



PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio
Cultural
ISSN: 1695-7121
info@pasosonline.org
Universidad de La Laguna
España

Guillén Navarro, Nicolás Alejandro; Iñiguez Berrozpe, Tatiana
Acción pública y consumo colaborativo. Regulación de las viviendas de uso turístico en el
contexto p2p
PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, vol. 14, núm. 3, 2016, pp. 751-767
Universidad de La Laguna
El Sauzal (Tenerife), España

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88145925013>

- ▶ Cómo citar el artículo
- ▶ Número completo
- ▶ Más información del artículo
- ▶ Página de la revista en redalyc.org

Acción pública y consumo colaborativo. Regulación de las viviendas de uso turístico en el contexto p2p

Nicolás Alejandro Guillén Navarro* Tatiana Iñiguez Berrozpe**

Escuela de Turismo Universitaria de Zaragoza (España)

Resumen: En el marco del denominado turismo colaborativo, las viviendas de uso turístico están revolucionando el modelo de alojamiento a nivel mundial. Apoyadas por su comercialización a través de los entornos p2p y el vacío legal al respecto, en los últimos años han adquirido tal importancia que por parte de los poderes públicos se ha visto necesario su regulación y así poner freno a aspectos tan problemáticos como la economía sumergida que genera dicha actividad o la competencia desleal sobre otros establecimientos de alojamiento turístico reglados. Propietarios, turistas, sector hotelero y Administraciones públicas han generado un interesante debate acerca de las implicaciones y repercusiones asociadas a las viviendas de uso turístico y hasta qué punto debe ejercerse un control sobre ellas. De ahí que este estudio trate de analizar todos estos puntos de vista y dé a conocer cómo se está haciendo frente a este fenómeno en España.

Palabras Clave: Viviendas turísticas; Airbnb; Turismo colaborativo; Sector hotelero; Competencia desleal.

Public action of collaborative consumption. Regulation of the homes for tourist use in the p2p environment

Abstract: Under the so-called collaborative tourism, homes for tourist use are revolutionizing the hosting model worldwide. Supported by marketing through p2p environment and the legal emptiness in this regard, in recent years they have acquired such importance that it has been necessary to regulate them by public authorities and stopping aspects as problematic as the underground economy generated by tourism or unfair competition on other regulated tourist accommodation establishments. Owners, tourists, hotel industry and public administrations have generated an interesting debate about the implications and repercussions associated with homes for tourist use and how much control should be exercised over them. Hence, this study tries to analyze all these views and make known how they are facing this phenomenon in our country.

Keywords: Homes for tourist use; Airbnb; Collaborative tourism; Hotel industry; Unfair competition.

1. Introducción

En los últimos años el auge de la web 2.0 ha posibilitado la entrada en el mercado del llamado consumo colaborativo. En este sentido el sector turístico no se ha quedado atrás y ha ido incorporando progresivamente prácticas centradas en dicha economía colaborativa, siendo un elemento que ha creado una creciente preocupación en los agentes implicados (Romero, 2014b). En España uno de los subsectores que se ha visto más afectado ha sido el de los alojamientos turísticos, dada la relevante presencia del turismo residencial en nuestro país, donde desarrollo turístico y construcción han ido tradicionalmente unidos (Serrano Martínez, 2003; 2011; Gili i Fernández, 2003; Huete, et al., 2008; Mantecón, y Huete, 2011; Brandis, 2012, Franch Fluxá y Ribas Conrado, 2013). En este subsector, caracterizado desde sus inicios por la economía sumergida y la falta de regulación específica, la irrupción de las llamadas web p2p que posibilitan el acceso a este tipo de bien, han convertido a las viviendas de uso turístico (en adelante VUT-hemos tomado este término dado que la mayoría de normativas autonómicas al respect

* E-mail: nicolasg@unizar.es

** E-mail: tatianai@unizar.es

es el que emplean-) en una relevante competencia para hoteles y apartamentos turísticos reglados y objeto de preocupación para las Administraciones Públicas, cuya regulación de la llamada economía colaborativa se encuentra todavía en un estado quasi embrionario.

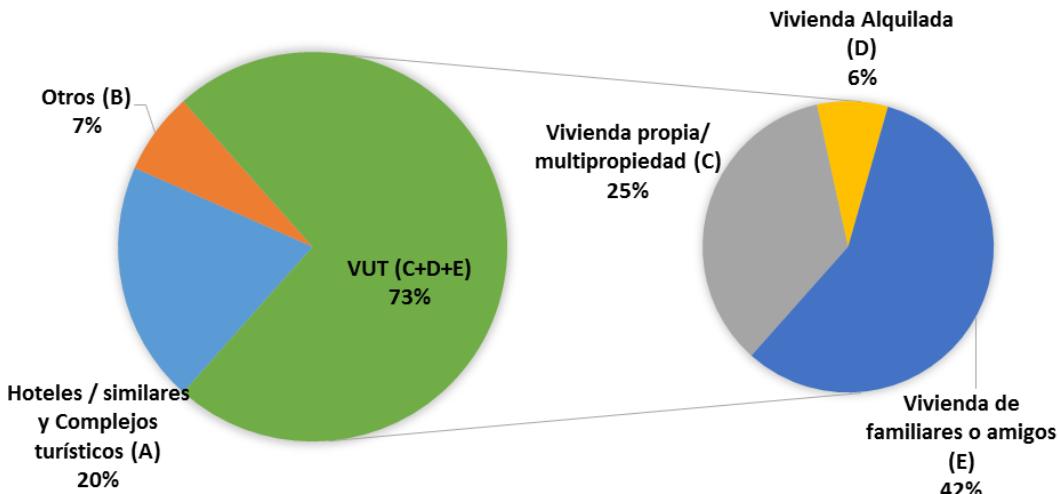
2. Las viviendas de uso turístico en España

El turismo residencial ha sido tradicionalmente uno de los adalides del crecimiento económico español, dada la proliferación de construcción de segundas viviendas en los principales destinos turísticos (Mazón, 2001; Huete, et al., 2008; Mantecón, y Huete, 2011). Atendiendo a datos del INE (2011), un 14,6% de las viviendas construidas en España son de tipo secundario y, del total de hogares españoles, casi un 12% disponen de una segunda vivienda con fines turísticos. En este sentido, el alquiler de VUT es la primera alternativa en destinos internos y la segunda, por detrás del alojamiento hotelero, en viajes internacionales (Turespaña, 2013, 2014), comprendiendo una gran variedad de alternativas: “segunda vivienda, vivienda turística, familiar de uso turístico, vacacional, turístico-residencial, hábitat vacacional, urbanización vacacional, residencia múltiple, alojamiento turístico privado, no reglado o extrahotelero, promociones de alojamientos turísticos privados, de uso compartido, o al margen de la estructura urbana tradicional, turismo de segunda residencia, de estancia, de vacaciones, de proximidad, familiar, sedentario, o turismo inmobiliario” (Brandis, 2012: 154).

El estudio de las cifras relativas a este tipo de VUT en España puede realizarse a partir de las encuestas realizadas hasta ahora por Turespaña a través del Instituto de Estudios Turísticos: “Movimientos turísticos en fronteras” (Frontur) y “Movimientos turísticos de los españoles” (Familitur) (Brandis, 2012), fuentes que nos ayudan a conocer el aprovechamiento de este tipo de alojamientos por parte de turistas españoles y extranjeros. Para ello, en el presente estudio se han contabilizado como VUT los alojamientos turísticos cuyo régimen de tenencia puede ser vivienda propia o en multipropiedad, alquilada o perteneciente a familiares o amigos.

Atendiendo a datos de la encuesta Familitur, según las últimas cifras publicadas por Turespaña (2013), el 73% de los españoles eligen algún tipo de VUT para alojarse durante sus estancias turísticas, siendo la vivienda de familiares o amigos la más habitual (42%), seguida de la vivienda propia o en multipropiedad (25%) y, en menor medida, la vivienda alquilada (6%).

Gráfico 1: Porcentaje de viajes de los españoles por tipo de alojamiento



* VUT: Incluye Vivienda propia/multipropiedad, Vivienda Alquilada, Vivienda de familiares o amigos

* Otros: Incluye camping/caravana, especializados, casa rural y otros alojamientos.

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Turespaña (Familitur) (2013)

Si nos detenemos en la evolución del uso de las VUT por parte de los españoles podemos observar que en el año 2013, respecto a 2012, fue negativa en todos los casos excepto en el uso de las viviendas de familiares y amigos dentro del turismo interno. Hecho que los distintos autores aducen a la coyuntura de crisis económica que obliga a los viajeros españoles a utilizar alojamientos turísticos más baratos, incluso gratuitos y reducir sus viajes al extranjero (Romero, 2014a).

