

EL IMPACTO Y LOS EFECTOS LA ECONOMÍA COLABORATIVA Y DE PLATAFORMAS EN EL EMPLEO DEL SECTOR TURÍSTICO

EFFECTS OF THE COLLABORATIVE ECONOMY AND OF PLATFORMS IN THE EMPLOYMENT OF THE TOURISM SECTOR

MARIA JOSE RODRIGUEZ CRESPO¹ (†)

Profesora Contratada Doctora (acreditada a Titular de Universidad)
Departamento de Derecho del Trabajo y de la Seguridad Social
Universidad de Córdoba (España)

Resumen

La incidencia económica del consumo colaborativo en los mercados turísticos viene acompañada por una transformación del trabajo que lo posiciona como una fuente potencial de empleo en los próximos años. La extensión de este modelo de negocio en el sector turístico afectará sin duda a todas las actividades que se engloban dentro del mismo: hostelería, restauración colectiva, agencias de viajes, actividades de ocio, etc.

Analizaremos en nuestro estudio las claves de este nuevo modelo de negocio y de las implicaciones que habrá de tener en el empleo en el sector de turismo, así como los desafíos a los que los trabajadores deberán afrontar para poder optar para insertarse en un mercado laboral caracterizado por su flexibilidad y por la exigencia de nuevas competencias y perfiles profesionales.

Palabras clave: empleo, economía colaborativa, turismo colaborativo.

Abstract

The economic impact of collaborative consumption on tourism markets is accompanied by a transformation of work that positions it as a potential source of employment in the coming years. The extension of this business model in the tourism sector will undoubtedly affect all the activities that fall within it: hospitality, collective catering, travel agencies, leisure activities, etc.

We will analyze in our study the keys of this new business model and the implications that must have in the employment in the tourism sector, as well as the challenges that the workers must face in order to be able to choose to be inserted in a labour market Characterized by its flexibility and the demand for new skills and professional profiles.

Key words: Employment, collaborative economy, collaborative tourism

Fecha de recepción: 15 de noviembre de 2018

Fecha de aprobación: 18 de enero de 2019

¹ mrcrespo@uco.es

1. DESARROLLO ECONÓMICO DE LA ECONOMÍA COLABORATIVA COMO MODELO DE NEGOCIO EN EL SECTOR DEL TURISMO Y SU INDICENCIA EN EL EMPLEO

Actualmente el turismo es, sin duda, uno de los sectores económicos claves para el futuro del empleo en los países de la OCDE, tal y como reflejan los datos que se desprenden del informe “*Tourism Trends and Policies*” (2018). En él se constata que el turismo contribuye de manera directa, en promedio, con el 4’2% del PIB, el 6’9% del empleo y el 21’7% de la exportación de servicios en la zona de la OCDE².

La irrupción de las nuevas tecnologías en el sector del turismo ha provocado una enorme transformación de esta actividad, lo cual resulta muy relevante dada su importancia en el conjunto de la economía española, tanto en términos de PIB como de empleo³. En España, la menor pujanza del crecimiento de la actividad turística se ha dejado notar ligeramente en los ritmos de creación de empleo, pero los últimos datos del de 2018 constatan cifras favorables, con un aumento en 62.736 afiliados en el mes de junio respecto al mismo mes de 2017, situando el nivel de afiliados en las ramas de hostelería, transporte aéreo, agencias de viajes y actividades recreativas y de ocio en su máximo histórico, superando los 2 millones (450 mil más que en el año 2009). A ello se une que, al cierre del segundo trimestre de 2018, la mayor parte de las empresas turísticas mantuvieron (el 60,4%) o incrementaron todavía más sus plantillas (el 29,2%)⁴.

En relación con el auge del turismo colaborativo o de plataformas, los datos indican que en España entre un 1 y un 1’4% del PIB se genera ya gracias a este tipo de economía, según un estudio realizado a iniciativa de la Asociación Española de Economía Digital. Dicho estudio indica, además, que podría duplicarse de aquí a 2025, hasta alcanzar cifras de entre un 2 y un 2’9% del total del PIB⁵.

Con estos datos podemos vislumbrar que la irrupción en el mercado español de empresas de turismo colaborativo, dedicadas a intercambiar servicios relacionados con el alojamiento y ocio vacacional, es uno de los fenómenos más interesantes desde un punto de vista, no solo económico, sino también de perspectivas de empleo a largo plazo.

La incidencia económica del consumo colaborativo en los mercados viene acompañada de una transformación conceptual del trabajo que lo posiciona como una fuente potencial de empleo en los próximos años⁶. Aun cuando aún no existen datos sobre el impacto y el peso real en la economía, el consumo colaborativo se extiende cada vez a más sectores de la actividad productiva. Entre ellos, las actividades incluidas en el sector del turismo, donde está provocando una transformación profunda de los modelos de negocio, que afecta a prácticamente todas las actividades que engloba el sector del turismo (agencias de viajes, hostelería o servicios de alojamiento, etc.)⁷. No obstante, ello

² OECD, “*Tourism Trends and Policies*”, *OECD Publishing*, 2018.

³ CES, “*Digitalización de la economía*”, *Colección Informes*, 3/2017, pág. 87.

⁴ EXCELTUR, Informe “*Perspectivas Turísticas. Valoración empresarial del Segundo trimestre y Expectativas para el verano de 2018*”; 65/2018.

