

Análisis de la actividad desarrollada en el turismo colaborativo: el caso Trip4real

Palabras clave: Economía colaborativa, turismo colaborativo, operadores turísticos, Internet

Santiago Melián González

Santiago.melian@ulpgc.es

Jacques Bulchand Gidumal

Jacques.bulchand@ulpgc.es

TiDES. Instituto Universitario de Turismo y Desarrollo Económico Sostenible

Universidad de Las Palmas de Gran Canaria

Abstract

El turismo colaborativo es la expresión principal que actualmente tiene la economía colaborativa. Las expectativas de crecimiento de esta economía digital son importantes, por lo que comprender su funcionamiento es necesario. Una parte clave de la economía y el turismo colaborativo son los proveedores de los servicios. Sobre su actividad se ha dicho que puede ser una fuente importante de empleo y una nueva modalidad de trabajo. Las opiniones sobre el mismo son poco favorables, aunque no predomine información empírica al respecto. En este trabajo se analiza el caso de la plataforma de turismo colaborativo de experiencias Trip4real. Asumiendo la imposibilidad de generalizar los resultados, se confirma que en estos momentos el trabajo de los proveedores de experiencias turísticas es, básicamente, una ocupación a tiempo parcial, basada en encargos de muy corta duración, y que se concentra en destinos turísticos grandes y con recursos patrimoniales y culturales. A su vez, en contra de algunas opiniones existentes, las experiencias ofertadas requieren conocimientos y habilidades sofisticadas.

1 Introducción

Internet ha generado actividades y comportamientos totalmente innovadores. Entre estos, uno de los que recientemente se ha consolidado es la actividad que se ha denominado economía colaborativa, la cual tiene en el sector turístico una importante representación. Así, plataformas como Airbnb, Uber, Cabify o Trip4real, son conocidas por buena parte de la población y de los turistas.

La importancia actual y futura de esta economía digital se ha recogido en diferentes análisis (The Economist, 2013; PWC, 2015) y también se ha destacado por parte de las instituciones (Comité de las Regiones de la UE, 2015; Comisión Europea, 2016a, 2016b). Aun así, muchas de las opiniones sobre la actividad que hay detrás de la economía colaborativa, sobre todo en lo

referido a los proveedores de los servicios, no se sustentan en información empírica. Lo habitual ha sido basarse en el análisis del funcionamiento de las plataformas que promueven la economía colaborativa, y de sus reglas, o usar anécdotas provenientes de casos particulares. Por tanto, apenas existe evidencia basada en datos de las personas que participan en la economía colaborativa.

Dada la importancia que el turismo tiene para la economía colaborativa, y viceversa, creemos que es interesante comprender mejor la actividad que llevan a cabo los proveedores. Especialmente, el interés se debe a la frecuencia con la que se suelen escuchar opiniones respecto a que puede ser una importante modalidad de trabajo en un futuro no lejano.

En esta comunicación se presentan los resultados del análisis de la actividad que realizan 175 personas en una de las plataformas de turismo colaborativo, concretamente sobre experiencias turísticas, más importantes: Trip4real. Los resultados contribuyen a esclarecer algunas de las opiniones que actualmente circulan sobre la actividad que se desarrolla en la economía colaborativa y las características del trabajo que hay en la misma, los cuales están dando lugar a otra forma de consumir, a nuevos operadores y a diferentes modelos de negocio mediante los que se desarrolla el turismo.

2 La economía colaborativa

Para el fenómeno que en este trabajo denominamos economía colaborativa, en la literatura y en la práctica muchas veces se usan, además de la anterior, otras denominaciones tales como: economía de la compartición (*sharing economy*), economía entre pares o iguales (*peer to peer economy* o P2P), economía del pequeño encargo o la pequeña tarea (*gig economy*) y economía bajo demanda (*on demand economy*). En ocasiones estos nombres se usan para citar un mismo tipo de actividad (e.g., Uber, Cabify) y en otras se aplican a actividades que en el fondo son diferentes (e.g., Uber y Blablacar), tal como explican con detalle Fabrellas y Duran (2016). En cualquier caso, parece que el término que más uso está teniendo en lengua castellana es el de economía colaborativa, mientras que en inglés parece ser más habitual el uso del término *sharing economy*.

