

MI CASA ES LA SUYA



Estudio internacional sobre los
perfiles y las motivaciones
de los que intercambian su casa



REALIZADO POR LA UNIVERSIDAD DE BÉRGAMO SOBRE
LA COMUNIDAD DE **HOMEEXCHANGE.COM**

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN

- 1 Introducción

PERFIL DE LOS PARTICIPANTES EN INTERCAMBIOS DE CASAS

- 3 Edad
- 4 Nivel de estudios
- 4 Situación laboral
- 5 Características de la familia

EXPERIENCIA EN INTERCAMBIOS DE CASAS

- 6 Fecha de registro en HomeExchange.com
- 7 Motivaciones para registrarse en HomeExchange.com
- 8 Número de intercambios
- 8 Tipologías de viviendas
- 9 Duración de los intercambios
- 9 Nivel de satisfacción

PERFIL DE LOS VIAJES MEDIANTE INTERCAMBIO DE CASAS

- 11 Motivos del viaje
- 12 Comidas durante los intercambios
- 13 Actividades preferidas en vacaciones
- 14 Interés por el patrimonio cultural
- 14 Importancia del turismo respetuoso del medio ambiente
- 15 Precio medio de los viajes de vacaciones no profesionales
- 15 Elección de alojamientos en los viajes sin intercambio de casas

IMPLICACIÓN SOCIAL Y CONFIANZA

- 17 Consumo crítico y responsable
- 18 Participación en organizaciones cívicas y sociales
- 19 Confianza

CONCLUSIÓN

- 20 Conclusión

CRÉDITOS

- 21 Universidad de Bérgamo
- 22 HomeExchange.com

CONTACTOS

- 23 Contactos

CONTACTOS PARA LA PRENSA

Violette@HomeExchange.com (Spain) Keghan@HomeExchange.com (USA)
Alexandra@HomeExchange.com (Internacional)

INTRODUCCIÓN

Este estudio es la primera investigación en profundidad sobre el fenómeno de rápido crecimiento del intercambio de casas. Se ha centrado en los propios usuarios, perfilando esta nueva raza de viajeros que “intercambia su casa”, intentando establecer y descubrir si sus motivaciones, sus costumbres de viaje y las formas en que utilizan el servicio nos pueden dar información sobre el futuro del intercambio de casas.

Aunque el intercambio de casas se viene practicando desde los años cincuenta, es la difusión del Internet la que ha contribuido a su popularidad al permitir comunicar más fácil y eficazmente con gente del mundo entero, aumentando exponencialmente la selección de casas entre las que elegir.

Según la co-autora del estudio, la Profesora Roberta Garibaldi: **“El intercambio de casas es el resultado de un mundo cada día más globalizado, que aprovecha todas las ventajas que ofrece la difusión mundial de tecnologías sofisticadas”**.

Lo que esta declaración lleva implícita es que el incremento del intercambio de casas no se ha construido sobre un vacío. De hecho, su expansión coincide con la re-emergencia de un sistema mucho más amplio, llamado **“consumo colaborativo”**. Un sistema más antiguo que el propio dinero.

Como lo subraya la Profesora Francesca Forno, coautora del estudio: **“El consumo colaborativo describe modelos de transacciones como el préstamo, el intercambio, el trueque y el canje que pueden de nuevo operar a gran escala, cruzando las fronteras geográficas, gracias a la aparición de la tecnología moderna”**. La Profesora Forno añade: **“Creo que la investigación de estos fenómenos nos puede ayudar a disponer de conocimientos útiles para favorecer que nuestras sociedades trabajen mejor en aras de un “futuro sostenible”**”.

En otros términos, donde un día hubo publicidad de pago clasificada, ahora tenemos Craigslist. Donde un día hubo librerías, ahora tenemos eBay. Y donde antes nos limitábamos a hoteles, ahora tenemos el intercambio de casas.

Las Profesoras Forno y Garibaldi, ambas de la Universidad de Bérgamo, han llevado a cabo el estudio entre los 46.000 miembros de la empresa líder del sector del intercambio de casas, HomeExchange.com. Las preguntas del estudio cubren una amplia gama, abordando temas que van de los datos básicos como la “edad” y la “profesión” a aspectos más profundos como “las costumbres en cuanto a las comidas”, las “motivaciones para registrarse” y la “confianza”.

Para explicar su propia motivación con respecto a la realización del estudio, las Profesoras Forno y Garibaldi declaran:

“Muy pocos estudios se han enfocado al intercambio de casas a pesar de su rápido crecimiento, que se ha observado últimamente incluso en países donde ha permanecido durante tiempo como un fenómeno de nicho aislado. Mediante esta fórmula, los turistas pueden organizar viajes personalizados sin recurrir a los servicios de intermediarios de viaje, siendo el único coste el del precio del préstamo de su casa.”

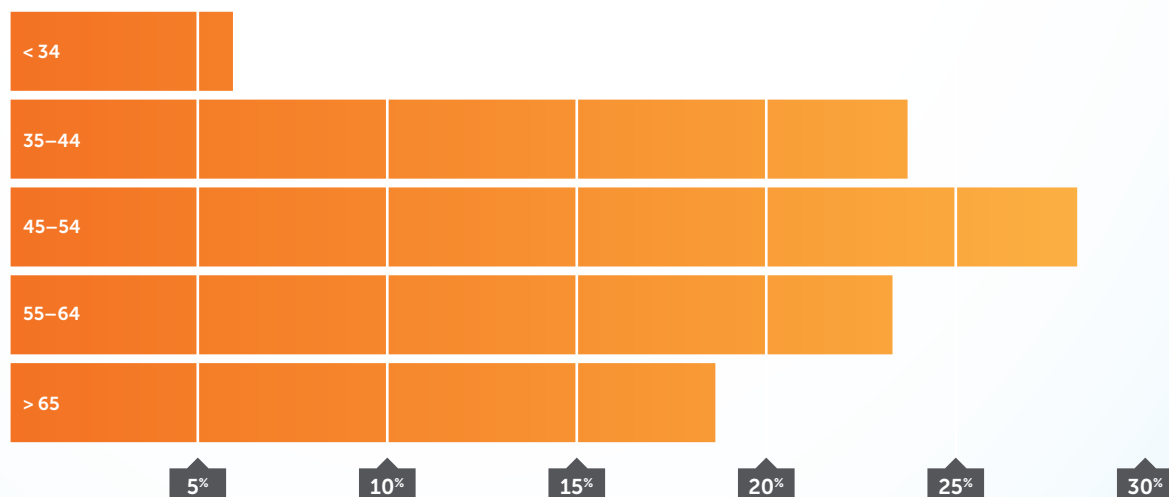
Los resultados del estudio revelan una variedad sorprendente de perfiles demográficos, motivaciones y comportamientos, que todos refuerzan la idea de que el intercambio de casas es más que una moda pasajera.

