que desea. Agencias de viajes y turoperadores han perdido fuerza y ahora es el turista el que busca su propia experiencia de viaje.

Las TIC han permitido la emersión del consumo colaborativo, una actividad que consiste en utilizar plataformas P2P (Peer-to-peer²) para obtener, dar o compartir acceso a bienes y servicios (Hamari et al., 2015). En este apartado nos centraremos en las plataformas de alojamiento turístico, como las viviendas turísticas particulares que, visto el auge que han tenido, necesitan de una revisión del marco normativo que se ocupa de ellas tanto a nivel internacional como nacional.

3.1. Regulación internacional de la economía colaborativa para los alojamientos

Las plataformas P2P, principalmente Airbnb (una página web que ofrece alojamientos privados de particulares que alquilan sus casas por un periodo de tiempo normalmente no muy extenso, según la disponibilidad del hospedador), tuvieron su inicio en EEUU (Airbnb tiene su sede en San Francisco). Poco después, fueron llegando a otros muchos países de Europa, como Alemania, Holanda, Francia, Reino Unido o España. En el curso del 2014 y del 2015, EEUU estableció una normativa para regular este tipo de viviendas. Ciudades como Portland, Washington D.C. y Chicago ya poseen una legislación por la que es legal el alquiler de viviendas vacacionales.

² P2P (Peer-to-peer) quiere decir red entre pares, y es una forma de conectar usuarios iguales entre sí, sin necesidad de utilizar funciones como clientes o vendedores. Cuantos más usuarios estén conectados, mejor funcionará una red. Su característica principal es la descentralización: todos los usuarios son iguales, ninguno tiene una función especial, por lo que ninguno es imprescindible para el funcionamiento de la red P2P. El turismo P2P ha revolucionado el modo de viajar. Casi todos los sectores del turismo se han visto afectados: alojamiento, transporte, restauración, etc., aunque los de mayor impacto han sido los alojamientos (Guillén e Iñiguez, 2016).

La Comisión Europea (2016) ha presentado en junio un documento informativo acerca de la forma en que la legislación podría aplicarse para este tipo de sector, invitando a los Estados miembros a revisar y/o modificar las regulaciones empleando ciertos criterios:

- Requisitos en los que se aconseja no prohibir de forma absoluta la actividad, diferenciando aquellos usuarios que operan de forma profesional de aquellos que lo hacen ocasionalmente.
- Responsabilidad ante los problemas que puedan surgir (enfaticando en la plataforma de promoción).
- Protección de los usuarios.
- Tipo de impuestos que deben ser aplicados.

Estas orientaciones tienen como objetivo desarrollar la economía colaborativa de manera adecuada, proporcionando sugerencias jurídicas a las administraciones públicas y a aquellos que disfrutan de este mercado.

En la tabla 1 mostraremos algunos de los países europeos que ya han establecido una normativa para regular el uso de viviendas turísticas particulares. Además, en Nueva York no está permitida una duración de menos de treinta días, a no ser que el propietario conviva con el huésped. En San José de California el uso de viviendas turísticas particulares está permitido legalmente desde el uno de febrero y es obligatorio pagar una tasa turística que gestiona Airbnb. En San Francisco, la cuna de la plataforma, se requiere un permiso del Ayuntamiento. La estancia debe tener un mínimo de siete noches en períodos inferiores a noventa días. Además de pagar la tasa turística obligatoria (coordinada de igual forma por Airbnb), el propietario no puede convivir con el huésped. A modo general, observaremos que el alquiler en primeras residencias está permitido, pero que en segundas residencias se debe pedir un permiso al Ayuntamiento o es completamente ilegal.

Tabla 1. Marco regulatorio en Europa

País	Ciudad	Ley	Duración	Particularidades
Holanda	Ámsterdam	<i>Housing Allocation Act (Huisvestingswet)</i> y la <i>Regional Housing Regulation</i> No se permite en segundas residencias.	Mínimo 7 noches.	Tasa turística obligatoria coordinada por Airbnb.
Francia	París	<i>Loi ALUR/Duflot 2015 (Accès au Logement et urbanisme rénové)</i> . Esta ley permite alquilar la residencia siempre que sea la principal. No se necesita permiso del Ayuntamiento. Es de ámbito regional el alquiler de segundas residencias.	Máximo 4 meses al año.	No es posible alquilar más de 5 habitaciones de la vivienda a la vez, ni albergar a más de quince personas. Se permite el subarriendo con el permiso del propietario. Airbnb tiene tasa turística en Francia.
	Hamburgo	Ley del 21 de mayo de 2013 para la regulación de este tipo de alojamientos. No es necesaria licencia para primeras residencias. Para segundas residencias es obligatorio solicitar un permiso a la Administración Local.		Los propietarios deben estar fuera de la casa.
Alemania	Berlín	<i>Zweckentfremdungsverbot- Gesetz</i> (ley de prohibición del uso indebido de la vivienda). Se requiere un permiso tanto para corta como para larga duración.		Tasa turística obligatoria.
Reino Unido	Londres	<i>Housing and Development (chapter 20) 44-45, short term-use of London accommodation: relaxation of restrictions & power to relax restrictions.</i>	Máximo 90 días al año.	Tasa de turismo pagada por el propietario. Se necesita un permiso del propietario.

Fuente: elaboración propia a partir de datos de Hosteltur y de A.M. De la Encarnación (2016)

Además de estas leyes, estos países proponen imponer duras sanciones a aquellos que no respeten la normativa. Por ejemplo, en San Francisco se propone una multa de hasta 1.000 dólares diarios al propietario. En Berlín, sanciones de hasta 100.000 euros.

Esta tabla nos permite ver la actual controversia en la que se encuentra el sector de la economía colaborativa con respecto a los alojamientos turísticos. La industria hotelera afirma que supone un gran impacto para su sector y cataloga de ilícita la regulación que existe en la mayoría de los países para el alojamiento privado vacacional (Zervas et al., 2016). Con esta

polémica cuestión pasaremos al ámbito estatal, donde también empiezan a surgir regulaciones.

3.2. Regulación de las CCAA de la economía colaborativa para los alojamientos

Exceltur (2015) elaboró un informe denunciando fraude fiscal por parte de Airbnb y Homeaway. Les acusa de realizar competencia desleal y de utilizar un fin, que debería ser el simple intercambio, para lucrarse. Menciona la economía sumergida que crean estos servicios y la falta de regulación que detentan. Se trata sólo de un ejemplo de los problemas que está creando este tipo de negocio en nuestro país y que, como tal, las CCAA tratan de regular.

En España, el marco normativo de los alojamientos turísticos en general se apoya en la legislación estatal. Esta legislación, que permite que un empresario pueda ejercer la actividad hotelera en el sector turístico, pertenece al Derecho Privado del Turismo, cuyas normas, según el Régimen jurídico de las empresas de alojamiento turístico en España y Portugal (AECA, 2014) se regulan en:

- Real Decreto de 22 de agosto de 1885, por el que se publica el Código de Comercio.
- Real Decreto 1784/1996, de 19 de julio, por el que se aprueba el Reglamento del Registro Mercantil.
- Ley 17/2001, de 7 de diciembre, de Marcas.
- Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad.
- Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias.
- Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal.
- Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia.
- Ley 60/2003, de 23 de diciembre, de Arbitraje.
- Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital.
- Ley 3/2009, de 3 de abril, sobre modificaciones estructurales de las sociedades mercantiles.
- Ley 50/1980, de 8 de octubre, de Contrato de Seguro.
- Ley 7/1998, de 13 de abril, sobre Condiciones Generales de la Contratación.
- Ley 4/2012, de 6 de julio, de contratos de aprovechamiento por turno de bienes de uso turístico, de adquisición de productos vacacionales de larga duración, de reventa y de intercambio y normas tributarias.

La economía colaborativa ha tenido un impacto brutal en nuestra sociedad y en el sector turístico. A pesar de que los alquileres vacacionales llevan existiendo mucho tiempo, nunca ha existido como tal una ley que los regulase. El marco regulatorio existente no se adaptaba a la nueva estructura de mercado. La Ley 29/1994, de 24 de noviembre, de Arrendamientos Urbanos (LAU), al no mencionar este tipo de viviendas turísticas creaba un vacío legal que autorizaba al propietario a realizar las acciones que considerase oportunas. Pero, a raíz del auge del fenómeno de las economías compartidas y del alquiler vacacional como modelo de negocio, la industria hotelera, considerándolos competencia, presionó para que se creasen regulaciones sobre este tipo de alquiler (CEHAT, 2016). Esta LAU se modificó en 2013, con el objetivo de regular la actividad de estas propiedades, pasando a añadir al artículo 5 la letra e), por el artículo 1.2 de la Ley 4/2013, de 4 de junio, que define un alquiler de una casa vacacional y que, hasta entonces, se había mantenido con bastante ambigüedad.

Quedan excluidos del ámbito de aplicación de esta ley:

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

La Ley 4/2013, de 4 de junio, de medidas de flexibilización y fomento del mercado del alquiler de viviendas otorga la competencia a cada una de las regulaciones autonómicas en el Prámbulo II:

En los últimos años se viene produciendo un aumento cada vez más significativo del uso del alojamiento privado para el turismo, que podría estar dando cobertura a situaciones de intrusismo y competencia desleal, que van en contra de la calidad de los destinos turísticos; de ahí que la reforma de la Ley propuesta los excluya específicamente para que queden regulados por la normativa sectorial específica o, en su defecto, se les aplique el régimen de los arrendamientos de temporada, que no sufre modificación.

La legislación para dichos alquileres vacaciones depende, por tanto, de cada CCAA. Vamos a realizar un pequeño recorrido por las diferentes regulaciones existentes en cuanto a alquileres vacacionales en algunas CCAA españolas.

En primer lugar, Ostelea (2015) realiza una distribución de alojamientos de este tipo según CCAA. En el gráfico 1 podemos ver el reparto de viviendas entre las tres principales plataformas que destacan en la oferta turística: Airbnb, Homeaway y Niumba.

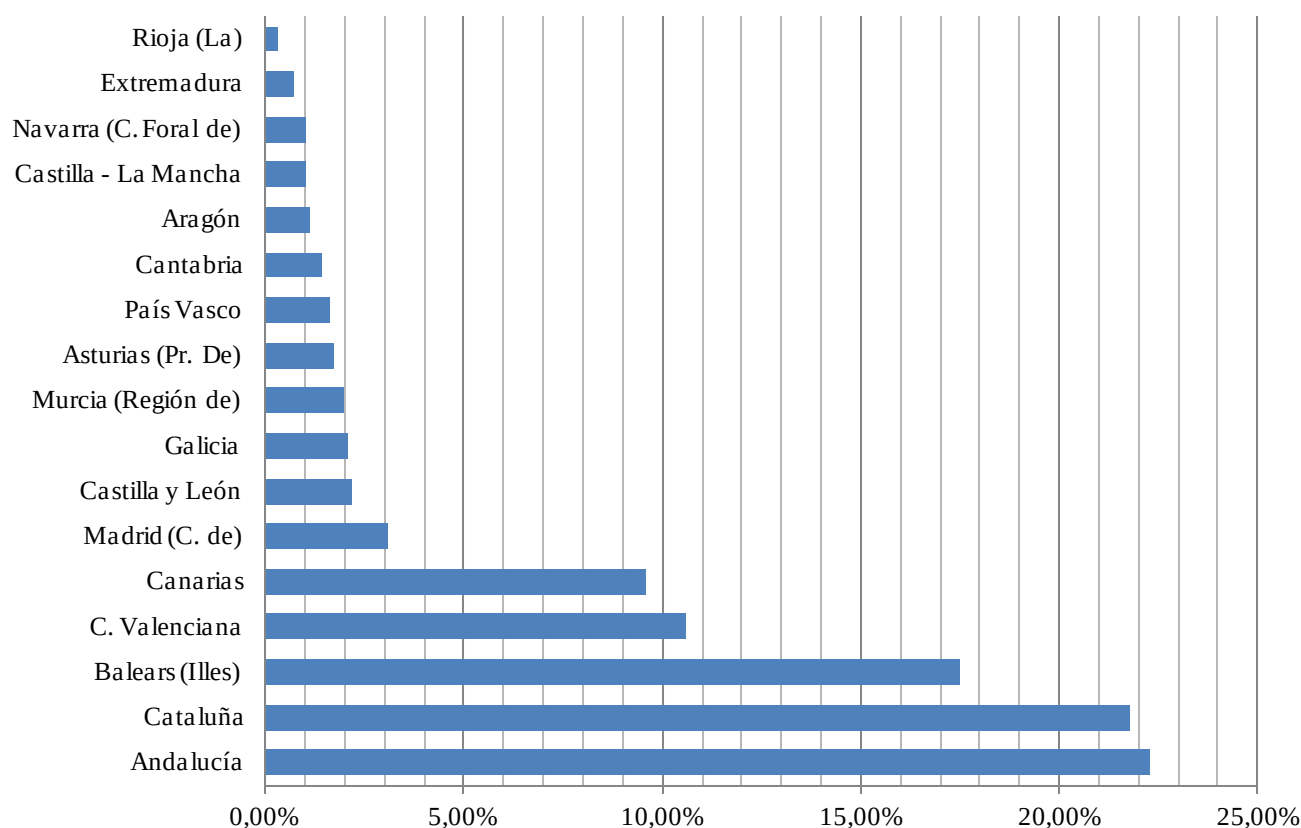


Gráfico 1. Distribución de alojamientos ofertados por las tres principales plataformas, por CCAA

Fuente: Contexto internacional y nacional. El turismo colaborativo. The Ostelea School of Tourism and Hospitality, EAE Business School (2015).

Gracias a este gráfico podemos observar que las CCAA con más popularidad de España en cuanto a alojamientos P2P son Andalucía, Cataluña y las islas Baleares. De ellas haremos una pequeña revisión sobre las competencias que regulan las viviendas turísticas.

La CNMC (2016) ha publicado recientemente una serie de conclusiones extraídas de un estudio sobre la economía colaborativa y su impacto en nuestra sociedad. En el informe, se desarrollan diferentes conclusiones que proponen una regulación eficiente que permita flexibilidad para incentivar el desarrollo de este nuevo mercado. Estas conclusiones han supuesto un revuelo a nivel estatal, pues las regulaciones regionales que se están llevando a cabo se han juzgado como medidas discrecionales.

Actualmente, no todas las CCAA han regulado el uso de viviendas turísticas. En primer lugar, vamos a realizar una revisión de las tres CCAA más afectadas por el consumo colaborativo de alojamientos.

La primera de ellas es Andalucía, regulada por la Ley 13/2011, de 23 de diciembre, del Turismo de Andalucía que considera, en el art. 28.1.a), como servicio turístico “el alojamiento, cuando se facilite hospedaje o estancia a las personas usuarias de servicios turísticos”.