Tabla 1: Número de viajes por tipo de alojamiento, según destino interno y emisor. Variación interanual

	Total	Turismo Interno	Turismo Emisor
TOTAL	-3,1	-2,6	-9,5
Hoteles/similares y Complejo turístico	-4,9	-3,9	-8,8
Otros *	-6,1	-5,3	-13,6
Vivienda propia/multipropiedad	-8,7	-8,5	-25,9
Vivienda Alquilada *	-12	-12,3	-7,4
Vivienda de familiares o amigos (gratis)	3,7	4,4	-7,9

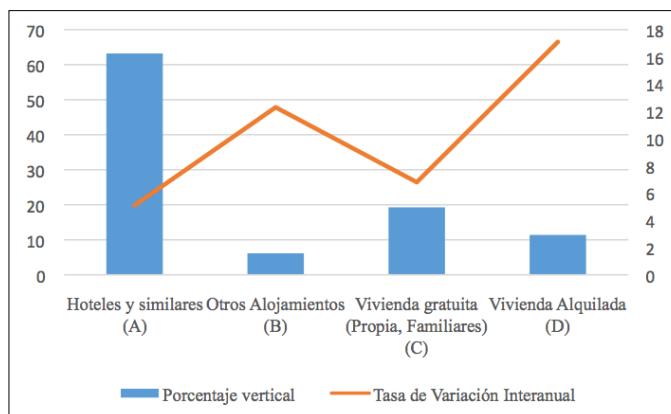
* Vivienda alquilada: Incluye vivienda alquilada a particulares y agencias.

* Otros: Incluye camping/caravana, especializados, casa rural y otros alojamientos.

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Turespaña (Familitur) (2013)

No obstante, y prueba del actual auge de las VUT, en el caso los turistas extranjeros que acuden a España, a pesar de que los hoteles continúan siendo mayoritariamente elegidos por estos viajeros, se observa una importante tendencia positiva hacia el uso de este tipo de alojamiento. En 2014 estas VUT fueron elegidas por un número aproximado al 30% de los viajeros internacionales que se alojaban en España (según la Encuesta Frontur, Turespaña, 2014). Esta cifra evidencia un crecimiento muy significativo, especialmente en el caso concreto del tipo VUT que más nos va a interesar en este estudio, la vivienda alquilada, con una tasa de variación interanual del 17,1% en 2014 respecto a 2013, la más alta de todos los tipos de alojamiento analizados.

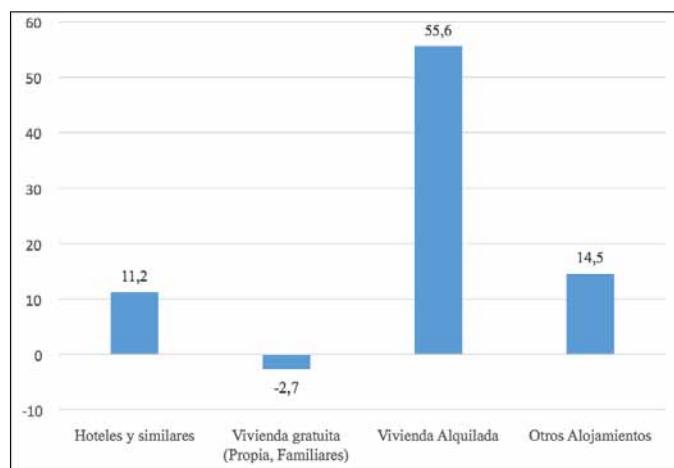
Gráfico 2: Entradas de turistas España clasificadas por tipo de alojamiento utilizado (2014). Porcentaje y tasa de Variación interanual



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Turespaña (Frontur) (2013, 2014)

Unido a estos datos, tal y como podemos apreciar en el gráfico 3, si analizamos la evolución del número de turistas extranjeros que se han alojado en viviendas alquiladas en España durante el período 2008-2014, podemos apreciar un incremento del 55,6% frente al 11% de los hoteles, hecho que nos indica en la actualidad un verdadero boom en el uso de viviendas alquiladas por parte de turistas extranjeros en nuestro país.

Gráfico 3: Variación acumulada (2008-2014) de la entrada de turistas España clasificadas por tipo de alojamiento utilizado



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Turespaña (Frontur) (2014)

En los primeros análisis de esta fuerte tendencia al alza en el uso de VUT por parte de los turistas extranjeros, la prensa especializada se hizo eco de este hecho tildándolo de uno de los fenómenos más significativos dentro del sector del alojamiento turístico de 2014 (Hosteltur, 2014a, 2014b, 2014c). Aduciendo su causalidad principalmente a su precio reducido en comparación a otros tipos de alojamiento, debido a que la falta de regulación las exime de asumir las reglas de competencia con las que operan hoteles, y otras ofertas residenciales regladas. Dicha ausencia normativa, unida al favorecimiento por parte de éstas de una economía sumergida, han hecho que informes como el de EXCELTUR (2015) las denuncien como una pésima interpretación del término “economía colaborativa”. Por otra parte, este informe también realiza una crítica sobre los efectos negativos de este modelo residencial, el cual, según este informe propicia un impacto económico mucho menor que el de otros tipos de alojamiento (67 euros de gasto medio diario de los turistas internacionales que se alojan en algún tipo de VUT frente a los 114 euros de los hoteles) y un menor índice de creación de empleo.

No obstante, aunque la falta de regulación sobre la que incide EXCELTUR (2015) es irrebatible, si analizamos de manera pormenorizada los datos de la encuesta Egatur (2014) podemos apreciar que el gasto medio diario de los turistas alojados en viviendas de alquiler se ha incrementado un 5,1%, mientras que el índice de variación en el alojamiento hotelero ha sido del -0,8%.

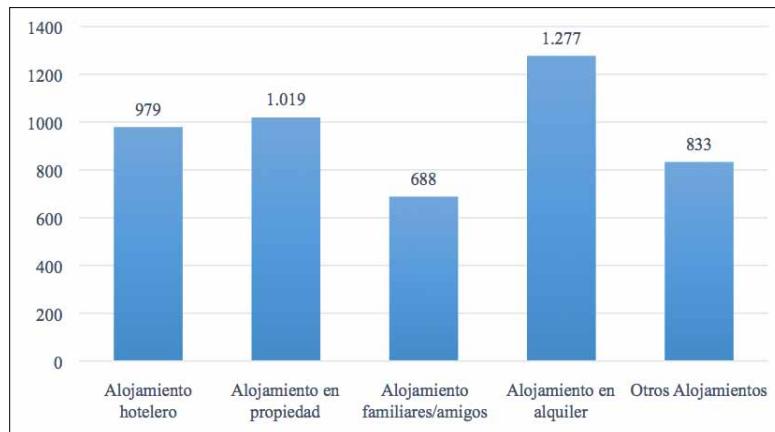
Tabla 2: Gasto de los turistas por tipo de alojamiento utilizado.

	Gasto Medio Diario		Estancia Media	
	Euros	% Var	Noches	% Var
Total	110	0,3	9	-0,9
Alojamiento hotelero	144	-0,8	7	-0,5
Alojamiento no hotelero	77	3,5	12	-2,8
Alojamiento en propiedad	60	1,8	17	-2,6
Alojamiento familiares/amigos	69	-1,2	10	-0,5
Alojamiento en alquiler	90	5,1	14	-6,4
Otros Alojamientos	95	7,2	9	-0,3

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Turespaña – Encuesta de gasto turístico (Egatur)- (2014)

Hecho que revierte directamente en el impacto económico positivo de estas viviendas de alquiler ya que la estancia media en ellas es el doble que la estancia media en el alojamiento hotelero (14 días frente a 7), propiciando que el gasto medio por persona alojada en vivienda de alquiler suponga 1.277 euros frente a los 979 euros de las personas alojadas en viviendas hoteleras.

Gráfico4: Gasto medio por persona de los turistas por tipo de alojamiento utilizado.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Turespaña – Encuesta de gasto turístico (Egatur)- (2014)

En cuanto a la causalidad de esta relevancia de las VUT en la actualidad, evidenciada principalmente en el gran incremento en el uso de las mismas por parte de los turistas extranjeros, como hemos visto, la prensa especializada alude directamente a Internet, concretamente “gracias en parte a las nuevas tecnologías que facilitan la comercialización online entre particulares, a menudo mediante webs p2p” (Hosteltur, 2014d), tal y como analizaremos en el siguiente epígrafe.