Siguiendo el informe de la Comisión Europea (Comisión Europea, 2016a), la economía colaborativa implica diferentes tipos de relaciones al amparo de plataformas alojadas en internet: entre empresas, empresas y consumidores, consumidores y empresas, y consumidores. No obstante, la relación entre pares (i.e., dos personas, una actuando como prestador de servicios y otra como consumidor de los mismos) es la que está en el origen de esta economía digital y la que la mayoría de autores contempla (Botsman y Rogers, 2010; Sundarajan, 2014).

Aparte de quien actúa como proveedor o consumidor, como ya se comentó al comienzo, la actividad de la economía colaborativa incluye diferentes tipos de intercambios entre personas. Estos pueden ir desde los que no tienen otro fin

más que la mera colaboración de las partes, hasta las que explícitamente buscan el lucro (De Haro y Cerijo, 2016; Comisión Europea, 2016a). Esta última es una de las modalidades más extendidas (Eckhardt y Bardhi, 2015) y a la que pertenecen las plataformas más populares a nivel mundial (e.g., Airbnb, Uber, Lyft). Este trabajo se centra en esta modalidad que, concretamente, trata del consumo de una oferta relacionada con:

- a) el acceso temporal y de corta duración a determinados recursos particulares, de forma que se evita su adquisición permanente (e.g., alojamiento en una determinada vivienda, uso de un vehículo, una plaza de aparcamiento), y
- b) habilidades y conocimientos (e.g., transporte urbano o interurbano, actividades de ocio, habilidades físicas, habilidades tecnológicas).

Lo que define a este intercambio es, de acuerdo con Fraiberger y Sundararajan (2015), la presencia de tres elementos: la plataforma en internet, los consumidores, y los proveedores de bienes o servicios, destacando que estos últimos son básicamente personas particulares, no empresas u otro tipo de organizaciones. No obstante, recientemente se han añadido a estos de forma explícita los pequeños negocios y los microemprendedores (Comisión Europea, 2016b; Sundararajan, 2014).

Existen diferentes clasificaciones de las actividades de la economía colaborativa. Las propuestas por la Comisión Europea (2016b) y Sundararajan (2014) son similares. Este último autor propone la siguiente:

- Alquiler de activos en propiedad (e.g., Airbnb).
- Oferta de servicios profesionales (e.g., Uber, Trip4Real).
- Oferta de trabajo autónomo general (e.g., TaskRabbit).
- Venta de bienes entre particulares (e.g., Etsy).

Mientras que la propuesta de la Comisión Europea (2016b) consiste en:

- Alojamiento entre pares (e.g., Airbnb).
- Transporte entre pares (e.g., Uber).
- Habilidades. Distinguiendo servicios para el hogar (e.g., TaskRabbit) y servicios profesionales (e.g., Upwork, Trip4real), ambos, bajo demanda.
- Finanza colaborativa (e.g., Kickstarter).

Como ya se ha comentado, aunque la Comisión nombre a los pares, considera como parte de la economía colaborativa también aquellos casos en los que en el lado de la oferta lo que hay son pequeños empresarios o microemprendedores.

2.1 Datos sobre la actividad que se oferta en la economía colaborativa

En el actual contexto de dificultad para la generación de empleo, las instituciones han visto en la economía colaborativa una oportunidad para la creación del mismo (Comisión Europea, 2016a, 2016b; Comité de las Regiones de la UE, 2015). Adicionalmente, también se ha recalado que esta actividad

supone una nueva forma de trabajo (Ashby, 2016; Botsman, 2015; Eckhardt y Bardhi, 2015).

No obstante lo anterior, se ha advertido de la necesidad de asegurar unas condiciones de trabajo justas que protejan al trabajador (Comisión Europea, 2016a). Esto se debe a la sospecha de que trabajar en la economía colaborativa implica una serie de aspectos poco favorables. Esas opiniones están principalmente basadas en experiencias personales publicadas en Internet (Shontell, 2011) y en el estudio del funcionamiento de las plataformas (Sprague, 2015). A continuación, de acuerdo con la literatura, se describen estas características negativas asociadas al trabajo que se lleva a cabo en la economía colaborativa (Aloisi, 2015; De Groen et al., 2016; Friedman, 2014; Sprague, 2015; Todolí-Signes, 2015).