⁵ ASOCIACION ESPAÑOLA DE ECONOMIA DIGITAL. Informe, “*Trabajo en plataformas digitales. Análisis y propuestas de regulación*”; GoVup/Adigital, 2017 (autores, Paniagua/Ferrer), pág. 3

⁶ Dictamen del CESE sobre “*Consumo colaborativo o participativo: un modelo de sostenibilidad para el siglo XXI*” (2014/C 177/01), DOUE de 11/06/2014.

⁷ CES. Informe “*Digitalización de la economía*”, *Colección Informes*, 3/2017, pág. 87.

ha provocado sentimientos encontrados en las empresas tradicionales que ven en la digitalización del sector una amenaza derivada de situaciones de competencia desleal frente a las empresas ya establecidas.

El Comité Económico y Social Europeo concluyó en 2014 un Dictamen sobre “*Consumo colaborativo o participativo: un modelo de sostenibilidad para el siglo XXI*”, en el que indicaba que el sector del turismo era uno de los ámbitos en los que la economía colaborativa tenía mayor potencial de llevarse a efecto con éxito, existiendo ya iniciativas en este sentido, tales como las experiencias gastronómicas en casas de particulares y el *peer to peer* (P2P/C2C) de intercambio de alimentos.

Los datos extraídos por la Comisión Europea en la 15ª edición del *European Tourism Forum* realizado en Bratislava el 11 de octubre de 2016⁸, pusieron de relieve que actualmente se estima que en Europa el alojamiento compartido es ahora el doble que el ofertado por los hoteles tradicionales. Airbnb tenía, por ejemplo, en 2014, más de un millón de propiedades. En comparación, la cadena hotelera Hilton tenía 215 mil habitaciones en 76 países en el mismo año. En Europa, países como Francia cuentan ya con un 40% de alojamientos compartidos, mientras que en España se ha producido un aumento considerable del número de turistas internacionales que optan por el alquiler colaborativo, aumentando las cifras un 60% entre 2010 y 2014.

La economía colaborativa en el sector turístico se presenta pues, como un nuevo reto para la industria europea, a pesar de que el turismo no cuenta con ninguna línea específica en el presupuesto europeo. Ya no cabe duda de que los servicios de economía colaborativa son parte de la experiencia del turismo. La industria tradicional debe convivir con nuevos modelos de comercio y con la transformación que suponen los nuevos canales de comercialización y distribución de productos. Desde las Instituciones Europeas se acoge con satisfacción las oportunidades que el consumo colaborativo para empresas emergentes e innovadoras en el sector turístico.

Pero no cabe duda de que también se plantean desafíos para todos los actores involucrados. La industria tradicional hotelera y de restauración, sobre todo, puede tener dificultades para mantenerse al día con la nueva competencia creada por esta nueva economía dadas las exigencias que le plantean las normas sectoriales específicas sobre seguridad, protección al consumidor, etc. que, en muchas ocasiones, no son atendidas por las empresas de turismo colaborativo⁹. Asimismo, los Estados miembros y las regiones pueden también encontrar dificultades a la hora de regular este tipo de modelos comerciales, lo que ha dado lugar a medidas reglamentarias establecidas a nivel nacional e incluso regional o municipal, lo que, sin duda, genera incertidumbre entre los proveedores de servicios y las plataformas.

El Parlamento Europeo, en su “*Informe sobre los nuevos desafíos y estrategias para promover el turismo en Europa*”¹⁰, reconoce la complementariedad de estos servicios con otras ofertas turísticas en cuanto a ubicación y personas a las que se destinan, si bien se hace necesario la elaboración de un marco regulador para conseguir un mercado único digital que, sin duda, tendrá importantes repercusiones en el empleo de

⁸ COMITÉ ECONÓMICO Y SOCIAL EUROPEA. Las discusiones al 2º panel sobre *Collaborative Economy in the Tourism Sector* pueden consultarse en: <http://ec.europa.eu/growth/content/european-tourism-forum-2016> (consultado el 09/10/2018).

⁹ COMISIÓN EUROPEA, 15ª edición del *European Tourism Forum*, 2016.

¹⁰ PARLAMENTO EUROPEO, “Informe sobre los nuevos desafíos y estrategias para promover el turismo en Europa (2014/2241 (INI)); Comisión de Transporte y Turismo (A8-0258/2015).

las empresas del sector turístico. Para ello, la acción de las autoridades públicas debe ser proporcional y flexible, para permitir un marco regulador que garantice la igualdad de oportunidades a las empresas y un entorno empresarial positivo que apoye a las pymes y a la innovación en la industria.

2. EL TURISMO COLABORATIVO COMO FUENTE POTENCIAL DE EMPLEO: OPORTUNIDADES Y SOMBRAS

Según el estudio llevado a cabo por el Departamento de política económica y científica del Parlamento Europeo en 2016, titulado “*The Situation of Workers in the Collaborative Economy*”, no existen actualmente estadísticas oficiales sobre el empleo en la economía colaborativa, por lo que los datos que se manejan se extraen directamente de encuestas y de los que ofrecen las plataformas. La mayoría de las encuestas hasta el momento se han realizado en los Estados Unidos, por lo que los resultados pueden ser solo parcialmente transferibles a la situación en la UE.