Para concluir, podemos apreciar que el impacto de este tipo de VUT no es tan negativo como en varios foros especializados se está denunciando. A través de una gestión eficiente de este renacido interés de los turistas por este tipo de alojamiento podría aprovecharse este recurso en pro de la competitividad de España como destino turístico. Dicha gestión eficiente pasa obligatoriamente por su regulación, de tal forma que nuestro país no sólo disponga de un mayor número de infraestructuras de alojamiento en uso, lo cual le otorga una mayor ventaja comparativa a España como destino turístico respecto a otros, sino también de un uso mucho más eficiente de las mismas a medio y largo plazo, revirtiendo en una mayor ventaja competitiva de nuestro país (aludiendo a la teoría de ventaja comparativa y ventaja competitiva de los destinos turísticos de Crouch y Ritchie -Crouch & Ritchie 1999; Crouch, 2011; Ritchie & Crouch, 2003). El nuevo contexto en el que compiten los alojamientos turísticos debe ser repensado, ya que, tal y como Botsman y Rogers (2010) argumentan, el consumo colaborativo dentro del entorno p2p no es una moda pasajera, sino que ha llegado para quedarse.

3. El Consumo colaborativo en el entorno p2p y el alquiler de Viviendas De Uso Turístico

El consumo colaborativo es un fenómeno reciente que ha comenzado a transformar la forma de hacer negocios a nivel global (Botsman, 2010), pasando en la mentalidad del consumidor de la necesidad de posesión, a una demanda de “acceso” a los bienes y servicios, sin necesidad de poseerlos (Botsman y Rogers, 2010). En el caso del turismo, y más concretamente en el subsector del alojamiento, el consumo colaborativo se basa en la idea de compartir una propiedad y facilitar el acceso a la misma a otros usuarios, ya sea de manera gratuita o bien mediante el pago por su uso. En el segundo caso, estas prácticas se basan en la rentabilización de la inversión en el alojamiento por parte del propietario mediante su alquiler para fines de alojamiento turístico, ya sea con o sin intermediarios. Siendo éste uno de los ejemplos más claros de consumo colaborativo en turismo, incluso mucho antes de que apareciese el término como tal (Algar, 2007).

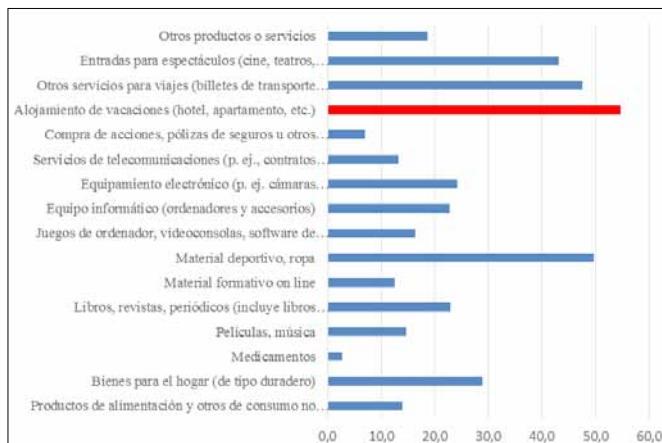
Este modelo se ha defendido mediante el argumento de su favorecimiento de la sostenibilidad económica, ambiental y social al favorecer la democratización en el acceso a los bienes (Heinrichs, 2013; Hernández, 2014), aportando concretamente al turismo un importante número de microemprendedores, pero también la proliferación de economía informal (Ramos Soto y Gómez Brena, 2006), tal y como ya denunciaba el mencionado informe de EXCELTUR (2015).

En el sector turístico el consumo colaborativo o intercambio entre iguales se ha adscrito al término *turismo p2p (peer to peer)* (Pizam, 2014). El paso de consumidor a *prosumidor* (usuario que no sólo consume información sino que también la produce y comparte -Toffler, 1980-, en este caso en la red - Weiermair, 2006) gracias a la web 2.0 se ha agrupado en la denominación de *travel 2.0* (Guevara Plaza, 2008; Tennyson, 2011; Bremner, 2012). En este cambio de modelo la relación entre empresa y cliente se ha transformado hasta el punto en el que la información que puede hacer decidir el hotel o el destino está cada vez más, si cabe, generada y controlada por el viajero, el cual, utilizando como herramientas la web 2.0 y las redes sociales, recoge información de experiencias de otros usuarios, comprueba la veracidad de la información que da la empresa para conocer las experiencias de otros usuarios y comprobar si la información que le damos es auténtica y verdadera.

Pero en el turismo p2p las interacciones pueden ir más allá que el mero intercambio de información, de ahí su adscripción al consumo colaborativo. En este sentido Pizam lo define como el entorno en el que “los individuos realizan transacciones directamente con otros individuos través de una plataforma de Internet gestionada por una tercera parte, para ofrecer y comprar una variedad de productos, servicios de viaje incluidos, tales como alojamiento, alquiler de vehículos, alimentos y bebidas, y guías turísticas” (2014, p. 118). Botsman y Rogers (2010), pioneros en su estudio, analizan el turismo p2p como un fenómeno en alza que otorga una mayor importancia al acceso a un bien que a su posesión, siendo más relevante la experiencia turística que la propiedad de un bien, idea también desarrollada por Moltz (2013). Lo inmaterial frente a lo material, por tanto. Esta forma de consumo colaborativo de un inmueble destinado a fines turísticos se basa fundamentalmente en la reputación del usuario que ofrece su bien y la confianza de su consumidor potencial (Botsman y Rogers, 2010). Esta dialéctica entre reputación y confianza en el espacio virtual deriva principalmente de la ya mencionada figura del prosumidor, ya que el usuario del *travel 2.0* opina sobre los productos que ha consumido previamente y tiende a consultar las opiniones de los demás antes de comprar un bien o servicio (Vermeulen y Seegers, 2009), lo cual otorga al viajero un protagonismo fundamental en el proceso de adquisición de estos servicios (Casaló et al., 2011; Labrecque, 2013).

Dentro del turismo, el subsector del alojamiento se ha visto claramente afectado por el uso de las TIC. Los últimos datos del INE (2015) señalan que el alojamiento turístico es el producto más adquirido por los españoles cuando realizan una compra por Internet, donde el 55% de los usuarios empleó la red con este fin, seguidos de manera inmediata por la compra de otros servicios destinados a viajes (Gráfico 5). Datos que, por tanto, evidencian la relevancia de Internet en la comercialización de los productos turísticos.

Gráfico 5: Uso de comercio electrónico con fines privados o para el hogar por tipo de producto (2015)



Fuente: INE, 2015

Según Romero (2014b) dentro del consumo colaborativo el alojamiento turístico puede darse en tres ámbitos: alojamiento temporal p2p, intercambio de casas o habitaciones en pisos compartidos. Si atendemos específicamente al primer fenómeno, que es el que más controversia ha generado dada su competencia directa con alojamientos reglados, Pizam (2014) señalaba en su definición que este tipo de intercambio comercial entre usuarios se daba “en una plataforma de Internet gestionada por una tercera parte” (2014, p. 118). Con este tercer agente, en este caso gestor, se refiere precisamente a las webs p2p, que son precisamente las que gestionan las VUT.

En general, siguiendo nuevamente a Romero (2014b) los modelos de gestión de este tipo de Alojamiento temporal p2p de las VUT pueden ser:

- Modelo de pago por anfitrión: es propietario, quien, además de publicar la vivienda en determinadas plataformas, realiza un desembolso por la realización de la transacción.
- Modelo de pago por alojados: son los alojados los que corren con el gasto de la comisión que las plataformas cobran por proporcionar el servicio
- Modelo comisionado mixto: distribuye la comisión entre los 2 agentes implicados directamente en la actividad. Abonan las comisiones tanto el anfitrión como la persona que quiere disfrutar del alojamiento.
- Modelo sin ánimo de lucro: facilita el contacto a través de una plataforma que pone en común demandantes con oferta de una determinada actividad sin cobrar comisiones por el servicio.

Aunque la pionera fue Airbnb, creándose en 2008 con la idea pionera de comercializar alojamientos en cualquier parte del mundo a través de Internet (Airbnb, 2015), en los últimos años han surgido numerosas web p2p dedicadas al alquiler de VUT, siendo las más relevantes las que se detallan a continuación en la Tabla 3.

