



Universidad de Valladolid

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, JURÍDICAS Y DE LA
COMUNICACIÓN

Grado en Administración y Dirección de Empresas

TRABAJO DE FIN DE GRADO

ECONOMÍA COLABORATIVA EN ESPAÑA

Presentado por Isabel Sacristán Arenal

Tutelado por Laura González Pachón

Segovia a 2 de junio, 2022

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO 1: ECONOMÍA COLABORATIVA	3
1.1. CONCEPTO	4
1.2. ORIGEN DE LA ECONOMÍA COLABORATIVA.....	6
1.3. TIPOS DE ECONOMIA COLABORATIVA.....	10
1.4. VENTAJAS E INCONVENIENTES	12
CAPÍTULO 2: LA ECONOMÍA COLABORATIVA EN ESPAÑA.....	15
2.1. ESTUDIO SOBRE LA ECONOMÍA COLABORATIVA EN ESPAÑA.....	17
CAPÍTULO 3: LA ECONOMÍA COLABORATIVA EN EL SECTOR DEL TRANSPORTE	19
3.1. BLABLACAR.....	20
CAPÍTULO 4: LA ECONOMÍA COLABORATIVA EN EL SECTOR DEL TURISMO	23
4.1. REQUISITOS GENERALES DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO EN LA MODALIDAD DE APARTAMENTOS TURÍSTICOS..	24
4.2. REQUISITOS PARA LA CATEGORIZACIÓN DE LOS APARTAMENTOS DE USO TURÍSTICOS	25
4.4 AIRBNB	28
CONCLUSIONES.....	30
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	31

TABLA DE ABREVIATURAS

TIC	Tecnologías de la Información y la comunicación
P2P	Peer to Peer
LETS	(Local Exchange Trading System o sistema local de intercambio comercial
PwC	PriceWaterhouseCoopers
JWT	JSON Web Token
B2B	Business-to-Business
VTC	Vehículo de transporte con conductor
CNMC	Comisión Nacional de los Mercados y Competencia
TJUE	Tribunal de Justicia de la Unión Europea
TFUE	Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea
LOTT	Ley de Ordenaciones de los Transportes Terrestres
ROTT	Reglamento de Ordenaciones de los Transportes Terrestres

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Productor y consumidor: No colaborativa VS colaborativo	6
Figura 2. Evolución de la inversión anual mundial en la economía colaborativa (CNMC).	9
Figura 3. Distribución por sectores de la inversión entre 2000 y 2015	10
Figura 4. Modalidades de Economía colaborativa.....	17
Figura 5. Plataformas y aplicaciones más conocidas.....	18
Figura 6. Lugares en los que se empela BlaBlaCar.....	20
Figura 7. Cronología de su expansión internacional.....	21

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Principales fuerzas de mercado	5
Tabla 2. Diferencias entre hiperconsumismo y economía colaborativa	8
Tabla 3. Equipamiento y servicios	25
Tabla 4. Superficie.....	27

INTRODUCCIÓN

Con el fin de concluir los estudios pertenecientes al Grado en Administración y Dirección de Empresas impartidos por la Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas de la Comunicación del Campus María Zambrano (Segovia), hemos elaborado el presente Trabajo de Fin de Grado, el cual tiene como propósito el estudio de la Economía Colaborativa en España.

La Economía Colaborativa es un concepto que está en auge en pleno siglo XXI, y que goza de gran interés e impacto en la sociedad, de manera más concreta en el público joven de nuestro país. Esto se debe a aspectos como son las recientes crisis económicas y, más concretamente, a la subida de precios generalizada que estamos atravesando en la actualidad.

Asimismo, destacar que el interés por dicha temática se debe también a la gran repercusión que han tenido plataformas específicas nacidas en el contexto de la Economía Colaborativa como, por ejemplo, BlaBlaCar, Airbnb o Cabify, entre otras; que han crecido de forma exponencial en los últimos tiempos. Prueba de ello son las numerosas interacciones que tiene la sociedad actual, y sobre todo los más jóvenes, con este tipo de agrupaciones.

En la actualidad, muchas personas barajan distintas opciones y realizan diferentes búsquedas a la hora de planear un viaje con el objetivo de encontrar la opción más económica, pudiendo recurrir a la plataforma BlaBlaCar. Optando por este modelo de viaje, se comparte un mismo trayecto y, consecuentemente, los costes del mismo.

De la igual forma, encontramos sujetos que buscan alojamientos en plataformas diferentes a las tradicionales, como puede ser el caso de Airbnb. Estas opciones les brindan de forma general una reducción en los precios.

Sin embargo, es importante destacar también el auge de este tipo de economía como consecuencia del impacto que tienen las tecnologías en la vida de las personas. Actualmente el acceso a plataformas de Economía Colaborativa está extendido y es relativamente sencillo, a diferencia de años atrás en los que acceder a este tipo de oportunidades era prácticamente imposible: el uso de dispositivos tecnológicos y aplicaciones que permiten establecer relaciones directas con personas ajenas a la hora de realizar este tipo de acciones se ha generalizado en los últimos años. Y es precisamente esta una de las principales características de la Economía Colaborativa.

El presente trabajo se estructura en varias partes claramente diferenciadas. La primera de ellas es la que nos ocupa, la introducción, en la que se establece un acercamiento previo al tema que nos concierne. A continuación, se encuentra el grueso del trabajo, dividido en cuatro capítulos. En el primero de ellos abordamos el concepto de Economía Colaborativa y su evolución, así como los diferentes tipos de Economía Colaborativa que existen y las ventajas y desventajas que esta tiene frente a la economía tradicional. En el segundo capítulo se hace una aproximación a la Economía Colaborativa en nuestro país, además de su analizar su desarrollo e investigar sobre cuál es el grado de conocimiento actual por parte de la población. En este apartado se incluyen los resultados de un cuestionario que nos permiten entender las competencias de las personas sobre este término. Respecto al tercer capítulo, se aborda una de las principales plataformas de Economía Colaborativa referidas al sector del transporte: BlaBlaCar. Por último, en el capítulo cuatro se hace

referencia al sector del turismo y a una de las grandes plataformas colaborativas del mismo: Airbnb. El trabajo finaliza con las conclusiones más relevantes obtenidas como consecuencia de la ejecución del mismo, a las cuales se ha llegado mediante la elaboración del estudio elegido.

Finalizamos el presente trabajo haciendo referencia a las conclusiones más relevantes obtenidas como consecuencia de la ejecución del mismo, a las cuales llegamos mediante la elaboración del estudio elegido.

CAPÍTULO 1: ECONOMÍA COLABORATIVA

1.1. CONCEPTO

A la hora de encontrar una definición acerca de la Economía Colaborativa, no nos encontramos con un término unívoco, pues la doctrina autorizada ofrece una pluralidad de definiciones para referirse a este mismo fenómeno. Es por esta razón por lo que, para dar claridad al concepto, hemos recopilado información procedente de diversos autores y fuentes con el objetivo de aproximarnos a una definición óptima sobre dicho concepto.

La Economía Colaborativa (*Sharing Economy*, término divulgado por Lisa Gansky¹ y Rachel Bootsman² con Roo Rogers en 2010) es un concepto que, tal y como exponen Owyang, Tran, y Silva (2013) es “un modelo económico en el que la propiedad y el acceso se comparten entre empresas, start-ups y personas. Esto produce eficiencias de mercado al generar nuevos productos, servicios y negocios” (p.265).

Ivanova (2015) se muestra de acuerdo con Psarros, Rinne, Jordan y Pastrats (2014) en afirmar que la economía colaborativa es un término referido a “compartir activos con capacidad inactiva (capacidad infrautilizada) para beneficio económico, ambiental o social” (p.265), utilizando la tecnología como el principal motor que impulsa su desarrollo (Belk, 2014).

Para la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (2016), a partir de ahora entendida como CNMC, y como resultado de las aportaciones de Belk (2014) y Gata (2015), entendemos que la Economía Colaborativa:

Engloba un conjunto heterogéneo y rápidamente cambiante de modos de producción y consumo por el que los agentes comparten, de forma innovadora, activos, bienes o servicios infrautilizados, a cambio o no de un valor monetario, valiéndose para ello de plataformas sociales digitales y, en particular, de Internet.³ (p.265)

Como resultado de las definiciones expuestas anteriormente, podríamos definir el concepto de Economía Colaborativa como aquel modelo de negocio en el cual los productos y servicios se prestan, intercambian, venden, alquilan o compran, dependiendo de las necesidades del productor y de consumidor, todo ello a través de plataformas online. Esta cantidad de servicios se caracterizan también por ser productos de segunda mano y cuyo intercambio se realiza siempre entre particulares, nunca profesionales.

Respecto a la finalidad de la Economía Colaborativa, destacar que radica en que las personas se beneficien de los productos o servicios que se encuentran a su alrededor y que, al mismo tiempo, están infrautilizados; proporcionando a cambio, aspectos como los mencionados a continuación:

- Reducción de las necesidades de propiedad individual.