PERFIL DE LOS PARTICIPANTES EN INTERCAMBIOS DE CASAS

No es ninguna sorpresa comprobar que un alto porcentaje de los que intercambian su casa han realizado estudios superiores. Sin embargo, en muchas de las otras categorías, no corresponden con los perfiles demográficos esperados.

EDAD

Se podría pensar que los usuarios del intercambio de casas, con altos conocimientos de la herramienta Internet, tienen una mayor representación entre los grupos de menor edad. Sin embargo, no es el caso. De hecho, el grupo más amplio es el de los 45 a 54 años (28,3%) y, con sólo un 5,9% del total, los que tienen menos de 34 años constituyen el grupo más reducido y representan apenas un tercio del siguiente grupo más pequeño, el de los más de 65 años (18,7%).



PERFIL DE LOS PARTICIPANTES EN INTERCAMBIOS DE CASAS



6 DE CADA 10
TIENEN ALTO NIVEL DE ESTUDIOS

NIVEL DE ESTUDIOS

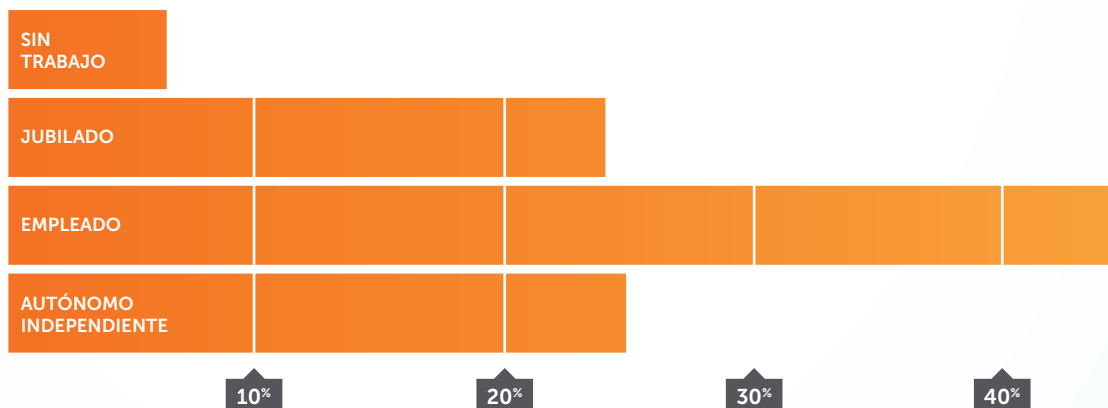
No nos sorprende que el 62,1% de los que intercambian casa consideren que tienen un alto nivel de estudios, lo que se puede traducir por un título universitario o de grado superior.

ESTIMAN QUE TIENEN NIVEL ALTO DE ESTUDIOS

AUSTRALIA	CANADÁ	DINAMARCA	FRANCIA	ITALIA	PAÍSES BAJOS	ESPAÑA	SUECIA	SUIZA	REINO UNIDO	USA
60%	43%	62%	73%	66%	71%	79%	65%	47%	65%	52%

SITUACIÓN LABORAL

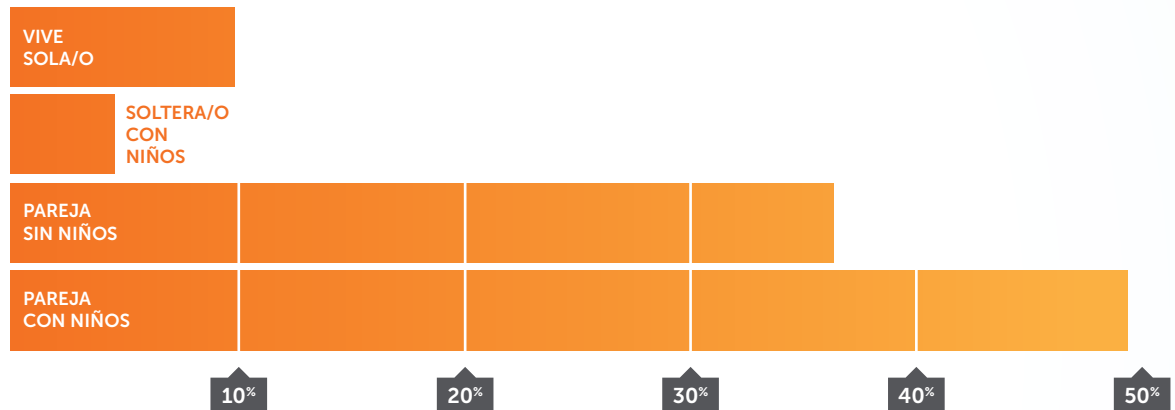
Tampoco es una sorpresa que casi el 70% tengan empleo y que, de este porcentaje, el 24,9% sean autónomos o profesionales independientes por cuenta propia. Este dato revela un rasgo de independencia que puede explicar que “piensen de forma distinta” a la hora de elegir del alojamiento. Los seniors y jubilados también ocupan una parte importante del pastel, con un 24,1%. La opción económica del intercambio de casas resulta atractiva para un jubilado que vive de ingresos fijos. Esto deja sólo un 6,3% de encuestados sin profesión.





CARACTERÍSTICAS DE LA FAMILIA

Otro dato sorprendente que surge es el alto porcentaje de familias que optan por esta clase de turismo. Mientras apenas una persona de cada diez vive sola, casi la mitad del número total de socios tienen niños.



TIENEN NIÑOS (PAREJAS CON NIÑOS Y SOLTERA/O CON NIÑOS, COMBINADOS)

AUSTRALIA	CANADÁ	DINAMARCA	FRANCIA	ITALIA	PAÍSES BAJOS	ESPAÑA	SUECIA	SUIZA	REINO UNIDO	USA
29%	41%	75%	69%	72%	70%	70%	82%	70%	63%	33%

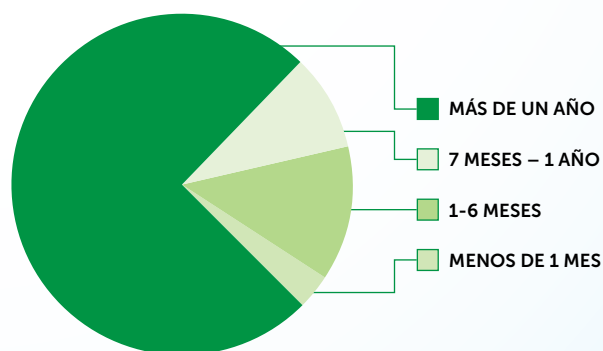
EXPERIENCIA EN INTERCAMBIOS DE CASAS

Sería un error pensar en los que intercambian casa únicamente como en “viajeros que miran el presupuesto.” Es cierto que el intercambio de casas es una opción económica pero se empieza a notar que los encuestados difieren de los clientes de ofertas en hoteles y clubes en distintos aspectos importantes. Muchas de las motivaciones, como las tipologías de casas intercambiadas y la duración de la estancia media, demuestran que aunque el dinero sea una preocupación, no es la única.