No obstante, existen algunos estudios de la Comisión Europea en los que se ha constatado la creciente importancia del trabajo de plataforma en los países de la UE¹¹, con tasas de autoempleo en aumento (3’7% en 2006; 5’6% en 2016) y con una mayor proporción de trabajadores que optan por esta clase de empleo como segunda opción (3’6% en 2002; 4’2% en 2016), si bien es cierto que estas tendencias comenzaron antes del inicio de la economía colaborativa y que están en consonancia con los cambios en el empleo a más largo plazo en la UE.

De lo que ya no cabe duda es de que la economía colaborativa crea nuevas oportunidades de empleo. En palabras de la Comisión Europea, “*genera ingresos más allá de las relaciones de empleo lineales tradicionales y hace posible que las personas trabajen con arreglo a modalidades flexibles*”¹². A su juicio, los datos hacen augurar que el modelo de economía de plataformas ha llegado para quedarse, convirtiéndose en una forma más de trabajo que convivirá con otras más tradicionales. El empleo auspiciado por esta nueva clase de economía permitirá, a juicio de la Comisión Europea, hacer que las personas que opten por empleos de esta tipología sean económicamente activas cuando no les sea posible optar por otras formas de empleo, por no ser adecuadas o por no estar a su disposición.

No cabe duda de que el sector del turismo es uno de los sectores en los que la economía de plataformas está en auge. A comienzos de 2015, un sitio web de referencia mundial recogía cerca de 500 plataformas de economía colaborativa relacionadas con el turismo. Muchas de las empresas de economía colaborativa más reconocidas forman parte del sector de servicios turísticos (11% viajes y alojamiento; 50% transporte y 39% ocio)¹³.

El Parlamento Europeo ha acogido con satisfacción las oportunidades que ha generado el consumo colaborativo para las empresas emergentes y las empresas

¹¹COMISION EUROPEA. Commission staff working document. Accompanying the document “*Communication (...) A European agenda for the collaborative economy. Supporting analysis*”; SWD (2016) 184 final, Bruselas, 02/06/2016, pág. 40.

¹² COMISION EUROPEA. Comunicación de la Comisión “Una Agenda Europea para la economía colaborativa”, Bruselas, 02/06/2016 COM (2016) 356 final.

¹³ Datos extraídos de PARLAMENTO EUROPEO, “Informe sobre los nuevos desafíos...; cit., pág. 25.

innovadoras del sector turístico, si bien reconoce la complementariedad de estos servicios con otras ofertas turísticas en lo relativo a su ubicación y a las personas a las que se destinan. Según los datos que se manejan en su informe sobre “*Los nuevos desafíos y estrategias para promover el turismo en Europa*”, la economía colaborativa ha crecido muy rápido, estimándose su valor en unos 26.000 millones de dólares, aunque en el contexto de la economía global tan solo supone el 0’35%. Dado que las empresas de economía colaborativa de más valor están relacionadas con el turismo, resulta pertinente una comparación con la economía turística: la cuota de la economía colaborativa es de alrededor del 1%; no obstante, su impacto económico es difícil de cuantificar¹⁴.

Los potenciales efectos positivos de la economía de plataformas en el mercado laboral han sido puestos de manifiesto a nivel europeo por el Eurofound (2015)¹⁵; posibilidades que resultan del todo aplicables a las empresas que actúan en el ámbito del turismo, y de las que ahora destacamos las siguientes:

1) La economía colaborativa permitiría crear mercados laborales más inclusivos. En la medida en que las plataformas permiten nuevas oportunidades para personas discapacitadas o que por motivos de atención a un familiar no pueden salir de su casa o para quienes viven en áreas rurales, podría ser una buena opción para los trabajadores que presentan mayores dificultades para acceder al mercado laboral. Sin embargo, como afirma De Stefano¹⁶, las oportunidades de empleo dependen en muchos casos de la disponibilidad de una rápida conexión a internet, que no se posee en la mayoría de las zonas rurales o en los países en vías de desarrollo.

2) Requiere poca inversión en capital y en la capacitación de sus empleados. Ello se debe a que las modalidades de trabajo en el contexto de la economía colaborativa se insertan en la lógica ya señalada de la *gig economy*: tareas individuales realizadas de manera *ad hoc*, más que en tareas realizadas regularmente en un entorno y un marco temporal preestablecidos.

3) El trabajo en la plataforma brindaría oportunidades de trabajo para trabajadores independientes y una experiencia laboral temprana para jóvenes que ingresan al mercado laboral.

4) Las experiencias positivas entre trabajadores y clientes deberían conducir a un empleo más estable.

5) Los trabajadores de la plataforma, al poder controlar cuándo y en qué trabajan, deberían poder adaptar mejor su trabajo a su vida privada.

No obstante, son muchos los elementos negativos que la economía de plataformas puede suponer para el empleo y para los derechos de los trabajadores. Entre ellas destacan las siguientes¹⁷:

1) Huida del Derecho del Trabajo. Transmuta las relaciones laborales en actividades de autoempleo, con la pretensión de eludir obligaciones, responsabilidades y costes.

¹⁴ PARLAMENTO EUROPEO, “Informe sobre los nuevos desafíos...”; cit., pág. 19.

¹⁵ EUROFOUND, “New forms of employment”, Publications Office of the European Union, 2015.

¹⁶ De STEFANO, “The rise of the just-in-time-workforce”; *ILO Working Papers*, 2016, pág. 10.