¹ Lisa Gansky (nacida el 1 de mayo de 1961) es una empresaria y autora estadounidense. Fue cofundadora y directora ejecutiva de Global Network Navigator (GNN), el primer sitio web comercial, que fue adquirido por America Online (AOL).

² Rachel Botsman (Londres, RU) es considerada la líder del pensamiento global sobre el poder de la colaboración y el intercambio a través de las tecnologías digitales para transformar la forma en que vive, trabaja, financia y consume la gente.

³ Rodríguez, J. M., Alonso, M. M., Rubio, L. y Celemín, M. S. (2016): “La economía colaborativa. Una aproximación al turismo colaborativo en España”, CIRIEC-España, *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 88, 265.

ECONOMÍA COLABORATIVA

- Descenso de precios.
- Reducción del exceso de capacidad y el incremento del uso de los recursos infrautilizados.
- Mayor disponibilidad monetaria de los consumidores, lo que les permite incrementar el consumo de otros bienes y servicios.
- Disminución de la contaminación.
- Mejora en la concienciación sobre la importancia de la sostenibilidad.
- Decrecimiento de las deficiencias de los servicios públicos como resultado de los nuevos modelos de negocios (por ejemplo, a través de los viajes compartidos).
- Incremento de la competencia derivado del aumento del número de operadores, que se evidencia en una mayor cantidad y variedad de la oferta
- Reducción de la asimetría en la información entre oferentes y demandantes
- Fomento de la innovación tanto relacionada con nuevos servicios como nuevas formas de pago
- Minoración de costes de transacción, especialmente los costes de búsqueda de información.
- Mejora de la eficiencia y el incremento de la competitividad de la economía por la mayor utilización y media de los recursos existentes.

Tabla 1.

Principales fuerzas de mercado

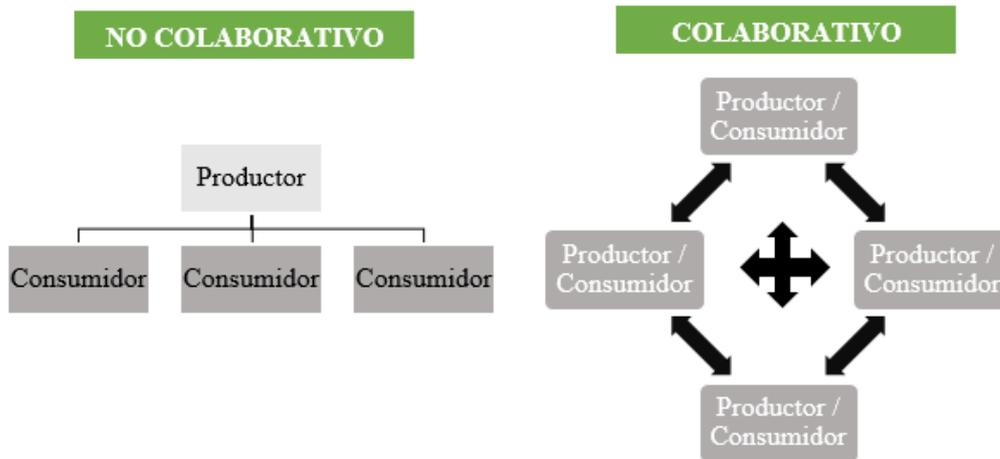
SOCIALES	ECONÓMICAS	TECNOLÓGICAS
Deseo de relacionarse	Entorno económico	Internet del todo
Conciencia de sostenibilidad	Recursos infrautilizados	Tecnologías móviles
Aumento de población	Elevada inversión en startups	Redes sociales

Fuente: Cañigüeral (2014)

Con el objetivo de conocer el alcance de este concepto, es necesario primeramente establecer una distinción entre el Modelo Colaborativo y el Modelo no colaborativo. Así, en la figura 1 podemos observar las principales diferencias.

Figura 1.

Productor y consumidor: No colaborativo VS colaborativo



Fuente: elaboración propia

En lo que al modelo colaborativo se refiere, esta forma de colaboración se desarrolla mediante redes “Peer to Peer” (P2P), las cuales facilitan el intercambio de productos y servicios entre proveedores, llamados “Seeders” y consumidores, denominados “Leechers”. Este término P2P se define como “una red de ordenadores en los que todos o algunos aspectos funcionan sin clientes ni servidores fijos, sino una serie de nodos que se comportan como iguales entre sí”. (Wikipedia)

Fue en el año 1999 cuando por primera vez salió al mercado la primera aplicación que inaugura este tipo de redes y a partir de la cual la tecnología P2P no ha dejado de crecer hasta la actualidad, tanto estructuralmente como en términos de usuarios. Con ello, es fundamental conocer que una de las características más importantes de este sistema de redes es que, si surge un fallo en uno de los nodos (computadoras) que la componen, no deja de funcionar, si no que continúa su funcionamiento proporcionando la información a través de otro nodo de la red. Gracias a este tipo de características tan importantes este nuevo modelo de mercado se está expandiendo gracias al uso continuado de las plataformas y publicidad que se puede encontrar en el mundo de Internet y de las redes sociales como pueden ser Facebook, Instagram o Twitter, entre otras.

Por lo tanto, observamos como características propias de estos sistemas pasan a convertirse en ventajas de los mismos, de las cuales hablaremos más adelante. Sin embargo, antes de abordar estas, es necesario conocer el origen de este tipo de economía, el cual abordamos en el apartado que sucede.

1.2. ORIGEN DE LA ECONOMÍA COLABORATIVA

Con el fin de entender el origen del término de Economía Colaborativa, nos basamos en autores como Rodríguez, Alonso-, Rubio y Celemín (2016), quienes apuntan que la Economía Colaborativa surge tras la crisis económica de 2007, en la que numerosos países quedaron debilitados económicamente, al igual que su población, sumida en un alto porcentaje de desempleo. Consecuencia de ello es el cambio de comportamiento que

ECONOMÍA COLABORATIVA

ha experimentado la sociedad respecto al concepto de Economía Colaborativa: ha logrado adaptarse y aprovechar este tipo de servicios con el fin de paliar los efectos surgidos a raíz de la crisis y que su impacto fuese lo menos notable posible.

Sin embargo, si profundizamos en nuestra investigación observamos que esto no es realmente así, pues la Economía Colaborativa surge muchos años atrás, practicándola ya nuestros antepasados. En este sentido, en el artículo “Historia de la economía los cuatro modelos económicos” publicado por BBVA (11 de marzo de 2015), se muestra como la Economía Colaborativa es un servicio tan antiguo como lo es la propia humanidad. En la antigua Mesopotamia, año 6.000 a.C., ya se empleaban técnicas como el trueque, y las tribus intercambiaban entre ellas productos que una parte disponía y la otra necesitaba y viceversa.

Encontramos también ejemplos en nuestra historia más reciente: en los pequeños pueblos se daba la ocasión en la que una de las partes interesadas en el trueque cambiaba una gallina por otro producto que ofreciese la otra parte como, por ejemplo, el trigo, disponiendo así de más recursos en su día a día. De esta forma, todo lo que se producía se compartía sin ánimo de lucro, con el fin de tener mayor variedad de productos. Este aspecto es diferente al concepto que conocemos actualmente por Economía Colaborativa y al cual nos referimos, ya que este término implica que la mayor parte de los servicios que se ofertan requieren de un beneficio.

Fue en los años 70, a raíz de la crisis del petróleo⁴, cuando aparece más claramente el concepto de Economía Colaborativa. En Estado Unidos surge el Useful Service Exchange, un mercado local en el cual se intercambiaban bienes y servicios a cambio de una unidad de pago basada en el tiempo. Este tipo de mercado se desarrolla más tarde en lugares como Canadá con el nombre de Community Exchange.

En la Columbia Británica (Canadá) se puso en marcha el LETS (Local Exchange Trading System o sistema local de intercambio comercial), un sistema de intercambio de gran

4 La Crisis del Petróleo de 1973 es una crisis internacional que tuvo lugar en el año 1973 con la decisión de varios países del golfo pérsico de no exportar petróleo a países occidentales,

Entre el final de la Segunda Guerra Mundial y bien entrados los años 70, Japón, Estados Unidos y Europa consumían petróleo masivamente. Es decir, en occidente existía una fuerte dependencia del petróleo. Mientras tanto, el valor del dólar estadounidense caía de valor entre otras cosas como consecuencia de la guerra de Vietnam. La economía norteamericana comenzaba a mostrar síntomas preocupantes como una desaceleración en el crecimiento.

Por su parte, el presidente Nixon decidió desligar el dólar del patrón oro, dando por finalizado el sistema pactado en los acuerdos de Bretton Woods. A todo esto hubo que añadir un gran detonante: La guerra del Yom Kippur. Los países árabes de la OPEP decidieron establecer un embargo a los países occidentales que apoyaron a Israel en aquel conflicto.