El Decreto 28/2016, de 2 de febrero, de las viviendas con fines turísticos y de modificación del Decreto 194/2010, de 20 de abril, de establecimientos de apartamentos turísticos, en el art. 3, define las viviendas con fines turísticos como:

1. Aquellas ubicadas en inmuebles situados en suelo de uso residencial, donde se vaya a ofrecer mediante precio el servicio de alojamiento en el ámbito de la Comunidad Autónoma de Andalucía, de forma habitual y con fines turísticos.
2. Se presumirá que existe habitualidad y finalidad turística cuando la vivienda sea comercializada o promocionada en canales de oferta turística.
3. Se considerarán canales de oferta turística, las agencias de viaje, las empresas que medien u organicen servicios turísticos y los canales en los que se incluya la posibilidad de reserva del alojamiento.

Con respecto a Cataluña, en el artículo 66 del Decreto 159/2012, de 20 de noviembre, de establecimientos de alojamiento turístico y de viviendas de uso turístico se define una vivienda turística de la siguiente forma:

1. Tienen la consideración de viviendas de uso turístico aquellas que son cedidas por su propietario, directamente o indirectamente, a terceros, de forma reiterada y a cambio de contraprestación económica, para una estancia de temporada, en condiciones de inmediata disponibilidad y con las características establecidas en ese Decreto.
2. Las viviendas de uso turístico se ceden al completo, y no se permite la cesión por estancias.
3. A efectos de este Decreto se considera estancia de temporada toda ocupación de la vivienda por un periodo de tiempo continuo igual o inferior a 31 días, y se considera cesión reiterada cuando la vivienda se cede dos o más veces dentro del periodo de un año.

Además, Cataluña es la única CCAA con una tasa turística obligatoria para los propietarios de las viviendas vacacionales: el IEET (impuesto sobre las estancias en establecimientos turísticos).

Desde otro punto de vista, las islas Baleares regulan de una forma breve la actividad de las compañías que comercian con estas viviendas, sin hacer referencia a las viviendas vacacionales (Gobierno de Canarias, 2016). Las viviendas de uso turístico, en el art. 49 de la

Ley 8/2012, de 19 de julio se definen como viviendas unifamiliares aisladas o en pares, cuyo uso es residencial, y que ofrecen un “servicio de alojamiento turístico que se alterna con el uso propio y residencial que tiene la vivienda en las condiciones establecidas”.

En las tablas 2, 3 y 4 detallaremos los aspectos más importantes de las tres CCAA reguladas que hemos comentado anteriormente, sus leyes, decretos y planes.

Tabla 2. Marco regulatorio de Andalucía

MARCO REGULATORIO	
Andalucía	
Instrumentos legales	<ul style="list-style-type: none"> • Ley 13/2011, de 23 de diciembre, del turismo de Andalucía para la ordenación, la planificación y la promoción del turismo sostenible con una calidad integral. • Decreto 28/2016, de 2 de febrero, de las viviendas con fines turísticos y de modificación del Decreto 194/2010, de 20 de abril, de establecimientos de apartamentos turísticos.
Planificación y Ordenación	<p>El “Plan Director de Promoción Turística de Andalucía 2013-2016” se encarga de la planificación turística integral.</p> <p>También existen otros tres planes integrales:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Plan de Calidad Turística - Plan Estratégico Contra la Estacionalidad - Plan Integral de Fomento del Turismo de Interior Sostenible 2014-2020
Aspectos legales	<p>“La persona o entidad que explota este servicio, tendrá que formalizar la correspondiente declaración responsable ante la Consejería competente en materia de turismo, en la que manifieste el cumplimiento de los requisitos establecidos en el presente Decreto, pudiendo publicitarse a partir de este momento como vivienda con fines turísticos (art. 9.1 del Decreto 28/2016, de 2 de febrero) Las viviendas con fines turísticos se inscribirán de oficio en el Registro de Turismo de Andalucía, comunicándose las altas y bajas a las diferentes corporaciones municipales donde éstas se ubiquen y a la Consejería competente en materia de vivienda (art. 9.3 del Decreto 28/2016, de 2 de febrero). Una vez inscrita la vivienda con fines turísticos, el código de inscripción en el Registro de Turismo de Andalucía habrá de indicarse en toda publicidad o promoción realizada por cualquier medio” (art. 9.4 del Decreto 28/2016, de 2 de febrero).</p>

Fuente: elaboración propia a partir de la Consejería de Turismo, Cultura y Deportes del Gobierno de Canarias (2016).

Tabla 3. Marco regulatorio de Cataluña

Cataluña	
Instrumentos legales	<ul style="list-style-type: none"> Decreto 159/2012, de 20 de noviembre, de establecimientos de alojamiento turístico y de viviendas de uso turístico. Ley 9/2011, de 29 de diciembre, de promoción de la actividad económica.
Planificación y Ordenación	“Plan Estratégico de Turismo de Cataluña 2013-2016”, que propone la regularización de las viviendas de uso turístico, aunque no se encuentra detallado.
Aspectos legales	“Las viviendas de uso turístico se ceden al completo, y no se permite la cesión por estancias” (art. 66 del Decreto 159/2012, de 20 de noviembre).

Fuente: elaboración propia a partir de la Consejería de Turismo, Cultura y Deportes del Gobierno de Canarias (2016).

Tabla 4. Marco regulatorio de las Islas Baleares

Islas Baleares	
Instrumentos legales	<ul style="list-style-type: none"> Ley 8/2012, de 19 de julio del turismo de las Illes Balears. Decreto 20/2015, de 17 de abril, de principios generales y directrices de coordinación en materia turística; de regulación de órganos asesores, de coordinación y de cooperación del Gobierno de las Illes Balears, y de regulación y clasificación de las empresas y de los establecimientos turísticos, dictado en desarrollo de la Ley 8/2012, de 19 de julio, de Turismo de las Illes Balears.
Planificación y Ordenación	“Plan Integral de Turismo de las Islas Baleares 2015-2025”, que no menciona las viviendas turísticas
Aspectos legales	“Reglamentariamente se podrá establecer la obligatoriedad de que las viviendas que se comercialicen turísticamente deban someterse a planes de calidad, y deben determinarse su periodicidad y sus efectos” (art. 52 de la Ley 8/2012, de 19 de julio).

Fuente: elaboración propia a partir de la Consejería de Turismo, Cultura y Deportes del Gobierno de Canarias (2016).

Además de estas regulaciones, existen otras como el Decreto 80/2015, de 5 de mayo, del Gobierno de Aragón, por el que aprueba el Reglamento de las viviendas de uso turístico en Aragón, en el que se regulan las características para que un alojamiento se considere turístico, los requisitos y obligaciones, el régimen jurídico y el régimen sancionador, o el Decreto 79/2014, de 10 de Julio, del Consejo de Gobierno, por el que se regulan los

apartamentos turísticos y las viviendas de uso turístico de la Comunidad de Madrid. Estos son sólo algunos ejemplos de la importancia que está adquiriendo poseer una legislación en cuanto a economía colaborativa en nuestro país. Otras CCAA que empiezan a definir las viviendas de uso turístico son, por ejemplo, Navarra, Valencia o Galicia.

El informe concluyente de la CNMC (2016) ofrece recomendaciones a las administraciones que regulan cada legislación, calificando éstas de “innecesarias” y “desproporcionadas” y sugiriendo cambios regulatorios de interés general que no impidan a los usuarios el beneficio completo de estas plataformas. Si bien es cierto que estas leyes crean cierto desconcierto, tanto para el huésped como para el arrendador que, ante la amenaza de sanciones, pueden escoger dejar de lado esta forma de alojamiento turístico, estas leyes en algunas ocasiones también ayudan a proteger al usuario ante casos de abuso por una o ambas partes. Por consiguiente, es necesaria una regulación que se adecue a este nuevo modelo de negocio, evitando desincentivar su uso y devaluar su posición en el mercado.

Para entender cómo estas nuevas economías han tenido lugar y qué impactos suponen en nuestro sector, realizaremos, además, un repaso histórico, que nos encamine hasta la economía colaborativa en nuestros días.

CAPÍTULO 4. ANÁLISIS DEL SECTOR

Nuestro sector se articula dentro de las redes de hospedaje y economía colaborativa. Para poder comprender la situación que les afecta y analizarla, debemos primero realizar un acercamiento histórico de estos servicios y del turismo. Esta mirada hacia el pasado nos explicará la realidad turística y nos vinculará a todos los aspectos sociales, económicos, políticos y medioambientales que están teniendo lugar en nuestros días. Gracias a esta revisión histórica podemos comprender los importantes cambios que se han ido sucediendo con el paso de los años, hasta la presente fecha. Estos cambios están motivados por los diferentes acontecimientos sociales, como la actual crisis financiera surgida en el 2008, que ha supuesto la necesidad de revisar el modelo turístico básico, frágil desde una visión sostenible, para transformarlo en un modelo más resistente. Además, tras el fuerte descenso del gasto turístico debido a esta crisis, este sector juega un papel fundamental para la recuperación económica, pues los ingresos procedentes del turismo no sólo afectan al propio sector, también a otras muchas actividades que se extienden a la vida cotidiana de la población (Cuadrado-Roura y López, 2015). Por ello, en este apartado realizaremos un repaso histórico de cómo el turismo ha ido evolucionando paralelamente a los diversos fenómenos sociales y políticos que han tenido lugar.

4.1. Turismo y hospedaje a lo largo de la historia

Desde la Prehistoria, el ser humano siempre ha necesitado realizar desplazamientos con fines comerciales y militares. El intercambio de mercancías y la búsqueda de vestimenta o ganado hacían que, tanto la población visitante como la visitada, diesen un alto valor a la hospitalidad como servicio de alojamiento, que debía satisfacer las necesidades básicas del viajero. El comercio era una fuente fundamental de riqueza y desarrollo de una comunidad. Por tanto, el turismo ha estado siempre presente en la Historia. Ya en la Antigüedad, en Grecia se realizaban actividades de ocio dedicadas a la cultura, al deporte, a la religión o a diferentes actividades que animaban su tiempo libre. Realizaban viajes y buscaban el placer de la relajación de formas muy distintas (viajaban principalmente a Atenas, Olimpia y Delfos). Para ello, era necesario poder disponer de alojamientos en los lugares a los que se dirigían, para poder pasar la noche. Los griegos daban una importancia fundamental a la hospitalidad, que puede estar fundamentada en motivos religiosos, pues afirmaban que Zeus acogía a todo forastero. De igual forma, también la civilización romana realizaba actividades lúdicas, acudían a los teatros para entretener sus jornadas y asistían a menudo a las termas,

realizando, tanto viajes estacionales y de placer, como para asentarse en otras ciudades y conquistarlas.

En la Edad Media, cultura, sociedad y economía sufrieron un adormecimiento debido a la fuerte crisis padecida tras la caída del Imperio Romano. Este hecho originó numerosas guerras de imperios que lucharon entre sí, y que afectaron, sobre todo, a los sectores más pobres y débiles de la población. Las malas cosechas, la peste en Europa (que acabó con la mitad de la población), la fuerte desigualdad social y la rebelión de los estratos no privilegiados, principalmente de la población campesina, provocaron un retroceso en el turismo. La Edad Media también se caracterizó por ser una época Teocéntrica. Esto dio lugar a un tipo de turismo religioso: el de las peregrinaciones, como el conocido Camino de Santiago.

Estas peregrinaciones también siguieron su curso en la Edad Moderna. Igualmente, se realizaron numerosas expediciones marítimas, que estimularon los deseos de viajar y conocer lugares nuevos. Este y otros sucesos dieron origen al *Grand Tour*, un viaje que los jóvenes aristócratas debían realizar para aumentar su formación. Este viaje se originó a finales del siglo XVI y duraba de tres a cinco años, por lo que los jóvenes tenían tiempo de conocer cómo funcionaban grandes ciudades como Roma, Atenas o París, además de ampliar vastamente sus conocimientos y experiencias de vida. A lo largo de este viaje, los jóvenes iban anotando en un cuaderno sus experiencias, así como sus lugares de hospedaje, los medios de transporte utilizados, etc.

Fue, sin duda, la Revolución Industrial, iniciada en la segunda mitad del siglo XVIII, la que trajo un cambio grandioso y marcó un punto de inflexión en la historia del turismo, una transformación social y económica que permitió enormemente el desarrollo del movimiento turístico. Con la creación de la máquina de vapor los viajes se dispararon y surgió el turismo de montaña y de salud. Las personas empezaron a desplazarse masivamente hacia otras ciudades. Para que todo esto fuera posible se necesitaban establecimientos donde alojar a las personas, donde pudieran comer y pernoctar. Fue aquí cuando se introdujo el primer concepto del alojamiento combinado con bebida y comida. Así surgió la hostelería que, en un principio, estaba dedicada a las clases más adineradas y a los comerciantes y, con el paso del tiempo, se fue manifestando en un tipo de hospedaje más adaptado a todo tipo de visitantes. En estas posadas los huéspedes compartían habitaciones y en muchos casos, incluso camas. Estos servicios se fueron mejorando poco a poco a lo largo del siglo XIX, época en la que se identifica oficialmente un fenómeno turístico como tal. Además, tenían localizaciones

bastante privilegiadas, situándose normalmente al lado de puertos y de tabernas, lo que les daba una clara ventaja de promoción (Beltrami, 2011).

Después de la Primera Guerra Mundial, tuvo lugar una enorme producción de transportes, como coches y autobuses. Así, surgió el turismo de costa enfocado a las playas y a los ríos. Se crearon cadenas de hoteles como Hilton, Sheraton, o Holiday Inn que, situados en las costas y en zonas de un intenso turismo, obtuvieron un éxito inmenso, convirtiéndose en los primeros grupos hoteleros más grandes de la historia de la inmobiliaria.

Tras la Segunda Guerra Mundial, cuyos efectos fueron devastadores para el turismo y la hostelería, volvió una época de bienestar. Se produjo una revolución turística, el turismo empezó a crecer a un ritmo imparable, surgieron hoteles y restaurantes como no había ocurrido antes y los motivos del viaje turístico se modifican. Las grandes cadenas hoteleras continuarán teniendo éxito hasta nuestros días, pero apareció, además, un tipo de alojamiento más económico, construido en terrenos más asequibles, un poco más alejados, con poco personal y servicios y tarifas más bajas que el resto de competidores. Es así como llegamos al turismo como lo conocemos hoy en día: diferentes ofertas turísticas de playa, sol, cultura, aventura, restauración, etc.

