



Facultad de  
Empresa y Gestión  
Pública - Huesca  
**Universidad Zaragoza**

# **Trabajo Fin de Máster**

**Los efectos positivos de la economía  
colaborativa en el turismo sostenible**

**Autor: Huan Xia**

**Directora: Victoria Sanagustín**

**Máster universitario en  
La planificación y gestión del turismo**

**Facultad de Empresa y Gestión Pública**

**Septiembre de 2016**

## Índice

<b>1. El fondo y la importancia.....</b>	<b>4</b>
<b>2. Situación actual de la investigación.....</b>	<b>7</b>
2.1. <i>Efectos de la economía colaborativa en el turismo en el ámbito mundial .....</i>	7
2.2. <i>Tendencia del desarrollo del turismo en la época de la economía colaborativa.....</i>	17
<b>3. Objetivos.....</b>	<b>19</b>
<b>4. Metodología de la investigación.....</b>	<b>19</b>
4.1. <i>Recogida y obtención de la información .....</i>	20
4.2. <i>Análisis documental .....</i>	20
<b>5. Contenido de la investigación .....</b>	<b>20</b>
5.1. <i>El desarrollo sostenible .....</i>	20
5.1.1. <i>El fondo del desarrollo sostenible .....</i>	20
5.1.2. <i>La definición del desarrollo sostenible.....</i>	22
5.1.3. <i>Las características del desarrollo sostenible.....</i>	22
5.2. <i>El turismo sostenible .....</i>	23
5.2.1. <i>El concepto del turismo sostenible .....</i>	23
5.2.2. <i>Estrategias para el turismo sostenible .....</i>	24
5.3. <i>Sobre la economía colaborativa.....</i>	27
5.3.1. <i>Los requisitos de la generación de la economía colaborativa.....</i>	27
5.3.2. <i>Definición de la economía colaborativa .....</i>	28
5.3.3. <i>Clasificación de la economía colaborativa .....</i>	30
5.3.4. <i>Ventajas de la economía colaborativa.....</i>	30
5.3.5. <i>Desventajas de la economía colaborativa .....</i>	32
5.4. <i>Comparación entre la Economía Colaborativa y Turismo Sostenible.....</i>	32
5.4.1. <i>Comparación entre alojamientos turísticos y los de la economía colaborativa .....</i>	33
5.4.2. <i>Comparación entre empresas de restauración y las de la economía colaborativa .....</i>	36
5.4.3. <i>La comparación entre transportes turísticos y los de la economía colaborativa .....</i>	37
5.4.4. <i>La comparación entre operadores turísticos con los de la economía colaborativa .....</i>	38
<b>6. Discusión.....</b>	<b>40</b>
6.1. <i>La relación entre la economía colaborativa y el turismo sostenible .....</i>	40
6.2. <i>Los elementos positivos de la economía colaborativa al turismo sostenible y las medidas</i>	

<i>impulsoras</i> .....	41
6.2.1. Los elementos positivos de la econom ía colaborativa a la sostenibilidad ecol ógica tur ítica y las medidas impulsoras.....	42
6.2.2. Los elementos positivos de la econom ía colaborativa a la sostenibilidad econ ómica tur ítica y las medidas impulsoras .....	43
6.2.3. Los elementos positivos de la econom ía colaborativa a la sostenibilidad sociocultural tur ítica y las medidas impulsoras.....	45
<i>6.3. Los impactos negativos de la econom ía colaborativa al turismo sostenible y las medidas para evitarlos</i> .....	48
<b>7. Conclusi ón</b> .....	<b>49</b>
<b>8. Bibliograf ía</b> .....	<b>51</b>

Tabla 1: Caracter ísticas del turismo de masas y del turismo alternativo.....24

## 1. El fondo y la importancia

Actualmente, bajo la tendencia de la Globalización económica y el uso de las Tecnologías de la Información y la comunicación, un nuevo modelo económico que abarca casi todas las industrias se desarrolla a un ritmo acelerado. Este modelo se llama economía colaborativa o *Sharing Economy* (en Inglés), y es tan popular entre nosotros con empresas como: Airbnb, Uber, Zipcar, BlaBlacar, Home Exchange, Homejoy, EatWith, DiDi, XiaoZhu Alquiler, etc. En nuestra época, la economía colaborativa está distribuida por todo el mundo, por ejemplo, los servicios de Airbnb han cubierto más de 190 países y regiones, Uber ha entrado en otros 68 países y regiones. Generalmente, la economía colaborativa está presente en muchos países, entre los cuales, Estados Unidos, UK, Australia, Corea, UE y China han mostrado su apoyo a este nuevo modelo (Zhang Xiaorong, 2016).

La economía colaborativa, un modelo incipiente, todavía no ha tenido una definición uniforme de la industria o de la academia. En los últimos años, los expertos han usado varias palabras para definir este fenómeno económico, por ejemplo, la economía colaborativa, Economía P2P, Economía Gig, Access Economy, Economía Colaborativa. Pero con cualquier tipo de denominación, la economía colaborativa debe contar con 5 elementos principales: 1. Entidad colaborativa: individuo o grupo que ofrece los productos o servicios libres. 2. Objeto compartido: individuo o grupo que necesita los productos o servicios libres. 3. Contenido compartido: servicios basados en compartir o alquilar; circulación basada en los productos de segunda mano; Manera de vida colaborativa basada en compartir bienes o habilidades. 4. Plataforma colaborativa: Plataforma comercial basada en el apoyo técnico de Internet, puede solucionar el problema de la asimetría de información, aumentar la eficiencia del negocio y bajar los costes. Además, el sistema de evaluación del crédito ha

disminuido el riesgo del negocio. 5. Efectos compartidos: en comparación con el modelo tradicional, la economía colaborativa puede ofrecer a ambas partes beneficios sociales, excepto por los beneficios económicos (Nie Linlin, 2015).