¹⁷ SCHMID-DRÜNER, M., “The situation of workers in the collaborative economy”, *In-depth-Analysis*, Comisión de Empleo y Asuntos Sociales del Parlamento Europeo; 04-10-2016 (PE 587.316), pag. 9.

2) Deshumaniza el trabajo de los “trabajadores invisibles” que realizan el servicio de las plataformas¹⁸. A ello se une el inconveniente de la responsabilidad que recae sobre el trabajador por causas ajenas a su voluntad, como puede ser un corte de energía, lo cual puede generar revisiones desfavorables en la plataforma que pueden obstaculizar su capacidad para ser contratado en el futuro.

3) La prestación remota de los servicios *online* podría influir en una deslocalización de los mercados laborales locales. Debe tenerse en cuenta que la deslocalización no sólo incluye los movimientos de trabajadores hacia otros países, sino que también significa dividir el trabajo que antes realizaba un solo empleado en diferentes tareas que luego se le asignan a una multitud de trabajadores individuales, en el mismo país, que reciben un salario menor por hora y que no disfrutan de los beneficios generados por la empresa (es lo que se denomina “deslocalización local”).

4) Se produce un aumento de la competencia intra/intertrabajadores impulsada también por la reducción de los costes para emplearse como autónomo, con la consiguiente presión sobre el sueldo y las condiciones laborales.

5) Mayor desglose (atomización) de las actividades laborales en tareas individuales sin sentido (en el extremo inferior).

6) Además, presupone acceso a Internet y ciertas habilidades que excluye algunos grupos de población desde el principio. Algunos autores señalan que los trabajadores con bajos ingresos apenas se benefician de estas oportunidades¹⁹.

Como apuntábamos al inicio, las tendencias hacia el trabajo cada vez más flexible también se han asociado con la creciente desigualdad, relacionado con la penalización retributiva del trabajo no estándar (atípico) y el creciente riesgo de caer en la pobreza²⁰. Para Degryse, *“un descenso de la demanda, o un cambio repentino en las necesidades del consumidor, o una lesión o enfermedad personal, puede hacer que sea imposible pagar las facturas. Elimina las protecciones laborales, como el salario mínimo, la seguridad social del trabajador seguridad, el permiso familiar y médico, y el tiempo extra”*²¹.

En definitiva, la doctrina científica ve actualmente en la economía de plataformas una contribución al aumento del trabajo precario como falso autoempleo y advierten de la urgencia de un posible establecimiento de estándares de empleo sobre la base de las prácticas realizadas a través de las plataformas²². Visión que comparte el Comité Económico y Social Europeo el cual también ha indicado que la economía de plataformas tiene otros efectos adversos sobre el mercado laboral, como pueden ser la erosión de los poderes de negociación colectiva, el riesgo de individualización en el mercado laboral, la falta de formación o los posibles efectos adversos de los sistemas de calificación²³. Todas

¹⁸ SUNDARAJAN, A., *The sharing economy, the end of employment and the rise of crowd-based capitalism*; The MIT Press, 2016.

¹⁹ De STEFANO, “The rise of...”; cit., pág. 10.

²⁰ SCHMID- DRÜNER, M., “The situation of workers...”; cit., pág. 9.

²¹ DEGRYSE, C., “Digitalisation of the economy and its impact on labour markets”; *ETUI Working Paper* 02/2016.

²² EUROFOUND, “New forms of employment”; cit., pág. 117.

²³ Dictamen del CONSEJO ECONÓMICO Y SOCIAL EUROPEO, “Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones-

estas ventajas e inconvenientes de la economía de plataformas interactúan, como no podía ser de otra forma, en el ámbito del sector turístico.

No obstante, el Parlamento Europeo ha indicado que para hacer frente a toda la problemática planteada por la economía de plataformas en relación con el empleo y las condiciones laborales de los trabajadores es importante reconocer y distinguir diferentes tipos de actividades afectadas (*casuismo*). Algunas son actividades económicas propias de las empresas, pero otras se basan en el principio de colaboración y no generan beneficio alguno²⁴.

3. EL CONSUMO COLABORATIVO EN EL SECTOR TURÍSTICO: SECTORES Y SERVICIOS AFECTADOS

Las ventajas para el demandante-cliente de los servicios ofrecidos a través de las empresas de economía colaborativa son fundamentalmente la reducción de costes, lo que, unido a la sencillez en la realización de la gestión, han determinado que en sectores como el del turismo el desarrollo de empresas de economía colaborativa y sobre todo de plataformas, esté en auge, en especial en algunos subsectores como el del alojamiento y el transporte²⁵. No obstante, existen otros sectores implicados en el turismo que están apostando por la economía de plataformas, como es el caso de la restauración, guías turísticos, etc.²⁶.

Por su interés y actualidad, nos centramos en el caso de las viviendas con fines turísticos, pues el mercado de las mismas ha sido el referente de la expansión del turismo colaborativo, dado que en los últimos años se ha ampliado exponencialmente con la utilización de internet como vehículo de contacto entre los usuarios de alquileres turísticos y los oferentes de estos. Aun cuando *Airbnb* sigue siendo todo un referente en este sentido a nivel mundial, en España también otras plataformas de alojamiento colaborativo de referencia²⁷.