FECHA DE REGISTRO EN HOMEEXCHANGE.COM

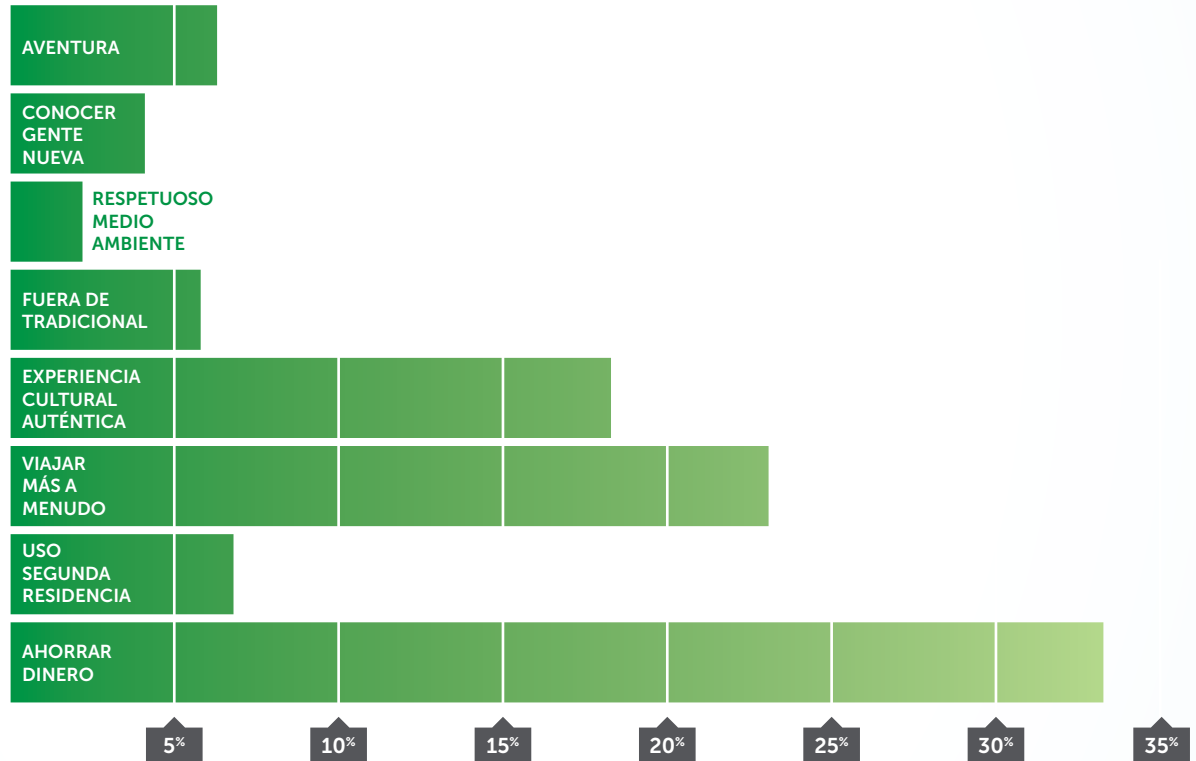
La encuesta revela que casi tres de cada cuatro encuestados han sido miembros de la red HomeExchange.com durante más de un año, con un 9,1% adicional que se ha registrado hace más de seis meses. Es una clara prueba de que el intercambio de casas disfruta de una vocación de continuidad.

¿CUÁNTO HACE QUE SE REGISTRÓ POR PRIMERA VEZ A INTERCAMBIOCASAS.COM?



MOTIVACIONES PARA REGISTRARSE EN HOMEEXCHANGE.COM

Aunque la mayor motivación para realizar un intercambio de casas siga siendo con ventaja el ahorro de dinero (33,3%), así como el deseo de viajar más a menudo (23,1%), los socios expresan otras motivaciones que van más allá de un simple viaje a precio reducido. Por ejemplo, el 18% está buscando la experiencia cultural auténtica que proporciona el alojarse en una casa y tiene motivaciones como "la aventura", "conocer a gente nueva" o "salirse de las vacaciones tradicionales".



AHORRAR DINERO

AUSTRALIA	CANADÁ	DINAMARCA	FRANCIA	ITALIA	PAÍSES BAJOS	ESPAÑA	SUECIA	SUIZA	REINO UNIDO	USA
31%	42%	37%	37%	25%	41%	30%	34%	32%	48%	39%

VIAJAR MÁS A MENUDO

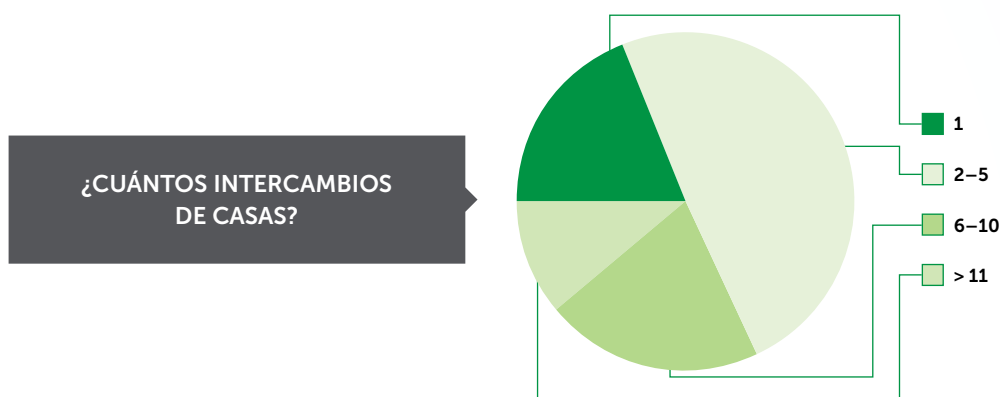
AUSTRALIA	CANADÁ	DINAMARCA	FRANCIA	ITALIA	PAÍSES BAJOS	ESPAÑA	SUECIA	SUIZA	REINO UNIDO	USA
32%	30%	16%	28%	26%	14%	27%	22%	22%	17%	28%