Tabla 3: Principales webs p2p dedicadas a la intermediación en el alquiler de VUT por modelo de comercialización

Web p2p	Modelo de comercialización
Airbnb	Modelo comisionado mixto
Alterkeys	Modelo de pago por anfitrión
Bedycasa	Modelo de pago por anfitrión
Bemate	Modelo comisionado mixto
Casapordías	Modelo de pago por alojados
Couchsurfing	Modelo de pago por alojados
Homeaway	Modelo de pago por anfitrión
Niumba	Modelo de pago por anfitrión
Ok Apartment Barcelona	Modelo de pago por alojados
OnlyApartments	Modelo de pago por anfitrión
Rentalia	Modelo de pago por anfitrión
Villas	Modelo de pago por anfitrión
Wimdu	Modelo de pago por alojados
Workaway	Modelo de pago por alojados
Workyland	Modelo sin ánimo de lucro
WWOOFER	Modelo sin ánimo de lucro
9flats	Modelo de pago por anfitrión

Fuente: Elaboración propia a partir de Romero (2014a)

En relación a la facturación de este tipo de webs p2p, según el estudio de Euromonitor International para la World Travel Market (Euromonitor International, 2014), éstas generaron en 2013 unas ventas valoradas en 30.958 millones de euros, cifra que se espera crezca un 19% hasta alcanzar en 2018 los 36.515 millones de euros.

En cuanto al perfil de usuario de estas webs p2p dedicadas al alquiler de VUT, dado el carácter muy reciente del fenómeno, apenas existen estudios que lo analicen, por lo que nos remitiremos al único que se ha dedicado a ello en nuestro país, el *Primer Barómetro Homeaway del Alquiler Vacacional en España* realizado por el Instituto Multidisciplinar de la Empresa de la Universidad de Salamanca para la ya mencionada empresa Homeaway (2014). La muestra para el estudio fueron 2.077 individuos residentes en España que hubiesen disfrutado en el período 2011-2014 al menos una vez de una vivienda turística para pasar sus vacaciones o tiempo de ocio. Los resultados principales arrojaron que el usuario del alquiler de VUT está habituado al empleo de Internet como fuente de información y compra, suele elegir este tipo de residencias para viajar en familia o en grupo, cuyo destino suele ser los lugares con costa, sensible al precio y la ubicación de la vivienda, que muestra una gran satisfacción con la experiencia del alquiler y, en parte, dispuesto a compartir su experiencia en la red, contribuyendo al perfil de prosumidor antes mencionado (Instituto Multidisciplinar de la Empresa, 2014).

El análisis anterior lleva a plantearnos cuáles son las causas de este importante crecimiento del fenómeno del alquiler de la VUT en el entorno p2p. Si tenemos en cuenta en primer lugar la causalidad general que ha originado el actual éxito del consumo colaborativo, autores como Philips y otros(2013), Cañigueral (2014) o Algar (2007) señalan que, en general, la actual coyuntura de crisis económica ha llevado a la aparición de numerosas iniciativas en este sentido que han sido recibidas de buen grado por la población al darles la posibilidad de poder acceder a un bien que de otra forma no hubiesen podido disfrutar. Autoras como Gansky (2010) aluden también a factores sociológicos (el valor del aprovechamiento de los recursos por encima de su posesión), ambientales (concienciación sobre el abuso de recursos materiales) y tecnológicos (facilitación de este tipo de consumo a través de la inmediatez que proporcionan las TIC).

En el caso del turismo, asistimos al apogeo del turismo low cost(Cuesta, 2014), dentro del cual autores como Pizam (2014) enmarcan el auge del uso de VUT. Estos autores señalan que el alquiler de una VUT no suele resultar más barato que un hotel, pero al hacerse en grupos de 4 o más personas (Instituto Multidisciplinar de la Empresa, 2014) el coste se reduce considerablemente. En cuanto a la causalidad del desarrollo del alquiler de VUT mediante webs p2p, el principal factor señalado por los autores que han investigado el travel 2.0 y el turismo p2p, es el denominado valor utilitarista de Internet a la hora de adquirir bienes y servicios (Sirdeshmukh et al., 2002; Overby y Lee, 2006; Kim y Oh, 2011; Kim y Han, 2011), es decir, exclusivamente en relación al alojamiento turístico, el ahorro en tiempo y dinero a la hora de efectuar una reserva frente a otros medios. Según estos autores, la web 2.0 permite al viajero una manera mucho más rápida de informarse sobre el alojamiento, tener la posibilidad de comparar ofertas, tomar una decisión y concretar la adquisición, que otros medios como el teléfono o la reserva presencial. Por otra parte, el viajero 2.0 (Schegg et al., 2008) es un consumidor cuya principal fuente de información y opinión son otros viajeros y lo que éstos comentan en Internet, por lo que la posibilidad que otorgan estas web p2p de visualizar opiniones y comentarios de los usuarios puede ser apreciado como un valor añadido por el consumidor potencial (Tennyson, 2011; Bremner, 2012).

Sin embargo, como ya se ha especificado previamente, las críticas a este modelo no han tardado en surgir, por ejemplo según Hosteltur dichas plataformas "han irrumpido con fuerza en el sector del alojamiento convirtiéndose en pocos años en un amenazante competidor que, según denuncian los empresarios del sector hotelero y de apartamentos reglados, no opera con las mismas reglas del juego que los establecimientos turísticos legalmente registrados, lo que les deja en inferioridad de condiciones" (2014a, p.7). De esta forma, en este auge del alquiler de VUT en el entorno p2p surgen distintas problemáticas, especialmente desde el punto de vista legal (Franch Fluxá y Ribas Conrado, 2013; Hall, 2015) cuyo abordaje es inminente, cuestiones a las que nos referiremos en el siguiente epígrafe.

4. Conveniencia o no de la regulación del fenómeno de las viviendas de uso turístico

No es posible en la actualidad negar la incidencia del fenómeno de las viviendas de uso turístico. Pieza importante de la economía colaborativa y más en concreto del turismo colaborativo, en los últimos años ha revolucionado el concepto del alojamiento turístico. Como se ha señalado anteriormente, la proliferación en la conversión de viviendas particulares en alojamientos que ofrecen servicios

turísticos y que se ofertan por internet ha crecido de manera exponencial, satisfaciendo con ello la demanda de alojamientos económicos. Respaldado por la inexistencia de un marco regulatorio, lo que en principio parecía un fenómeno turístico pasajero y con poca incidencia, se ha convertido en todo un quebradero de cabeza por la problemática que ha generado (fiscal, laboral, protección de los consumidores, competencia desleal, etc.).

Mucho se ha discutido acerca de si debe regularse el turismo colaborativo u optar por una autorregulación. En este sentido, conviene considerar como punto de partida la delimitación del turismo colaborativo que autores como Russo (2015) realiza y en el que engloba un modelo puro frente a uno híbrido de turismo colaborativo. Considerando que esta tipología de turismo constituye un mecanismo de cooperación entre sujetos insertos en una comunidad virtual (turismo p2p), el modelo puro se caracteriza por la inexistencia de una transacción económica. Con ello, lo que se produce es un intercambio de servicios turísticos entre individuos, primando el disfrute vacacional del turista en detrimento del aspecto económico. Dentro de este modelo se insertan sistemas de alojamiento aparecidos en los últimos años como el *couchsurfing* (2015), acoger viajeros en el sofá de casa; *homeexchange* (2015), intercambios de casas completas entre personas; o el *nightswapping* (2015), por el que se ofrece alojamiento en la habitación de invitados.

Fuera de estos modelos puros y que sin duda alguna dadas sus características configuran el turismo colaborativo, las plataformas ya mencionadas, que a través de internet ofrecen el alquiler de viviendas (*vid. Airbnb o Wimdu*), sirven como intermediario entre el propietario que quiere obtener dinero por el ofrecimiento de la misma y el turista que busca un alojamiento. A ello se suma la circunstancia de que estas plataformas cobran una comisión (Daniel Núñez: 2014), lo que ha conllevado a que realmente no se pueda insertar dentro del turismo colaborativo puro, sino asociarse a un modelo "híbrido" en el que existe una motivación comercial que desvirtúa el trasfondo y finalidad "colaborativa" de este nuevo turismo p2p.