En 2015 (último año en el que se han realizado estudios en este sentido), los ingresos netos derivados del alojamiento P2P fueron en España de 1150 millones de euros (a los que se unieron los 1650 millones de euros procedentes del transporte P2P, otro de los sectores claves de la economía de plataformas y que tiene fuertes repercusiones en el turismo en nuestro país)²⁸. Obviamente, la explosión en el crecimiento de este modelo de negocio choca frontalmente con el sector hotelero o de apartamentos turísticos profesionales que consideran que este tipo de actividades les perjudica por estar

Una Agenda Europea para la economía colaborativa” (2017/C 075/06), DOUE de 10/03/2017, C73/33 y sgs.

²⁴ PARLAMENTO EUROPEO, “Informe sobre los nuevos desafíos...; cit., pág. 26.

²⁵ FERNANDEZ PEREZ, N. “Turismo P2P o colaborativo: un reto para el ordenamiento jurídico”. *International Journal of Scientific Management Tourism*. 2016. Vol. 2 Nº 2, pág. 112.

²⁶ *V.gr.*, *EatWith*, especializada en el intercambio gastronómico entre viajeros y los anfitriones del mismo; *Free Touring* o el antiguo *Trip4real*, intermediario entre guías y turistas; *Spinlister*, facilita el alquiler de artículos deportivos (particularmente, bicicletas) entre particulares de numerosos países; etc.

²⁷ Otros portales como *HomeAwa*, *Nightswapping*, *Wonowo* o *Housecares* ofrecen servicios de alojamiento colaborativo. En nuestro país, *Be mate*, por ejemplo.

²⁸ SAGARDOY DE SIMON/NUÑEZ-CORTÉS CONTRERAS, “Economía colaborativa y relación laboral: ¿un binomio compartido?”, *Cuadernos de pensamiento Político*, FAES, nº 53, 2017, pág 96.

realizando una competencia desleal al obtener estos portales un beneficio ilícito derivado de no sujetarse a las mismas reglas.

Según el estudio realizado en 2015 por Exceltur²⁹, el impacto de los servicios prestados en los establecimientos de viviendas de alquiler tiene un fuerte impacto sobre el empleo a nivel local. Según este estudio, los menores servicios prestados en dichos establecimientos, así como su menor contribución económica provoca una menor contribución en términos de generación de empleo si los comparamos con el generado por las viviendas vacacionales regladas. Así, en su conjunto, el empleo generado por cada 100 plazas de alojamiento turístico en viviendas de alquileres ascendía en España en 2015 a 9'8 puestos de trabajo al año, en comparación con el 53'3 % que generan los alojamientos reglados.

Ello se debe, según este estudio a tres factores: Primero, por cada 100 plazas de alojamiento es establecimientos reglados se generan 17'9 puestos de trabajo directos en el propio alojamiento, reduciéndose dicha ratio al 2'2 en la media nacional en alquileres de viviendas con fines turísticos gestionados a través de plataformas. Las razones de estos datos, en el caso de las primeras, es la gama de servicios prestados requiere de una dotación permanente de puestos de trabajo más amplia (recepción 24 horas, limpieza diaria, mantenimiento, restauración, *business center* y en algunos casos y más relacionado con las zonas vacacionales: actividades de ocio, animación, etc.), que no son en ningún caso prestadas en el caso de las viviendas de alquiler no regladas o colaborativas³⁰.

Segundo. El menor gasto de los turistas que utilizan el alquiler ocasional P2P se traslada a su vez en una menor generación de empleo. En concreto, el estudio afirma que el empleo vinculado directamente al gasto de estos turistas en destino ascendía a 3,8 puestos de trabajo por cada 100 plazas, siendo de 14,8 en el caso de los clientes de establecimientos reglados.

Y Tercero, porque se producen menores ingresos indirectos en otras ramas de actividad directamente relacionadas con el turismo. De hecho, se estima que, mientras que por cada 100 plazas puestas en el mercado de oferta reglada se crean 20'6 empleos indirectos, en el caso de la oferta de viviendas de alquiler con fines turísticos solo se crean 3'9 empleos en otros sectores de actividad.

En todo caso, no cabe desconocer que la situación irregular o de economía en la que se encuentran un gran número de tales viviendas (y al igual que ocurre en otros sectores del turismo de plataformas), contribuya a esas bajas cifras y a una bolsa de economía sumergida con clara incidencia en el empleo que precisan.

Por concluir este apartado, debe subrayarse la creciente tendencia a la aparición de empresas que se ofrecen a los propietarios de tales viviendas al objeto de que les cedan la gestión de las mismas, y por tanto, detentadoras de un volumen cada vez mayor de tales viviendas: empresa que acuerda con el titular de la vivienda la asunción de la gestión del alojamiento que se oferta en la plataforma (singularmente, los servicios necesarios para el adecuado uso del mismo por parte del cliente y que pueden implicar la prestación de

²⁹ EXCELTUR, "Alojamiento turístico en viviendas de alquiler: impactos y retos asociados"; 24/06/2016, pag. 91.

³⁰ Sin perjuicio de lo anterior, el estudio refiere que esta *ratio* se mantiene por debajo del de otras tipologías regladas como los apartamentos turísticos (5,3 puestos anuales por cada 100 plazas), o establecimientos hoteleros de inferior categoría (13,3 en hostales, pensiones y 15,4 en hoteles de 1 y 2 estrellas).

trabajo: atender la app para la reserva, servicio de limpieza, el *check-in*, transporte al aeropuerto, etc.)³¹.