4/5
INTERCAMBIARON
AL MENOS
DOS VECES

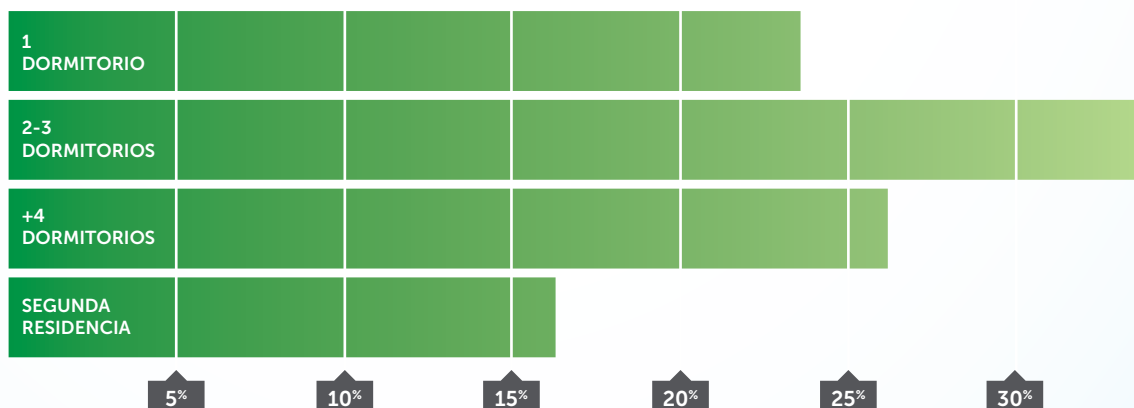
NÚMERO DE INTERCAMBIOS

Los miembros de HomeExchange.com le sacan partido a su inscripción, con cuatro de cada cinco que ha realizado al menos dos intercambios y más de uno de cada diez que ha llevado a cabo más de once intercambios. Es una prueba adicional del potencial de longevidad del intercambio de casas.



TIPOLOGÍAS DE VIVIENDAS

Las distintas tipologías de casas disponibles demuestran igualmente la gran variedad de socios, que proceden de todos los niveles de ingresos. En un extremo del espectro, el 23,6% de las casas son de un solo dormitorio, mientras en el otro extremo, el 16,3% pertenecen a socios que tienen la suerte de disponer de segundas residencias.

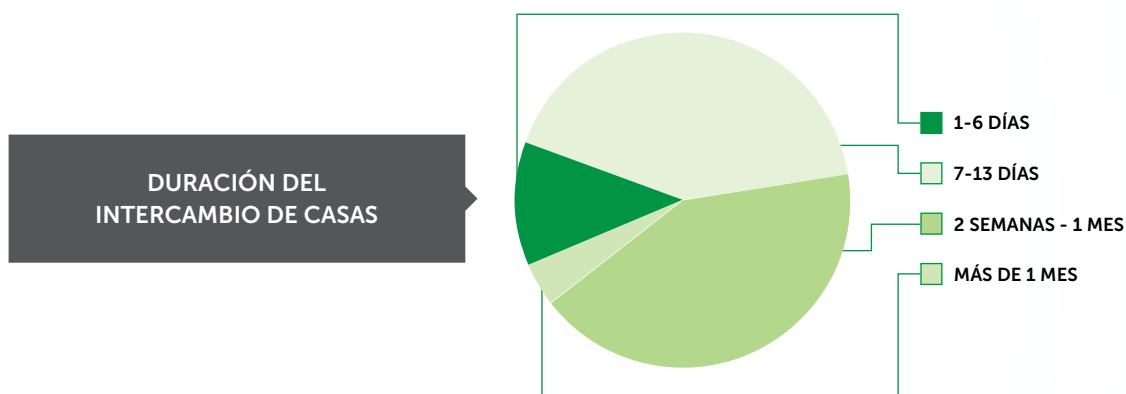




93%
ESTÁN
SATISFECHOS DE
SUS INTERCAMBIOS

DURACIÓN DE LOS INTERCAMBIOS

Aunque aquí también veamos la amplia variedad de formas en que se utiliza el intercambio de casas, revela que las estancias duran más tiempo que la estancia media en un hotel. Casi la mitad de las estancias de intercambio de casas duran más de dos semanas, con un 42,1% que permanece entre dos semanas y un mes, y un 3,9% más de un mes, tiempo de estancia que sería prohibitivo en la mayoría de los hoteles. Asimismo, esto indica que muchos socios pueden permitirse tomar vacaciones largas o que tal vez sus ingresos procedan del teletrabajo o trabajo en casa.



NIVEL DE SATISFACCIÓN

Un tercer ejemplo del potencial de longevidad del intercambio de casas es el alto nivel de satisfacción entre los miembros de la red HomeExchange.com. Un apabullante 76,8% indica que está "Muy satisfecho" (el 16,4% dice estar "Satisfecho"), mientras el porcentaje de "Insatisfechos" y "Muy insatisfechos" suma un 6,2% marginal.

SATISFECHO CON EL INTERCAMBIO (SATISFECHO Y MUY SATISFECHO, COMBINADO)

AUSTRALIA	CANADÁ	DINAMARCA	FRANCIA	ITALIA	PAÍSES BAJOS	ESPAÑA	SUECIA	SUIZA	REINO UNIDO	USA
92%	96%	84%	96%	93%	91%	81%	99%	99%	95%	94%