Dado el desarrollo imparable del turismo colaborativo, ha surgido un importante debate acerca de si se deben poner límites al mismo atendiendo a los problemas que genera. Resulta sin duda interesante en España el planteamiento de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante, CNMC), la cual apuesta porque se intervenga de manera externa en la economía colaborativa justamente lo necesario ya que "una regulación innecesaria o desproporcionada perjudicaría a los consumidores y al interés general, además de suponer un obstáculo a la competencia efectiva" (CNMC, 2014). Del conjunto de pronunciamientos que ha emitido dicho ente, parece extraerse una defensa a ultranza de la economía colaborativa por los efectos positivos sobre la competencia, que obligan a los proveedores tradicionales a innovar y a reducir sus márgenes y precios, la asignación más eficiente de los recursos infrautilizados o la generación de una mayor oferta para el consumidor. De todos modos, para evaluar la trascendencia de la economía colaborativa y en ella del turismo colaborativo, la CNMC (2014b) emitió una consulta pública para valorar su impacto y consecuencias. En cuanto a las viviendas de uso turístico, la Directiva de servicios y su trasposición a través de la Ley 25/2009, de 22 de diciembre, constituyán un punto esencial y con ello el enlace con la problemática de asumir los requisitos asociados al ejercicio de la actividad. Con ello, se partía del dilema que conllevaba el asumir dicho requisito, el cual ofrece tanto la ventaja de proporcionar una mayor seguridad y protección sobre los consumidores, pero también el riesgo en la elevación del coste del servicio. Debe tenerse en cuenta que el aspecto esencial a debatir es el de considerar si los propietarios de las viviendas con la acción del ofrecimiento de la misma a los turistas están ejerciendo una actividad turística, actividad que si se considera la oferta de un alojamiento turístico parece poco inconcebible que juegue con unas reglas distintas al de por ejemplo el sector hotelero.

De todos modos, y aún a pesar de la constante crítica de dicho sector, la CNMC (2014b) aboga, como decimos, por señalar que la "ausencia de regulación podría ser, en algunos casos, la solución óptima" y si existiera, debiera ser proporcionada y en todo caso "por existencia de fallos en el mercado" (externalidades, información asimétrica...). Tal es la defensa de esta postura, que se ha pronunciado recientemente en relación con la normativa aprobada sobre VUT tanto en Madrid (CNMC, 2015), como en Canarias (CNMC, 2015b), valorando negativamente el intervencionismo de las Comunidades Autónomas.

En este sentido, ha surgido en el seno de las Comunidades Autónomas un conjunto normativo destinado a regular dicho fenómeno. Así, Andalucía (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*), Aragón (Decreto 80/2015, de 5 de mayo del Gobierno de Aragón, *por el que se aprueba el Reglamento de las viviendas de uso turístico en Aragón*), Canarias (Decreto 113/2015,

de 22 de mayo, *por el que se aprueba el Reglamento de las viviendas vacacionales de la Comunidad Autónoma de Canarias*), Cataluña (Decreto 159/2012, de 20 de noviembre, *de establecimientos de alojamiento turístico y de viviendas de uso turístico*), Comunidad de Madrid (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*), Comunidad Valenciana (Decreto 92/2009, de 3 de julio, *por el que se aprueba el reglamento de alojamientos turísticos y empresas gestoras de la Comunidad Valenciana*), Galicia (art. 65 bis Ley 7/2011, de 27 de octubre, *del Turismo de Galicia* y Decreto 52/2011, de 24 de marzo, *por el que se establece la ordenación de apartamentos y viviendas turísticas en la Comunidad Autónoma de Galicia*), Islas Baleares (Ley 8/2012, *de Turismo de Illes Balears*, y 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*) y Principado de Asturias (Decreto 34/2003, de 30 de abril, *de viviendas vacacionales*), cuentan con normativa aprobada de manera más o menos reciente.

En el caso de Andalucía, Aragón, Canarias y Comunidad de Madrid (a la espera de la aprobación, entre otras, de la nueva normativa catalana o riojana), la aparición de dichas regulaciones viene en consonancia con la modificación de la Ley 29/1994, de 24 de noviembre, *de arrendamientos urbanos* (en adelante, LAU), por la Ley 4/2013, de 4 de junio, *de medidas de flexibilización y fomento del mercado del alquiler de viviendas*. Con ello, se excluye de la aplicabilidad de la LAU “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”, situación que deriva a la normativa sectorial específica [(Costas Rodal, 2013) y Berrocal Lanzarote, 2013)]. Si se profundiza en las razones de esta exclusión, se comprueba la alusión directa al aumento significativo del uso del alojamiento privado para el turismo y las situaciones de intrusismo y competencia desleal generadas y que influyen negativamente en la calidad de los destinos turísticos.

Resulta sin duda necesario delimitar claramente cuándo y cómo se produce el tránsito hacia esa normativa sectorial específica, sobre todo teniendo en cuenta la existencia en nuestro país de la figura del arrendamiento de temporada. Es por ello necesario establecer hasta dónde se puede considerar que el ofrecimiento de una vivienda por su propietario entra dentro de configuración legal dada a la VUT en la LAU, con las consecuencias que ello conlleva, o si por el contrario simplemente estamos ante la figura clásica del arrendamiento de temporada y con ello fuera de toda problemática normativa que se cierre sobre las viviendas de uso turístico.

En realidad, el hecho de ceder una vivienda durante un cierto periodo de tiempo para su disfrute vacacional (vacaciones, fines de semana, etc.) es un hecho que se da en España desde hace décadas, si bien no tenía tanta repercusión como en la actualidad debido a la inexistencia de internet como eje articulador del negocio entre particulares. El arrendamiento de temporada (art. 4.3 LAU), como se ha señalado, está y ha estado presente en nuestra normativa, respaldándose con ello la acción de los propietarios de las viviendas acerca de su libre disposición, siempre teniendo presente el derecho a la propiedad (art. 348 Código Civil) y la libertad de contratación (art. 1254 Código Civil).

La circunstancia de la derivación que se hace ahora hacia la “legislación específica” no hay que entenderla en el sentido de su regulación por las Comunidades Autónomas a través de “nuevo contrato civil” (Martos Calabrus, 2014: pp. 92-93). Teniendo en cuenta la existencia del arrendamiento de temporada y con ello el respaldo legal a las cesiones temporales de una vivienda, conviene señalar que el aspecto que desvirtúa su aplicación es que se produzca una cesión del inmueble con prestación de servicios turísticos, hecho que no tiene cabida en la propia configuración del arrendamiento de temporada (Martínez Canellas, 2014). Estas situaciones son las que entran de lleno en la modificación introducida en la LAU, al hablarse de que la vivienda se ceda amueblada y equipada en condiciones de uso inmediato, además de ser comercializada o promocionada en canales de oferta turística y realizada con finalidad lucrativa (art. 5.e LAU).

El modo de comercialización de la vivienda, la condición de empresario dada la habitualidad que se asocia a la actividad y, sobre todo, el ofrecimiento de servicios turísticos nos llevará a la exclusión del arrendamiento de temporada al encontrarnos ante una actividad turística a la que asociar otra tipología contractual muy utilizada en este ámbito como es el contrato de alojamiento turístico o de hospedaje, contrato mixto en el que se combina el arrendamiento de cosa con el arrendamiento de servicios y que por su atipicidad, sí que históricamente se ha moldeado a través de normas turísticas. Esta situación,

sumada a la consideración de una actividad turística, allana el camino legal a la aparición de la normativa autonómica, sobre todo encaminada a reglar el ejercicio de dicha actividad turística.

No se debe olvidar que la intervención del derecho administrativo sobre las VUT no es algo nuevo, sino que ya se remonta a la Orden de 17 de enero de 1967, *por la que se aprueba la ordenación de los apartamentos, «bungalows» y otros alojamientos similares de carácter turístico*, norma en la que se apuntaba la necesidad de diferenciar el arrendamiento de temporada (arrendamiento de una vivienda amueblada) y las situaciones asemejadas a la oferta de un alojamiento turístico en que lo característico era “el conjunto de asistencias que recibe el cliente de la empresa desde el momento mismo de la ocupación del alojamiento”. A dicha Orden se debe sumar el Real Decreto 2877/1982, de 15 de octubre, *de ordenación de apartamentos turísticos y de viviendas turísticas vacacionales*, en donde además de delimitar de manera más o menos clara lo que entender por viviendas turísticas vacacionales, se recogía la necesidad de notificar a la Administración el hecho de que se produjera una dedicación turística de la vivienda, todo ello como paso previo para su apertura y funcionamiento. Con ello, todas estas situaciones son las que se consideran excluidas del arrendamiento de temporada y de ahí su regulación por parte de la normativa turística.

5. Respuestas normativas: la intervención de las Comunidades Autónomas

Como se ha expuesto anteriormente, la dedicación turística de la vivienda por parte de su propietario conlleva el dar cuenta a la Administración pública del inicio del ejercicio de dicha actividad turística. Como punto de partida, es imprescindible detenerse en la delimitación conceptual y en concreto qué debe entenderse como VUT, independientemente de la denominación que se le dé (vivienda de uso turístico, vivienda vacacional, vivienda turística, etc.).