La determinación del bloque árabe de la Organización de Países Exportadores de Petróleo (OPEP) de llevar a cabo un embargo petrolífero a las naciones occidentales fue un acto de represalia a los países que apoyaron a Israel en la Guerra del Yom Kippur. Esta medida de castigo provocó un incremento de los precios del petróleo y en consecuencia un fuerte aumento de la inflación. Otros de los efectos de esta crisis fueron el aumento del desempleo y un bajo crecimiento económico.

Capítulo 1

repercusión que se expandió por todo el mundo, el cual tenía como objetivo el intercambio de las tecnologías de la información mediante la aparición de una moneda paralela, El Green Dólar, semejante al dólar canadiense.

En cuanto a nuestro país, fue en la capital madrileña, concretamente en el barrio de Vallecas, donde podemos decir que apareció este modelo con el nombre de trueque, actualmente denominado “vaciamos los trasteros”, un mercadillo de trueque artesanal y de segunda mano que se desarrolla el último domingo de cada mes.

Ya en los años 90 empiezan a aparecer iniciativas comerciales como Ebay, dejando de lado el trueque, y cuyo fin es poner en contacto a los distintos consumidores para que puedan poner a la vista los distintos bienes y servicios de su propiedad y obtener otros más necesarios mediante la compra-venta.

Tras la crisis de 2008, la cual tiene su origen en el mes de septiembre, cuando el cuarto banco de inversión más grande de Estados Unidos entró en bancarrota. Este hecho generó una gran crisis de liquidez que afectó a miles de grandes compañías, igual que a gran cantidad de pequeñas y medianas empresas: los bancos dejaron de otorgar préstamos por lo que muchas de dichas empresas llegaron a desaparecer. A raíz de esto, se generó una caída de PIB global en 2009 del 5,1% comparado con 2008, cifras obtenidas del Banco Mundial.

Con esta situación a nivel mundial, en España el Gobierno central se ve obligado a intervenir, rescatando a los bancos con dinero público y la tasa de paro no deja de crecer, elevándose hasta un 25% en 2012.

Este contexto, sin embargo, es propicio para el desarrollo de la Economía Colaborativa: se pasa del hiperconsumismo, término que implica que los seres humanos consuman más de lo que necesitan, satisfaciendo no solo sus necesidades elementales sino también deseos vinculados al ocio o al placer, al consumo colaborativo o Economía Colaborativa. La gente joven, sobre todo, ve en ese momento la necesidad de desarrollar este modelo de negocio puesto que el nivel de ingresos que tienen durante el periodo de crisis no va en consonancia con su nivel de vida, por lo que para lograr un nivel de vida similar al de antes de la crisis había que cambiar el rol de vida. La sociedad comenzó a desarrollar soluciones más innovadoras con las que poder crear empleo, mejorar la productividad y la cohesión social, con el objetivo de optimizar los productos y servicios infrutilizados. Esto se llevó a cabo a través de plataformas, redes sociales, etc., todo ello gracias a internet.

Tabla 2.

Diferencias entre hiperconsumismo y economía colaborativa

HIPERCONSUMISMO	ECONOMÍA COLABORATIVA
Yo	Nosotros
Propiedad	Acceso
Global	Local
Centralización	Distribución

Competición	Colaboración
Compañía	Personas
Consumidor	Productor
Publicidad	Comunidad
Crédito	Reputación
Dinero	Valor
B2B	P2P

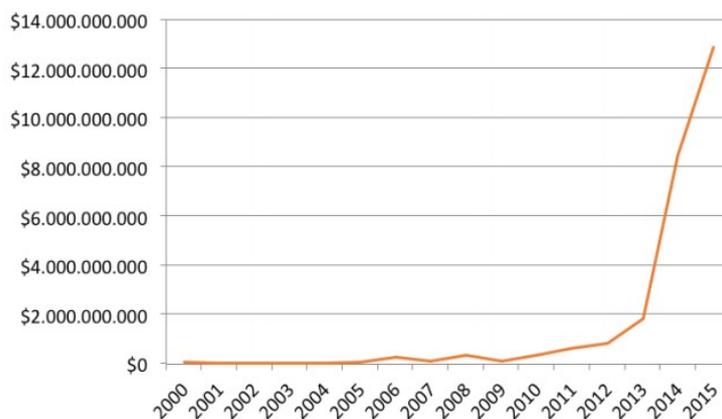
Fuente: elaboración propia a partir de Cañigüeral (2014)

Según un informe de la consultora PwC (PriceWaterhouseCoopers), nos encontramos con cinco negocios que serán el núcleo de la Economía Colaborativa y mediante los cuales, para 2025, se llegará a facturar 484.000 millones de euros. Cifras de JWT Intelligence informan que la región tendente a utilizar estos servicios derivados de la Economía Colaborativa será Asia, con una partida de consumo de alrededor del 80%; seguida de América Latina y Medio Oriente con 70%, dejando a Europa y Norteamérica con, aproximadamente, el 50%.

Ya en el año 2016, la CNMC realizó un estudio en el cual reflejó el crecimiento de este negocio a nivel mundial entre los años 2000 y 2015. Como se puede observar en la figura 1, durante los primeros años la inversión que se produce es mínima, cambiando una vez llegados al año 2013, año en el cual existe una inversión de 1.820 millones de dólares, pasando a ser en 2014 de 8.489 millones y, entre enero y septiembre de 2015, de 12.890 millones, cifra que refleja el auge que sigue teniendo este nuevo mercado, reflejando de forma clara la decadencia que está sufriendo el mercado tradicional.

Figura 2.

Evolución de la inversión anual mundial en la economía colaborativa (CNMC)



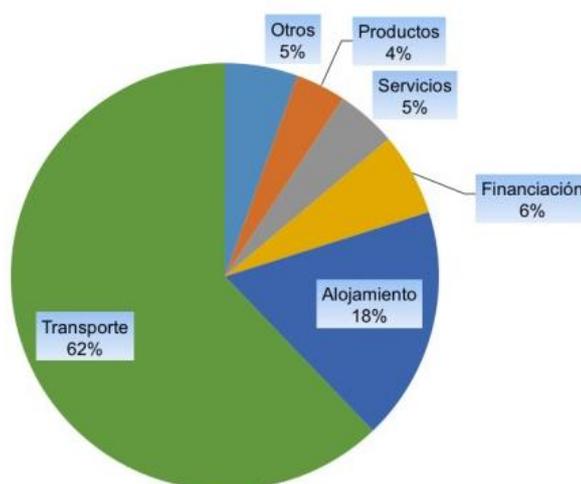
Fuente: Llamas (2016).

Capítulo 1

Si pasamos a analizar el reparto de las inversiones de los modelos colaborativos, plasmadas en la figura 2, llegamos a la conclusión de que los más destacados son los sectores del transporte y del alojamiento, representando un 80% de las inversiones referidas a la economía colaborativa.

Figura 3.

Distribución por sectores de la inversión entre 2000 y 2015 (CNMC)



Fuente: Llamas (2016).

1.3. TIPOS DE ECONOMIA COLABORATIVA

En lo que al concepto de Economía Colaborativa se refiere, nos encontramos con cuatro tipos diferenciadores en los cuales se define la economía de una manera más exacta, dependiendo de las necesidades del consumidor y los productos que se ofrecen.

1. Conocimiento abierto: representa los cimientos de la Economía Colaborativa. Este modelo promueve la difusión de conocimientos de forma más rápida, ya que no se encuentra con ningún tipo de barrera. Ejemplos: Open Data, Open Government...
2. Consumo colaborativo: es probablemente el segmento más conocido en la actualidad, cuyos modelos más utilizados son el alquiler de viviendas o alojamiento compartido (Airbnb), pudiendo encontrar dentro de este segmento:
 - Alojamiento de pago: a través de determinadas aplicaciones personas que quieren hacer uso de la vivienda se ponen en contacto con los propietarios y son estos quienes ofrecen su casa a cambio un beneficio económico, siendo el propietario la persona encargada de publicar la oferta y el demandante quien elige entre las ofertas y realiza el desembolso correspondiente.
 - Alojamiento gratuito: familias que intercambian viviendas.

También nos encontramos con lo que podemos llamar movilidad compartida, que hace referencia a compartir los trayectos en coche a través de plataformas que ponen en contacto a personas desconocidas que quieren realizar un mismo trayecto (BlaBlaCar); o el alquiler de vehículos entre particulares, siendo el propietario del vehículo quien pone a disposición de otros usuarios su vehículo para que lo puedan utilizar.