PERFIL DE LOS VIAJES MEDIANTE INTERCAMBIO DE CASAS

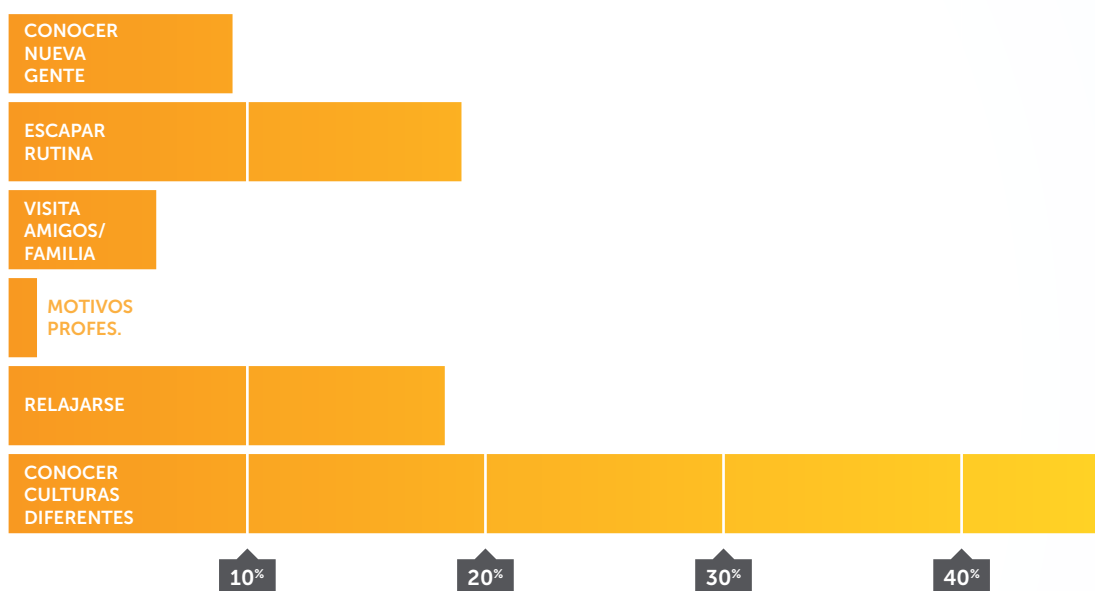
Cuando se analiza la forma de viajar mediante el intercambio de casas, emerge una imagen específica de viajero con mucha curiosidad, a la búsqueda de experiencias únicas, preocupado por el medio ambiente y apasionado por su propia cultura y la de los demás.

Forma de alojamiento que proporciona un contacto directo con los residentes locales, el intercambio de casas le permite al viajero establecer relaciones con los dueños de la casa y los vecinos, disfrutando de la comodidad de una vivienda en la que crea una “base hogareña” desde la que explorar y aprender.

PERFIL DE LOS VIAJES MEDIANTE INTERCAMBIO DE CASAS

MOTIVOS DEL VIAJE

El principal motivo para viajar entre los socios (46%) es el de experimentar culturas diferentes, lo que es más fácil llevar a cabo viviendo en un barrio residencial y que los que se alojan en un hotel pueden difícilmente lograr. Salirse de la rutina (19%) y relajarse (18,3%) también alcanzan altos resultados.



RELAJARSE

AUSTRALIA	CANADÁ	DINAMARCA	FRANCIA	ITALIA	PAÍSES BAJOS	ESPAÑA	SUECIA	SUIZA	REINO UNIDO	USA
7%	8%	21%	6%	13%	29%	10%	18%	8%	28%	10%

CONOCER CULTURAS DIFERENTES

AUSTRALIA	CANADÁ	DINAMARCA	FRANCIA	ITALIA	PAÍSES BAJOS	ESPAÑA	SUECIA	SUIZA	REINO UNIDO	USA
77%	80%	65%	77%	70%	54%	71%	62%	67%	52%	75%

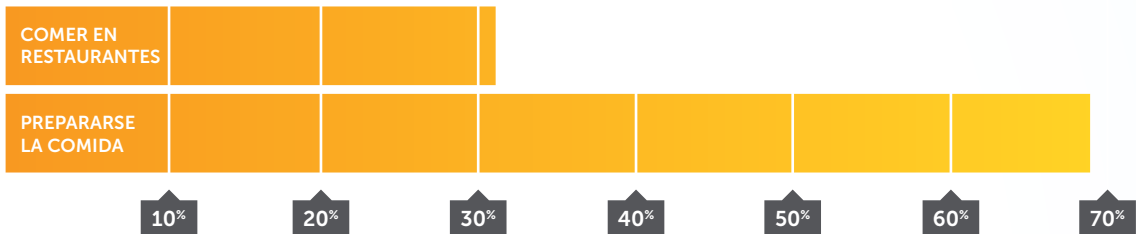
PERFIL DE LOS VIAJES MEDIANTE INTERCAMBIO DE CASAS



69%
PREPARAN SUS PROPIAS COMIDAS

COMIDAS DURANTE LOS INTERCAMBIOS

Para los que intercambian casa, las comidas forman parte de la experiencia cultural, como lo demuestra el porcentaje sorprendentemente alto (66%) de los que preparan su propia comida. ¿Qué mejor manera de experimentar una cultura que comprando los ingredientes locales en las tiendas del barrio o la ciudad y prepararlos en la casa de intercambio?



RESTAURANTES RECOMENDADOS POR GUÍAS DE TURISMO

AUSTRALIA	CANADÁ	DINAMARCA	FRANCIA	ITALIA	PAÍSES BAJOS	ESPAÑA	SUECIA	SUIZA	REINO UNIDO	USA
8%	5%	5%	9%	11%	5%	8%	3%	7%	12%	13%

RESTAURANTES DESCUBIERTOS SOLO

AUSTRALIA	CANADÁ	DINAMARCA	FRANCIA	ITALIA	PAÍSES BAJOS	ESPAÑA	SUECIA	SUIZA	REINO UNIDO	USA
25%	14%	19%	10%	21%	24%	19%	20%	22%	19%	29%

PREPARARSE LA COMIDA

AUSTRALIA	CANADÁ	DINAMARCA	FRANCIA	ITALIA	PAÍSES BAJOS	ESPAÑA	SUECIA	SUIZA	REINO UNIDO	USA
66%	80%	74%	80%	67%	71%	71%	75%	71%	68%	56%

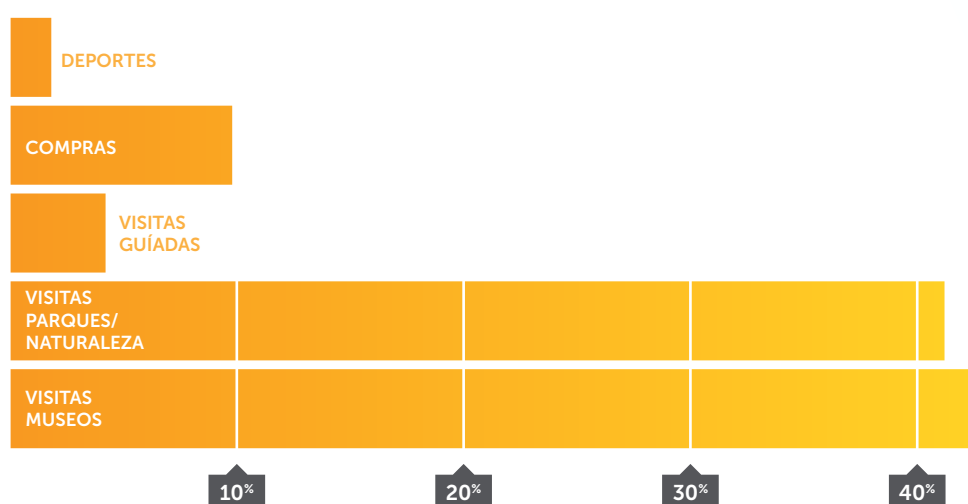
PERFIL DE LOS VIAJES MEDIANTE INTERCAMBIO DE CASAS



84%
VISITAN MUSEOS Y PARQUES

ACTIVIDADES PREFERIDAS EN VACACIONES

Entre los museos, los parques naturales y las actividades de exterior, los encuestados incluyen en una abrumadora mayoría el entorno único de su destino, con una respuesta del 84,3% que contestan que son sus actividades preferidas. Por oposición, sólo un 9,8% menciona que prefiere irse de compras durante las vacaciones.