- Corta duración. En la economía colaborativa los consumidores demandan trabajo de corta duración. De hecho, a veces este trabajo se denomina microtarefas. Por tanto, los trabajadores deben realizar un elevado número de pequeñas tareas si pretenden conseguir unos ingresos significativos.
- Trabajo poco cualificado. Las tareas demandadas no requieren habilidades especializadas o sofisticadas.
- Incertidumbre. No hay garantías sobre el número de tareas o servicios demandados. Este dependería de las necesidades de los consumidores y de los servicios y tarifas de otros trabajadores.
- Competencia elevada. Los consumidores pueden fácilmente encontrar y comparar un alto número de trabajadores y tarifas.
- Poco poder de negociación de los trabajadores. Las plataformas fijan las condiciones y los trabajadores deben aceptarlas si quieren ofertar sus servicios mediante las mismas.
- Largas jornadas de trabajo. Dado que no se aplica una regulación de la jornada laboral y que los trabajadores no pueden rechazar los encargos, por la incertidumbre que los caracterizan, es frecuente que se vean sometidos a jornadas de trabajo muy largas en las épocas de elevada demanda.
- Fuerte presión por los consumidores. Las plataformas piden a los consumidores que evalúen el servicio prestado por el trabajador. Es una de las características definitorias de la economía colaborativa (Comisión Europea, 2016a). Las valoraciones de los clientes se publican, como datos de los proveedores de servicios, para ayudar a los consumidores en sus decisiones de contratación, reduciendo así la asimetría de información. A su vez, las valoraciones negativas no sólo perjudican al trabajador de cara al cliente, sino que las plataformas también pueden penalizar a los trabajadores por las mismas.

Como se advirtió, apenas existen trabajos que, empíricamente y desde el punto de vista de los trabajadores o proveedores de servicios, constaten todas las características anteriores. En una revisión de la investigación al respecto

hemos encontrado cuatro estudios basados en datos de los trabajadores. Se comentan a continuación.

Hall y Krueger (2015) estudian a los conductores de Uber tanto mediante datos de la plataforma como mediante una encuesta. En una muestra de trabajadores hallaron que un 80% de los mismos, antes de incorporarse a la plataforma, tenían un trabajo a tiempo completo o parcial y que el motivo principal había sido obtener más ingresos (91%). Los conductores se agrupaban en tres grupos homogéneos: los que sólo trabajan mediante Uber (38%), los que también tenían un trabajo a tiempo completo (31%), y los que también tenían otro trabajo pero a tiempo parcial (30%). Así, sólo un tercio de los conductores conducían, mediante Uber, más de 35 horas a la semana.

Por su parte, el trabajo de De Groen et al. (2016) está basado en la plataforma belga Listminute en la que se ofrecen y demandan tareas físicas (e.g., cuidar el jardín, montar muebles, cuidar mascotas). En el periodo que va de Diciembre de 2013 a Diciembre de 2015 encontraron que el 94,6% de los trabajadores no había realizado ninguna tarea y que eran mayoritariamente jóvenes (más de la mitad eran menores de 30 años). Los ingresos logrados durante los dos años estudiados eran claramente insuficientes como medio de vida. La media por trabajador fueron 200 euros y solo un 9% había ganado más de 500 euros. El 80% de las tareas realizadas tenían una duración de hasta cinco horas, siendo la duración más frecuente la de entre dos y tres horas y la menos la superior a diez horas. En cuanto al contenido de las tareas, la mayor parte consistió en reparaciones para el hogar y cuidado del jardín (31% y 27%, respectivamente). Los autores concluyen que esta modalidad de trabajo es básicamente una fuente de ingresos complementarios, admitiendo que el tamaño de la plataforma y el incipiente estado de la economía bajo demanda podrían influir en los resultados.

Por último, Maselli y Fabo (2015) estudiaron el caso de una plataforma que intermedia trabajo de alta cualificación (diseño de interiores y arquitectura) en Italia y Serbia. De los 1008 profesionales registrados en la plataforma en septiembre de 2015, el 52% había realizado más de una tarea. De media, estos últimos habían propuesto 4,8 proyectos, teniendo éxito (i.e., obteniendo una compensación) 0,7 de las ocasiones. Los ingresos totales medios fueron 211 euros, 47 euros por proyecto remitido. Las demandas de servicios por parte de los clientes que fueron satisfechas por los trabajadores fueron 267. A modo de conclusión comentan que la plataforma supone una forma de trabajo adecuada para profesionales noveles, que experimentan dificultades para conseguir encargos.