3. Producción colaborativa: grupo de personas que trabajan en equipo, compartiendo información y herramientas. Estos procesos se llevan a cabo a través de las plataformas como son Makerspa o Hackerspaces, entre otras.
 - Coworking: término surgido en el año 1928 que hace referencia al trabajo colaborativo. Sin embargo, no fue hasta 2005 cuando en San Francisco se inauguró la primera cooperativa de Coworking (Pérez, 2014) y en la cual se ofrecía wifi gratuito o almuerzos compartidos entre otras cosas. Actualmente estos centros están proliferando, por lo que hay gran cantidad de empresarios que hacen uso de ellos, ya que permiten utilizar el mismo espacio (físico y virtual) y desarrollar su actividad solo con un ordenador, un teléfono y buena conexión a internet. Según un estudio realizado por Cushman & Wakefield en 2018 sobre este término en España, se detalla que los operadores triplicaron su actividad con respecto al año 2017, llegando a alquilar 90.000m². Sin embargo, este aumento se ve truncado con la llegada de la Covid-19, haciendo que disminuya la contratación de metros cuadrados de una manera notable. Por ejemplo, la ciudad de Barcelona tiene un descenso del 87% y Madrid un 96% a consecuencia del teletrabajo y el descenso de la actividad económica. Aunque este modelo es un beneficio para todos ellos, ya que pueden compartir información, gatos, aumentar la relaciones entre los distintos profesionales; también existen inconvenientes como, por ejemplo, la privacidad o el nivel de ruido.
 - Crowdsourcing: término que nace de la mano de Jeff Howe (2006). Describe el proceso por el que se aprovecha el poder de las comunidades masivas, llevando a cabo proyectos mediante la colaboración. Esto se lleva a cabo mediante las externalizaciones de tareas a empresas del exterior, a través de internet con el fin de obtener nuevas ideas y soluciones a problemas o retos (Howe, 2008).
 - Open software: es un conocimiento de libre disposición. Es decir, los usuarios tienen la libertad de ejecutar, copiar, distribuir, estudiar y mejorar el software. Un ejemplo muy claro es Wikipedia, una enciclopedia colaborativa y libre tanto en publicación como en consulta.
4. Finanzas colaborativas: dentro de este conjunto nos encontramos con varias modalidades como son los microcréditos, préstamos, ahorros u otras vías de financiación como pueden ser el Crowdfunding o Financiación Colectiva. Este segmento tiene mucho que ver con la confianza, ya que si las empresas no confían no se llegará a la financiación, por lo que el proyecto no proliferará. Dentro de este segmento también entra en auge el juego de las criptomonedas como una nueva fórmula de intercambio de valor. Ejemplo: Kickstarter, Bitcoin, etc.

- Crowdfunding: plataforma que permite que cualquier persona con una idea o proyecto de cualquier tipo pueda conseguir financiación ofreciendo participaciones a pequeños inversores, a cambio percibirán recompensas no monetarias previamente establecidas. Existen diferentes tipos:
 - Crowdfunding de inversión: una persona ofrece a pequeños inversores participaciones para conseguir financiar un proyecto, todo ello a cambio de uno de los beneficios que se obtengan de ese proyecto.
 - Crowdfunding y prestamos: una persona que necesita dinero lo pide a través de un portal especializado en préstamos financiados entre personas (P2P). Cuando se aprueba la solicitud cualquier persona le puede prestar dinero a cambio de unos intereses previamente establecidos.
 - Crowdfunding de recompensa: una persona promotora cuelga su petición en un portal especializado, ofreciendo una recompensa a las personas que hagan aportaciones económicas a otras personas.
 - Crowdfunding de donación: son donaciones que se realizan a través de internet y difundidas principalmente por las redes sociales.

1.4. VENTAJAS E INCONVENIENTES

Como hemos comentado anteriormente, dentro de este modelo de negocio nos encontramos con una serie de ventajas e inconvenientes, los cuales hay que tener en cuenta a la hora de desarrollar cualquier actividad.

Entre las principales ventajas se encuentran, por ejemplo, el ahorro para el comprador, al ser un bien que se presta, se comparte o se alquila el coste de ese bien es menor que si fuese uno nuevo, introduciendo aquí una ventaja para el propietario, ya que cede su producto, en algunos casos a cambio de una pequeña cantidad de dinero y en otros a cambio de otro producto. Un ejemplo muy característico que se suele dar en las grandes ciudades es el alquiler de las plazas de garaje: una persona que vive en el centro de la ciudad y se tiene que desplazar durante gran parte del día al extrarradio de la misma puede alquilar su plaza a una persona que esté en la otra posición y tenga grandes dificultades para aparcar, consiguiendo de esta manera un mayor aprovechamiento de la misma.

Esta ventaja también puede estar relacionada con el alquiler de una vivienda, más concretamente segundas viviendas, las cuales están habitadas por los propietarios durante un periodo mínimo de tiempo. Estas viviendas (Airbnb) son alquiladas por periodos cortos generalmente vacacionales, de manera que la vivienda esta utilizada, obteniendo de esta manera un ingreso.

En lo que respecta al sector del transporte, una de las ventajas más notables es la referida a la contaminación. Sin embargo, dentro de este sector también existe variedad de desventajas. Ejemplo de ello es la guerra entre los taxis y Uber surgida en 2014. Por esta razón en diciembre de 2014 el Juzgado de lo Mercantil nº2 de Madrid ordenó por vía auto⁵, la cesión y prohibición cautelar en España del sistema UberPop u otro con idéntico fin.

⁵ Juzgado de lo Mercantil N°2 de Madrid, Auto de 9 Dic. 2014, Rec. 707/2014

Más tarde entró a formar parte el Tribunal de Justicia de la Unión Europea (TJUE)⁶, el cual dictaminó que el servicio prestado por los conductores de Uber está comprendido en los servicios en el ámbito de los transportes la cual dice que los conductores de los vehículos no pueden ser particulares, sino que tiene que trabajar con licencia al igual que lo hacen los VTC. Sin embargo, en nuestro país esta sentencia no afecta en España debido a que Uber trabaja bajo la licencia de VTC desde que el tribunal de justicia prohibiese el servicio de Uberpop a finales de 2014.

Derivado de esta sentencia ha quedado claro que el servicio que presta Uber está enmarcado bajo “los servicios en el ámbito del transporte” y no bajo el “servicio de la sociedad de la información”, desmontando uno de los argumentos que ellos mismos presentaban al señalar: ellos no solo se limitan a poner en contacto a través de una aplicación a un conductor no profesional con una persona que necesitaba hacer un viaje, sino que crea al mismo tiempo una oferta de servicios de transporte urbano que es accesible mediante herramientas informáticas y cuyo funcionamiento general beneficia a las personas que deseen recurrir a esta oferta para realizar un desplazamiento urbano,⁷

De este modo, podemos observar que las tecnologías van más adelantadas que la legislación y se realizan acciones que no son del todo fiables. Es muy importante asegurarse de que, cuando estamos haciendo alguna acción de este tipo, las personas que hay detrás funcionan dentro de la legalidad.

Con respecto al sector turístico, los hosteleros reclaman que los propietarios de las viviendas personales que se alquilan paguen los impuestos igual que hacen ellos, ya que pretenden solventar este pago de esos impuestos y, consecuencia de ellos, son los precios a los que se ofrece el hospedaje, siendo mucho más económicos.

⁶ SENTENCIA DEL TRIBUNAL DE JUSTICIA (Gran Sala) de 20 de diciembre de 2017 «Procedimiento prejudicial -Artículo 56 TFUE -Artículo 58 TFUE, apartado 1- Servicios en el ámbito de los transportes-Directiva 2006/123/CE -Servicios en el mercado interior-Directiva 2000/31/CE -Directiva 98/34/CE- Servicios de la sociedad de la información-Servicio de intermediación que permite, mediante una aplicación para teléfonos inteligentes, conectar a cambio de una remuneración a conductores no profesionales que utilizan su propio vehículo con personas que desean realizar desplazamientos urbanos — Exigencia de una autorización»

⁷ El país 21.12.2017

CAPÍTULO 2: LA ECONOMÍA COLABORATIVA EN ESPAÑA

Capítulo 2

La Economía Colaborativa presenta en España una influencia cada vez mayor, y con grandes expectativas de seguir creciendo, sobre todo en el sector del turismo y los alojamientos, aunque también se empieza a implantar en los sectores relacionados con la producción de bienes, la prestación de servicios (tanto profesionales como financieros), la educación, la salud o la logística, entre otros. Todo ello es debido a la explosión y crecimiento de la era digital y las redes sociales, las cuales sirven de instrumento de unión entre consumidores y usuarios, sin dejar de lado el papel tan esencial que juegan los particulares como venimos comentando hasta el momento; puesto que son ellos los encargados de prestar y consumir dicho servicio.

Otra parte importante en este modelo es la legalidad, la cual está poco definida, puesto que no ha habido tiempo de desarrollar una reglamentación efectiva como hemos visto anteriormente, por ejemplo, con lo relacionado con el enfrentamiento entre los trabajadores de Uber y los Taxis.

Así pues, nos encontramos también ante problemas que revisten cierta gravedad y es lo referido a las empresas tradicionales, quienes se encuentran con serie de barreras como son el pago de ciertos impuestos y gastos que ellos mismos han tenido que superar para poder llevar a cabo su negocio, a diferencia de estos nuevos negocios de Economía Colaborativa, quienes no tienen que superar estos impuestos o gastos a los que nos referimos. Es por ello que piden al Estado que legalicen y controlen esta situación y no se beneficie a ningún sector, pudiendo seguir así muchos de ellos con su negocio.