En realidad, todas las normativas autonómicas aprobadas están en consonancia con la definición recogida en el art. 5.e LAU, extrayéndose de la misma diferentes aspectos clave a concretar tales como la cesión temporal de uso, su habitualidad, el objeto de la cesión, el sistema de comercialización o la finalidad lucrativa de la actividad. No obstante, sí que debe incidirse en su diferenciación con el apartamento turístico asociado a la idea de conjunto de viviendas que conforman una unidad y que se ofrecen en su totalidad. En este sentido, se puede encontrar en más de una normativa el que se excluya del concepto de vivienda de uso turístico a aquellos conjuntos formados por dos o más viviendas pertenecientes a un mismo propietario o explotadas por un mismo gestor que estén ubicadas en el mismo inmueble, circunstancia que se deriva hacia la normativa reguladora de los apartamentos turísticos (Aragón, art. 4.2.b del Decreto 80/2015, de 5 de mayo).

Continuando con la delimitación conceptual, cuando se habla de cesión debe entenderse que se trata de una cesión temporal de la vivienda que, a su vez, debe cederse completa, amueblada, en condiciones de uso inmediato y con servicios accesorios. Realmente esta cesión debe unirse a la circunstancia de que la misma se produce de manera habitual por el propietario, existiendo por tanto una profesionalidad en la prestación del alojamiento. La existencia de esta profesionalidad (habitualidad) dependerá en gran medida de la regulación de que se trate, variando, por ejemplo, entre la cesión de dos o más veces dentro del periodo del año o una vez al año, “pero en repetidas ocasiones” (Canarias, art. 2 del Decreto 113/2015, de 22 de mayo) o los tres meses continuados durante el año natural expuestos en la normativa de la Comunidad de Madrid (art. 3.2 del Decreto 79/2014, de 10 de julio).

A su vez, la cesión plantea problemas normativos dado el enfoque que se ha dado por las diferentes Comunidades Autónomas, en concreto cuando nos referimos a la cesión mínima y máxima permitida. En este sentido, resulta sin duda curioso el establecimiento de un periodo mínimo de cesión de cinco días recogido en la normativa madrileña (artículo 17.3 del Decreto 79/2014, de 10 de julio), planteándose serios interrogantes acerca de su finalidad y sobre todo la conveniencia de dicha medida. Fuera de los razonamientos basados en los estudios de ocupación, parece poco coherente la adopción de este acotamiento si en realidad no se está pensando en un desplazamiento de la oferta de alojamiento a corto plazo hacia el sector hotelero, situación a la que sumar el hecho de la pérdida de competitividad del sector de las viviendas de uso turístico, sector regulado no hay que olvidar en esta Comunidad Autónoma, que impide un juego limpio entre operadores (CNMC, 2015).

Menos problemático resulta el aludir a los periodos máximos de cesión, siempre teniendo en cuenta, retomando la finalidad del arrendamiento de temporada, que estamos una cesión por un corto periodo de tiempo sin que en ningún caso se pueda considerar el establecimiento de la residencia habitual del turista, caso poco probable pero que, por ejemplo, se está dando en relación a los campings como

consecuencia del establecimiento de amplios períodos de permanencia (Guillén Navarro, 2014). De todos modos, en las regulaciones se pueden encontrar períodos tasados como el de dos meses en Andalucía (art. 1.2.b del Decreto 28/2016, de 2 de febrero), un mes por usuario en Aragón (art. 2.c del Decreto 80/2015, de 5 de mayo) o los treinta y un días en Cataluña (art. 66.3 del Decreto 159/2002, de 20 de noviembre).

Otro problema importante es el relativo a la posibilidad de cesión de viviendas de manera individual. Aunque la casi totalidad de la normativa aprobada sigue en la línea de la LAU de identificar la VUT con la cesión de la vivienda completa, se pueden encontrar excepciones. Así, y a la espera de la nueva regulación catalana, la norma andaluza introduce serios cambios al permitir la aparición de la cesión por estancias (art. 5.b del Decreto 28/2016, de 2 de febrero), circunstancia que plantea serios interrogantes aún más cuando en la vivienda se establezca la residencia habitual del propietario con los consiguientes problemas de compatibilizar la labor de inspección por parte de la Administración pública y el derecho fundamental a la inviolabilidad del domicilio (art. 18.2 de la Constitución Española).

Regresando a la delimitación conceptual, un aspecto básico, como se ha señalado anteriormente, es que la vivienda debe ofrecerse con unos requisitos funcionales y de equipamientos, hecho que matiza esa diferenciación con el simple arrendamiento de temporada. En este sentido, las regulaciones exigen que las VUT deban estar amuebladas, en perfectas condiciones de limpieza e higiene y dotadas de aparatos y enseres necesarios para su uso inmediato. Profundizando en éstos, cabe mencionar la regulación canaria (art. 10 del Decreto 113/2015, de 22 de mayo), la cual detalla el equipamiento mínimo concretado para cada una de las estancias (equipamiento general, dormitorio, baño y cocina), o la regulación andaluza que exige que la vivienda cuente con equipos de refrigeración o calefacción según la temporada de apertura (art. 6 del Decreto 28/2016, de 2 de febrero), normativas que destacan sobre otras como la aragonesa, que habla en términos generales (mobiliario, cubertería, menaje, lencería), o la madrileña, que hace referencia a la cesión de la vivienda amueblada, equipada y en condiciones de uso inmediato con la única indicación de la necesidad de acceso inalámbrico a internet-wifi (art. 18.3 del Decreto 79/2014, de 10 de julio). A todos estos requisitos mínimos hay que señalar la introducción por parte de las normativas de otra serie de obligaciones en cuanto a la atención de consultas (hojas de reclamaciones, teléfono de contacto) y servicios de asistencia y mantenimiento de las viviendas, todo ello encaminado a proteger al consumidor-usuario y que vienen en consonancia con la consideración de encontrarnos ante una actividad de alojamiento turístico. Además, no se puede obviar la regulación contractual introducida en Andalucía, la cual recoge toda una serie de disposiciones relativas a la formalización del contrato, acceso a la vivienda, precio y reservas (arts. 7 y 8 del Decreto 28/2016, de 2 de febrero).

Un último aspecto a determinar es el relativo a los canales de promoción turística. En este sentido, existe cierta discrepancia entre normativas, aunque todas apuestan por tomar como eje central aquellos basados en la intermediación virtual. No obstante, conviene puntualizar la necesidad de establecer qué se debe considerar como tales, huyendo por tanto de las definiciones opacas como la que se recoge en Aragón (Consejo Económico y Social de Aragón, 2014) o el caso de la Comunidad de Madrid, en donde ni siquiera se incluye una pormenorización o al menos una delimitación de los mismos (artículo 2.2 del Decreto 79/2014, de 10 de julio). De las regulaciones actualmente aprobadas, se puede destacar la canaria en donde se incluye un largo listado que abarca más allá de los canales virtuales, en concreto, "las agencias de viajes, centrales de reserva y otras empresas de intermediación y organización de servicios turísticos, incluidos los canales de intermediación virtuales; páginas webs de promoción, publicidad, reserva o alquiler; y publicidad realizada por cualquier medio de comunicación" (art. 2.b del Decreto 113/2015, de 22 de mayo). La idoneidad de esta regulación viene en consonancia con el hecho de que los mecanismos de publicitación y de contacto con el turista que busca un alojamiento son múltiples, de ahí la necesidad de ofrecer una delimitación amplia al respecto.

6. Inicio de la actividad

Teniendo en cuenta todo lo anteriormente expuesto, los propietarios que quieran destinar su vivienda a un uso turístico deben comunicar este hecho a la Administración pública a través de la presentación de la pertinente declaración responsable a la que acompañar diferente documentación. Esta obligación se pone en consonancia con la Directiva de servicios y su trasposición a través de la Ley 25/2009, de 22 de diciembre, situación de equiparación con el resto de establecimientos de alojamiento turístico y

que por ello poco se entiende la postura crítica en este aspecto de la CNMC (2015b). A fin y al cabo este sistema de comunicación a la Administración, adaptada a las reglas comunitarias, sigue la formalidad que ya imponía el derogado Real Decreto 2877/1982, de 15 de octubre.

También problemática es lo relativo a la documentación que se debe acompañar a esta declaración responsable. Las normativas aprobadas de nuevo difieren, si bien hay aspectos interesantes a destacar como es la incorporación de un plano de la vivienda firmado por técnico competente y visado por el colegio profesional correspondiente (Comunidad de Madrid); el cumplimiento de la normativa vigente en materia de habitabilidad y seguridad para su uso residencial como vivienda; la declaración que en los estatutos de la comunidad de propietarios no exista prohibición expresa que impida destinar la vivienda a este uso turístico (Canarias o Aragón) o la declaración responsable acerca de la compatibilidad del uso con el planeamiento urbanístico del municipio o, en su caso, la disposición de las autorizaciones municipales que fueron necesarias para el ejercicio de la actividad en el inmueble de que se trata (Aragón o Cataluña).