VISITAS PARQUES/NATURALEZA

AUSTRALIA	CANADÁ	DINAMARCA	FRANCIA	ITALIA	PAÍSES BAJOS	ESPAÑA	SUECIA	SUIZA	REINO UNIDO	USA
31%	43%	53%	50%	33%	50%	42%	68%	70%	57%	37%

VISITAS MUSEOS

AUSTRALIA	CANADÁ	DINAMARCA	FRANCIA	ITALIA	PAÍSES BAJOS	ESPAÑA	SUECIA	SUIZA	REINO UNIDO	USA
56%	52%	34%	48%	65%	43%	55%	20%	23%	34%	57%

PERFIL DE LOS VIAJES MEDIANTE INTERCAMBIO DE CASAS



98%
SE INTERESAN POR EL PATRIMONIO CULTURAL

INTERÉS POR EL PATRIMONIO CULTURAL

Alcanzando un 98% de respuesta positiva, el interés por el patrimonio cultural de los que viajan mediante un intercambio de casas es prácticamente unánime.

INTERÉS EN PATRIMONIO CULTURAL										
AUSTRALIA	CANADÁ	DINAMARCA	FRANCIA	ITALIA	PAÍSES BAJOS	ESPAÑA	SUECIA	SUIZA	REINO UNIDO	USA
97%	99%	96%	99%	100%	97%	99%	96%	98%	97%	99%

IMPORTANCIA DEL TURISMO RESPETUOSO DEL MEDIO AMBIENTE

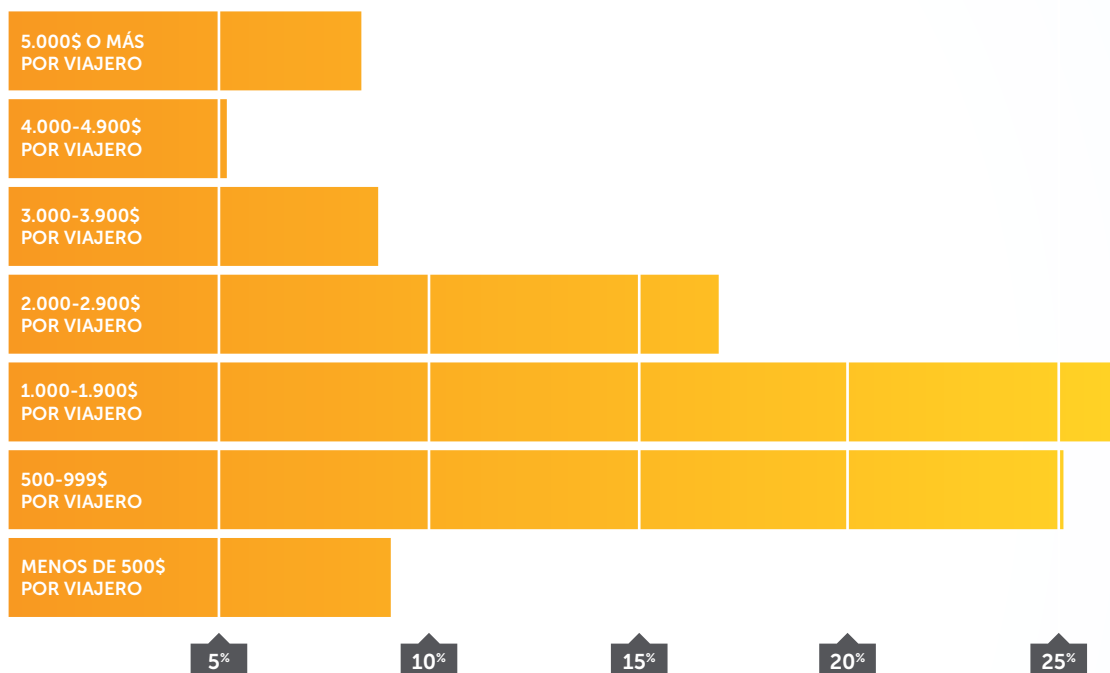
Otros dos tercios de los encuestados manifiestan la importancia que reviste para ellos el turismo ecológico y medioambiental. De hecho, el propio intercambio de casas es una forma de turismo ecológico puesto que utiliza recursos ya existentes.



RESPETUOSO DEL MEDIO AMBIENTE ES IMPORTANTE										
AUSTRALIA	CANADÁ	DINAMARCA	FRANCIA	ITALIA	PAÍSES BAJOS	ESPAÑA	SUECIA	SUIZA	REINO UNIDO	USA
54%	72%	37%	82%	88%	53%	86%	53%	81%	54%	57%

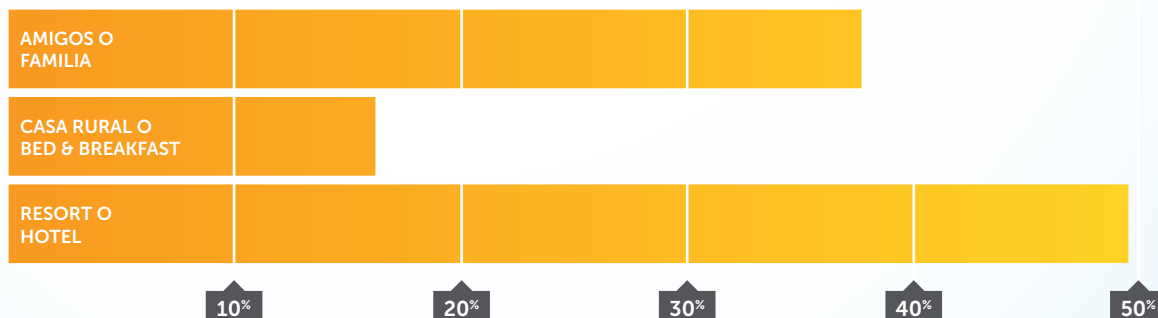
PRECIO MEDIO DE LOS VIAJES DE VACACIONES NO PROFESIONALES

Las respuestas a esta pregunta muestran una vez más que los que intercambian casas representan una amplia muestra de niveles de ingresos, con el coste medio de las vacaciones que se despliega de un extremo a otro del espectro.