Finalmente, un estudio realizado por Intuit y Emergent Research (Intuit, 2016), en base a diferentes plataformas, concluye que los trabajadores trabajan una media de 40,4 horas semanales distribuidas de la siguiente forma: trabajo mediante una o más plataformas (34%), puesto de trabajo tradicional a tiempo completo o a tiempo parcial (30%), contratista o consultoría (19%), y actividad empresarial (14%). La principal razón por las que estas personas actúan en la

economía colaborativa es para incrementar sus ingresos (63%). También aducen otros motivos como crear y controlar el horario (46%), una mayor flexibilidad en relación al trabajo y la familia (35%), y ser el propio jefe (32%).

3 Turismo colaborativo

Como ha ocurrido con otras innovaciones propias de las TIC y de Internet, la actividad turística es uno de los sectores en los que la economía colaborativa más se ha desarrollado. Dentro del mismo, se pueden encontrar los portales más representativos de la economía colaborativa, como Airbnb y Uber.

Una de las modalidades, recogida en las anteriores clasificaciones de la economía colaborativa, consiste en la oferta y consumo de habilidades. En cuanto a estas últimas, en el caso del turismo, aparte de lo que es el transporte predominan los portales centrados en la restauración (e.g., EatWith; Feastly) y en el turismo de experiencias (e.g., Trip4real, ToursByLocals, Vayable, Tribod, WithLocals y Yuniqtrip). Este trabajo se centra en esta última modalidad.

Una navegación en los portales en los que se ofertan experiencias turísticas parece constatar que la gran mayoría consisten en rutas y visitas en los destinos turísticos. Algunos portales (e.g., Trip4real) segmentan la oferta en diferentes categorías (e.g., rutas, escapadas y excursiones, y deporte y aventuras) y otros (e.g., ToursByLocals) exponen que el concepto de viaje (i.e., tour) es muy amplio y puede incluir diferentes tipos de actividades, desde una visita guiada hasta acompañar al turista en sus compras. En cualquier caso, la característica común a esa modalidad de turismo colaborativo es que los proveedores de experiencias deben ser locales, personas expertas y apasionadas en cuanto al destino y sus características. Este tipo de proveedores de experiencias son lo que distingue a esta forma de consumo de la oferta tradicional, ya que, en principio, el turismo colaborativo contiene más variedad, originalidad y posibilidad de personalización que los servicios turísticos más estandarizados.

4 Objetivos

El sector turístico ha sido donde la economía colaborativa más se ha desarrollado. Las expectativas de que esta economía sea una oportunidad de trabajo para la población son altas. No obstante, existen opiniones negativas sobre el trabajo que actualmente acoge. La escasa investigación empírica no permite contrastar las apreciaciones poco favorables y, menos aún, en lo referido a la actividad turística, ya que no existen datos al respecto.

En este contexto, el presente trabajo tiene como objetivo principal caracterizar el trabajo que se lleva a cabo en una modalidad de turismo colaborativo: el turismo de experiencias. Para ello se tomará como referencia las características descritas en la revisión de la literatura.

5 Metodología

En enero de 2016 se procedió a realizar una descarga manual de los datos accesibles respecto a las actividades ofertadas en la plataforma de turismo colaborativo de experiencias Trip4real. Las experiencias ofertadas en esta plataforma, que comenzó su actividad en Barcelona, se clasifican en siete categorías: rutas; escapadas y excursiones; deporte y aventura; gastronomía; naturaleza y relax: talleres; y vida nocturna.

Se escogió la plataforma Trip4real porque no requiere ninguna certificación oficial a las personas que ofertan experiencias (a diferencia de ToursByLocals, por ejemplo). Este hecho hace que represente mejor la idea que subyace a la economía colaborativa, que es que supone una oportunidad para cualquiera que tenga un recurso ocioso que ofertar, siendo su reputación la clave para tener éxito con el mismo. A su vez, es uno de los portales más importantes de Europa (Noguera Vivo et al., 2014).