De toda esta documentación, no debe pasarse por alto la incidencia de las comunidades de propietarios y del planeamiento en la expansión del fenómeno de las VUT (Guillén Navarro, 2015). Como se comprueba, algunas regulaciones optan por la necesidad de que los propietarios tengan presente la compatibilidad de su actividad con los estatutos de las comunidades de propietarios, asumiendo estas últimas un rol importantísimo en el proceso de implantación con el correspondiente sometimiento al régimen de propiedad horizontal (Ley 49/1960, de 21 de julio, *sobre propiedad horizontal*). Tras esta obligación subyace el debate acerca de si la aparición de una vivienda turística en un inmueble puede alterar la pacífica convivencia vecinal, que ya por sí se ve alterada continuamente por la convivencia entre vecinos residenciales. No son pocas las personas que aluden a que sin duda el tránsito continuo de turistas en el edificio no sólo puede conllevar graves problemas de convivencia sino la degradación de las zonas comunes, todo ello como consecuencia de la aparición de inquilinos que poco les afecta estas situaciones por su estancia temporal en el inmueble y su objetivo en mente de disfrute vacacional.

No obstante, no es sólo a esta problemática a la que se debe atender sino también a la alteración del modelo urbanístico recogido en el Plan General de Ordenación Urbana del municipio en cuestión como consecuencia de la proliferación de las viviendas de uso turístico. En este sentido, son continuos los debates generados en torno a los conflictos surgidos entre vecinos y turistas en ciertos barrios de Barcelona que incluso han conllevado una “criminalización” de estos últimos (Plataforma pro viviendas turísticas, 2015). Según los datos de Exceltur (2015b), las rentas anuales percibidas por los particulares que anuncian sus viviendas en las plataformas *p2p* ascienden a casi 1.900 millones anuales; es por ello que no es de extrañar situaciones en las cuales ciertos inmuebles de Barcelona han sufrido un desplazamiento de residentes en beneficio de turistas como consecuencia de la rentabilidad económica del alquiler de la vivienda a corto plazo, lo que conlleva a pensar en el surgimiento de una “gentrificación turista”. De todos modos, hay que señalar que aunque el uso turístico dado a esta tipología de vivienda se puede asociar claramente a un uso terciario y por lo tanto, en principio, no incompatible con el uso residencial, sí que es necesario que la ordenación urbanística incluya una regulación detallada de los usos de cada ámbito con el objeto de que se pueda “concretar, limitar, condicionar o prohibir distintas modalidades turísticas en atención a las circunstancias de cada caso” (Generalitat Valenciana, 2015).

7. Conclusión

Atendiendo al estudio de la incidencia de las VUT en nuestro país, no cabe duda de la necesidad de implementar ciertas pautas o controles sobre la actividad de los propietarios siempre y cuando ésta se adecue a los criterios marcados en cuanto a la puesta en el mercado del ofrecimiento de un servicio turístico de manera habitual y lucrativa. Más allá del escudo protector que ofrece el derecho a la propiedad, la prestación de servicios turísticos y en sí la conversión de la vivienda en un establecimiento de alojamiento turístico lleva consigo la equiparación con el resto de operadores para conseguir esa competitividad en igualdad de condiciones que tanto defiende la CNMC.

Estamos ante un fenómeno global, la expansión del turismo colaborativo no es un problema que sólo atañe a nuestro país, de ahí la necesidad de evaluar y tomar las medidas necesarias al respecto. Como decimos, es un fenómeno creciente que puede trastocar ya no sólo el modelo turístico español, sino también el urbanístico, además de generar importantes conflictos vecinales en el seno del inmueble.

La opacidad sobre la que se ha venido moviendo debe dar paso a una claridad de intenciones en las que todas las partes vean defendidos sus intereses y en la que el turista sea el beneficiado de todas aquellas medidas que se tomen al respecto.

Bibliografía

Airbnb

2015. *Airbnb*. Recuperado de <http://www.airbnb.es/>

Algar, R.

2007. "Collaborative consumption". *Leisure Report*, 2007(4): 16-17.

Berrocal Lanzarote, A.I.

2013. "Análisis de la Ley 4/2013, de 4 de junio, de medidas de flexibilización y fomento del mercado del alquiler de viviendas". *Actualidad civil*, 7-8.

Botsman, R.

2010. "The case for collaborative consumption" (conferencia). *Sidney: TED*. Recuperado de https://www.ted.com/talks/rachel_botsman_the_case_for_collaborative_consumption.

Botsman, R. & Rogers, R.

2010. *What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption*. Nueva York: Harper Collins

Bremner, C.

2012. *Understanding the 21th Century traveler*. Edimburgo: Euromonitor

Brandis, D.

2012. "La vivienda secundaria como forma de alojamiento turístico en la Comunidad de Madrid (1970-2010)". *Polígonos: Revista De Geografía*, 23: 147-179.

Cañigueral, A.

2014. "Consumo compartido, un nuevo tipo de negocio que juega al alza". *Harvard Deusto Marketing y Ventas*, 121: 40-49

Casaló, L.; Flavián, C.; Guinalú, M.

2011. "Understanding the intention to follow the advice obtained in an online travel community". *Computers in Human Behavior*, 27(2): 622-633.

Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia

2014. "Economía colaborativa y regulación. Blog 16 de junio de 2014", Recuperado de: <http://cnmcblog.es/2014/07/16/economia-colaborativa-y-regulacion/>(septiembre de 2015).

Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia

2014b. *Consulta pública sobre los nuevos modelos de prestación de servicios y economía colaborativa*. Recuperado de: <http://www.cnmc.es/es-es/promoci%C3%B3n/informesyestudiossectoriales/estudiodeconom%C3%ADAcolaborativa.aspx>(octubre de 2015).

Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia

2015. *La CNMC recurre el Decreto de la Comunidad de Madrid que regula los apartamentos y viviendas de uso turístico*. Nota de prensa de 13 de marzo de 2015. Recuperado de: http://www.cnmc.es/Portals/0/Ficheros/notasdeprensa/2015/PROMOCION/20150313_NP_ApartamentosMadrid.pdf (octubre de 2015)

Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia

2015b. *La CNMC requiere al Gobierno de Canarias que suprima o modifique distintos artículos de su reglamento de viviendas vacacionales*. Nota de prensa. De 18 de septiembre de 2015. Recuperado de: <http://www.cnmc.es/LinkClick.aspx?fileticket=xNLZjimcnIc%3d&portalid=0&language=es-ES> (octubre de 2015).

Consejo Económico y Social de Aragón

2014. *Dictamen sobre el proyecto de Decreto por el que se aprueba el reglamento de las VUT en Aragón (Dictamen 5/2014)*. Zaragoza, Consejo Económico y Social de Aragón

Costas Rodal, L.

2013. "Principales novedades introducidas en la LAU/94 por la Ley 4/2013, de 4 de junio, de medidas de flexibilización y fomento del mercado del alquiler de viviendas", *Aranzadi civil-mercantil. Revista doctrinal*, 2(6): 35-42.

Couchsurfing

2015. *Funcionamiento del modelo Couchsurfing*. Recuperado de: <http://www.couchsurfing.com/about/about-us/>(septiembre de 2015).