4.2. Crecimiento del turismo y de las pernoctaciones

Desde esta época hasta nuestros días, el turismo no ha hecho más que crecer. Entre 1970 y 1980 se construyeron tantos hoteles que un alto porcentaje ni siquiera podía ocuparse. La expansión hotelera fue tal que superó a la expansión de la industria turística y ya una gran parte de la población podía permitirse alojarse en hoteles con muchas y variadas características. Desde entonces, se han creado, además, millones de paquetes turísticos, existen los vuelos *low cost*, que permiten a la población desplazarse a lugares a los que antes no era posible. Este fuerte desarrollo del turismo y de la hostelería trae no sólo consecuencias económicas positivas, sino otras tantas negativas:

- Construcción de establecimientos sin ninguna planificación y sin tener en cuenta ningún tipo de ordenamiento del territorio, lo que implica una serie de impactos sociales y medioambientales que sólo pueden frenarse con una gestión adecuada.
- La llegada masiva de turistas, que crea una dependencia hacia diversos turoperadores situados en EEUU, Gran Bretaña y Alemania, principalmente.

En la década de los 80, los turoperadores y empresas de hostelería buscan crear nuevas ideas para poder expandirse, por lo que empiezan a ofrecer diferenciaciones como deporte, salud, etc. Los hoteles ofrecen actividades organizadas por ellos mismos, con su propio

personal y a un precio asequible. Asimismo, las herramientas de marketing utilizadas empiezan a ser más sofisticadas, tratando de ofrecer al turista experiencias cada vez más exigentes. Este turismo seguirá madurando, haciendo aumentar su demanda y creando legislaciones que ayuden en su planificación y comercialización. La opción de un turismo sostenible está dentro de la gestión de muchos países (Berrino, 2011).

De este modo, según la OMT (2015), el turismo tuvo una rápida expansión desde los años 50, que de 25 millones de turistas pasó a tener 1.138 en 2014. Actualmente, un 5% del PIB mundial es debido al turismo, así como un 6% de las exportaciones de servicios mundiales. A nivel de empleo, representa uno de cada doce empleos en el mundo, es decir, 235 millones (OMT, 2010). Cada año, unas mil millones de personas viajan por todo el planeta, esto es, casi una persona de cada seis. Estas cifras no cesan de aumentar. Las previsiones dicen que, en 2030, los turistas serán cerca de un millón ochocientos mil, doblando el número de hace algunos años (OMT, 2016).

Según Intelitur (2015) que muestra datos del Instituto Nacional de Estadística (INE), los alojamientos turísticos en España recibieron más de 13,7 millones de viajeros, cuya cifra de pernoctaciones asciende a casi 58 millones. De igual forma, según Intelitur, “los alojamientos turísticos colectivos analizados recibieron 63,0 millones de viajeros que realizaron 228,3 millones de pernoctaciones, con variaciones interanuales del 6,3% y del 4,0%, respectivamente” (2015: 1). En el gráfico 2 podemos observar estos datos.

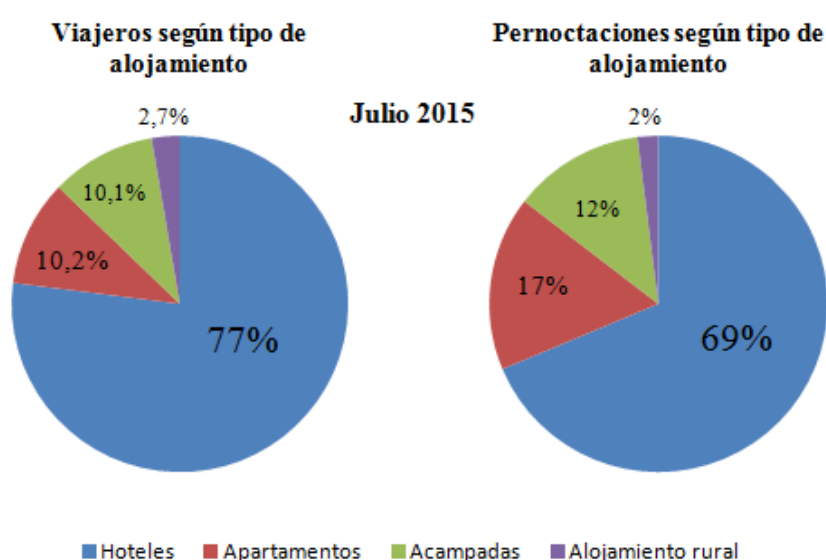


Gráfico 2. Porcentaje de viajeros y pernoctaciones según alojamiento. Julio 2015

Fuente: Intelitur, 2015, p. 1. Datos provisionales.

Además, el INE muestra que las islas Canarias son el destino preferido para alojarse en apartamentos, con un 89,1% de ocupación de las viviendas ofertadas en enero de 2016.

Todos estos datos permiten observar la importancia del sector hotelero en el turismo, tanto internacional como nacional. Pero este sector no sólo aporta conclusiones positivas, como pueden ser el aumento de empleo, el aumento del PIB o el beneficio económico del sector turístico.

4.3. Impactos negativos del alojamiento turístico

Observamos que el turismo tiene aspectos tanto positivos como negativos. A lo largo de este trabajo, hemos aportado los suficientes datos e información como para poder conocer los positivos. En este apartado nos centraremos en los aspectos negativos del sector turístico relacionados con el problema de ocupación de espacios turísticos, como pueden ser los hoteles.

En España, la normativa urbanística general del territorio se encuentra recogida en los diferentes planes de ordenamiento territorial, que gestiona cada Comunidad Autónoma. Estos planes clasifican el suelo, entre otros, y determinan qué terrenos podrán ser urbanizables y en cuáles no se debe construir. La mala gestión de la ordenación urbana, así como el incumplimiento de los planes ante la fuerte demanda de alojamientos vacacionales que hubo en las zonas litorales de España desde los años 60, ha supuesto la construcción en suelos no urbanizables, la excesiva construcción en suelos urbanizables, etc. Estas grandes residencias consumen un vasto espacio, que ha supuesto un gran impacto social y medioambiental, como la destrucción y transformación de las playas, dañando sus recursos, segmentando a la población y contaminando sus aguas. Esta situación trajo importantes consecuencias negativas a nuestro país, provocando una burbuja inmobiliaria que ha causado un endeudamiento desorbitado agravado por la crisis financiera.

El informe “Destrucción a toda costa” de Greenpeace hace un recuento del problema de construcción masiva y de la destrucción de espacios vírgenes en el litoral español. Aquí podemos ver una pequeña parte del problema al que se enfrenta nuestro país con respecto a la destrucción del entorno natural, y las leyes que lo regulan:

España posee aproximadamente 8.000 kilómetros de litoral. Sin embargo, si se consideran los primeros 500 metros de costa, delimitan una franja proporcionalmente escasa respecto a toda la superficie del país, tan solo un 0,55% del total. La franja de los primeros 5 kilómetros supone un 4,26% de la superficie del país y, sin embargo, en los municipios costeros se concentra el 44% de la población. [...] Además, se observa que mientras en algunos municipios el número de viviendas se ha multiplicado por 10 e incluso por 100, ese desarrollo urbanístico no se ha visto acompañado de los necesarios servicios públicos, entre ellos depuradoras o una adecuada gestión de residuos. Este aumento de la urbanización y la falta de infraestructuras ambientales adecuadas, que ya existe en gran parte del Mediterráneo y las islas,

se ha extendido a multitud de enclaves en el norte de España, lo que ha generado graves problemas que implican una superación de la capacidad de carga de muchos destinos turísticos. Este hecho ha determinado incluso que peligre el sector turístico a corto plazo, en favor de otros lugares con mejores paisajes o calidad del agua (Greenpeace, 2013: 11).

Así, desde 1987 hasta 2005, el crecimiento de viviendas en la costa fue masivo: de 58.000 hectáreas a casi 72.000 en estos dieciocho años.

Esta superproducción inmobiliaria no ha sufrido ninguna limitación a nivel económico, urbano, social, ambiental o paisajístico.

En muchos casos, el gasto necesario para realizar estas construcciones ha acabado siendo superior al de los ingresos producidos. Esto, unido a los impactos que la masiva construcción ha tenido en nuestras playas, ha dado lugar a un deterioro costero irrecuperable.

Es, por consiguiente, fundamental, una correcta gestión y planificación de la ordenación del territorio, en la que se introduzcan planes y leyes realistas en su aplicabilidad, con objetivos a largo plazo, que ayuden a sembrar las bases de un territorio sostenible.

En una época de muchos interrogantes sobre la contaminación y la destrucción del patrimonio cultural y natural, en la que nos cuestionamos qué impactos causará el turismo a nivel social, económico y medioambiental, posiblemente la respuesta la encontremos en el modelo de desarrollo de la sostenibilidad.

La principal fuente de emisiones antropogénicas³ del mundo está directamente relacionada con la combustión de combustibles fósiles, es decir, petróleo, carbón y gas natural, provenientes del interior de la tierra. Según el Ministerio de Industria, Energía y Turismo (2011), el 45,1% de la energía primaria consumida en España en 2011 procedía del petróleo, que puede ser utilizado de muy diversas formas, tales como producir plástico, derivados combustibles, insecticidas, asfalto, caucho, detergentes, vaselina para cosméticos y, por supuesto, calefacción. El carbón sirve, principalmente, para la producción de energía eléctrica y de combustibles, y el gas natural nos proporciona agua caliente, calefacción y aire acondicionado⁴. Así pues, las centrales eléctricas de carbón son las mayores productoras de las emisiones de CO₂. Otro estudio de Greenpeace (2015) sobre el carbón y el

³ Las emisiones antropogénicas son las emisiones de “gases de efecto invernadero derivados de la quema de combustibles fósiles y de la actividad humana”. Las tres principales emisiones son “el Dióxido de Carbono (CO₂), el Metano (CH₄) y el Óxido Nitroso (N₂O). Los dos últimos tienen un efecto invernadero muy superior al CO₂, pero su presencia en la atmósfera es muy inferior a éste último” (ACANMET, s.f.).

⁴ Es importante recalcar que todas las producciones a las que aquí se hace referencia son las que afectan principalmente al sector tratado en este trabajo: el medioambiente y los alojamientos sostenibles.

medioambiente, manifiesta que éste es el combustible fósil más contaminante en la generación de energía eléctrica, siendo el petróleo el segundo, y situando al gas natural en tercer lugar.

En España, un país con 46,40 millones de habitantes, la producción de CO₂ per cápita fue de 5,1 toneladas en 2013 (Banco Mundial, 2014). Estas emisiones se encuentran muy por encima del uso real que se debería hacer de los combustibles fósiles. Según la opinión de Greenpeace (2009), para el 2050 el objetivo es reducirlas de un 85 a un 90%, lo que ayudaría a evitar que las temperaturas incrementen más de dos grados. Cada ciudadano debería reducir sus emisiones hasta 1,3 toneladas de CO₂ anuales. Esto supone una transformación (que podríamos definir como casi radical) en la actitud individual de cada uno.

Para entender la importancia de la contaminación en España y en el mundo podemos observar el Gráfico 3, que nos muestra el alcance de las emisiones de CO₂ per cápita.

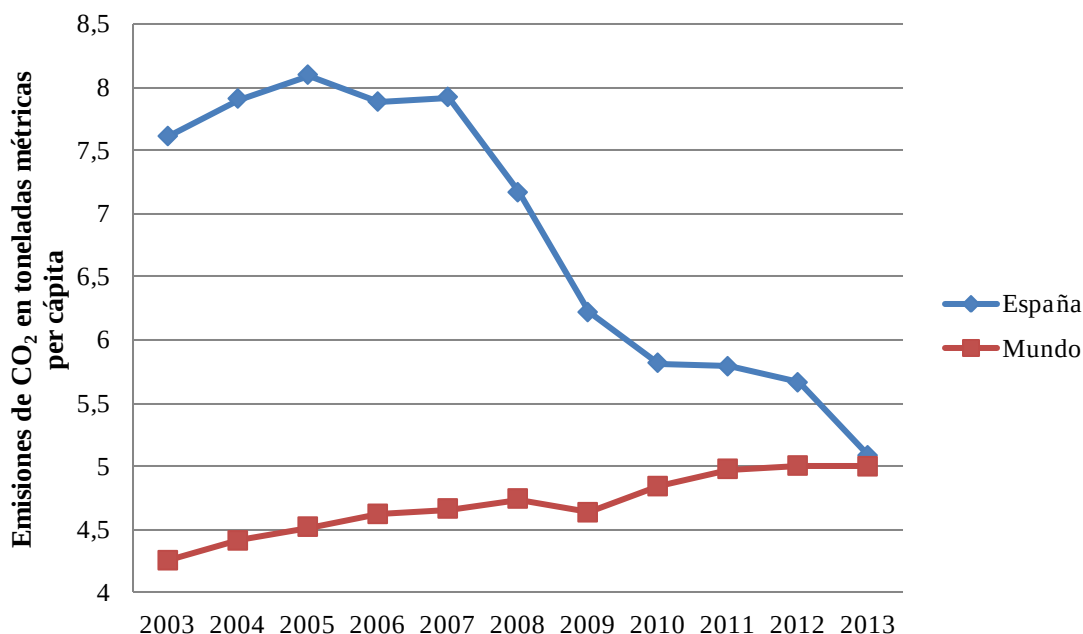


Gráfico 3: Comparación entre las emisiones de CO₂ y la media de emisiones de CO₂ mundiales (toneladas métricas per cápita)

Fuente: elaboración propia a partir de datos obtenidos del Banco Mundial.

Independientemente de las tan necesarias políticas de cambio por parte de las grandes multinacionales, las instituciones y las empresas para reducir este gran impacto medioambiental, también nosotros debemos ayudar en este gran reto. El avance de la tecnología ha supuesto también un gran aumento de estos gases, pues el uso de sistemas energéticos y transporte se ha incrementado en más de un 80% desde los años 70 (IPCC,

2007). Estos avances se encuentran interconectados con el turismo, que no habría tenido el mismo crecimiento sin la ayuda de la globalización.

El turismo es una de las causas principales de contaminación y de producción de dióxido de carbono. La ONU (2014) expone que el turismo es el responsable del 5% de las emisiones contaminantes mundiales que son causa del calentamiento global. De esta forma, trata de concienciar a la población sobre este tema y ayudar a preservar el medioambiente.

Si nos centramos en el sector de la construcción, este es, además, el mayor emisor de gases de efecto invernadero (unos 8.600 millones de toneladas de CO₂), y el responsable del consumo de más de un tercio de materias primas mundiales (12% de agua dulce, 40% de generación de residuos). Es fundamental reducir este consumo con alojamientos verdes que cumplan unos requisitos sostenibles (UNEP-SBCI, 2011).

Estos datos nos muestran el grave problema en el que nos encontramos. A pesar de esto, existe una concienciación cada vez más enérgica y trascendente sobre la contaminación y la destrucción del entorno natural. Existen pues diferentes modelos de turismo, alternativos a los que siempre han existido, que, además de beneficiar al medioambiente, también son buenos para la economía particular de las personas.