Otro problema que tiene mucha relevancia en la actualidad es la inestabilidad que sufre España con respecto a la situación política en la que nos encontramos, de ahí que el legislador pueda encontrarse con problemas a la hora de formular un texto que regule dichos modelos de negocio.

Debido a esta inestabilidad surgen problemas como es el enfrentamiento comentado anteriormente entre Taxi y Uber con la creación del servicio UberPop, dando lugar a la huelga simultánea de taxis en Madrid y Barcelona el 11 de junio de 2014. Ante ello, el 9 de diciembre de 2014 el Juzgado de lo Mercantil nº2 de Madrid, establece una serie de medidas cautelares previas 707/2014, en las cuales indica que:

1. La cesión y prohibición en España y subsidiariamente en la comunidad de Madrid de la prestación y adjudicación del servicio de transportes de viajeros en vehículos bajo la denominación de “Uber Pop”, o cualquiera otra que pueda denominarse con idénticos fines por la demanda.
2. La cesión y prohibición de contenido, acceso y prestación del indicado servicio de transporte de viajeros “Uber Pop” en España y subsidiariamente en la Comunidad de Madrid mediante la página web o cualquiera que pudiera utiliza en iguales términos
3. La cesión y prohibición de cualquier aplicación (app) o de cualquier otro soporte o sistema tecnológico o informático para prestar el servicio de transporte de viajeros indicado en España o subsidiariamente en la comunidad de Madrid.
4. Se garanticen las medidas solicitadas con específicas, pero no exhaustivas medidas de efectividad.
5. Se condene en costas a la demanda. (pp.1-2)

En cuanto al sector del turismo se refiere, podemos decir que existe menos desigualdad entre las empresas tradicionales y las emergentes; aunque en julio de 2014 la Generalitat Catalana interpuso una demanda dirigida a Airbnb, la primera en Europa, puesto que todos los alojamientos turísticos tenían que estar inscritos en el Registro de Turismo de

Cataluña, requisito que no cumplían viviendas que estaban inscritas en la plataforma, al igual que ofrecían habitaciones en domicilios particulares, lo cual está prohibido por la normativa catalana (Pellices, 2014). Con motivo de ello se llegó a una solución en 2015 cuando el Consejero de empresas dictó una normativa en la cual se establecían unas condiciones con el fin de que se garantizara el entorno jurídico.

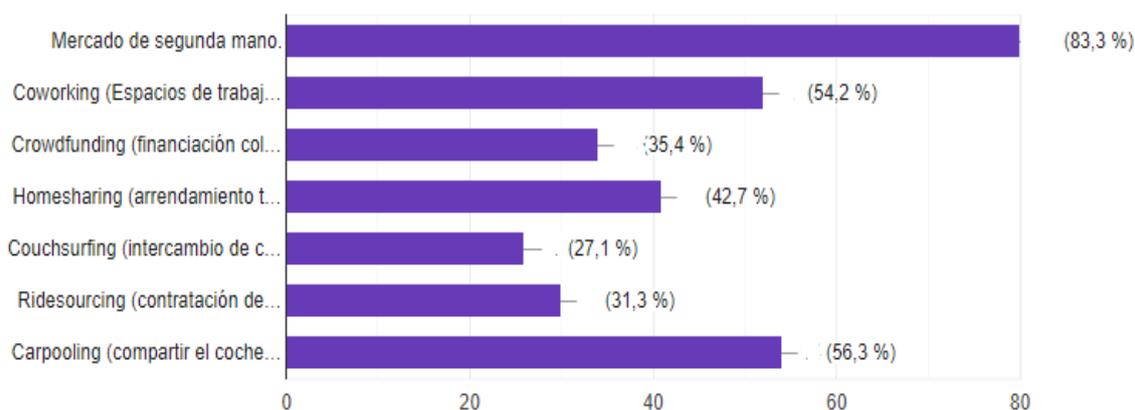
2.1. ESTUDIO SOBRE LA ECONOMÍA COLABORATIVA EN ESPAÑA

Con el fin de obtener la información necesaria sobre el conocimiento y la práctica de este nuevo modelo económico en España, se ha elaborado un estudio a través de un pequeño cuestionario que nos permitiese estudiar más tarde dichos resultados.

Si a la población española le hablamos de Economía Colaborativa propiamente dicha, podemos apreciar que, en un principio, no saben lo que es, aunque en muchas ocasiones lo estén practicado. Resultado de ello es que más del 50% de los encuestados no saben cuál es el termino científico si no que lo conocen de forma coloquial.

Figura 4

Modalidades de Economía Colaborativa



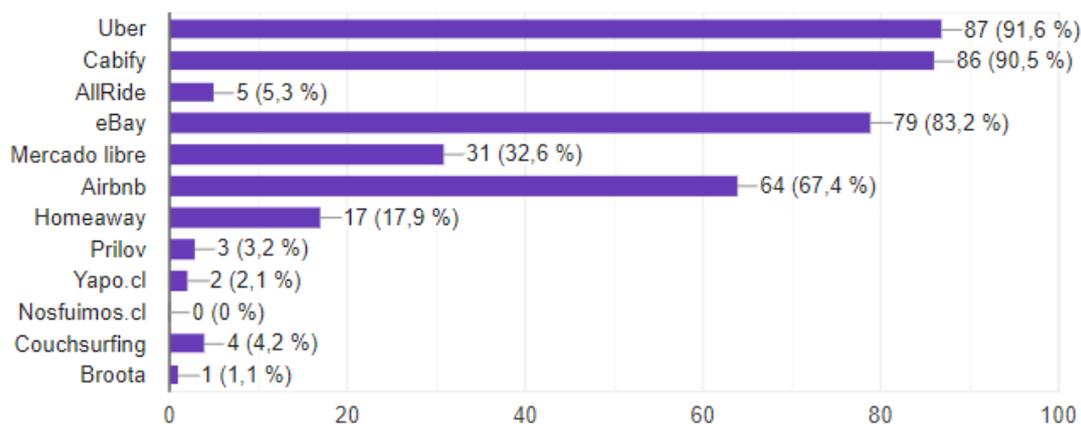
Fuente: elaboración propia a partir del cuestionario realizado.

Como podemos ver en la figura 3, la mayoría de las modalidades de Economía Colaborativa son conocidas en mayor o menor medida por la población española, estando en primer lugar el mercado de segunda mano y a la cola el Couchsurfing.

A la hora de la práctica, los conocimientos cambian, como podemos observar en la figura 4, las plataformas o aplicaciones más conocidas y utilizadas por la población son las relacionadas con el Ridesourcing (contratación de un viaje en automóvil a una tercera persona a través de una aplicación de internet) Uber y Cabify lideran el ranking, seguidos de Ebay y Airbnb, siendo estas también aplicaciones muy conocidas.

Figura 5.

Plataformas y aplicaciones más conocidas



Fuente: elaboración propia a partir del cuestionario realizado.

El objetivo de este modelo económico es la sostenibilidad medioambiental y el ahorro. Según el estudio realizado la población se centra mucho en el ahorro, ya que gran parte de los encuestados que utilizan las aplicaciones y plataformas son jóvenes menores de 45 años; con una renta anual neta inferior a 15.000 €, lo que hace que, para llevar una vida lo más sociable posible, tengas que recurrir a estas aplicaciones, sobre todo buscando promociones y ofertas. Así pues, el objetivo de la sostenibilidad medio ambiental se queda en último plano, ya que la gente no lo entiende como un motivo para practicar este nuevo modelo de negocio.

Sin embargo, también hay parte de la población que sigue el modelo tradicional, pues le falta confianza y seguridad para utilizar dichas aplicaciones o plataformas, aunque el desconocimiento es algo muy importante sobre todo en el ámbito rural y para la población más envejecida.

Este estudio nos ha permitido llegar a la conclusión de que los sectores en los que se utiliza más esta modalidad de economía son el transporte y el turismo, centrándonos a continuación en BlaBlaCar, una de las plataformas más importantes dentro del sector del transporte y, dentro del sector turístico o de alojamientos, Airbnb.

CAPÍTULO 3: LA ECONOMÍA COLABORATIVA EN EL SECTOR DEL TRANSPORTE

Capítulo 3

Este sector es uno de los más afectados con la aparición de la Economía Colaborativa, especialmente el sector del taxi y el autobús, haciéndoles perder grandes cuotas de mercado; ya que la población demanda los nuevos servicios de transporte como son Uber y Cabify para trayectos cortos y BlaBlaCar para trayectos largos. A raíz de que la sociedad se ha dado cuenta de que los vehículos tienen un valor muy elevado y no se obtiene el rendimiento esperado han empezado a surgir este tipo de plataformas de las que venimos hablando hasta el momento.