4. LOS TRABAJADORES DEL SECTOR TURÍSTICO EN LA ECONOMÍA COLABORATIVA: NUEVOS PERFILES Y COMPETENCIAS PROFESIONALES

El perfil de los trabajadores que prestan servicios en la economía colaborativa es, según el Parlamento Europeo³², el de una persona joven, formada y urbana, sin que tengamos aún datos desagregados por sectores, por lo que no podemos extrapolar sin más dichas conclusiones a los trabajadores de plataformas relacionadas con el sector del turismo. La amplitud de actividades que se engloban en el ámbito del ocio y que pueden ser desempeñadas por los trabajadores en un entorno colaborativo, determinará la existencia de múltiples perfiles, entre los que destacan el de *crowdworkers* o *freelancers* y el teletrabajador como versiones del trabajador autónomo (general o TRADE) o por cuenta ajena.

Sin duda, el trabajo de aquéllos, singularmente *on demand* y ocasionales, son los que más desafíos presentan para el ordenamiento laboral (por consideración y uso intensivo en las plataformas como trabajadores autónomos), pero pueden ser claves en el desarrollo de la economía de plataformas y en general en la economía colaborativa en el sector del turismo, dado que entre sus características se encuentran la capacidad de ajuste a las necesidades y a la forma de trabajo (micro tareas) requeridos por las empresas del sector turístico y de restauración que operan en ese marco.

No obstante, la utilización por parte de los trabajadores de plataformas de herramientas TIC y de internet hacen augurar un cambio en las tareas asignadas, dado que las mismas incrementan los requisitos de las habilidades cognitivas requeridas³³. Entre ellas resultarán necesarias aquellas requeridas para realizar el teletrabajo, dada la naturaleza de las plataformas y su inserción en la economía digital. Las competencias relacionadas con la comunicación, la optimización del tiempo y la habilidad lecto-escritora, serán claves para el manejo de las herramientas *online* creadas al efecto para intermediar entre empresa y cliente; pero también se requiere manejar los conocimientos tecnológicos relativos a la ofimática, así como tener disciplina y gestionar de forma adecuada el tiempo de trabajo³⁴.

³¹ Fenómeno que se ha expandido también en las plataformas inicialmente colaborativas; *vid.* los datos al respecto del *Proyecto DataHippo* publicados en prensa (*v.gr.*, “Los 10 mayores anfitriones de Airbnb son gestoras de apartamentos turísticos”, en <https://www.preferente.com/noticias-de-turismo/los-10-mayores-anfitriones-de-airbnb-son-gestoras-de-apartamentos-turisticos-279681.html>). Otros estudios confirman esta tendencia *profesionalizadora*, *v.gr.*, Exceltur, “Alojamiento turístico en viviendas de alquiler...; cit., págs. 59 y 47 (“al menos el 44% de las propiedades son gestionadas por agencias inmobiliarias o por propietarios que disponen de más de una propiedad, caracterizados por una (...) mayor profesionalización”).

³² SCHMID-DRÜNER, M., “The situation of workers...; cit., págs. 36 y 37.

³³ MELLAN GONZALEZ/BULCHAND GIDUMAL, “Competencias requeridas por el nuevo trabajo en turismo”; *Investigaciones Turísticas*, nº 10, 2015, pág.79.

³⁴ GUZMÁN DUQUE, A. “Las competencias digitales del trabajador virtual: la competitividad de la empresa del siglo XXI a partir del uso de las TIC”, AA.VV. (Roig-Vila, ed.) *Tecnología, innovación e investigación en los procesos de enseñanza-aprendizaje*; Octaedro, 2016, pag. 2565.

A estas competencias deben unirse otras derivadas del hecho de que en el ámbito de las empresas turísticas colaborativas un gran número de trabajadores son requeridos como profesionales por cuenta propia. Ello va a determinar que, a las anteriores, deben sumarse otras como la capacidad para entender el mercado y para adaptar su trabajo al mismo³⁵.

Todo ello nos hace concluir que el perfil de los trabajadores de plataformas turísticas es más complejo que el del trabajador por cuenta ajena del negocio tradicional, pues las competencias digitales serán primordiales y su actividad profesional estará fuertemente influenciada por las opiniones de los clientes³⁶. No obstante, esta mejora en competencias y habilidades no excluye que la flexibilidad y disponibilidad en el trabajo y la precariedad en el mismo puedan ser superiores a los trabajadores tradicionales en este sector. Problema al que deberá añadirse los ya tradicionales de déficit de formación profesional, con el agravante de que, para estos nuevos trabajadores, como hemos visto, este aspecto deviene en esencial³⁷.

5. CONCLUSIONES

En España, el auge del turismo colaborativo, fundamentalmente el intermediado plataformas, es ya una realidad como lo demuestran los datos reflejados en el último informe del EXCELTUR, de 2018, en el que se indica que actualmente entre un 1% y un 1'4% del PIB español se genera gracias a este tipo de economía. Cifras que podrían duplicarse de aquí a 2025 hasta alcanzar cifras nada desdeñables (entre un 2% y un 2'9% del total del PIB).