4.4. El consumo colaborativo y el alquiler de residencias turísticas particulares

Este turismo alternativo lo encontramos en el modelo de negocio llamado consumo colaborativo o, como se le suele llamar: economía compartida (*shared economy*). Como comentábamos anteriormente, este modelo consiste en una interacción digital entre dos o más usuarios para poner a disposición un bien propio que se comparte con el resto de personas que no poseen ese bien, pero del que tienen necesidad en un momento concreto. La economía compartida proporciona un servicio alternativo, lo que provoca que también se ofrezca una experiencia diferente.

Existen controversias respecto a la economía colaborativa, pues desde un punto de vista social reduce costes económicos, contribuyendo a la disminución del gasto individual de las personas. Además, reduce la contaminación ambiental. El uso de estas plataformas está motivado por un gran número de factores, como puede ser la sostenibilidad, el ocio y el ahorro económico. Este tipo de economía ocasiona un impacto indirecto sobre la sostenibilidad, pues aunque provoque una gran cantidad de impactos positivos, las personas no suelen gozar de esta economía para beneficiar al medioambiente (Hamari et al., 2015).

A pesar de los diferentes impactos negativos que la economía colaborativa puede suponer, como la desprotección del consumidor o el reto para ciertos sectores turísticos como

la hotelería o el transporte, también existen numerosos aspectos positivos. Estos son el núcleo de este apartado, así como de los próximos, puesto que Ecobnb es una plataforma P2P y pretende aprovechar sus puntos fuertes. Algunos de estos aspectos son: sostenibilidad, reducción de la contaminación, ahorro, aumento de la sociabilidad, repercusión económica positiva en la comunidad local, experiencias diferentes a las ofrecidas por los sectores turísticos tradicionales, etc. (CNMC, 2014).

Por todo ello, debemos reconsiderar significativamente el cambio que se ha ido produciendo en la situación de los alquileres vacacionales, que ya hemos mencionado con anterioridad. Como hemos visto, la LAU regula la actividad de los arrendamientos a nivel estatal. A raíz del surgimiento de la economía colaborativa y del crecimiento exponencial de servicios de alojamiento turístico en domicilios de alquiler, muchos establecimientos hoteleros han considerado este tipo de servicios como competencia desleal, debido a la fuerte caída que ha sufrido su oferta turística.

Según un informe de Exceltur (2015), en los últimos años, la demanda de la vivienda de alquiler vacacional ha sido representada, principalmente, por turistas extranjeros. Estos datos coinciden, además, con la entrada de plataformas P2P, que sirven como sistema de intermediación para vincular a los particulares en la economía compartida. Sólo en 2010, los alquileres vacacionales aumentaron en un 59,7%, y a día de hoy continúan en alza. Además, debido a la situación de crisis que vive España desde el año 2008, se ha producido una disminución de viajes del turista español, y el número de turistas nacionales ha disminuido considerablemente (Exceltur, 2015),.

Por consiguiente, y como podemos observar en el Gráfico 4, ya en 2014 la oferta de viviendas de alquiler vacacional ascendía a 2.725.000, mientras que para los establecimientos hoteleros era de 1.433.262. De la misma forma, la European Holiday Home Association declaró en 2014 que, en conjunto, todas estas viviendas de alquiler turístico (que comprenden alojamientos privados, agencias inmobiliarias y plataformas P2P), disponían en Europa de veinte millones de camas, una cifra que dobla la oferta de camas de establecimientos hoteleros (Exceltur, 2015).

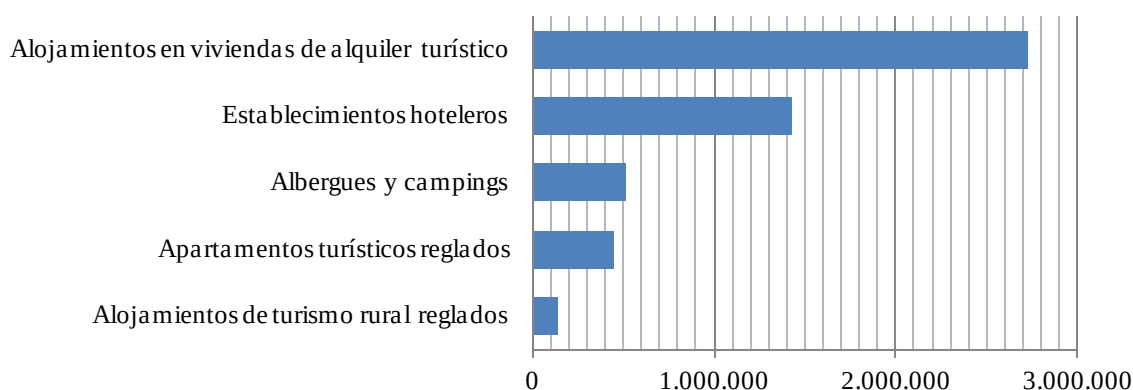


Gráfico 4. Distribución de la planta alojativa de pago en España según tipologías. 2014

Fuente: Exceltur (2015).

En el Gráfico 5, presentamos el número y porcentaje de plazas de alojamiento que ofrecen diferentes plataformas de economía compartida.

Plataforma	Número de propiedades	Número de plazas
Airbnb	75.390	287.236
Homeaway	65.541	249.711
Niumba	37.945	144.570
Wimdu	34.741	132.363
Housetrip	22.784	86.807
Rentalia	17.059	64.995
BeMate (Alterkeys)	14.000	53.340
Vacaciones-España	7.400	28.194
Only-Apartments	3.909	14.893
Total	278.769	1.062.109

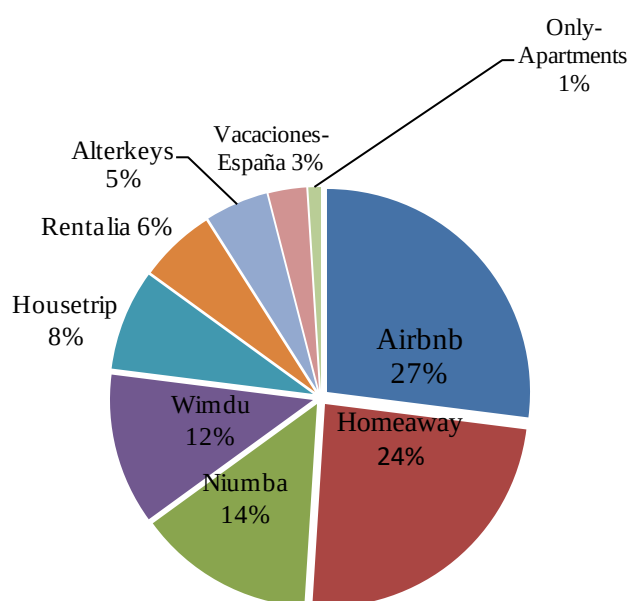


Gráfico 5. Servicios de alojamiento turístico en viviendas de alquiler (propiedades y plazas)

Fuente: Exceltur (2015)

En cuanto al perfil del turista que se aloja en este tipo de viviendas, sigue siendo el mismo que el que se alojaba en un hotel. No podemos por lo tanto crear un nuevo segmento de turista, aunque sí que podemos analizar sus necesidades. El informe de Exceltur (2015)

pone de manifiesto, gracias a una encuesta realizada por Nielsen, que las preferencias del turista que se alojaba en establecimientos tradicionales y las del que se aloja en viviendas de alquiler vacacional son prácticamente iguales. Actitudes como una vida social activa (61%), persona aventurera (62% tradicional, 59% vivienda) o tecnológicamente al día (70% tradicional, 67% vivienda) siguen siendo las mismas. Además, un 28% de los turistas de viviendas de alquiler es menor de 30 años. En el caso del alojamiento tradicional, un 25%. También tienen un nivel de estudios similar, y consideran que si no existiese este nuevo modelo de negocio, seguirían viajando al mismo destino turístico. Existe una ligera variación de un 4% en la elección según el tipo de renta de cada turista. El huésped de un hotel, por ejemplo, tiene una renta superior a 2500€ frente al huésped de un apartamento, que tiene una renta inferior a este número (55% tradicional, 51% vivienda). Las preferencias que muestran una mayor diferencia entre turistas las podemos ver en el Gráfico 6:

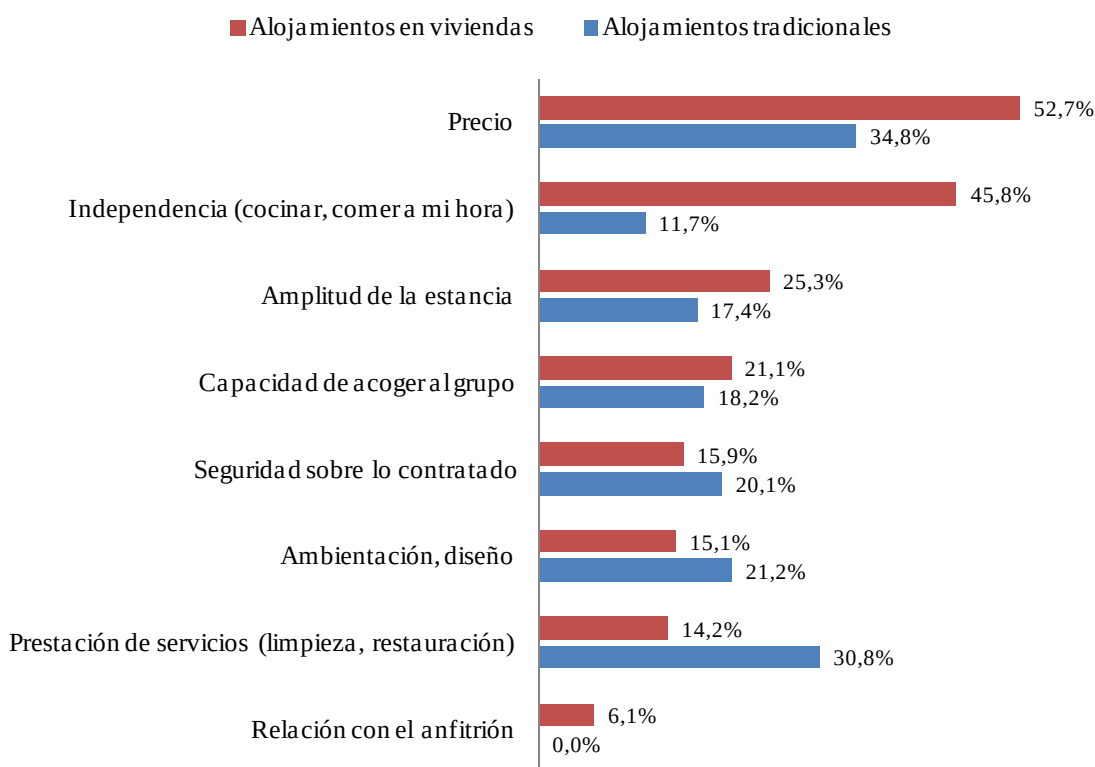


Gráfico 6. Clasificación de los turistas por motivaciones según la tipología alojativa

Fuente: Exceltur (2015)

A pesar de que el tipo de cliente no haya variado significativamente, las economías compartidas se han desarrollado fundamentalmente gracias al uso de las nuevas tecnologías y a la sencillez y alternativa de precios que suponen. Este tipo de alojamientos se han utilizado

siempre para el turismo, pero el incremento del uso de Internet los ha ayudado a evolucionar hasta un punto imparable.

Para entender de forma clara el funcionamiento de la economía colaborativa, nos basaremos en dos ejemplos clave: Blablacar y Airbnb. Blablacar.es es una página web usada para compartir viajes en vehículos particulares. El conductor ofrece su transporte y el viajero paga la gasolina a medias con el conductor y el resto de pasajeros. Esta economía es beneficiosa para aquellos que usan este sistema, sin mencionar el impacto positivo que implica para el medioambiente la reducción de contaminación al utilizar un número menor de medios de transporte privados. La otra página a la que nos referimos es Airbnb, que tiene un funcionamiento muy parecido. Se trata de una página de búsqueda de alojamientos privados, en la que un propietario alquila su casa (a un precio asequible) a unos huéspedes que buscan un alojamiento para un fin de semana de vacaciones o mucho más tiempo, según la disponibilidad del anfitrión. Esta página web es utilizada en 190 países, y en ella podemos encontrar más de 600.000 alojamientos. Este tipo de alojamiento aporta beneficios a la economía local, aunque perjudica a empresas de turismo y transportes, que han tenido siempre los precios más altos. Este nuevo modelo de negocio ha sido muy bien recibido por los consumidores, lo que nos hace plantearnos si la mejora del sector turístico sostenible se está llevando a cabo gracias a este tipo de economías que hacen que muchas personas puedan acceder a ciertos alojamientos o desplazamientos que antes no podían (por ejemplo, una línea de autobuses interurbanos ofrece unas horas concretas, mientras que en Blablacar.es se pueden encontrar otras horas que quizás se adapten más al cliente; un hotel en la plaza de la Bastilla, en París, es inaccesible para personas que busquen un viaje *low cost*. Un alojamiento *airbnb* en esa zona costará igual que un hotel a las afueras de la ciudad). Para que el resto de compañías turísticas no se desplomen, es necesario evaluar y actualizar las características que las ayudan a ser más competentes.

De aquí surge también la idea de Ecobnb, una página web que comparte muchas particularidades con Airbnb, pero con una diferencia crucial: los alojamientos deben ser sostenibles.

4.5. Análisis de Ecobnb como plataforma de conexión de alojamientos sostenibles

La idea de crear una plataforma como Ecobnb, catalogada como agencia de viajes, se desarrolla en Trentino, en Italia, en 2010. El primer proyecto se llama *Viaggiverdi* (que quiere decir viajes verdes), y su idea inicial era conectar a personas que garantizaran el uso de métodos respetuosos para el medioambiente, conectando entre sí los alojamientos que comparten estas ideas, pero que no tienen fuerza para emerger. Un año después, este proyecto consigue financiación europea: EcoDots, que ayudó a poder extenderlo a toda Europa. De esta forma, la plataforma pasó a llamarse Ecobnb. Simone Riccardi, principal fundador, se percató, buscando un alojamiento sostenible para un viaje personal, de que no existía ninguna página web que conectase alojamientos orientados a estas ideas. Desde entonces, Ecobnb ha trabajado de forma online para comunicar a la gente su forma de ver la vida.