ELECCIÓN DE ALOJAMIENTOS EN LOS VIAJES SIN INTERCAMBIO DE CASAS

Los alojamientos que eligen cuando no realizan intercambio de casas demuestran de nuevo que el sector no se destina únicamente a los que quieren viajar barato. El 78,5% de alojamientos alternativos se sitúan en el extremo superior del espectro (Resort, hotel, casa rural, B&B, segunda residencia), mientras sólo el 37,7% responden a soluciones ahorrativas (con amigos o con la familia).



IMPLICACIÓN SOCIAL Y CONFIANZA

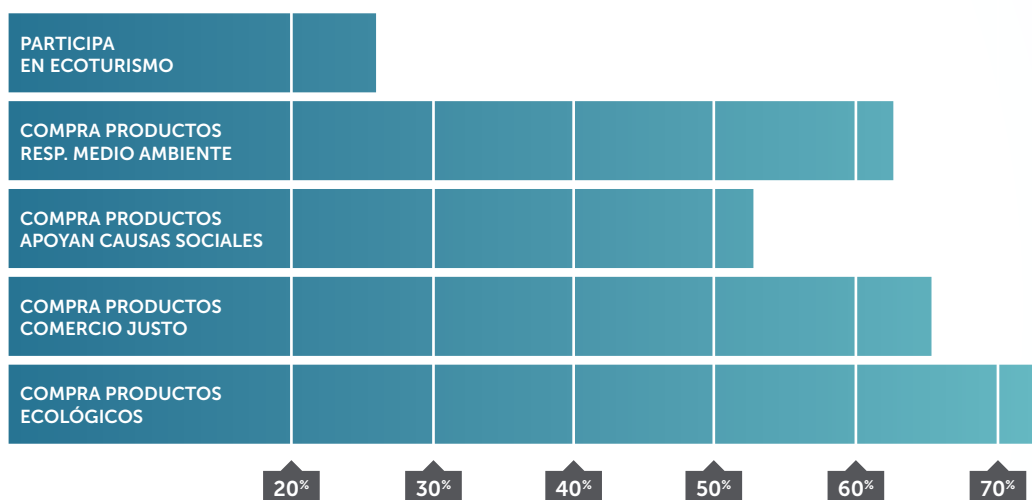
No sólo prefieren los viajes no convencionales sino que tienden a buscar los que son “intrínsecamente cuidadosos con el medio ambiente”. Cuando no viajan, procuran implicarse más en las actividades sociales de la comunidad en la que viven.

Un elemento particularmente significativo que emerge entre los socios es su alto nivel de confianza, factor primordial cuando se intercambian las casas.



CONSUMO CRÍTICO Y RESPONSABLE

Como se ha subrayado anteriormente, el intercambio de casas se traduce por un bajo impacto medioambiental puesto que utiliza recursos ya existentes. Pero además, los socios expresan su preocupación hacia el medio ambiente de distintas maneras, desde la compra de productos ecológicos (73,5%) o procedentes del comercio justo (65,3%) o cuidadosos con el medio ambiente (62,6%) y que ayudan causas sociales (52,7%).



CONSUMO CRÍTICO: HE PARTICIPADO EN ECOTURISMO

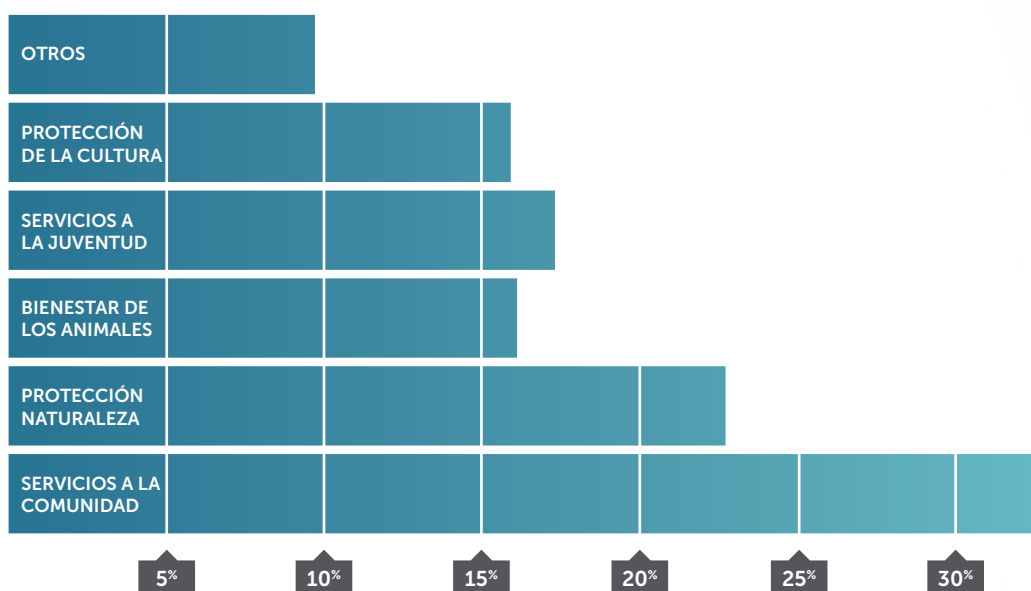
AUSTRALIA	CANADÁ	DINAMARCA	FRANCIA	ITALIA	PAÍSES BAJOS	ESPAÑA	SUECIA	SUIZA	REINO UNIDO	USA
37%	28%	12%	22%	27%	22%	29%	17%	26%	20%	27%

CONSUMO CRÍTICO: HE COMPRADO PRODUCTOS ECOLÓGICOS

AUSTRALIA	CANADÁ	DINAMARCA	FRANCIA	ITALIA	PAÍSES BAJOS	ESPAÑA	SUECIA	SUIZA	REINO UNIDO	USA
62%	67%	91%	73%	71%	77%	68%	82%	73%	72%	80%

PARTICIPACIÓN EN ORGANIZACIONES CÍVICAS Y SOCIALES

Los socios que intercambian su casa también se preocupan por sus comunidades cuando no viajan. Casi tres de cada cinco encuestados (59,1%) indican participar en organizaciones sociales locales. Esta participación reviste distintas formas, de los servicios a la comunidad (32,8%) a la protección de la naturaleza (22,7%).