Dado que el objetivo del estudio es analizar la actividad realizada por los proveedores de servicios, solo se consideraron aquellos que tuvieran quince o más valoraciones por parte de los clientes, criterio similar al utilizado por Maselli y Fabo (2015). Aunque la muestra resultante puede no ser todo lo amplia que se desearía, se garantiza que consiste en personas con un mínimo grado de experiencia y compromiso con el turismo colaborativo.

Todos los destinos donde la plataforma opera fueron explorados. Finalmente se incluyeron trabajadores de dieciséis destinos, aunque el 80% pertenecían a siete ciudades. La muestra final lograda fue de 175 personas con el citado mínimo de quince valoraciones por parte de los clientes. La información descargada fue la siguiente: número total de actividades ofertadas, número de valoraciones recibidas, número de actividades ofertadas en cada una de las siete categorías de actividades, tipo de proveedor de actividades (individuo particular o empresa), número de idiomas, duración de cada actividad y año de incorporación en la plataforma.

Para describir la actividad desarrollada por los trabajadores se usó estadística descriptiva y para evaluar la existencia de diferentes tipos de trabajadores se usó el análisis clúster jerárquico.

6 Resultados

La tabla 1 recoge los trabajadores con experiencia en turismo colaborativo que ofertan sus servicios en los diferentes destinos turísticos donde la plataforma opera. Como se puede ver, el mayor número de trabajadores se localiza en la ciudad de donde es originaria la plataforma, que a su vez se caracteriza por ser uno de los principales destinos turísticos de Europa.

Tabla 1. Trabajadores en la plataforma Trip4real

Destinos	Trabajadores
Barcelona	25,1%

Lisboa	12,0%
París	10,9%
Londres	11,4%
Roma	7,4%
Madrid	7,4%
Ámsterdam	5,7%
Edimburgo	4,6%
Sevilla	3,4%
Girona	3,4%
Berlín	2,3%
Dublín	1,7%
Zaragoza	1,1%
Córdoba	1,1%
Granada	1,1%
Mallorca	1,1%
N	175

La mayoría de los trabajadores se unieron a la plataforma en 2014 (31.4%) y 2015 (44%). En cuanto al número de actividades ofertadas y valoradas por los clientes, estas son sus estadísticas: m: 3,35, dt: 3,04, máximo: 18, mediana: 2, y percentil 75: 5. Los trabajadores tenían un número medio de valoraciones por parte de los clientes de 102,26 (dt: 226,62). La gran mayoría de estos trabajadores estaban en la plataforma como individuos particulares. Sólo se detectó que el 6,85% de los casos ofrecían sus servicios como empresa. La descripción que hacían de la empresa o la página web de la misma reflejaba que eran pequeñas empresas o microempresas. Por término medio, los trabajadores hablaban más de dos idiomas (m: 2,65; dt: 1,17). La mediana y el percentil 75, en cuanto al número de idiomas, se situó en tres idiomas.

Además, Trip4real publica el tipo de actividades ofrecidas de acuerdo con su categorización de las mismas. La tabla 2 muestra que la mayor parte de la actividad realizada mediante la plataforma consiste en rutas turísticas (72% de los trabajadores y 62,59% de las actividades). Más de la mitad de los trabajadores que ofrecían rutas (65,2%) no había realizado alguna otra actividad de las otras categorías de actividades. El resto, además de rutas, sí las habían realizado. Las personas pueden ofertar más de una actividad en cada una de las categorías que la plataforma acoge. En las actividades consistentes en rutas, gastronomía, y deportes y aventuras los trabajadores, por término medio, ofrecen más de dos actividades. Las actividades de la categoría de escapadas y excursiones son las de mayor duración (6,37 horas), seguidas de las consistentes en deporte y aventura (5,54 horas)

Tabla 2. Estadística descriptiva de las actividades en Trip4real y de sus trabajadores

Actividades	% de trabajadores	Media por trabajador*	dt	% de actividades	Duración**	dt
Rutas	72,0	2,92	2,05	62,59	3,29	2,63
Gastronomía	29,1	2,37	2,14	20,58	3,11	1,86
Deporte y aventura	11,4	2,45	3,83	8,33	5,54	4,59
Escapadas y excurs.	9,1	1,81	1,38	4,93	6,37	2,61

Talleres	4,0	1,00	0	1,19	3,36	2,15
Vida nocturna	4,0	1,00	0	1,19	3,30	1,32
Naturaleza y relax	2,9	1,40	0,89	1,19	3,83	2,03
TOTAL	175	3,35***	3,04	588	3,60	2,61

* Esta media solo incluye a los trabajadores que ofertan actividades en cada tipo de actividad.