Como recursos humanos, encontramos entre sus miembros principales a: Simone Riccardi, fundador, emprendedor social, director del proyecto informático y servicio al cliente; Silvia Ombellini, co-fundadora, arquitecta, gestora de contenidos y diseñadora UX⁵; Carla Soffriti, en la oficina de presa; Pietro Boraschi, desarrollador informático; y Chiara Marras, bloguera y diseñadora UX. Como recursos materiales, la herramienta utilizada es, fundamentalmente, Internet, que usan para concienciar sobre la necesidad de un mundo más sostenible, así como para promocionar su página web. Cuentan con un software específico que les permite trabajar en red con facilidad: Trello, una herramienta para organizar el trabajo de Ecobnb, que sirve para buscar soluciones y hacer más competitivo su propio trabajo. Sirve para el *project management*, que permite gestionar, compartir y monitorizar todo de forma inteligente, en cada momento y desde cualquier lugar; Wordpress: un sistema de gestión de contenidos que se utiliza para hacer blogs, webs empresariales, tiendas online, etc.; Canva, un sistema de creación de infografías para los no profesionales en diseño gráfico que buscan atraer la atención de sus clientes. Además, disponen de la página principal, *ecobnb.com* y el blog alternativo, principal medio de difusión, ambos traducidos a diferentes idiomas. Para transmitir las novedades, también usan Facebook y Twitter.

Ecobnb posee una red de más de 2.000 alojamientos sostenibles que buscan día a día reducir su huella ecológica y proteger el medioambiente. Entre los alojamientos con los que Ecobnb colabora hay *bed & breakfast*, albergues, refugios, agroturismos, casas del árbol,

⁵ Un diseñador UX (User Experience), o diseñador de Experiencia de Usuario, tiene como objetivo crear productos que resuelvan las necesidades concretas de un usuario. Todas las decisiones están basadas en las motivaciones, necesidades y expectativas de los consumidores, y se requiere de una amplia investigación y un diseño que se ajuste adecuadamente (Garrett, 2010).

hoteles sostenibles, *glampings*⁶ ecológicos, iglús de hielo o faros en el mar, habitaciones, casas de vacaciones o tiendas, como por ejemplo, yurtas. Como ya mencionamos con anterioridad, todos estos alojamientos deben respetar, al menos, cinco de los diez criterios sostenibles que proponen. Esta plataforma trabaja principalmente en Italia, aunque también tiene una amplia difusión entre el público anglófono. Asimismo, tienen contacto con alojamientos sostenibles por toda Italia, pero también en Suiza, Alemania, Serbia y Eslovenia. También están empezando a expandirse por España, Francia y Suecia.

La filosofía de Ecobnb está directamente relacionada con el turismo sostenible. Un turista que escoja un alojamiento sostenible podrá reducir hasta el 90% del impacto medioambiental de sus vacaciones respecto a un hotel tradicional. Además, esta comunidad apoya a los productores locales, promueve el uso de productos ecológicos y jabones naturales e incentiva las redes de compra de comercio justo, contactando con personas que trabajan por el respeto a la naturaleza y a las comunidades locales.

Además de la página principal de Ecobnb, a través de la que se pone en contacto a anfitriones con viajeros, también utilizan un blog como canal de comunicación para promover esta forma de viajar. Gracias a él, han conseguido más de medio millón de visitantes al año.

El segmento de clientes de Ecobnb en Italia fue analizado y, como explicamos con anterioridad, catalogado en cinco *buyer personas* necesarias para que su oferta sea dirigida a ellas (tabla 5).

⁶ La palabra *glamping* se forma por la combinación de *glamour* y *camping*. Se trata de campings en los que se puede disfrutar de la naturaleza, pero al mismo tiempo gozar de las comodidades de las que tendrías en un hotel.

Tabla 5. Buyer personas a las que se dirige Ecobnb

MARA	48 años
Tipo de usuario	Miembro de Ecobnb, propietaria de un Bed and Breakfast (3 habitaciones)
Educación	Superior
Trabajo	Naturópata
Sueldo anual	40 000 Euros
Estado civil	Casada
Número de hijos	1 hijo de 8 años
Medio de búsqueda	Windows XP, Smartphone
Páginas de búsqueda	Tripadvisor.com, booking.com, Facebook, Bedandbreakfast.it
Aficiones	Senderismo, Yoga, Leer, vivir en armonía con la naturaleza y los animales
Intereses	Obtiene información sobre la página web, registra su B&B y crea una página personal

Fuente: elaboración propia a partir de datos de Ecobnb

ANTONIO	50
Tipo de usuario	Miembro de Ecobnb, propietario de una casa rural ecológica (6 habitaciones)
Educación	Media
Trabajo	Granjero y productor de vino
Sueldo anual	50 000 Euros
Estado civil	Casado
Número de hijos	2 hijos de 23 y 19 años
Medio de búsqueda	Windows XP
Páginas de búsqueda	Tripadvisor.com, agriturismo.it
Aficiones	Cocinar, disfrutar de la buena comida y del buen vino
Intereses	Publica promociones sobre su B&B, carga fotos nuevas, quiere promocionarse para alcanzar más clientes

Fuente: elaboración propia a partir de datos de Ecobnb

PAOLA	29
Tipo de usuario	Visitante eventual de Ecobnb (viajera)
Educación	Superior

Trabajo	Profesora
Sueldo anual	30 000 Euros
Estado civil	
Número de hijos	No
Medio de búsqueda	Windows XP, Iphone
Páginas de búsqueda	Expedia.it, booking.com
Aficiones	Viajar con su novio y su perro, conocer a personas, Trekking, Ciclismo, vacaciones culturales
Intereses	Busca alojamientos en las montañas, en los que pueda llevar a su perro y tener un desayuno orgánico. Busca alojamientos por el precio. Mira las fotos y lee evaluaciones. Elige un alojamiento y contacta por email con el anfitrión.

Fuente: elaboración propia a partir de datos de Ecobnb

SOPHIE & MIKY	37 y 35 años
Tipo de usuario	Visitante fijo de Ecobnb (viajero)
Educación	Superior y media
Trabajo	Dependiente
Sueldo anual	50 000 Euros
Estado civil	Casado
Número de hijos	2 hijos de 2 y 4 años
Medio de búsqueda	Windows XP, Smartphone
Páginas de búsqueda	Booking.com, Tripadvisor.com, turismoitinerante.it, homeforexchange.com
Aficiones	Fines de semana saludables en el campo, montaña o mar. Quieren que sus hijos estén en contacto con la naturaleza, con los animales.
Intereses	Busca casas rurales con alquiler de bicicletas, cunas, comida ecológica, productos de limpieza naturales. Busca los requisitos de los alojamientos, por situación y precio, mirando las fotos, los servicios, los precios y las evaluaciones. Reserva con tarjeta de crédito.

Fuente: elaboración propia a partir de datos de Ecobnb

ALESSANDRO	22 años
Tipo de usuario	Visitante fijo de Ecobnb (viajero)

Educación	Educación media
Trabajo	Estudiante universitario
Sueldo anual	0
Estado civil	
Número de hijos	No
Medio de búsqueda	Smartphone, Windows XP
Páginas de búsqueda	Coutchsurfing.com, Tripadvisor.com, Trivago.com, Expedia.com
Aficiones	Ciclismo, Trekking, navegación, surf, aventura, descubrir nuevos lugares, fotografía
Intereses	Busca ofertas especiales, turismo de aventura, comenzando desde el precio más bajo

Fuente: elaboración propia a partir de datos de Ecobnb

Gracias a estas personas virtuales creadas por el equipo de Ecobnb, podemos saber qué tipo de cliente se interesa por la ecología y por los alojamientos sostenibles en Italia.

Una vez individualizado, estudiado y detallado todos los conocimientos necesarios para poder realizar nuestras prácticas profesionales, debemos explicar en qué se ha basado este periodo y de qué forma hemos sido capaces de desenvolvemos como profesionales del turismo sostenible.

CAPÍTULO 5. DESCRIPCIÓN Y RESULTADO DE LAS PRÁCTICAS

Las prácticas comenzaron el lunes doce de septiembre y finalizaron el viernes cuatro de noviembre. Durante mi período de prácticas he adquirido diferentes competencias gracias, principalmente, a los fundadores de Ecobnb, Silvia Ombellini y Simone Riccardi.

Para empezar, debemos aclarar que los objetivos propuestos al comienzo de estas prácticas se han cumplido, en su mayoría, de una forma bastante conveniente. Además, he desarrollado algunas competencias fundamentales, como la comunicación y colaboración desde una nueva metodología de trabajo que está cada vez más en alza: el trabajo desde casa. Se trata de un sector en aumento, en el que predomina el marketing digital y las redes sociales. El trabajo se desarrolla principalmente por Internet, permitiendo a los cooperantes poder efectuar sus competencias desde cualquier parte del mundo y conectando a profesionales que, de otra forma, nunca podrían intercambiar sus puntos de vista.

Durante el desarrollo de mis prácticas, he trabajado desde casa con la ayuda de Silvia Ombellini y Simone Riccardi, que se han mostrado disponibles en todo momento para asesorarme y aconsejarme sobre las tareas que me enviaban diaria o semanalmente. La ayuda que me han proporcionado ha sido en todo momento de gran utilidad en el aprendizaje de tecnologías que no conocía y a las que no estaba habituada. Así pues, mi trabajo podría clasificarse en cuatro etapas que se detallarán en los próximos apartados.

5.1. Primera etapa: familiarización con el software que utiliza Ecobnb

La primera etapa consistió en el aprendizaje y familiarización del software necesario para realizar un trabajo online en una página web. Trello ha sido mi herramienta base durante todo el tiempo. Esta herramienta, como ya hemos explicado con anterioridad, sirve para aumentar la competitividad en el trabajo que realizamos. Posee una estructura lógica dividida principalmente en: *Board*, *List* y *Card* (ver Anexo I).

- Board: considerada la representación virtual del proyecto, es la zona de trabajo que usamos.
- List: contiene las diferentes fases del proyecto. Las estándar son: *to do list* (cosas que hacer), *doing list* (lo que estamos haciendo) y *done list* (procesos concluidos).
- Cards: son tarjetas que se colocan dentro de cada lista para subdividir y optimizar el trabajo

Para poder usar Trello de forma adecuada tuve que investigar a fondo sobre todos estos conceptos (ver Anexo II).

La siguiente herramienta básica que tuve que estudiar para poder trabajar en el blog fue Wordpress (ver Anexo III), para aprender a insertar artículos. Una vez conocida la utilización de esta página (ver Anexo IV), Silvia me introdujo en las funcionalidades de SEO (Search Engine Optimization). SEO es un sistema que ayuda a mejorar el posicionamiento de una web en los buscadores, para darles una mejor visibilidad (ver Anexo V).

Otra herramienta fundamental para promocionar sitios webs sería Canva, una página web para realizar diseños gráficos simples en diferentes ámbitos. Canva nos permite crear elementos visuales que llamen la atención para atraer clientes (ver Anexo VI).

5.2. Segunda etapa: redacción y publicación de artículos

Esta segunda etapa de las prácticas estuvo consagrada a la realización y traducción de artículos. Tratándose de una comunidad cuya difusión está, principalmente, fundamentada en las redes sociales, la publicación de artículos de rutas turísticas, alojamientos ecológicos o simples curiosidades y noticias es un gran refuerzo para su promoción. Para ello fue fundamental estudiar cómo mejorar los artículos de un blog mediante las técnicas SEO (ver Anexo VII). A lo largo de las prácticas, he aprendido nociones básicas de redacción de artículos periodísticos para publicarlos en la red. Además, la traducción y redacción de estos artículos me ha ayudado a mejorar ampliamente mis conocimientos acerca del turismo sostenible, cumpliendo así algunos de mis objetivos. Algunos ejemplos de artículos traducidos y redactados han sido:

- Los beneficios económicos del turismo
- 2017, Año Internacional del Turismo Sostenible
- Las 10 mejores rutas en bicicleta por Europa
- 10 casas rurales perfectas para huir del caos de la ciudad
- Turismo responsable, un nuevo desafío: viaja y disfruta, pero con respeto
- Los 10 glampings ecológicos más bonitos del mundo
- Tú también puedes tener una casa sostenible
- 5 ciudades españolas para recorrer en bicicleta

En total, han sido treinta el número de artículos traducidos y redactados en español (ver Anexo VIII). En inglés, han sido diez.

5.3. Tercera etapa: creación de infografías para atraer la atención del público

Como ya hemos explicado con anterioridad, Canva es una herramienta online que se basa en la composición de imágenes con texto, con el objetivo de comunicar ideas sencillas

sin mucho contenido. Esta página nos permite crear en diferentes formatos, como pueden ser: redes sociales, formato póster, imagen para blog, A4, etc.

Canva da acceso a la creación de infografías a aquellos que no son expertos en diseño gráfico, pues su utilización es simple y asequible para todo tipo de personas, independientemente de sus conocimientos de diseño.⁷

La importancia del uso de infografías en un blog y en una página web viene determinada por la necesidad de crear una conexión con la persona del otro lado, aquella que está viendo nuestra oferta. Es una estrategia atractiva para llamar la atención y que, combinando texto e imágenes, permite explicar de una forma clara y sencilla ciertos conceptos, modificándolos para otorgarles una lectura fácil y sin mucho contenido.

De esta forma, desde la primera semana de prácticas (ver Anexo IX), realicé diferentes infografías para atraer la atención del público en redes sociales (ver Anexo X), con frases para reflexionar e imágenes de viajes y paisajes. Para poder realizar las infografías, así como introducir imágenes en el blog, es de vital importancia tener cuidado con los derechos de autor de las fotografías e imágenes que encontramos en Internet. Por tanto, también tuve que aprender cómo buscar imágenes: las páginas que puedo usar, qué tipo de Copyright me permite utilizarlas, qué son los Creative Commons y a cuáles tengo acceso⁸

5.4. Cuarta etapa: marketing turístico

Para poder adquirir un valor que permita que una empresa alcance un alto grado de competitividad en el mercado, una correcta herramienta de marketing es fundamental. La cuarta etapa de mi trabajo en Ecobnb ha estado basada en la apertura de la página web al público hispanohablante y, dada la cercanía geográfica, fundamentalmente a España. Para ello, hemos realizado diferentes técnicas de marketing que nos han ayudado a identificar el segmento de clientes a los que nos dirigimos y qué nos piden éstos.

⁷Aunque esta página es muy útil en momentos puntuales, no sustituye el trabajo de un profesional, dado que éste dispone de los conocimientos necesarios para la verdadera creación y diseño de imágenes y fotografías.

⁸Una licencia Creative Commons sobre derechos de autor y las herramientas crean equilibrio en el ambiente tradicional de "Todos los derechos reservados" que se lee en los Copyright. Esta herramienta permite dar todos los derechos, desde los creadores individuales a grandes empresas e instituciones. Estas obras, culturales, científicas o educativas, pueden copiarse, distribuirse, modificarse, y mezclarse y usarse como punto de partida, todo dentro de los límites de la ley de derechos de autor (Creative Commons, 2009). A pesar de esta licencia, dentro de los Creative Commons existen también derechos de autor que no siempre te permiten copiar, distribuir, modificar y mezclar las imágenes (algunas sólo se pueden copiar o distribuir, etc.).