PARTICIPA EN SERVICIOS PARA LA COMUNIDAD

AUSTRALIA	CANADÁ	DINAMARCA	FRANCIA	ITALIA	PAÍSES BAJOS	ESPAÑA	SUECIA	SUIZA	REINO UNIDO	USA
21%	31%	18%	49%	33%	18%	46%	15%	34%	17%	50%



75%
DICEN QUE LA
GENTE ES DIGNA
DE CONFIANZA

CONFIANZA

El estudio revela que el 75,3% de los que intercambian casa indican que “la mayoría de la gente es digna de confianza”. No es sorprendente considerando que la confianza es un factor primordial al aceptar intercambiar su propia casa.

Merece la pena hacerse las siguientes preguntas: ¿confiaban estos encuestados cuando empezaron a intercambiar su casa? ¿El intercambio de casas atrae a viajeros que ya confiaban y son dignos de confianza? ¿O desarrollan la confianza después de haber vivido experiencias positivas de intercambio de casas? O tal vez sea una combinación de ambas.

SE PUEDE CONFIAR EN LA MAYORÍA DE LA GENTE

AUSTRALIA	CANADÁ	DINAMARCA	FRANCIA	ITALIA	PAÍSES BAJOS	ESPAÑA	SUECIA	SUIZA	REINO UNIDO	USA
88%	82%	95%	60%	52%	87%	75%	90%	69%	87%	71%

CONCLUSIÓN

Los resultados del estudio sugieren que el intercambio de casas se ha convertido en una opción legítima de alojamiento en la economía emergente mundial. En la muestra representativa de la población que lo utiliza actualmente, el patrón consistente de uso que manifiestan, el alto nivel de satisfacción como usuario y otros muchos factores destacados en el estudio, revelan que el intercambio de casas demuestra ser una alternativa atractiva y fiable a las vacaciones tradicionales.

Sin embargo, la encuesta también sondea un nivel más profundo. El intercambio de casas no es sólo una alternativa al viaje tradicional sino que, en algunos aspectos, es su sucesor, una nueva elección de alojamiento para una nueva era. Replanteando la pregunta: "¿hace el intercambio de casas que la gente confíe más y sea más digna de confianza?, tal vez el intercambio de casas termine proporcionando una vía para generar confianza entre los individuos y permita finalmente crear comunidades.

En conclusión, la Profesora Forno declara:

"Creo que el consumo colaborativo está invirtiendo la tendencia individualista de nuestras sociedades contemporáneas". Experiencias como el intercambio de casas reinventan no sólo lo que consumimos sino la forma en que lo consumimos. Empujada por una insatisfacción creciente con respecto a su papel de consumidor robotizado manipulado por el marketing, la gente se gira cada vez hacia modelos de consumo que favorecen la utilidad por encima de la propiedad, la comunidad por encima del egoísmo y la sostenibilidad por encima del derroche".

CRÉDITOS



La **Universidad de Bérgamo** (Italia) goza de reconocimiento mundial como líder en el ámbito del Turismo y los Viajes, y propone un Máster en Turismo: Planificación y Gestión de los Sistemas turísticos (uno en italiano y otro en inglés), caracterizado por una marcada perspectiva multidisciplinaria.

Universidad de Bérgamo

FRANCESCA FORNO



Ayudante de Cátedra de Sociología y Sociología del consumo
Directora y cofundadora de CORES LAB, de la Universidad de Bérgamo
Coeditora de Partecipazione e Conflitto, primer periódico italiano académico especializado en el análisis de la participación política y social.

La Profesora Forno también dirige un grupo de investigación sobre el consumo, las redes y las prácticas de la economía sostenible. Ha publicado artículos sobre la participación ciudadana y los movimientos sostenibles para la comunidad y sigue dirigiendo una investigación sobre consumismo político y consumo colaborativo. Su enfoque específico en estos ámbitos es el de las consecuencias sociales de la difusión de las formas de actuaciones y movilizaciones de los ciudadanos basadas en el mercado.

ROBERTA GARIBALDI



Ayudante de Cátedra de Marketing y de Marketing del turismo
Miembro de CeSTIT (Centro de Estudios para el Turismo y la Interpretación del Territorio)

La Profesora Garibaldi es considerada como una de las mayores expertas en turismo en Lombardía. Coordina proyectos turísticos para la municipalidad de Bérgamo y ha adquirido gran experiencia mediante la consultoría y la formación de organizaciones, instituciones y empresas. Es autora de docenas de publicaciones, entre las cuales "Economía y Management de las empresas turísticas" (Hoepli, 2008) y "Profesiones del turismo entre tendencias y cambios" (Franco Angeli, Milan, 2008).

ELENA SCANDELLA e ISABELLA POLINI

Estudiantes en Planificación y Gestión de los Sistemas turísticos en la Universidad de Bérgamo. Participaron en la recopilación y análisis de los datos.

CRÉDITOS

HomeExchange.com

Creada en 1992 por Ed Kushins, HomeExchange.com se ha convertido en la empresa de crecimiento mayor y más rápido del mundo para los viajes en Internet mediante el intercambio de casas. Este año sus 46.000 miembros realizarán más de 75.000 intercambios de casas en 154 países. Con HomeExchange.com es más fácil planificar y disfrutar de unas vacaciones de intercambio de casas en prácticamente cualquier país, ciudad o destino de interés y ofrece a los viajeros una memorable y auténtica experiencia de "vivir como la gente local". El sitio web está disponible en 16 idiomas diferentes. HomeExchangeGold.com, creada en 2012, se dedica al segmento residencial de lujo.

CONTACTOS

Para más información, solicitudes de entrevistas o estudios de casos, póngase por favor en contacto con IntercambioCasas.com o HomeExchange.com

HOMEEXCHANGE.COM

USA

Keghan Hurst
Keghan@HomeExchange.com
Tel: +1 303 332 3206

España y países de habla hispana

Violette Díaz
Violette@HomeExchange.com
Responsable de IntercambioCasas.com
Tel: +34 625 439 286

Francia e Internacional

Alexandra Origet du Cluzeau
Alexandra@HomeExchange.com
Tel: +336 1778 4844

Italia

Cristina Pagetti
Cristina@HomeExchange.com
Tel: +39 348 7075886

UNIVERSIDAD DE BÉRGAMO

Francesca Forno
francesca.forno@unibg.it

Roberta Garibaldi
roberta.garibaldi@unibg.it