La incidencia económica del consumo colaborativo en los mercados turísticos viene acompañada por una transformación del trabajo que lo posiciona como una fuente potencial de empleo en los próximos años. La extensión de este modelo de negocio en el sector turístico afectará sin duda a todas las actividades que se engloban dentro del mismo: hostelería, restauración colectiva, agencias de viajes, actividades de ocio, etc.

No cabe duda de que el turismo colaborativo presenta numerosos desafíos para todos los sectores implicados; de forma muy particular, en relación con las condiciones de trabajo de los trabajadores que prestan servicios a través de plataformas colaborativas, que deberán ser reguladas de forma adecuada por la legislación laboral. No obstante, no puede negarse que el turismo colaborativo es ya una fuente potencial de empleo y que está generando ingresos más allá de las relaciones lineales de empleo tradicionales y que hace posible que las personas trabajen con arreglo a modalidades más flexibles. Desde las Instituciones Europeas (Parlamento) se acoge con satisfacción las oportunidades que ha generado el comercio colaborativo para las empresas emergentes e innovadoras del

³⁵ MELLAN GONZALEZ/ BULCHAND GIDUMAL, “Competencias requeridas...; cit., pág. 85.

³⁶ En esta misma línea se expresa MELLAN GONZALEZ/ BULCHAND GIDUMAL, “Competencias requeridas...; cit., pág. 85.

³⁷ Véanse en este sentido las reformas introducidas en el Code du Travail por la Ley 1088/2016, de 8 de agosto (Loi *Khomri*), las cuales, pese a sus limitaciones (sobre todo, si sigue adelante la “Loi pour la liberté de choisir son avenir professionnel”), prevén que los derechos colectivos y ciertas garantías establecidas en la legislación laboral (en materia de formación) y de protección social (cobertura de riesgos profesionales) puedan extenderse a los trabajadores autónomos que prestan servicios en plataformas que controlan la actividad subyacente.

sector turístico, si bien se reconoce la complementariedad de estos servicios con otras ofertas turísticas en lo relativo a su ubicación y a las personas a las que se destinan.

En general, la economía de plataformas tiene efectos positivos en el mercado laboral a nivel europeo, según datos facilitados por Eurofound en 2015. Sin existir aún estudios que nos permitan extrapolar estos buenos augurios al sector del turismo, no cabe duda de que la economía colaborativa es ya una realidad, con sus luces y sus sombras. Por una parte, este modelo de negocio permitirá crear mercados laborales más inclusivos, así como podrá brindar oportunidades a trabajadores independientes y de una experiencia laboral temprana para jóvenes que inician su andadura profesional. Se cree que las experiencias positivas entre trabajadores y clientes podrá conducir a un empleo más estable y la flexibilidad laboral que brinda este tipo de empleo podría facilitar la adaptación del trabajo a la vida privada (conciliación).

No obstante, la ausencia de regulación específica en torno al empleo y los derechos de los trabajadores de plataformas pone de relieve la existencia de múltiples carencias que la extensión sin control ni legislación específica de este tipo de economía pueden suponer para el empleo y para la perversión de las condiciones de trabajo. Dichas carencias deberán ser tenidas en cuenta por el legislador y los interlocutores sociales, más pronto que tarde, a la hora de regular, si no específicamente con un estatuto propio, sí con una modificación de la legislación laboral que permita adaptar el estatuto actual del trabajador (ya sea autónomo o por cuenta ajena) a las exigencias de la economía digital.

La huida del Derecho del Trabajo, al transmutarse las relaciones laborales en actividades de autoempleo, la deshumanización del empleo de los trabajadores “invisibles”, la deslocalización de los mercados laborales locales por la prestación remota de servicios *on line*, así como una atomización de la actividad laboral en tareas individuales (“microtareas”), son algunos de los muchos aspectos negativos que se atisban en la generalización de esta nueva clase de empleo, cada vez más flexible. Incluso se ha afirmado, desde Instancias europeas, que la economía de plataformas tiene otros efectos adversos sobre el mercado laboral, que inciden sobre los propios cimientos del sistema, como puede ser la erosión de los poderes de negociación colectiva, así como de otros que inciden directamente en el empleo en el sector turístico, como es el riesgo de la individualización o de la falta de formación o cualificación de los trabajadores.

Es precisamente en el ámbito de la formación en donde pueden plantearse uno de los mayores desafíos que los trabajadores turísticos que trabajan a través de plataformas de economía colaborativa deban superar. Para hacer frente a la nueva forma de trabajo requerida por las empresas del sector turístico que operan en estos mercados colaborativos, los trabajadores deberán adquirir nuevas competencias profesionales. La utilización por parte de las plataformas de herramientas TIC's e Internet hace augurar un cambio en las tareas a desarrollar por los trabajadores, especialmente, en el sector de la hostelería y la restauración colectiva. Para afrontarlas deberán adquirir las competencias requeridas para realizar teletrabajos, así como aquellas otras encaminadas a mejorar sus capacidades cognitivas y de gestión de tiempo de trabajo.

En definitiva, y para concluir, nos encontramos al inicio de un cambio de modelo de negocio, la economía colaborativa y de plataformas, que afectará sin duda al empleo de los trabajadores turísticos en las próximas décadas. Si bien el empleo en plataformas ofrece oportunidades (flexibilidad en el empleo, incremento del espíritu emprendedor e innovación), presenta hoy en día muchos retos por superar. La regulación de este tipo de economía y, en particular, la adaptación del estatuto de trabajador a esta nueva realidad se hace acuciante, por las posibles consecuencias adversas que el riesgo de falseamiento

de la competencia puede tener sobre el mercado laboral, la organización del trabajo y la protección social y de Seguridad Social de los trabajadores implicados en ella.