- La primera técnica que realizamos fue la de evaluar a nuestros “competidores”. A pesar de que la oferta de Ecobnb es prácticamente única, la idea en la que se basa está muy extendida: la sostenibilidad. Por consiguiente, más que una evaluación de nuestros competidores, el trabajo consistió en un análisis de aquellas redes sociales que estuvieran relacionadas con nuestros criterios de sostenibilidad para aprender y ver en qué podíamos mejorar, observando sus contenidos y su público. Podemos verla en el Anexo XI.
- La segunda técnica consistió en analizar a los usuarios españoles consumidores de turismo sostenible. En apartados anteriores ya comentamos que el marketing digital contiene el concepto de las *buyer personas*, personajes que representan a todos los usuarios. Estas *buyer personas* definen y nos ayudan a comprender el objetivo, así como a satisfacer las exigencias y a anticiparlas.

Así pues, partiendo de los datos disponibles en Internet sobre las personas interesadas en el turismo sostenible (datos, estadísticas, informes, etc.), el objetivo consistió en definir cinco personas referidas al mercado en lengua española, y describirlas en una tabla. Estas *buyer personas* nos resultaron mucho más fáciles de definir gracias al anterior análisis de las redes sociales, que nos dio una idea mucho más amplia del cliente que busca la sostenibilidad. El resultado lo podemos ver en el Anexo XII.

Todas estas etapas se han visto acompañadas de un seguimiento continuado de Silvia Ombellini, que estableció desde el primer momento una reunión semanal por Skype (normalmente los martes a las 11:00) de aproximadamente una hora para aclarar dudas, resolver conceptos y mejorar mi trabajo y rendimiento.

Además de las competencias ya mencionadas, otra de las destrezas adquiridas a lo largo de las prácticas profesionales ha sido la gestión eficaz del tiempo. Para poder llevar a cabo un trabajo en el que cumplir unos objetivos diarios o semanales es básico, saber organizar y establecer periodos de tiempo concretos nos ayudará a realizar nuestras tareas de una forma mucho más práctica. En un trabajo como el de Ecobnb, que requiere una constante actualización para poder estar a la altura de las necesidades que piden sus clientes, es necesario saber reaccionar de forma eficiente a los problemas que puedan presentarse, lo que nos ayudará a poder manejar de forma adecuada los recursos de los que disponemos. Además, la división del trabajo que en Trello realizamos suele catalogarse en pequeños objetivos diarios o semanales que son de gran ayuda para organizar mejor el desarrollo del mismo.

CAPÍTULO 6. CONCLUSIONES Y PROPUESTAS

La sostenibilidad es hoy una necesidad que no podemos seguir negando. Los impactos que genera el turismo convencional son muchos y a gran escala, y no podemos continuar permitiéndolo. La sobreexplotación de los recursos naturales, la elevada construcción de infraestructuras, la estigmatización de las culturas locales causada por su difícil integración con el turista, su empobrecimiento, el aumento de los costes y la inflación son sólo algunas de las consecuencias del uso indebido de las herramientas turísticas. Para poder poner fin a estas situaciones, es necesario gestionar un plan sostenible que mantenga una equidad entre la situación social, medioambiental y económica en los destinos turísticos, teniendo en cuenta que sin la igualdad de las tres dimensiones no se alcanzará este objetivo. Actores públicos y privados tienen la responsabilidad de trabajar juntos para cambiar de forma profunda el modelo de desarrollo turístico que ha acontecido hasta nuestros días. Se necesitan políticas eficaces y a largo plazo que garanticen una gestión adecuada de los diferentes territorios.

Con el paso de los años, el turismo ha ido evolucionando hasta llegar a adoptar la forma en la que lo conocemos actualmente. Este progreso ha sido causado por los diferentes cambios socioculturales, tecnológicos y económicos que se han ido sucediendo a lo largo de la historia. Es evidente que el rápido avance tecnológico ha supuesto una revolución en la mayor parte de sectores del mundo. Las TIC (Tecnologías de la Información y la Comunicación) permiten acceder a todo tipo de conocimientos, de una forma muy diferente a la de antaño. Utilizar estas herramientas correctamente facilita el aprendizaje y abre el comercio a una infinidad de opciones. Ahora, las empresas usan las TIC para darse a conocer y promocionar sus productos y las personas físicas para manifestar sus deseos y opiniones y para buscar intereses propios sin necesidad de intermediarios. Todo esto pone en contacto la oferta y la demanda de una forma que nunca habíamos visto antes.

La economía colaborativa no es un modelo de negocio pasajero, ha venido para quedarse y los pronósticos no hacen más que demostrarlo. Su regulación es limitada y su actividad muy extensa e imparable. La Unión Europea trata de ofrecer a los países ciertas recomendaciones que ayudarán al sector reglamentado, como industria hotelera y transporte público, a firmar la paz con aquellos que utilizan esta forma alternativa de consumo. Aun así, las controversias sobre la severidad de la legislación no se detienen. Es incuestionable que esta economía seguirá manifestándose con fuerza y que una regulación austera y difícil de comprender, sólo provocará el rechazo a su conocimiento. Pero, a pesar de la falta de normativa y de las protestas de sus competidores, el mundo en el que vivimos nos ha

propuesto una nueva forma de vida basada en el uso del bien común, que ha reinventado los estilos de vida y el turismo, y como tal, rehusarla supone un retroceso en la actual era digital y de comunicación.

Gracias a estas plataformas P2P surge Ecobnb, una empresa que busca conectar a usuarios de todo el mundo a la vez que conciencia sobre la necesidad de implantar un turismo responsable. En esta empresa se han desarrollado mis prácticas externas, y gracias a ella he cumplido una gran parte de los objetivos propuestos en este trabajo. Algunos fundamentales han sido la mejora de mi conocimiento del turismo sostenible y de las características socioculturales de los destinos. Por medio de profesionales del sector que han colaborado en mi formación práctica, una gran cantidad de destrezas adquiridas han reforzado mi seguridad como trabajadora cada vez más experta del turismo sostenible.

Durante todo el período de realización, ha sido clave el aprendizaje de las nuevas tecnologías que tanto están repercutiendo en nuestra vida diaria sin apenas darnos cuenta. Cuando realizamos una búsqueda en Google o en otra base de datos, leemos artículos en publicaciones electrónicas, descargamos un programa o, simplemente, ofrecemos información sobre nosotros mismos, no percibimos qué hay detrás de nuestras acciones online. Aquellos que nos ofrecen esta información para que nuestro viaje sea más fácil, desde el blog más sencillo hasta *tripadvisor*, esconden detrás un sinfín de colaboradores expertos en el uso de redes sociales e Internet y en técnicas de marketing y diseño UX.

Además de la tarea diaria realizada, mi aporte a la empresa ha ido acompañado de una enorme motivación por aprender y seguir adquiriendo conocimientos y competencias relacionados con el turismo sostenible. Una buena actitud es esencial en el desempeño de un trabajo y en el fomento de las relaciones sociales con el resto de profesionales.

Para garantizar la eficiencia y aprovechamiento de una plataforma P2P como es Ecobnb, se necesitan actualizaciones diarias y saber transmitir la importancia de practicar turismo responsable. Estas competencias se van adquiriendo día tras día con el trabajo continuo.

Por último, en relación con el sector de la construcción sostenible, se deben también buscar políticas que garanticen la calidad a largo plazo. Como hemos visto, la construcción habitual de un edificio provoca un gran impacto en el entorno que lo rodea. Estos impactos son causados por la extracción y procesamiento de materias primas, la construcción del edificio y su progresivo uso a lo largo de toda su vida útil. Esta cadena es difícil de romper si consideramos que tanto vendedor como comprador carecen de conocimientos suficientes sobre cómo adecuar una vivienda conforme a los criterios de la sostenibilidad. A pesar de

encontrarnos lejos de construir edificios completamente sostenibles, con emisiones e impactos cero, la concienciación es cada vez mayor, y esto hace que estén apareciendo importantes y comprometidas definiciones sobre los alojamientos sostenibles.

Para comprender correctamente la importancia que debemos dar a este sector, vamos a describir el término alojamiento sostenible, que ha servido como referencia para abordar diferentes trabajos y análisis a lo largo de los años y que recoge, al fin y al cabo, la convicción fundamental de la empresa en la que han tenido lugar mis prácticas externas:

La Construcción Sostenible, que debería ser la construcción del futuro, se puede definir como aquella que, con especial respeto y compromiso con el Medio Ambiente, implica el uso sostenible de la energía. Cabe destacar la importancia del estudio de la aplicación de las energías renovables en la construcción de los edificios, así como una especial atención al impacto ambiental que ocasiona la aplicación de determinados materiales de construcción y la minimización del consumo de energía que implica la utilización de los edificios (Casado, 1996).

A modo de conclusión, podemos decir que el uso de herramientas que permitan dar un enfoque sostenible a las viviendas responderá a numerosos problemas planteados en este trabajo, como el impacto paisajístico, la contaminación producida principalmente por el consumo energético y el excesivo consumo de recursos naturales básicos, como el agua. La eficiencia energética, el uso de materiales naturales y reciclados o un correcto sistema de reciclaje son sólo algunas de las ventajas que la construcción sostenible nos ofrece. Si a todo esto añadimos la práctica de un turismo responsable en el que, además, se lleven a cabo actividades de economía colaborativa, el resultado podría ser muy beneficioso para la reducción de la huella de carbono en el campo del turismo sostenible. Se trata de realizar una colaboración en red en la que todos actuemos de forma consciente para conseguir un planeta más sostenible, lo que cada vez más está suponiendo (y se constatará en el futuro) un importante desafío que es necesario afrontar.

BIBLIOGRAFÍA

- AECA, (2014). Régimen jurídico de las empresas de alojamiento turístico en España y Portugal Documentos AECA. (pp. 11-26). Madrid: AECA. Disponible en <http://aeca.es/old/tienda/tu2.pdf> [Último acceso 15 noviembre 2016].
- Alavedra, P., Domínguez, J., Gonzalo, E., y Serra, J. (1997). La construcción sostenible. El estado de la cuestión. *Informes De La Construcción*, 49 (451).
- Beltrami, M. (2011). *Ocio y viajes en la historia* (1ª edición). Acad Mica Espa, pp.30-232.
- Berrino, A. (2011). *Storia del turismo in Italia*. 1ª edición. Bologna: Il mulino.
- Binkhorst, E. (2013). Planificación de marketing de los destinos turísticos. Aspectos diferenciales por mercados y segmentos, en Pulido, J., López, Y. (eds): *Gestión estratégica sostenible de destinos turísticos* (pp.425-468). Sevilla: Universidad Internacional de Andalucía
- CEHAT,. (2016). *CEHAT contesta a la CNMC sobre el estudio de economía colaborativa*. Disponible en http://www.cehat.com/adjuntos/fichero_7804_20160419.pdf [Último acceso 15 noviembre 2016].
- CNMC, (2016). *Estudio sobre los nuevos modelos de prestación de servicios y la economía colaborativa* (pp. 64-100). CNMC. Disponible en https://gallery.mailchimp.com/996a241a1277589de1e7f5373/files/RESULTADOS_PRELIMINARES_Estudio_Economia_Colaborativa.pdf [Último acceso 15 noviembre 2016].
- Comisión Europea, (2016). *Una Agenda Europea para la economía colaborativa*.
- Consejería de Turismo, Cultura y Deportes. Gobierno de Canarias,. (2016). *Comparación de la normativa sobre alquiler vacacional en las Comunidades Autónomas del Estado español*.
- Correia, F. (2013). Análisis multidimensional de la sostenibilidad de los destinos turísticos: la preservación de los recursos, en Pulido, J., López, Y. (eds): *Gestión estratégica sostenible de destinos turísticos* (pp. 196-238). Sevilla: Universidad Internacional de Andalucía.
- Cuadrado-Roura, J. y López Morales, J. (2015). *El turismo, motor del crecimiento y de la recuperación de la economía española* (pp. 18-20). Madrid. Disponible en http://www3.uah.es/iaes/publicaciones/DT_04_15.pdf [Último acceso 15 noviembre 2016].
- Diez, S. (2015). *La economía colaborativa: un nuevo modelo de consumo que requiere la atención de la política económica* (1ª edición, pp. 25-26). Valladolid.
- Exceltur, (2015). *Alojamiento turístico en viviendas de alquiler. Impactos y retos asociados* (pp. 7-39). Madrid. Disponible en <http://www.exceltur.org/wp-content/uploads/2015/06/Alojamiento-tur%C3%ADstico-en-viviendas-de-alquiler-Impactos-y-retos-asociados.-Informe-completo.-Exceltur.pdf> [Último acceso 15 noviembre 2016].

- Exceltur, (2015). *Perspectivas turísticas. Balance empresarial del año 2015 y perspectivas para 2016* (pp. 2-20). Madrid. Disponible en <http://www.exceltur.org/wp-content/uploads/2016/01/INFORME-PERSPECTIVAS-Balance-del-a%C3%B1o-2015-y-Perspectivas-2016-WEB.pdf> [Último acceso 15 noviembre 2016].
- Flores Ruiz, D. (2013). Análisis multidimensional de la sostenibilidad de los destinos turísticos: la eficiencia, en Pulido, J., López, Y. (eds): *Gestión estratégica sostenible de destinos turísticos* (pp. 113-152). Sevilla: Universidad Internacional de Andalucía.
- Gascón, J. (2013). Análisis multidimensional de la sostenibilidad de los destinos turísticos: la equidad, en Pulido, J., López, Y. (eds): *Gestión estratégica sostenible de destinos turísticos* (pp. 154-194). Sevilla: Universidad Internacional de Andalucía.
- Greenpeace, (2009). *Cómo salvar el clima. Revolución renovable* (pp.2-7). Madrid: Greenpeace. Disponible en: http://www.greenpeace.org/espana/Global/espana/report/cambio_climatico/informe-c-mo-salvar-el-clima.pdf [Último acceso 15 noviembre 2016].
- Greenpeace, (2013). *Destrucción a toda costa 2013. Análisis del litoral a escala municipal* (pp. 4-13). Madrid: Greenpeace. Disponible en <http://www.greenpeace.org/espana/Global/espana/report/costas/DTC%202013.pdf> [Último acceso 15 noviembre 2016].
- Greenpeace, (2015). *Las trampas del carbón* (p. 6). Madrid: Greenpeace. Disponible en <http://www.greenpeace.org/espana/Global/espana/2015/Report/cambio-climatico/las-trampas-del-carbon.pdf> [Último acceso 15 noviembre 2016].
- Guillén Navarro, N. & Iñiguez Berrozpe, T. (2016). Acción pública y consumo colaborativo. Regulación de las viviendas de uso turístico en el contexto p2p. *Pasos*, 14(3), 751-768.
- Hamari, J., Sjöklint, M., Ukkonen, A. (2015). The sharing economy: Why people participate in collaborative consumption. *Journal Of The Association For Information Science And Technology*, 67(9), 2047-2059.
- INE, (2016). *Las pernoctaciones en alojamientos turísticos extrahoteleros aumentan un 8,4% en enero respecto al mismo mes de 2015. Encuestas de ocupación en alojamientos turísticos extrahoteleros..* Disponible en <http://ine.es/daco/daco42/ocuptr/eoat0116.pdf> [Último acceso 15 noviembre 2016].
- INTELITUR, (2015). *Alojamientos turísticos. Julio 2015.* (pp. 1-5). Madrid: Intelitur. Disponible en http://www.camara.es/sites/default/files/publicaciones/alojamientos-turisticos-julio_2015.pdf [Último acceso 15 noviembre 2016].
- Casanovas, X. (2009). *La construcción sostenible. Una mirada estratégica*. Barcelona.