- Crouch, G. I.
2011. "Destination competitiveness: An analysis of determinant attributes", *Journal of Travel Research*, 50: 27-45.
- Crouch, G.I. y Ritchie, J.R.B.
1999. "Tourism, competitiveness and societal prosperity". *Journal of Business Research*, 44: 137-152.
- Cuesta, F.
2014. "La sociedad lowcost y el nuevo cliente de la empresa turística". *Jornadas profesionales de turismo. En tren de las tendencias*. Bilbao, 9 de mayo
- Daniel Núñez, J.
2014. "Consumo colaborativo, ¿qué supone para el sector?: el rápido crecimiento de plataformas P2P y su influencia en el turismo". *Tecnohotel: revista profesional para la hostelería y restauración*, 461: 36-39.
- Exceltur
2015. *Perspectivas turísticas. Valoración empresarial del año 2014 y perspectivas para 2015*, 51. Recuperado de: <http://excletur.org/wp-content/uploads/2015/01/Informe-Perspectivas-N51-Balance-2014-y-perspectivas-2015-Definitivo-Web.pdf>
- Exceltur
- 2015b. *Alojamiento turístico en viviendas de alquiler: impactos y retos asociados*. Recuperado de <http://www.excletur.org/wp-content/uploads/2015/06/Alojamiento-tur%C3%ADstico-en-viviendas-de-alquiler-Impactos-y-retos-asociados.-Informe-completo.-Excletur.pdf> (agosto de 2015).
- Euromonitor International
2014. *World Travel Market Global Trends Report 2014*. Recuperado de: <http://go.euromonitor.com/rs/euromonitorinternational/images/WTM-2014.pdf>
- Franch Fluxá, J. y Ribas Conrado, J.F.
2013. "El alquiler de viviendas para uso vacacional. Perspectiva actual, problemas y propuestas legales". *Estudios Turísticos*, 196: 33-57.
- Gansky, L.
2010. *La Malla. El futuro de los neocios es compartir*. Ediciones Gestión 2000
- Generalitat Valenciana
2015. *Consulta a la Direcció general d'evaluació ambiental y territorial*. Recuperado de: <http://www.agricultura.gva.es/documents/20551182/161373548/15-02-18+Viviendas+tur%C3%ADsticas+en+edificios+de+uso+terciario.pdf/a62bc5a2-0c72-45c7-b7b5-61dd140de09e;jsessionid=88EF7919F278B5FD1779BD716E641DF3.node1> (octubre de 2015).
- Gili i Fernández, M.
2003. "Las viviendas de segunda residencia. ¿Ocio o negocio?". *Scripta Nova. Revista electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, VII, 146(052)
- Guevara Plaza, A.
2008. "La Web 2.0 y su aplicación al sector turístico. Travel 2.0". *Bit*, 170: 38-40.
- Guillén Navarro, N.A.
2015. "La vivienda de uso turístico y su incidencia en el panorama normativo español". *Revista Aragonesa de Administración Pública*, 45-46: 101-144.
- Guillén Navarro, N.A.
2014. "El régimen legal de los campamentos de turismo en España: del alojamiento turístico a la residencia habitual de ciudadanos en tiempo de crisis". *Estudios turísticos*, 202: 9-28.
- Hall, C. M.
2015. "Second homes planning, policy and governance". *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure & Events*, 7(1): 1.
- Heinrichs, H.
2013. Sharing Economy: "A Potential New Pathway to Sustainability". *Gaia ecological perspectives for science and society*, 22(4): 228-231.
- HomeExchange
2015. *Modelo de acuerdo HomeExchange*. Recuperado de: http://homeexux.s3.amazonaws.com/affinities/1/pdf/HomeExchangeAgreement_ES.pdf (septiembre de 2015).
- Huete, R., Mantecón, A., Mazón, T.
2008. "¿De qué hablamos cuando hablamos de turismo residencial?" *Cuadernos de Turismo*, 22: 101-121
- Instituto Multidisciplinar de la Empresa
2014. *Primer Barómetro Homeaway del Alquiler Vacacional en España*. Universidad de salamanca.
- Instituto Nacional de Estadística

2015. *Resultados nacionales. Utilización de productos TIC por las personas.*
 Kim, B.; Han, I.
2011. "The role of utilitarian and hedonic values and their antecedents in a mobile data service environment". *Expert Systems with Applications*, 38(3): 2311-2318.
 Kim, B.; Oh, J.
2011. "The difference of determinants of acceptance and continuance of mobile data services: A value perspective". *Expert Systems with Applications*, 38(3): 1798-1804.
- Labrecque, L. I., vordemEsche, J., Mathwick, C., Novak, T. P., & Hofacker, C. F.
2013. "Consumer power: Evolution in the digital age". *Journal of Interactive Marketing*, 27(4): 257-269.
- Mantecón, A., Huete, R.
2011. "Sociological insights on residential tourism: host society attitudes in a mature destination". *European Journal of Tourism Research*, 4(2): 109-122
- Martínez Canellas, A.
2014. "La cesión del uso de la vivienda a no residentes: contrato de alojamiento (de estancias turísticas) en viviendas y el contrato de arrendamiento de temporada, conforme a la Ley del Turismo de las Islas Baleares tras la reforma de la Ley de Arrendamientos Urbanos". *Boletín de la Academia de Jurisprudencia y Legislación de las Illes Balears*, 15: 151-176.
- Martos Calabréus, M.A.
2014. "El contrato de arrendamiento de vivienda vacacional tras la reforma del artículo 5 de la LAU por la Ley 4/2013". *Revista de Derecho Civil*, 1(1): 91-102.
- Mazón, T.
2001. *Sociología Del Turismo*. Madrid: Centro de Estudios Ramón Areces.
- Ministerio de Industria, Comercio y Turismo
2012. Plan Nacional de Turismo 2012-2015. Recuperado de <http://www.tourspain.es/es-es/VDE/Paginas/PNIT.aspx>.
- Nightswapping
2015. *Funcionamiento del modelo Nightswapping*. Recuperado de: <http://app.nightswapping.com/en/> (septiembre de 2015).Overby, Jeffrey W.; Lee, E.
2006. "The effects of utilitarian and hedonic online shopping value on consumer preference and intentions". *Journal of Business Research*, 59(10): 1160-1166.
- Pizam, A.
2014. "Peer-to-peer travel: Blessing or blight?" *International journal of hospitality management*, 38: 118-119.
- Plataforma pro viviendas turísticas.
2015. *Viñeta*. Recuperado de <http://proviendasturisticas.com/2015/10/21/vineta-3/> (noviembre 2015).
- Ramos Soto A.L., Gómez Brena, R.G.
2006. "¿Qué es la economía informal?". *Observatorio de Economía Latinoamericana*, 60.
- Ritchie, J. R. B., Crouch, G. I.
2003. *The competitive destination: a sustainable tourism perspective*, Wallingford, UK, CABI
- Romero, M.
- 2014a. "La demanda de segunda residencia en España", *Cuadernos de Información económica*, 243: 61-67
- Romero, A.
- 2014b. "Nuevos modelos de negocio en el sector turístico: Implicaciones del escenario p2p". *XVIII Congreso AECIT*, 26-28 de noviembre de 2014, Benidorm.
- Russo, A. P.
2015. "La explosión del turismo colaborativo y los retos para el modelo turístico español". En Aguiló Pérez, E. y Antón Clavé, S., 20 retos para el turismo en España (pp. 113-134). Madrid, editorial Pirámide.
- Schegg, R., Liebrich, A., Scaglione, M., Ahmad, S.F.S.
2008. "An Exploratory Field Study of Web 2.0 in Tourism". En O'Connor, W.H., Ulrike G. (2008) *Information and Communication Technologies in Tourism*, 152-163
- Serrano Castro, M.D.
2014. Alojamientos privados convertidos en turísticos, redes sociales y aplicaciones que ponen en contacto a conductores...¿competencia desleal? *Diario La Ley*, 8444, Sección Tribuna.
- Serrano Martínez, J.M.
2003. Las viviendas de segunda residencia en la sociedad del «bienestar». El caso de un país turístico: España. *Cuadernos De Turismo*, 12(53).

- Serrano Martínez, J. M.
2011. "La vivienda en España dentro de un nuevo modelo económico. El papel y los límites del sector turístico ¿Hacia el declinar de un ciclo?". *Cuadernos De Turismo*, 27(85).
- Sirdeshmukh, D., Jagdip, S., Sabol, B.
2002. "Consumer trust, value, and loyalty in relational exchanges". *The Journal of Marketing*, 15-37
- Tennyson, R. D.(Ed.)
2011. "Web 2.0 in Travel and Tourism: Empowering and Changing the Role of Travelers". *Computers in Human Behavior*, 27(2).
- Turespaña
2014. *Encuesta de gasto turístico (Egatur)*. Recuperado de: <http://www.iet.tourspain.es/es-es/estadisticas/egatur/paginas/default.aspx>
- Turespaña
2013. *Movimientos turísticos de los españoles (Familitur)*. Recuperado de: <http://www.iet.tourspain.es/es-es/estadisticas/familitur/paginas/default.aspx>
- Turespaña
2013. *Movimientos turísticos en fronteras (Frontur)*. Recuperado de: <http://www.iet.tourspain.es/es-ES/estadisticas/frontur/informesdinamicos/paginas/anual.aspx>
- Turespaña
2014. *Movimientos turísticos en fronteras (Frontur)*. Recuperado de: <http://www.iet.tourspain.es/es-ES/estadisticas/frontur/informesdinamicos/paginas/anual.aspx>
- Vermeulen, I.E., Seegers, D.
2009. "Tried and tested: The impact of online hotel reviews on consumer consideration". *Tourism Management*, 30(1): 123-127
- Weiermair, K.
2006. "Product Improvement or Innovation What Is the Key to Success in Tourism?". En OECD (2006), *Innovation and Growth in Tourism*, OECD Publishing, Paris, 53-69.

Recibido: 17/12/2015
Reenviado: 12/02/2016
Aceptado: 29/05/2016
Sometido a evaluación por pares anónimos