6. BIBLIOGRAFIA

ASOCIACION ESPAÑOLA DE ECONOMIA DIGITAL. Informe, “Trabajo en plataformas digitales. Análisis y propuestas de regulación”; GoVup/Adigital, 2017 (autores, Paniagua/Ferrer).

CES, “Digitalización de la economía”, *Colección Informes*, 3/2017.

CES. Informe “Digitalización de la economía”, *Colección Informes*, 3/2017, pág. 87.

CESE. Dictamen sobre “Consumo colaborativo o participativo: un modelo de sostenibilidad para el siglo XXI” (2014/C 177/01). DOUE de 11/06/2014.

COMISIÓN EUROPEA, 15ª edición del *European Tourism Forum*, 2016.

COMISION EUROPEA. Commission staff working document. Accompanying the document “*Communication (...) A European agenda for the collaborative economy. Supporting analysis*”; SWD (2016) 184 final, Bruselas, 02/06/2016.

COMISION EUROPEA. Comunicación de la Comisión “Una Agenda Europea para la economía colaborativa”, Bruselas, 02/06/2016 COM (2016) 356 final.

COMITÉ ECONÓMICO Y SOCIAL EUROPEA. Las discusiones al 2º panel sobre *Collaborative Economy in the Tourism Sector* pueden consultarse en: <http://ec.europa.eu/growth/content/european-tourism-forum-2016> (consultado el 09/10/2018).

CONSEJO ECONOMICO Y SOCIAL EUROPEO. Dictamen sobre la “Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones- Una Agenda Europea para la economía colaborativa” (2017/C 075/06), DOUE de 10/03/2017, C73/33 y sgs.

DE LA ENCARNACIÓN, A. M. *El alojamiento colaborativo: viviendas de uso turístico y Plataformas virtuales*. Publicado en la web: <https://deje.ua.es/es/derecho-administrativo/documentos/comunicaciones/el-alojamiento-colaborativo-viviendas-de-uso-turistico-y-plataformas-virtuales.pdf> (consultado el 17/09/2018).

DE LA ENCARNACIÓN, A. M., “El alojamiento colaborativo: viviendas de uso turístico y Plataformas virtuales”; *Revistas de Estudios de Derecho Local y Autonómico*, 5/2016.

De STEFANO, “The rise of the just-in-time-workforce”; *ILO Working Papers*, 2016.

DEGRYSE, C., “Digitalisation of the economy and its impact on labour markets”; *ETUI Working Paper* 02/2016.

EUROFOUND, “New forms of employment”, Publications Office of the European Union, 2015.

EXCELTUR, “Alojamiento turístico en viviendas de alquiler: impactos y retos asociados”; 24/06/2016.

EXCELTUR, Informe “Perspectivas Turísticas. Valoración empresarial del Segundo trimestre y Expectativas para el verano de 2018”; 65/2018.

EXELTUR. *Impactos sociales y económicos sobre los destinos españoles derivados del exponencial aumento del alquiler de viviendas turísticas de corta duración, impulsado por los nuevos modelos y canales de comercialización P2P*. Elaborado por EY/ Tourism Law abogados. 2015. Disponible en la web: <https://www.exceltur.org/uncategorized/alojamiento-turistico-2/#> (consultado el 13/09/2018).

FERNANDEZ PEREZ, N. “Turismo P2P o colaborativo: un reto para el ordenamiento jurídico”. *International Journal of Scientific Managment Tourism*. 2016. Vol. 2 Nº 2.

GUZMÁN DUQUE, A. “Las competencias digitales del trabajador virtual: la competitividad de la empresa del siglo XXI a partir del uso de las TIC”, AA.VV. (Roig-Vila, ed.) *Tecnología, innovación e investigación en los procesos de enseñanza-aprendizaje*; Octaedro, 2016.

MELLAN GONZALEZ/BULCHAND GIDUMAL, “Competencias requeridas por el nuevo trabajo en turismo”; *Investigaciones Turísticas*, nº 10, 2015.

OECD, “Tourism Trends and Policies”, *OECD Publishing*, 2018.

PARLAMENTO EUROPEO, “Informe sobre los nuevos desafíos y estrategias para promover el turismo en Europa (2014/2241 (INI)); Comisión de Transporte y Turismo (A8-0258/2015).

SAGARDOY DE SIMON, I./ NUÑEZ-CORTÉS CONTRERAS, P. “Economía colaborativa y relación laboral: ¿un binomio compartido?”. *Cuadernos Enero/marzo 2017*. Fundación FAES.

SAGARDOY DE SIMON/NUÑEZ-CORTÉS CONTRERAS, “Economía colaborativa y relación laboral: ¿un binomio compartido?”, *Cuadernos de pensamiento Político*, FAES, nº 53, 2017.

SCHMID-DRÜNER, M., “The situation of workers in the collaborative economy”, *In-depth-Analysis*, Comisión de Empleo y Asuntos Sociales del Parlamento Europeo; 04-10-2016 (PE 587.316).

SUNDARAJAN, A., *The sharing economy, the end of employment and the rise of crowd-based capitalism*; The MIT Press, 2016.