- Ministerio de agricultura, alimentación y medio ambiente, Gobierno de España, (2010). *Turismo y cambio climático en España. Evaluación de la Vulnerabilidad del Turismo de Interior frente a los Impactos del Cambio Climático* (pp. 35-83) Madrid: Gobierno de España.
- Ministerio de agricultura, alimentación y medio ambiente, Gobierno de España, (2010). *Turismo y cambio climático en España. Evaluación de la Vulnerabilidad del Turismo de Interior frente a los Impactos del Cambio Climático* (pp. 35-83). Madrid: Gobierno de España.
- ONU, (2016). *Panorama del turismo internacional* (p. 32). Madrid. Disponible en <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418152> [Último acceso 15 noviembre 2016].
- PNUMA, OMT, (2006). *Por un turismo más sostenible. Guía para responsables políticos*. Por un turismo más sostenible (pp. 7-24). PNUMA, OMT. Disponible en: <http://www.unep.fr/shared/publications/pdf/DTIx0884xPA-TourismPolicyES.pdf> [Último acceso 15 noviembre 2016].
- Pulido Fernández, J. y López Sánchez, Y. (2013). El turismo desde una perspectiva estratégica sostenible, en Pulido, J., López, Y. (eds): *Gestión estratégica sostenible de destinos turísticos* (pp. 89-112). Sevilla: Universidad Internacional de Andalucía.
- Riveros, H. y Blanco, M., (2003). *El agroturismo, una alternativa para revalorizar la agroindustria rural como mecanismo de desarrollo local* [online]. Lima: IICA, pp.11-12. Disponible en: <http://www.sidalc.net/repdoc/A7831E/A7831E.PDF> [Último acceso 15 noviembre 2016].
- Sánchez Martínez, J.D. y Moya García, E. (2013). Ordenación y planificación territorial. Aspectos diferenciales por tipologías, en Pulido, J., López, Y. (eds): *Gestión estratégica sostenible de destinos turísticos* (pp.303-374). Sevilla: Universidad Internacional de Andalucía
- Scott, D. M. (2007). *The New Rules of Marketing*. John Wiley and Sons.
- The Ostelea school of tourism & hospitality, (2015). *Turismo colaborativo. Contexto nacional e internacional* (p.23) Barcelona. Disponible en: http://static.hosteltur.com/web/uploads/2015/12/Turismo_colaborativo_Ostelea_2015.pdf [Último acceso 15 noviembre 2016].
- Torres Bernier, E. (2013). Sistema, destino y mercado. Estructura, agentes y operaciones en los destinos turísticos, en Pulido, J., López, Y. (eds): *Gestión estratégica sostenible de destinos turísticos* (pp. 15-65). Sevilla: Universidad Internacional de Andalucía.
- Torres Delgado, A. (2013). Turismo y sostenibilidad: una propuesta metodológica para el estudio de la sostenibilidad turística a escala municipal. *Revista Investigaciones Turísticas*, 5, 163-171. <http://dx.doi.org/10.14198/inturi2013.5.07> [Último acceso 15 noviembre 2016].
- Valcárcel, A. (2016). El alojamiento colaborativo. Viviendas de uso turístico plataformas virtuales. *Revista De Estudios De La Administración Local Y Autonómica: Nueva Época*, 5.

- Valls Giménez, J. F. (2013). Planificación estratégica de destinos turísticos. Aspectos diferenciales por tipologías, en Pulido, J., López, Y. (eds): *Gestión estratégica sostenible de destinos turísticos* (pp.375-420). Sevilla: Universidad Internacional de Andalucía
- World Energy Council, (2013). *World Energy Resources* (p. 20). Londres: World Energy Council. Disponible en https://www.worldenergy.org/wp-content/uploads/2013/09/Complete_WER_2013_Survey.pdf [Último acceso 15 noviembre 2016].
- Zervas, G., Proserpio, D., y Byers, J. (2016). The rise of the sharing economy: Estimating the impact of Airbnb on the hotel industry. *Boston U. School of Management Research Paper*, (2013-16), 3-10.

WEBGRAFÍA

<http://datos.bancomundial.org/indicador/EN.ATM.CO2E.KT?end=2013&locations=ES&start=1960&view=chart>

<http://ecobnb.it/>

<http://media.unwto.org/es/press-release/2014-11-10/aprovechar-la-energia-de-los-mil-millones-de-turistas-para-alcanzar-un-futu>

<http://sdt.unwto.org/es/content/definicion>

<http://step.unwto.org/es/content/el-turismo-y-la-atenuacion-de-la-pobreza>

<http://step.unwto.org/es/content/el-turismo-y-la-atenuacion-de-la-pobreza>

<http://www.acanmet.org/portal/pages/climatologia/cambio-climatico/las-emisiones-antropogenicas.php>

<http://www.antevenio.com/blog/2016/03/buyer-persona-como-definir-quien-es-tu-cliente/>

<http://www.buyerpersona.com/what-is-a-buyer-persona>

<http://www.greenpeace.org/espana/es/Trabajamos-en/Frenar-el-cambio-climatico/>

<http://www.greenpeace.org/espana/es/Trabajamos-en/Frenar-el-cambio-climatico/Petroleo/Trasporte-y-clima/>

<http://www.minetur.gob.es/energia/Petroleo/Paginas/Index.aspx>

<http://www.pennamontata.com/news-copywriter/creazione-personas>

<http://www.trello.it/>

<http://www.turismo-sostenible.org/docs/Impactos-negativos-del-turismo-convencional.pdf>

<http://www.turismo-sostenible.org/docs/Impactos-negativos-del-turismo-convencional.pdf>

<http://www.wpbeginner.com/beginners-guide/how-to-add-a-new-post-in-wordpress-and-utilize-all-the-features/>

<https://blog.cnmc.es/2014/07/16/economia-colaborativa-y-regulacion/>

<https://creativecommons.org/licenses/?lang=it>

<https://olgacarreras.blogspot.it/2013/10/resena-elements-of-user-experience.html>

<https://www.canva.com/>

<https://yoast.com/wordpress-seo/>

ANEXOS

ANEXO I. Tablero de bienvenida de Trello

Tableros

Tablero de bienvenida ☆ Privado

Aspectos básicos

¡Bienvenido a Trello!

Esto es una tarjeta.

Haga clic en una tarjeta para ver qué hay detrás.

1

Puede adjuntar imágenes y archivos...

Añadir una tarjeta...

Intermedio

Invite a su equipo a este tablero utilizando el botón Añadir miembros.

Arrastre a personas a una tarjeta para indicar que son responsables de ella.

Utilice etiquetas codificadas por colores para organizarlo

Puede cambiar el fondo del tablero.

Cree todas las listas que necesite.

Pruebe a arrastrar tarjetas a cualquier posición.

Añadir una tarjeta...

Avanzado

Utilice todos los tableros que quiera.

¿Desea obtener consejos, ejemplos de uso o información de la API?

¿Desea utilizar teclas de acceso rápido? Las tenemos.

Obtenga las aplicaciones para iOS, Android y Windows 8.

¿Desea recibir notificaciones sobre funcionalidades nuevas?

¿Necesita ayuda?

Añadir una tarjeta...

Añadir una lista...

Menú

Añadir miembros...

Cambiar fondo

Filtrar tarjetas

Power-Ups

Pegatinas

... Más

Actividad

Trello ha hecho este tablero visible para el público 13 de ene. de 2014 a las 17:43

Trello ha eliminado el adjunto taco.png de Puede adjuntar imágenes y archivos... 13 de ene. de 2014 a las 17:37

Trello ha adjuntado taco.png a Puede adjuntar imágenes y archivos...

ANEXO II. Tarea. Trello: estudiar cómo funciona

The screenshot displays a Trello board interface. The main card, titled "Trello: studiare come funziona", is in the "Archivate" list. It features a description in Italian about using Trello for organizing work, a due date of "12 de sep. a las 19:00 (vencida)", and a list of activities. The activities list shows two actions: "Silvia Ombellini ha movido esta tarjeta de Done a Archivate" and "Isabel ha movido esta tarjeta de Doing a Done". The right sidebar contains a "Menú" with options like "Miembros del equipo", "Etiquetas", "Checklist", "Vencimiento", "Adjunto", "Acciones", and "Actividad".

Tableros

Stage Isabel Visible para el equipo

Done

Blog: Artículo sul
Spagna 21 de sep.

Socials da tradurre
 3 de oct.

Blog: Le piante
della tua casa 7 de oct.

Programmazione
tradurre in spagn
 4 de oct.

Comunicato Star
Spagnolo

Blog: I benefici
Añadir una tarjeta

Trello: studiare come funziona

en lista Archivate

Miembros + **12 de sep. a las 19:00 (vencida)**

Descripción Editar

Trello è uno strumento utile per organizzare il lavoro di Ecobnb, a questo link puoi trovare info utili per usarlo: <http://www.trello.it/>
In questo video sintetizzo le informazioni principali per usare Trello, per chi collabora con noi al blog, ma può essere utile per capire in generale come funziona: https://youtu.be/EICLg0_9fVQ
Se hai dei dubbi fammi sapere!

Añadir comentario

Escriba un comentario...

Enviar

Actividad Ocultar detalles

Silvia Ombellini ha movido esta tarjeta de Done a Archivate
22 de sep. a las 23:02

Isabel ha movido esta tarjeta de Doing a Done 12 de sep. a las 17:08

Añadir

Miembros

Etiquetas

Checklist

Vencimiento

Adjunto

Acciones

Mover

Copiar

Suscribirse

Archivar

Compartir y más...

Menú

Miembros del equipo

Miembros que no pertenecen al equipo

Añadir miembros...

Cambiar fondo

Filtrar tarjetas

Power-Ups

Pegatinas

Más

Actividad

Isabel ha movido Aggiungere negli articoli scritti i link delle strutture inserite in spagna de Doing a Done hace 10 minutos

Isabel ha movido Aggiungere negli articoli scritti i link delle strutture inserite in spagna de Doing a Done hace 10 minutos

ANEXO III. Tablero de Wordpress en español

WordPress dashboard interface in Spanish. The top navigation bar includes links for My Sites, Ecobnb (Spanish), 17 comments, New, and SEO. The user is logged in as Isabel Gaval.

Dashboard

At a Glance

- 25 Posts
- 10 Pages
- WordPress 4.3.3 running Ecobnb theme.

Activity

Recently Published

Date	Post Title
Oct 19th, 14:17	California dreaming, viajando de San Francisco a Los Ángeles
Oct 9th, 16:38	Cinque terre: qué ver y dónde alojarse ecológico
Oct 9th, 15:38	Verde urbano, nuestra salud depende de los árboles
Oct 2nd, 16:35	Desarrollar nuestra inteligencia emocional viajando
Oct 2nd, 15:43	Tu viaje sostenible

Comments

From equuhoyiboq on 10 recetas para realizar detergentes de bricolaje # [Pending]

Quick Draft

Title

What's on your mind?

Save Draft

Drafts [View all](#)

- Tu casa también puede ser sostenible October 17, 2016
A menudo pensamos que tener una casa sostenible es imposible, porque...
- 10 lugares para disfrutar de las hojas del otoño October 17, 2016
Llega el otoño, la estación de las setas, las castañas...
- De viaje con burros October 13, 2016
¡Hola! ¿Conocéis a alguien que organice trekkings con burros en Italia?...

WordPress News

ANEXO IV. Tarea. Wordpress: estudiar cómo insertar y publicar un artículo

The screenshot displays a Trello workspace for a user named Isabel. The main board is titled "Wordpress: studiare come inserire e pubblicare un articolo" and is currently in the "Archivate" list. The board shows a workflow with cards moving through stages like "Archivate", "Doing", and "Done".

Card Details (Visible Card):

- Title:** Wordpress: studiare come inserire e pubblicare un articolo
- Members:** Isabel
- Due Date:** 12 de sep. a las 19:00 (vencida)
- Description:**

Ciao Isabel, qui trovi un mio breve video con alcune informazioni utili per utilizzare wordpress per inserire articoli nel blog: <https://youtu.be/th5Fkr5JLhQ> Qui alcune info in inglese: <http://www.wpbeginner.com/beginners-guide/how-to-add-a-new-post-in-wordpress-and-utilize-all-the-features/>
- Comments:**

Escriba un comentario...

Enviar
- Activity:**
 - Silvia Ombellini ha movido esta tarjeta de Done a Archivate 22 de sep. a las 23:02
 - Isabel ha movido esta tarjeta de Doing a Done 12 de sep. a las 15:56
 - Isabel ha movido esta tarjeta de To Do a Doing 12 de sep. a las 12:00

Right Panel (Add & Actions):

- Añadir:**
 - Miembros
 - Etiquetas
 - Checklist
 - Vencimiento
 - Adjunto
- Acciones:**
 - Mover
 - Copiar
 - Suscribirse (checked)
 - Archivar
- Compartir y más...**

Left Panel (Board Overview):

- Tableros:** Stage Isabel
- Done:**
 - Blog: Artículo sull Spagna (21 de sep.)
 - Socials da tradurre (3 de oct.)
 - Blog: Le piante della tua casa (7 de oct.)
 - Programmazione tradurre in spagnolo
 - Comunicato Star Spagnolo (4 de oct.)
- Adding a card:** "Añadir una tarjeta"

Right Panel (Menu):

- Menú:**
 - Miembros del equipo
 - Miembros que no pertenecen al equipo
 - Añadir miembros...
 - Cambiar fondo
 - Filtrar tarjetas
 - Power-Ups
 - Pegatinas
 - Más
 - Actividad
 - Isabel ha movido Aggiungere negli articoli scritti i link delle strutture inserite in spagna de Doing a Done hace 14 minutos
 - Isabel ha movido Aggiungere negli articoli scritti i link delle strutture inserite in spagna de Doing a Done hace 14 minutos

ANEXO V. Ejemplo de técnicas SEO en un artículo

The screenshot displays the WordPress dashboard with the Yoast SEO plugin interface. The left sidebar shows the navigation menu with options like Dashboard, Audit Log, Posts, Media, Pages, Comments, Appearance, Users, Tools, Settings, SEO, Lubenda, Analytics, and Collapse menu. The main content area shows the Yoast SEO snippet editor for a post titled 'Alojamientos ecológicos para descubrir las maravillas del bosque'. The snippet editor includes fields for the SEO title, slug, and meta description. The SEO title field contains the placeholder text '%title% %page% %sep% %sitename%'. The slug field contains 'hoteles-ecologicos-bosque'. The meta description field contains 'Descubre los mejores alojamientos ecológicos inmersos en el bosque, para pasar unas vacaciones inolvidables en pleno contacto con la naturaleza.' The focus keyword is 'alojamientos ecológicos'. The right sidebar shows the Publish section with buttons for Save Draft, Preview, and Publish, and the Categories section with a list of categories including Eco hotels, weekend, Artículos patrocinados, and Curiosidades.