** Media de horas.

*** Esta media incluye a todos los trabajadores y todas las actividades.

La existencia de diferentes grupos de trabajadores se exploró mediante un análisis clúster jerárquico usando el método jerárquico de Ward. Se identificaron cuatro grupos, dos de tamaño similar. El primero consistía en 76 personas que destacaban por sus actividades en las categorías de rutas y excursiones y escapadas, por lo que les llamó guías. El segundo grupo estaba compuesto por 79 personas que ofertaban un número inferior de actividades que la media de cada categoría de actividades. Se les consideró como un grupo de poca variedad. El tercer grupo lo conformaron diecinueve personas que claramente destacaron por su oferta de actividades gastronómicas, llamándoseles gastrónomos. Finalmente, el último grupo era un individuo realmente diferente del resto, ya que había concentrado su actividad en la categoría de deportes y aventura, con un repertorio de dieciocho actividades. La robustez de la clasificación de los cuatro grupos fue comprobada mediante un análisis multivariante de la varianza para determinar que los clústeres diferían entre sí. Los resultados confirmaron las diferencias entre los cuatro clústeres ($p=0.000$; Pillai's Trace, $F=47.866$; Wilks' Lambda, $F=54.698$; Hotelling's Trace, $F=59.401$; Roy's Largest Root, $F=111.160$).

7 Discusión y conclusiones

El turismo colaborativo intermediado por la plataforma Trip4real consiste, coincidiendo con la idea mayoritaria que existe sobre la economía colaborativa, en un intercambio entre pares. Los casos de empresas ofreciendo servicios son muy pocos y suelen ser emprendedores que han montado una pequeña empresa mediante la que desempeñar su actividad.

El turismo colaborativo de experiencias turísticas encontrado es una actividad muy reciente. Partiendo de la base de que la plataforma expone que opera en más de 50 destinos españoles y once destinos no españoles (todos europeos), este tipo de oferta se localiza, básicamente, en destinos turísticos grandes y con un rico patrimonio arquitectónico y cultural. Prueba de ello es que la ciudad de Barcelona acoge a un cuarto de los trabajadores con experiencia (i.e., más de 15 valoraciones en sus actividades) de la plataforma. De resto, es también en las ciudades más grandes, y también ricas en patrimonio, donde más cantidad de trabajadores se pueden encontrar. Ello coincide con que la mayor parte de las actividades ofertadas en la plataforma consistían en rutas turísticas y con que uno de los grupos de trabajadores más importante fueran los guías. Es verdad que el caso de Mallorca puede acoger un turismo más orientado al sol y playa, pero contaba con solo dos trabajadores con experiencia. Así, el turismo colaborativo de experiencias no parece que pueda ser una ocupación

profesional generalizable a cualquier destino turístico, sino que dependerá de su tamaño y de los recursos con los que cuente.

De la actividad analizada se puede afirmar que, en general, es poco probable que el turismo colaborativo de experiencias pueda constituir una ocupación laboral a tiempo completo. Ello coincide con lo encontrado hasta ahora. La media de actividades ofrecidas por trabajador de 3,35 y su duración media de 3,6 horas parece reflejar una labor profesional consistente en desempeños puntuales, a demanda de cada consumidor. Resulta difícil imaginar, con estos datos, una ocupación laboral cercana a las 40 horas semanales. La plataforma no es el lugar en el que se contrata a un trabajador para una semana o periodos superiores. Se le contrata para una actividad que tiene una duración aproximada de tres horas. Llegar así a las 40 horas semanales y mantener el ritmo a lo largo del año no parece fácil. Aun así, la media de actividades por trabajador es superior a la encontrada por De Groen et al. (2016), que halló que el 57% de los trabajadores solo había realizado una tarea

Unido a lo anterior está el grupo de baja variedad de oferta de actividades identificado por el análisis clúster. Supone el 45% de la muestra y son personas que ofrecen un menor número de actividades que la media. En este caso todavía es más difícil suponer que el turismo colaborativo sea su medio de vida.