Dado que en ocasiones no podemos permitirnos hacer viajes largos dejando plazas libres, la persona que decide viajar pone un anuncio del trayecto que va a realizar y de esta manera los gastos son compartidos, término conocido como carpooling. También existe otra modalidad llamada car sharing, donde los titulares de los vehículos se plantean el alquiler de estos en los momentos en los que el vehículo no lo utilizan.

En lo que a carpooling se refiere, destacar que ha llegado a nosotros de la mano de las nuevas tecnologías y, principalmente, de plataformas en línea, permitiendo que se satisfagan las necesidades de forma colectiva. Es decir, los interesados en hacer ese viaje pueden acompañarle mientras existan plazas disponibles. No obstante, no ha sido un camino fácil desarrollar estos negocios, ya que sectores como los taxis y los autobuses han sufrido consecuencias notables como hemos hablado anteriormente, encabezando protestas que llegan a la esfera judicial, alegando que los conductores carecían de autorización administrativa que la Ley de Ordenación de los Transportes Terrestres exige a todos aquellos conductores que desarrollen una actividad de transporte público de viajeros.

3.1. BLABLACAR

Merece una consideración más detallada el caso de BlaBlaCar, siendo una de las plataformas más conocidas y utilizadas dentro del sector del transporte. BlaBlaCar se define como la comunidad de viajes comunitarias líder en todo el mundo que permite que más de 90 millones de usuarios se desplacen en 22 mercados diferentes. Este servicio permite sacar partido a la tecnología para llenar las plazas que quedan vacías en los viajes, poner en contacto a quienes quieren compartir coche o viajar en autobús y conseguir que los viajes sean más asequibles, prácticos e interesantes. La red de movilidad permite ahorrar 1,6 millones de toneladas de emisiones de CO₂ al año y genera 120 millones de conexiones entre personas de forma anual.

Figura 6.

Lugares en los que se emplea BlaBlaCar.



Fuente: Ara Rodríguez (2021).

LA ECONOMÍA COLABORATIVA EN EL SECTOR DEL TRANSPORTE

Todo surge a raíz de que uno de sus creadores, Frédéric Mazzella (fundador y presidente de BlaBlaCar) una noche de navidad de 2003 al volver a su domicilio para estar con su familia, se encontrase en la situación de que no tenía vehículo propio para desplazarse y el transporte público estaba lleno. Fue entonces cuando tuvo la brillante idea que gran parte de los coches que viajaban tenían plazas vacías y de alguna manera podían ser una nueva red de viaje. Con el paso del tiempo se unió a Nicolas Brusson (director ejecutivo) y Francis Nappéz (asesor tecnológico del director ejecutivo), con los que creó esta nueva empresa, convirtiéndose en plataforma líder en viajes compartiendo vehículo.

Figura 7.

Cronología de su expansión internacional



Fuente: Elaboración propia a partir de datos recopilados de la plataforma de BlaBlaCar.

Los prestadores de este servicio serán particulares, los cuales ponen a disposición de los usuarios su vehículo propio. No requieren autorización ya que el servicio prestado es sin ánimo de lucro, el único objetivo es la reducción de gastos.

La utilización de su aplicación es la siguiente: el conductor publica sus asientos libres en la web, especificando en el anuncio el trayecto y el precio de cada plaza y tramo (generalmente trayectos interurbanos, característica que le diferencia del servicio Uber). Con la función de reserva online, el pasajero puede contactar con el conductor a través de su sistema de mensajería. El pago del trayecto efectuado se hará mediante tarjeta de crédito, todo ello de forma digital antes de la realización del viaje.

Con respecto al precio del viaje, la plataforma deja al conductor la libre elección a la hora de fijarlo, no siendo negociable y teniendo que ser igual para todos los pasajeros, teniendo en cuenta el techo impuesto por BlaBlaCar, el cual aseguró que los costes estén bien distribuidos y no haya beneficios para el conductor.

Capítulo 3

Esta plataforma, al igual que Uber, no iba a tener la suerte de evolucionar sin trabas, habiendo tenido procedimientos judiciales. En el año 2015⁸, la patronal de autobuses Confebus les llevó a los juzgados acusándoles de competencia desleal, con el fin de prohibir cautelarmente su actividad, siendo el primer país que se enfrenta a una demanda. Entiende que intermedia en un servicio profesional de transportes de viajeros, actividad para la que no cuenta con licencia, ya que fija las condiciones del servicio y cobra una comisión por trayecto, al igual que los conductores que se lucran con el desplazamiento pues cualquier ingreso que reciben genera un beneficio, y según se van añadiendo pasajeros los ingresos son superiores llegando a superar los gastos de desplazamiento.

De igual manera, la demanda considera que las demandadas realizan una actividad de mediación en el transporte que precisa ser titular de autorización administrativa y habilitación específica al amparo de lo dispuesto en los artículos 22 y 53 LOTT⁹.

En cuanto a los conductores, señala que "además de no existir control verdadero por las codemandadas sobre la prestación que realizan, no debemos olvidar el artículo 101.a) LOTT, así como, el artículo 156.1 ROTT". (p. 2)

Como respuesta a ello, BlaBlaCar reaccionó diciendo que no es una empresa que se dedique al transporte, sino que es una red social que conecta personas que van a hacer el mismo viaje compartiendo únicamente los gastos, sin ánimo de lucro.

La sentencia dictada por el juzgado de los mercantil resultó desestimatoria, señalando lo siguiente respecto a la plataforma de BlaBlaCar:

[...] realiza una actividad ajena a la regulada en la LOTT, pues poner en contacto a particulares con más o menos requisitos, con un control de pagos, con una crítica de las personas intervinientes sobre retrasos o sobre la calidad de otros servicios no es una actividad sujeta a la LOTT. La plataforma "BlaBlaCar" no se ha generado para organizar el transporte sino para poner en contacto a particulares que quieren realizar un viaje juntos y compartir determinados gastos del trayecto, y para dar calidad al servicio de contacto ha puesto unos márgenes y unos límites y un formato de actuación, que en modo alguno es obligatorio para quienes lo usan o para quienes prestan una plaza en su coche para realizar el trayecto. Son particulares que a su cuenta y riesgo se ofrecen a la plataforma buscando a personas que tengan interés en realizar ese mismo viaje y pagar, no en el sentido de pagar un canon o un servicio, sino de pagar el coste de un viaje. (p.4)

⁸ Juzgado de lo Mercantil nº 2 de Madrid, SENTENCIA nº 86/2019.

⁹ BOE. núm. 182, de 31/07/1987 Ley de Ordenación de Transporte

CAPÍTULO 4: LA ECONOMÍA COLABORATIVA EN EL SECTOR DEL TURISMO

De manera similar a lo acontecido con el sector del transporte nos encontramos con otro sector muy importante dentro del modelo de mercado de Economía Colaborativa: el sector del alojamiento, el cual permite intercambiar propiedades de segunda ocupación, las cuales están ocupadas durante un periodo mínimo de tiempo por los propietarios o en ocasiones no son ocupadas.

El couchsurfing, servicio global de intercambio de alojamientos compartido, permite que cualquier persona registrada en el servicio web pueda alojarse en viviendas de otros usuarios, haciendo posible que las personas viajen de una manera diferente y económica. Este servicio, en sus inicios, prestaba alojamiento compartido de forma gratuita.

Con el paso del tiempo se está viendo que, de forma bastante generalizada, el crecimiento de estas plataformas nos está llevando a una importante oportunidad de negocio. Al tener una vivienda cerrada o infrautilizada nos damos cuenta de que de esta manera se puede sacar un beneficio o, por lo menos, una ayuda para pagar los gastos impuestos.

4.1. REQUISITOS GENERALES DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO EN LA MODALIDAD DE APARTAMENTOS TURÍSTICOS

Entre los requisitos generales que se deben cumplir para desarrollar la actividad de vivienda de uso turístico definidos en los artículos del 9 al 15 del Decreto 17/2015, de 26 de febrero de los apartamentos de uso turístico, destacamos son los siguientes:

- Todos los establecimientos de alojamiento en la modalidad de apartamentos turísticos, con independencia de su categoría, deben cumplir los requisitos que se relacionan en el presente Capítulo.
 - Dormitorios con ventilación directa al exterior o pario de luces. Este último con unas dimensiones mínimas 4x4 metros. Dichos dormitorios deban estar bien equipados.
 - Baños con ventilación directa o forzada que garantice la suficiente regeneración del aire, bien equipados y con bañera o ducha antideslizante.
 - Salones comedores, deberán contar con una mesa de dimensiones adecuadas al número de plazas de la unidad de alojamiento al igual que el número de sillas, siendo igual o superior.
Se podrá construir con un espacio común con la cocina siempre y cuando cumpla los requisitos establecidos en el artículo 18. Superficie de los distintos espacios de la unidad de alojamiento.
 - Cocina con ventilación directa y contando con: frigorífico, cocina convencional, horno integrado en la cocina o separado, microondas, campana extractora de humos, lavadora, fregadero, armarios, cubo basura, y elementos de menaje (cubertería, vajilla, cristalería, batería de cocina) suficiente en relación con la capacidad en plazas de la unidad de alojamiento, debiendo contar, además con las instrucciones de funcionamiento de los electrodomésticos.
 - Servicios comunes con los que deberán contar todas las unidades de alojamiento, con independencia de su categoría, son:
 - a) Agua caliente y fría permanente apta para el consumo humano.
 - b) Suministro de agua potable.