Yoast SEO

Content: alojamientos ecológicos

Snippet Editor

Snippet preview

Alojamientos ecológicos para descubrir las maravillas del bosque...
es.ecobnb.com/blog/2016/11/hoteles-ecologicos-bosque/
Descubre los mejores alojamientos ecológicos inmersos en el bosque, para pasar unas vacaciones inolvidables en pleno contacto con la naturaleza.

Snippet editor

SEO title

%title% %page% %sep% %sitename%

Slug

hoteles-ecologicos-bosque

Meta description

Descubre los mejores alojamientos ecológicos inmersos en el bosque, para pasar unas vacaciones inolvidables en pleno contacto con la naturaleza.

Close snippet editor

Focus Keyword alojamientos ecológicos

Publish

Save Draft Preview

Status: Draft [Edit](#)

Visibility: Public [Edit](#)

Revisions: 9 [Browse](#)

Publish immediately [Edit](#)

Move to Trash Publish

Categories

All Categories Most Used

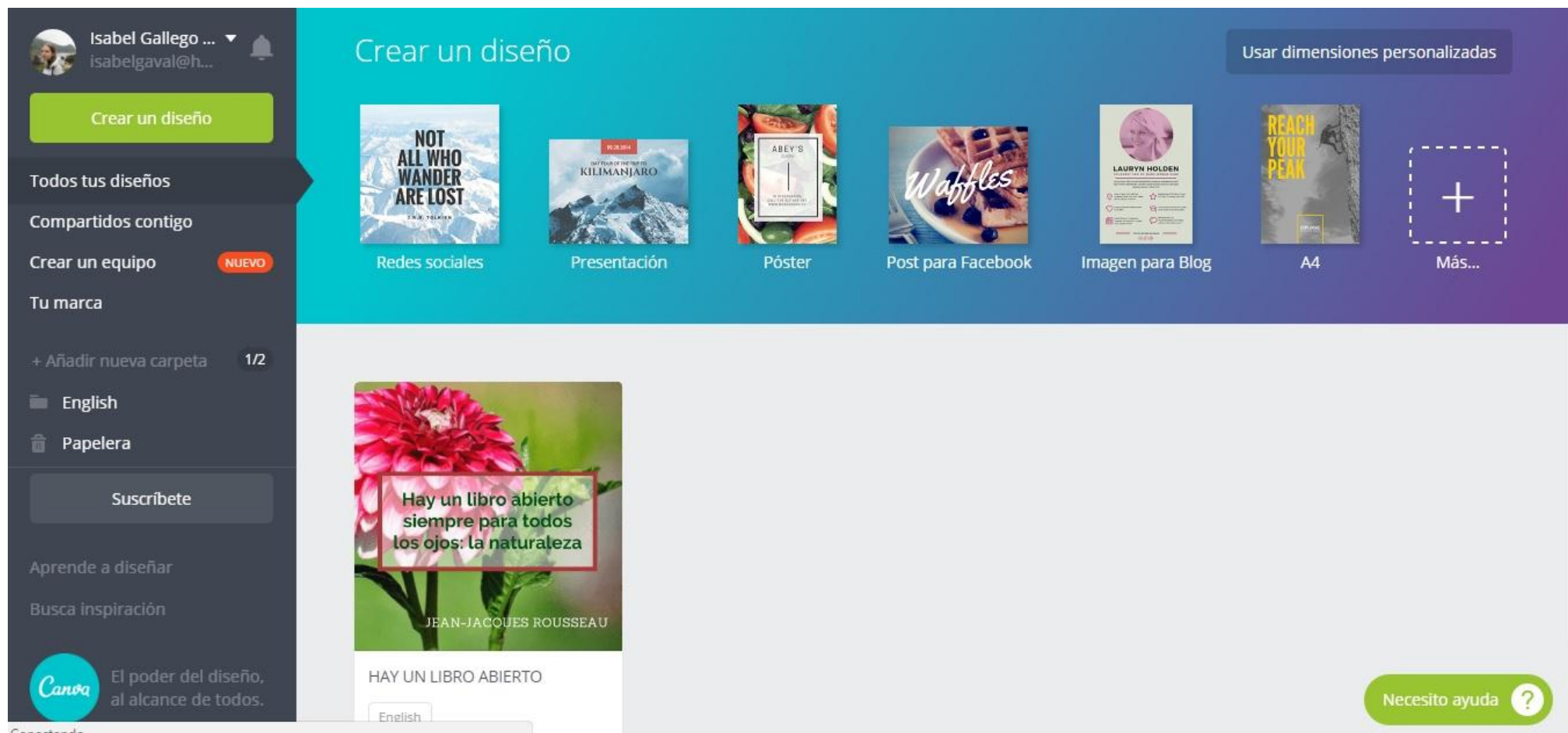
☒ Eco hotels Primary

☒ weekend [Make primary](#)

☐ Artículos patrocinados

☐ Curiosidades

ANEXO VI. Tablero de Canva



ANEXO VII. Tarea. SEO: estudiar cómo mejorar los artículos del blog

The screenshot shows a Trello board interface. The main card is titled "SEO: studiare come ottimizzare gli articoli del blog" and is in the "Archivate" list. It has a due date of "13 de sep. a las 19:00 (vencida)". The description includes a link to "https://yoast.com/wordpress-seo/" and a list of tasks: "1.2 Optimize your Titles for SEO", "1.2.2 Optimizing individual posts", "1.3 Optimize your descriptions", and "1.4 Image optimization". The card is currently in the "Actividad" (Activity) section, showing a comment from "Silvia Ombellini" and a move action by "Isabel". The right sidebar shows the "Menú" (Menu) with options like "Miembros del equipo", "Etiquetas", "Checklist", "Vencimiento", "Adjunto", "Acciones" (Mover, Copiar, Suscribirse, Archivar), and "Actividad".

SEO: studiare come ottimizzare gli articoli del blog
 en lista Archivate

Miembros +

Vencimiento **13 de sep. a las 19:00 (vencida)**

Descripción Editar
<https://yoast.com/wordpress-seo/>
 Leggendo in particolare questi capitoli:

- 1.2 Optimize your Titles for SEO
- 1.2.2 Optimizing individual posts
- 1.3 Optimize your descriptions
- 1.4 Image optimization

Añadir comentario

Escriba un comentario...

Enviar

Actividad [Ocultar detalles](#) [Compartir y más...](#)

Silvia Ombellini ha movido esta tarjeta de Done a Archivate
 22 de sep. a las 23:02

Isabel ha movido esta tarjeta de Doing a Done 13 de sep. a las 19:00

Menú

Miembros del equipo

Miembros que no pertenecen al equipo

Añadir miembros...

Cambiar fondo

Filtrar tarjetas

Power-Ups

Pegatinas

Más

Actividad

Isabel ha movido Aggiungere negli articoli scritti i link delle strutture inserite in spagna de Doing a Done hace 19 minutos

Isabel ha movido Aggiungere negli articoli scritti i link delle strutture inserite in spagna de Doing a Done hace 19 minutos

ANEXO VIII. Ejemplo de artículo realizado y publicado en la página Ecobnb

Tú también puedes tener una casa sostenible

Posted on octubre 25, 2016 by Isabel Gaval

1 SHARES



A menudo pensamos que tener una **casa sostenible** es imposible, porque requiere de mucho esfuerzo, sobre todo económico. Pero en realidad es todo lo contrario. Gracias a la eficiencia energética se puede llegar a **ahorrar hasta un 30%** de lo que gastamos para mantener nuestro hogar. Además, colaboramos con la **reducción de emisiones de Gases de Efecto Invernadero y CO2**, protegiendo así al medioambiente.

ANEXO X. Tarea: Canva: cómo utilizarlo para redes sociales

The screenshot shows a Trello board interface. A modal window is open for a card titled "Canvas: come utilizzarlo per i socials". The card is in the "Archivate" list. The modal displays the card's details, including a due date of "14 de sep. a las 19:00 (vencida)", a description with a link to a YouTube video, and a comment section. On the right side of the modal, there are options to add members, labels, a checklist, a due date, and an attachment, as well as actions like move, copy, subscribe, and archive. The background shows a Trello board with various cards and a sidebar with a menu.

Canvas: come utilizzarlo per i socials
 en lista Archivate

Miembros + **14 de sep. a las 19:00 (vencida)**

Descripción Editar
 Come utilizzare Canva.com
<https://youtu.be/hjma4WKtQc>

Añadir comentario
 Escriba un comentario...
 Enviar

Actividad Ocultar detalles

- Silvia Ombellini** ha movido esta tarjeta de Done a Archivate 22 de sep. a las 23:02
- Isabel** ha movido esta tarjeta de Doing a Done 14 de sep. a las 16:41
- Isabel** ha movido esta tarjeta de To Do a Doing 14 de sep. a las 10:51

Añadir

- Miembros
- Etiquetas
- Checklist
- Vencimiento
- Adjunto

Acciones

- Mover
- Copiar
- Suscribirse
- Archivar

Compartir y más...

ANEXO XI. Ejemplo de las infografías creadas por mí. con Canva



ANEXO XII. Análisis de redes sociales en español relacionadas con la sostenibilidad

Socials - most visited Spanish & English channels (Facebook, Instagram, Pinterest, Twitter) ☆ 📄				
Archivo Editar Ver Insertar Formato Datos Herramientas Complementos Ayuda Última modificación el 21 de septiembre				
Comentarios Compartir				
<div> <div> <div>fx</div> <div>NAME</div> </div> <div> <div>A</div> <div>B</div> <div>C</div> <div>D</div> </div> </div>				
1	NAME	URL	FOLLOWERS	NOTES
2	La BioGuía	https://www.facebook.com/LaBioguia/?fref=ts	14 385 074	Videos of animals, quotes, bio-architecture, natural furniture, natural cooking Recipes
3	Diario Ecología	https://www.facebook.com/diario_ecologia/?fref=ts	1 080 084	Curiosities of nature, food, recycling, pollution, quotes
4	Ecoportal.net	https://www.facebook.com/ecportal.net/?fref=ts	943 232	News about environmental and social issues, nature, pollution. Information about free services, quotes about
5	Preserve Planet	https://www.facebook.com/PreservePlanet/?fref=ts	468 655	Promotion of events organized by them (cleaning beaches, education), news, curiosities
6	Noticias Ambientales	https://www.facebook.com/noticiasambientalescomar/?fref=ts	450 796	Information and news about animals, recycling, geology, paleontology, renewable energies, policy, nature, q
7	Viajobien.com	https://www.facebook.com/viajobien/?fref=ts	404 100	Travel agency, holiday packages, hotels, cruises. Videos of animals and places, recommended articles abo
8	Fundación Vida Silvestre	https://www.facebook.com/vidasilvestre/?fref=ts	337 084	Pollution, environmental activities, effect pictures
9	EcoCosas	https://www.facebook.com/ecocosas/?fref=ts	243 328	Ecology, permaculture, renewable energies, bioconstruction, effect pictures
10	Ecologiafacilísimo.com	https://www.facebook.com/ecologiafacilísimo/?fref=ts	224 198	Sport, transport, food, animals, curiosities, trips, natural recipes, recycling
11	Fundación Biodiversidad	https://www.facebook.com/fundacionbiodiversidad/	202 878	Belong to the Spain Government, conservation and sustainability of biodiversity and natural heritage, curios
12	BioConstruyendo Patagon	https://www.facebook.com/Bioconstruyendo.Patagonia/?fref=ts	80 135	Information about events, cooking recipes, construction elements
13	SEO/BirdLife	https://www.facebook.com/seobirdlife/?fref=ts	71 068	Conservation and study of birds and nature, promotion of education events, news
14	ExpoBio Argentina Susten	https://www.facebook.com/ExpobioArgentina/?fref=ts	60 572	Sport, environment, food, recycling, renewable energies, activities and events, curiosities
15	Green Film Fest	https://www.facebook.com/greenfilmfestar/?fref=ts	49 635	Events, information about movies, ecological awareness
16	Ecoturismo Juvenil	https://www.facebook.com/EcoturismoJ/?fref=ts	42 610	Promotion and sale of trips, photos of people travelling
17	Tarannà Viajes con sentido	https://www.facebook.com/TarannaViajes/?fref=ts	13 887	Travel agency with sustainable travel packages
18	Conciencia Eco	https://www.facebook.com/ConcienciaEco/?fref=ts	13 642	Ecology, sustainability, climate change, environment, curiosities of animals, news, natural remedies, polluti
19				
20				
21				
<div> <div>+</div> <div>≡</div> <div>FACEBOOK</div> <div>TWITTER</div> <div>INSTAGRAM</div> <div>PINTEREST</div> </div> <div>Explorar</div>				

ANEXO XIII. 5 buyer personas hispanohablantes

					
Name	Elena	José	María y Francisco	Sandra	Mateo
Age	38	40	43 and 45	34	32
Country	Spain	Spain	Spain	Colombia, Paraguay	Chile, Costa Rica, Argentina, Ecuador
Education	Without university education	University degree	University degree	University degree	University degree
Marital Status	Single	Single or with a relationship	Married	Single	Single
Number of Children	-	-	2 child	-	-
Gear	Computer	Computer	Computer	Internet, travel agency	Internet, travel agency
Favourite online website	Vueling, Atrapalo, Muchoviaje.com, eDreams	Vueling, Atrapalo, Muchoviaje.com, eDreams	Vueling, Atrapalo, Muchoviaje.com, eDreams	-	-
Favourite pastime	Animals, tourism, politics, music, environment.	Music, sports, animals, tourism environment.	Sports, music, nature, environment, animals, photos.	Tourism, animals, environment, sports.	Buying and selling, sports, music, tourism politics, energy.
Goals	To know customs, traditions and lifestyles of different cultures.	Different cultures. Monuments, cultures surrounded by nature.	Different attractions and culture activities.	To know customs, traditions and lifestyle of different cultures.	Gastronomy. Facility of access and connectivity.