Lo expresado en los párrafos anteriores está basado en medidas de tendencia central y sirve para describir la generalidad. No obstante, el turismo colaborativo también implica tareas de mayor duración (en torno a las seis horas) como son los casos de las categorías de actividades de deportes y aventuras, y escapadas y excursiones. Este tipo de tareas, que suponen el 13,26% de toda la oferta, podrían considerarse equivalentes a una jornada diaria de trabajo.

Adicionalmente, hay que tener en cuenta que los datos hallados en este trabajo parten de una muestra de trabajadores que cuentan con un mínimo de 15 valoraciones en la plataforma. Mientras que nuestra muestra se compone de los 175 oferentes de actividades que cumplían con dicho criterio, en la plataforma en 2014 había más de 1000 proveedores de experiencias¹.

Las tareas ofertadas en el turismo colaborativo de experiencias, contradiciendo una de las opiniones que frecuentemente se hacen sobre el trabajo que genera la economía colaborativa, demandan conocimientos y habilidades sofisticados. Los proveedores de experiencias turísticas ofertan diferentes idiomas (la mitad de los que ofrecían actividades en la plataforma ofrecían tres o más idiomas). Cualquiera no puede tener éxito en este tipo de actividad, necesita conocimientos específicos de cultura, patrimonio, gastronomía, naturaleza, deportes, y ocio. A su vez, las habilidades para interactuar con el cliente también son fundamentales. Como ya se ha dicho, esta es una tarea en la que

¹ <http://www.elreferente.es/tecnologicos/gloria-molins-trip4real-un-emprendedor-siempre-debe-ser-muy-humilde-y-tener-los-pies-en-el-suelo-27561>

se interactúa con el consumidor durante, por términos medio, unas tres horas seguidas. Además, la elevada cantidad encontrada de valoraciones por parte de los clientes refleja la presión que las mismas pueden suponer para los trabajadores. Los clientes tienen el hábito de valorar a los trabajadores y estas opiniones influyen en la demanda de sus actividades.

Aunque la mayoría del trabajo encontrado en la plataforma consiste en rutas turísticas, el análisis clúster refleja que puede haber oportunidad para otros profesionales como aquellos que destacaron por su oferta gastronómica. Aunque solo es un caso, también sería interesante poder profundizar en el caso de la persona que ofrecía dieciocho actividades deportivas.

Por último, y como ya han citado otros autores (Todolí-Signes, 2015), el actual marco legal no encaja correctamente una actividad como el trabajo que aquí hemos encontrado. Si los ingresos conseguidos no justifican el pago de la cotización a la seguridad social propia de los trabajadores autónomos, ni la burocracia que esta modalidad de trabajo conlleva, es probable que estos trabajadores estén desprotegidos frente a situaciones de desempleo, incapacidad temporal y jubilación.

8 Limitaciones y líneas futuras de investigación

Las conclusiones arriba comentadas son fruto del análisis de una plataforma de turismo colaborativo, por lo que es necesario ampliar los análisis con otros casos. A su vez, de cara a profundizar en la actividad del turismo colaborativo, sería interesante poder contactar con los mismos trabajadores y consumidores. Ello contribuiría a comprender mejor en qué consiste esta actividad y cuáles son las condiciones para su desarrollo exitoso.

9 Referencias

Aloisi, A. (2015), *Commoditized Workers The Rising of On-Demand Work, A Case Study Research on a Set of Online Platforms and Apps. A Case Study Research on a Set of Online Platforms and Apps*, available at: http://papers.ssrn.com/sol3/Papers.cfm?abstract_id=2637485 (accessed 20 February 2016).

Ashby, G. (2016), *The Sharing Economy is Growing Up*, available at: <http://blog.near-me.com/the-sharing-economy-is-growing-up> (accessed 20 March 2016).

Bostman, R. (2015), *Can the Sharing Economy Provide Good Jobs?* *The Wall Street Journal*, available at: <http://www.wsj.com/articles/can-the-sharing-economy-provide-good-jobs-1431288393> (accessed 12 December 2015).