- c) Suministro eléctrico adecuado y suficiente.
 - d) Calefacción.
 - e) Suministro de combustible necesario, en su caso, para procurar el correcto funcionamiento de todos los servicios.
 - f) Limpieza y cambio de ropa de cama y baño.
 - g) Recogida de basuras, debiendo asegurarse su diaria recogida en caso de no existir algún sistema de eliminación.
 - h) Conservación y reparación de las instalaciones y equipamiento.
 - i) Cunas, cuando sean requeridas por el turista.
- o Servicios complementarios serán ofrecidos de forma voluntaria a los usuarios.

4.2. REQUISITOS PARA LA CATEGORIZACIÓN DE LOS APARTAMENTOS DE USO TURÍSTICOS

Estos apartamentos deben de cumplir unos requisitos a la hora de su categorización, estando descritos en los artículos comprendidos entre el 16 y el 18 del Decreto 17/2015, de 26 de febrero, por el que se regulan los establecimientos de alojamiento en la modalidad de apartamentos turísticos en la Comunidad de Castilla y León.

En función de la categoría, los equipamientos, los servicios y la superficie de cada espacio, se les puede categorizar dependiendo si son apartamentos de lujo, de primera, segunda o de tercera categoría.

Tabla 3.

Equipamiento y servicios

CATEGORIA	LUJO	PRIMERA	SEGUNDA	TERCERA
Climatización	Si, en todas las unidades alojamiento y zonas de uso común	Si, en todas las zonas de uso común	No	No
Mando independiente para regular el funcionamiento de la climatización en las unidades de alojamiento	Si	No	No	No
Vestíbulo/Recepción en bloque de apartamentos	Si	Si	Si, en el caso de más de 10 unidades de alojamiento	Si, en caso de más de 15 unidades de alojamiento

Vestíbulo/Recepción en conjuntos de apartamentos	Si, en el caso de más de 10 unidades de alojamiento	SI, en el caso de 15 unidades de alojamiento	SI, en el caso de 20 unidades de alojamiento	SI, en el caso de 30 unidades de alojamiento
Escalera y salida de servicio. *	Si	Si	SI, salvo que cuenten con menos de 10 unidades de alojamiento distribuidas en planta baja más dos.	SI, salvo que cuenten con menos de 15 unidades de alojamiento o distribuidas en planta baja más dos
* En el caso de conjuntos de Lujo y Primera cuyas unidades de alojamiento se encuentran ubicadas en distintos edificios se exigirá en cada uno de los edificios la escalera y salida de servicio propia.				
Ascensores en edificios (B+ n° de plantas)	B+1	B+1	B+2	B+2
Aparcamiento para uso exclusivo del turista en el mismo edificio o en otro a una distancia de 100 metros máximo. *	N° plazas igual al 40% unidades de alojamiento.	N° plazas igual al 35% unidades de alojamiento	No	No
*En el caso de conjuntos de Lujo y Primera, cada uno de los edificios o emplazamientos en los que se ubiquen las unidades de alojamiento deberán contar con aparcamiento para uso exclusivo del turista o bien disponer del aparcamiento en otro edificio o emplazamiento a una distancia máxima de 100 metros.				
Servicios telemáticos y comunicaciones	Conexión telefónica con el exterior e internet en cada unidad de alojamiento	Conexión telefónica con el exterior e internet en cada unidad de alojamiento	Conexión telefónica con el exterior e internet en las zonas comunes de las unidades de alojamiento	Conexión telefónica con el exterior e internet en las zonas comunes de las unidades de alojamiento

LA ECONOMÍA COLABORATIVA EN EL SECTOR DEL TURISMO

Entrada diferenciada para turistas y personal de servicio	Si	No	No	No
Cambio de ropa de cama y baño	Diaria	Cada 2 días	Cada 4 días	Cada 4 días
Nº de cuartos de baño por nº plazas	1 por cada 4 plazas	1 por cada 5 plazas	1 por cada 5 plazas	1 por cada 6 plazas
Equipamiento adicional del cuarto de baño	Bañera, espejo de aumento con luz propia, y ropa de baño 100% algodón o lino	Bañera, espejo de aumento con luz propia, y ropa de baño 100% algodón o lino	No	No
* En el caso de disponer de más de un cuarto de baño la bañera solo será exigible en uno de ellos				
Equipamiento adicional de la cocina	Lavavajillas, plancha eléctrica y tabla planchado batidora, cafetera, tostadora y exprimidor.	Lavavajillas, plancha eléctrica y tabla de planchado y al menos tres de los siguientes pequeños electrodomésticos: batidora, cafetera, tostadora y exprimidor	Plancha eléctrica y tabla planchado y al menos dos de los siguientes pequeños electrodomésticos: batidora, cafetera, tostadora y exprimidor	No
Salón social	Si	Si	No	No
Servicios sanitarios generales	Si	No	No	No

Fuente: elaboración propia a partir de BOE 27 de febrero de 2105

Tabla 4.

Superficie

CATERGORIA	DE LUJO	PRIMERA	SEGUNDA	TERCERA
Dormitorio doble	14m	13m	11m	10m
Dormitorio individual	9m	8m	7m	7m
Salón-comedor	16m	14m	12m	10m

Por cada plaza adicional, se incrementará la superficie del salón-comedor en 1,5 m² La capacidad del dormitorio se puede incrementar con camas fijas si cuenta con una superficie mínima de 4 m² por plaza adicional				
Cocina	8m	7m	5m	4m
Superficie cuarto de baño	5m	4,5m	4m	3,5m

Fuente: elaboración propia a partir de BOE 27 de febrero de 2105

4.4 AIRBNB

Por último, con relación al sector del turismo, está la plataforma Airbnb, la cual nace en 2007 a raíz de que dos de los fundadores, Brian y Joe, a causa de que se celebraba una conferencia de diseño y todos los hoteles estuvieran llenos, decidieran poner tres camas hinchables en su piso y que allí se pudieran alojar tres huéspedes, haciendo de su apartamento un Airbed & Breakfast; nombre que presentan oficialmente en marzo de 2008 en el evento South by Southwest, donde consiguen dos reservas. En 2008 lanzan el sitio web, justo antes de la Convención Nacional Demócrata, de la cual salen con 80 personas que reservan una habitación, al igual que lanzan la plataforma de pagos a medida, la cual, en 2019, llega a procesar alrededor de 70.000 millones de dólares en transacciones entre huéspedes y anfitriones en más de 40 monedas. En marzo de 2009 pasa de llamarse Airbed & Breakfast a Airbnb y empiezan a ampliar su mercado, pasando de ofrecer solo habitaciones a apartamentos, alojamientos enteros y alquileres vacacionales. En noviembre de ese mismo año lanzan la aplicación y reserva inmediata desde donde se pueden realizar todos los tramites de reserva y contacto con el anfitrión.

De ese tiempo hasta ahora esta plataforma de turismo ha crecido exponencialmente, contado actualmente con 4 millones de anfitriones que comparten sus alojamientos con más de 1.000 millones de viajeros distribuidos por gran parte del mundo, con el objetivo de crear conexión entre el anfitrión y el huésped. En España es la plataforma de turismo que más cuota de mercado tiene, aunque en marzo de 2020, a consecuencia de la crisis sanitaria sufrida, el negocio se redujo cerca de 80%.

A consecuencia de la Covid-19 su negocio tuvo que renovarse, pues se redujo en un 80%, lo que les hizo pensar. Fue así como crearon un programa de alojamientos en el cual hacían que los profesionales sanitarios y el personal emergente pudieran encontrar alojamiento seguro, sacando más tarde las experiencias Online como solución a las pérdidas que estaban sufriendo los anfitriones, ya que algunos de ellos perdieron todos sus ingresos al dedicarse casi exclusivamente al alquiler de sus viviendas. Según iba evolucionado la pandemia iban desarrollando nuevas ideas de negocio, presentando en junio de 2020, fecha en la cual se podía empezar a salir, el Protocolo de Limpieza Avanzada, método que hacía que los huéspedes se alojaran con mayor confianza.

Un evento que destacar es la salida a Bolsa de la empresa, la cual ocurre en diciembre de 2020, inmersos en un periodo de crisis, lo cual hizo que mucha gente lo cuestionase.