Botsman, R. y Rogers, R. (2010). *What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption*. Harper Business.

Comisión Europea (2016a). Una Agenda Europea para la Economía Colaborativa. Disponible en http://europa.eu/rapid/press-release_IP-16-2001_es.htm.

Comisión Europea (2016b). Una Agenda Europea para la Economía Colaborativa. Disponible en http://europa.eu/rapid/press-release_IP-16-2001_es.htm.

De Groen, W. P., Maselli, I., y Fabo, B. (2016), The Digital Market for Local Services: A one-night stand for workers? An example from the on-demand economy, CEPS Special Report, No. 133/April 2016.

De Haro, G. y Cerijo, M. (2016). Los límites de la economía colaborativa. Disponible en https://www.slideshare.net/slideshow/embed_code/key/sqSfZachS4GL8E.

Eckhardt, G. M., y Bardhi, F. (2015). The sharing economy isn't about sharing at all. Harvard Business Review, January, 28. Available at <http://hbr.org/2015/01/the-sharing-economy-isnt-about-sharing-at-all>. Accessed 15 Dic 2015.

Fabrellas, A. G., y Duran, S. G. (2016). Sharing economy vs. uber economy y las fronteras del Derecho del Trabajo: la (des) protección de los trabajadores en el nuevo entorno digital. InDret, Revista para el Análisis del Derecho, 1, 1-44.

Fraiberger, S. P., y Sundararajan, A. (2015). Peer-to-peer rental markets in the sharing economy. NYU Stern School of Business Research Paper.

Friedman, G. (2014). Workers without employers: shadow corporations and the rise of the gig economy. Review of Keynesian Economics, (2), 171-188.

Hall, J. V., y Krueger, A. B. (2015). An analysis of the labor market for Uber's driver-partners in the United States, available at: <https://assets.documentcloud.org/documents/1507970/uberstudy.pdf> (accessed 09 January 2016).

Intuit (2016). "How the On-Demand Economy Is Reshaping the 40-hour Work Week", <http://investors.intuit.com/press-releases/press-release-details/2016/How-the-On-Demand-Economy-Is-Reshaping-the-40-hour-Work-Week/default.aspx>

Maselli, I., y Fabo, B. (2015), Digital workers by design? An example from the on-demand economy, CEPS Working Document No. 414/October 2015 Monday, 19 October 2015.

Noguera Vivo, J. M., Martínez Sánchez, J., Nicolás Ojeda, M. Á., Pérez Escolar, M., Grandío Pérez, M. D. M., Hernández Gómez, F., y Sánchez Cobarro, P. D. H. (2014), Economía de la Participación. Fundación EOI. Madrid.

PWC (2015). "The sharing economy", A report from the Consumer Intelligence Series, available at: <http://www.pwc.com/us/en/industry/entertainment->

media/publications/consumer-intelligence-series/sharing-economy.html (accessed 12 January 2016).

Shontell, A. (2011), My Nightmare Experience As a TaskRabbit Drone, Business Insider, available at: <http://www.businessinsider.com/confessions-of-a-task-rabbit-2011-12> (accessed 11 May 2015).

Sprague, R. (2015), Worker (Mis) Classification in the Sharing Economy: Square Pegs Trying to Fit in Round Holes, available at: http://works.bepress.com/cgi/viewcontent.cgi?article=1054&context=robert_sprague (accessed 11 December 2015).

Sundarajan, A. (2014). Peer-to-Peer Businesses and the Sharing (Collaborative) Economy: Overview, Economic Effects and Regulatory Issues. Written testimony for the hearing titled The Power of Connection: Peer to Peer Businesses, January. Disponible en http://smbiz.house.gov/uploadedfiles/1-15-2014_revised_sundararajan_testimony.pdf.

The Economist (2013). The rise of the sharing economy, available at: <http://www.economist.com/news/leaders/21573104-internet-everything-hire-rise-sharing-economy> (accessed 11 December 2015).

Todolí-Signes, A. (2015). El Impacto De La “Uber Economy” En Las Relaciones Laborales: Los Efectos De Las Plataformas Virtuales En El Contrato de Trabajo. *IusLabor*, 3, 1-25.