A 31 de diciembre de 2021 contaba con más de 6 millones de anuncio activos en todo el mundo, 100.000 localidades con anuncios activos en Airbnb, más de 9.000\$ de media en ingresos anuales por anfitrión en EE.UU. A 30 de junio de 2021, contaba con más de 220 país y regiones con anuncios presentes en Airbnb y más de 4 millones de anfitriones. Más

LA ECONOMÍA COLABORATIVA EN EL SECTOR DEL TURISMO

recientemente, en febrero de 2022, contaban con más de 150.000 millones de dólares desde sus inicios.

Concluimos este capítulo haciendo especial mención de la gran repercusión que han tenido ese tipo de plataformas en la sociedad del actual como repercusión de las mejoras tecnológicas que venimos sufriendo y la importancia que ha tenido la situación de crisis que atravesamos en el país desde años atrás, permitiendo a las personas ofrecer este tipo de servicios a la comunidad con un coste menor a lo que venía siendo la economía tradicional.

CONCLUSIONES

Una vez estudiados más en profundidad algunos de los aspectos relevantes de la Economía Colaborativa, es momento de hacer referencia a las conclusiones obtenidas sobre el mismo. Así pues, la elaboración del presente trabajo tiene como objeto de estudio una nueva modalidad de economía que muestra un incremento notable durante los últimos años.

La primera de estas conclusiones se refiere a que la Economía Colaborativa no es una modalidad tan actual como considera parte de la población, pues ya se utilizaba desde años pasados como por ejemplo con la aparición del trueque; sino que más bien lo innovador es el término propiamente dicho.

Respecto a la segunda, hacemos referencia a la evolución sufrida desde el hiperconsumismo hasta el tema que nos concierne, la Economía Colaborativa; cuyo auge tuvo lugar a partir de la crisis de 2008, generando un incremento del desempleo de forma notable, lo cual tuvo consecuencias como son un menor nivel adquisitivo. Esto provocó un consumo más controlado a la vez que un interés por los precios, lo cual repercutió en gran medida sobre la población joven del país, ya que son estos quienes obtienen salarios más bajos en comparación con otra parte de la sociedad.

La tercera, alude a la crisis sanitaria provocada por el Covid-19, generando que aquellos sectores referidos a la Economía Colaborativa, en especial el turismo y el transporte, hayan padecido un aumento notable de los usuarios, ya que previo a este periodo gran parte de la población prefería viajar sin compartir sus servicios con otras personas, lo cual hizo que empresas como son los hoteles estuvieran en auge en estos tiempo y, tras la crisis sanitaria, hayan sufrido un descenso en contraposición a los sectores de Economía Colaborativa

Asimismo, la cuarta, podría estar vinculada con la primera. Sin embargo, esta conclusión apunta al desconocimiento que tiene gran parte de la sociedad acerca del término; aunque son estas mismas personas quienes hacen un uso usual de aplicaciones o plataformas que se refieren a este término con el fin de obtener los servicios que nos prestan.

Por último, destacamos la quinta conclusión, la cual se ocupa de la evolución que ha tenido este término en el mercado actual. Es importante destacar que, a pesar del auge actual, el crecimiento de este tipo de economía no ha sido del todo sencillo, ya que la economía tradicional a la que estábamos acostumbrados ha supuesto diferentes trabas para el crecimiento de esta nueva modalidad económica

Finalizamos el presente escrito resaltando la importancia que tiene el término base de todo el trabajo, la Economía Colaborativa; así como los beneficios que ofrece a la comunidad y los efectos que está provocando en parte de la población (sobre todo en los más jóvenes), quienes mantienen gran relación con este tipo de economía a la hora de buscar los servicios ofertados por esta modalidad económica, cada vez más comunes en pleno siglo XX

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

PRENSA / NOTICIAS ECONÓMICAS:

- Maria Jose, V. (2021) “El boom de los pisos turísticos deja sin vivienda a trabajadores de la hostelería y las estaciones de esquí” Periódico Heraldo de aragon. <https://www.heraldo.es/noticias/aragon/huesca/2021/11/14/el-boom-de-los-pisos-turisticos-deja-sin-vivienda-a-trabajadores-de-la-hosteleria-y-las-estaciones-de-esqui-1533523.html>
- Muñoz.R y Abellan. L.(2017) “La justicia europea falla contra Uber y le obliga a operar con licencia”, El país. https://elpais.com/economia/2017/12/20/actualidad/1513755526_225314.html
- Adrian, E. (2020) “Crisis de 2008: qué ocurrió y como se resolvió es “crack” financiero” Revista GQ <https://www.revistagq.com/noticias/articulo/crisis-2008-que-ocurrio-como-se-resolvio-crack-financiero>
- Máynez. G y Gutierrez, M.(2016) “El surgimiento de la Economía Colaborativa, El Economista <https://www.economista.com.mx/opinion/El-surgimiento-de-la-economia-colaborativa-20160321-0005.html>
- Álvaro Z. (2017) “La Economía Colaborativa factura 484.000 millones de 225, según el PwC”, La Vanguardia <https://www.lavanguardia.com/vida/20171116/432925782620/la-economia-colaborativa-facturara-484000-millones-en-2025-segun-pwc.html>
- M. prieto. (2015) “Arranca el proceso judicial de Confebus contra BlaBlaCar” Expansion <https://www.expansion.com/empresas/2015/10/01/560ccd3c46163f0a688b456c.html>
- Pablo, J. M. (2016) “Consumo Colaborativo en España: Experiencias relativas y retos de futuro”, Revista CESCO de Derechos de consumo
- Cañigual, A. (2014) “Consumo Colaborativa, El futuro nunca estuvo tan transparente” Leaners Magazine, nº5
- Cañigual, A (2016) “Hacia una Economía Colaborativa (responsable)” Oikonomics, Revista de economía empresarial y sociedad
- Alfonso Sánchez, R (2016) “Economía Colaborativa: un nuevo mercado para la economía social” CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y cooperativa, nº88, pp 230-258
- Rodriguez, J. M., Alonso, M. M., Rubio, L, Celemin, M. S. (2016) “La Economía colaborativa. Una aproximación al turismo colaborativo en España” CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa, nº 88, pp. 259-283.
- López, D. (2017) “La crisis del petróleo” <https://economipedia.com/definiciones/crisis-del-petroleo-1973.html>
- Pizarro, J (2020) Cushma & Waskefield apuntan que los espacios de trabajos flexibles afrontan la crisis con más despachos, ubicaciones más céntricas y eventos virtuales” <https://www.cushmanwakefield.com/es-es/spain/news/2020/11/estudio-de-espacios-flexibles>
- Irigary, J (2022) “Económica colaborativa: que es, beneficios e inconvenientes” EAE Business School. <https://retos-directivos.eae.es/que-es-la-economia-colaborativa-y-cuales-son-sus-beneficios/>
- Diaz. E “La Economía colaborava en españ” IG

- Vallecas VA. (2017) “Vaciamos los trasteros: Mercadillo de trueque, artesanía y segunda mano. Vallecas VA
- Llamas. M (2016) “La Economía Volaborativa, en grandes cifras” Libre Mercado <https://www.libremercado.com/2016-03-26/la-economia-colaborativa-en-grandes-cifras-1276570467/>

PÁGINAS WEB

- BlaBlaCar <https://www.blablacar.es/> (Consulta 15/04/2022)
- Airbnb <https://www.airbnb.es/> (Consulta 10/04/2022)
- Radio Televisión española: <https://www.rtve.es/noticias/20170610/taxi-pie-guerra-claves-del-conflicto-uber-cabify/1561725.shtml> (Consulta 10/02/2022)
- Centro Nacional de los Mercados y la Competencia <https://www.cnmc.es/sobre-la-cnmc/que-es-la-cnmc>
- Uber <https://www.uber.com/es/es-es/about/> (Consulta 07/02/2022)
- BBVA <https://www.bbva.com/es/la-economia-en-la-historia-una-mirada-al-pasado-una-vision-de-futuro/> (Consulta 5/12/2021)
- PwC: <https://www.pwc.es/es/publicaciones/digital/evaluacion-economia-colaborativa-europa>. (Consulta 10/04/2022)
- IG. <https://www.ig.com/es/estrategias-de-trading/sharing-economy---la-economia-colaborativa-en-espana---ig-es-190130> (Consulta 15/03/2022)

ESTUDIOS Y DOCUMENTOS:

- Disanzo, M., *Redes Peer to Peer y Tecnología JXTA*. Escuela de Ingeniería Electrónica. (2006)
- Ley 16/1987, de 30 de julio, de Ordenación de los Transportes Terrestres.
- BOE. núm. 182, de 31/07/1987 Ley de Ordenación de Transporte
- Juzgado de lo Mercantil nº 2 de Madrid, SENTENCIA nº 86/2019.
- Sentencia del Tribunal de Justicia (Gran Sala) de 20 de diciembre de 2017
- BOCYL n.º 40 27-febrero-2015, consejería de cultura y turismo
- Juzgado de lo Mercantil N.º. 2 de Madrid, Auto de 9 Dic. 2014, Rec. 707/2014
- SAP M 1255/2019 - ECLI:ES:APM:2019:1255 - Poder Judicial, Audiencia provincial de Madrid