El concepto de la economía colaborativa fue planteado hace mucho tiempo, pero su desarrollo vigoroso se ha realizado durante los últimos años. Eso se debe principalmente al desarrollo de las tecnologías informáticas, el impacto de las crisis económicas globales y la enorme brecha entre los ricos y los pobres bajo la globalización económica. Especialmente después de la crisis de 2008, la gente reconoce de que en esta época utilizar un producto sin poseerlo es más económico y aplicable que disponerlo. Es así como se comienza a buscar medidas para reducir costes y ganar dinero, así se ha ido alzando la economía colaborativa.

El turismo sostenible primero se planteó en los años 80 del siglo pasado. Según el Informe "Nuestro Mismo Futuro"; la OMT (Organización Mundial del Turismo) explicó el concepto del turismo sostenible como: "aquél que pretende satisfacer las necesidades de los turistas así como de los destinos turísticos, protegiendo e incrementando las oportunidades de futuro." Finalmente, la OMT definió el turismo sostenible: El Turismo Sostenible atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro. Se concibe como una vía hacia la gestión de todos los recursos que pueda satisfacer las necesidades económicas, sociales y éticas, respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida (Pérez de las Heras, 2004; Choque, 2015). Evidentemente, este concepto abarca los tres aspectos de la industria turística: economía, cultura y ecología, que son elementos indispensables para el turismo sostenible.

El turismo nació cuando la economía social se desarrolló hasta cierto punto, y en muchos países el turismo es un componente muy importante para la economía nacional. Siendo un sector sintético, el turismo favorece al desarrollo de muchos otros sectores relacionados, especialmente la economía regional (Zhang Zhijun, 2016). Pero esta industria también tiene elementos negativos: En primer lugar, durante estos años,

con el desarrollo de los transportes, el privilegio de viajar, que antes sólo pertenecía a pocas personas, se ha convertido en una actividad muy popular, por lo cual cada día hay más gente que viaja. Sin duda alguna eso va superando la capacidad de carga y agotando los recursos de los destinos turísticos. Si no se controla esta situación, en el futuro será posible que no tengamos ningún destino para viajar; En segundo lugar, el turismo tiene fragilidad, es decir, tiene estrecha relación con el clima, el precio, la localidad, la cantidad de recursos, el paisaje y la seguridad, y cualquier pequeño cambio de éstos podrá causar más efectos en el turismo que en otras industrias. En tercer lugar, el turismo cuesta más recursos que otras industrias, ya que puede generar cambios en el entorno ecológico y amenazar la biodiversidad. Para evitar estos efectos negativos es necesario insistir en el turismo sostenible (Mónica Pérez de las Heras, 2004).

El turismo sostenible no sólo puede ayudar a evitar los efectos negativos causados por el turismo, sino también favorecer el desarrollo equilibrado de ella a largo plazo. Durante las décadas anteriores, el desarrollo turístico tradicional de España dependía en alto nivel de la escala y cantidad, mientras tanto descuidaba la calidad y la sostenibilidad. Este modelo de desarrollo causaba muchos problemas en la industria, como la alta estacionalidad, alta presión turística en el destino anfitrión, explotación exorbitante de recursos naturales, y alta dependencia del turismo. En esta situación, un modelo sostenible será el más adecuado para el desarrollo turístico a largo plazo (Cuevas, 2012).

Últimamente, el modelo de la economía colaborativa ha penetrado en diversos sectores muy rápidamente. El turismo, como un sector sintético, que abarca varias industrias, inevitablemente ha sido afectado por ella. Con el "boom" de la economía colaborativa, muchas empresas turísticas tradicionales han sido obligadas a aceptar el modelo compartido (Nie Linlin, 2015). Los impactos de la economía colaborativa en el turismo se reflejan en cuatro pilares del turismo, que son alojamiento, comida, viaje y experiencia. La economía colaborativa está creciendo a un ritmo trepidante, y las plataformas colaborativas online han superado a las empresas más grandes de su propio sector en volumen anual de ventas, por ejemplo, la de Airbnb ha superado a

Marriot en el año 2015 (YiOu, 2015). La economía colaborativa sí que está mejorando nuestro mundo, por lo que generó una gran cantidad de PIB, por que creó muchos puestos de trabajo entre los habitantes, porque ahorró espacios para aparcar coches, por que mejoró la calidad del aire favoreciendo la protección del clima, etc (YangBo, 2105). Sin duda alguna, la economía colaborativa tiene una gran concordancia con el turismo sostenible en mejorar el nivel de vida de los habitantes, enriquecer la experiencia del viaje y proteger el medio ambiente del destino, cumpliendo los requisitos del turismo sostenible.

Así pues, basarse en la exploración del concepto de la economía colaborativa y la investigación de sus efectos positivos al turismo sostenible, aprovechar sus elementos positivos y evitar los negativos, tienen gran importancia para realizar el desarrollo sostenible del turismo. En este trabajo, precisamente, se expone la relación entre ambos procesos relacionados con un sector económico tan importante como es el Turismo, tal y como se ha ido señalando y se comprobará a lo largo de todo el estudio.

## **2. Situación actual de la investigación**

### **2.1. Efectos de la economía colaborativa en el turismo en el ámbito mundial**

Cuando hablamos de economía colaborativa, aquí se introduce la fórmula planteada por Robin Chase, la creadora de ZipCar:

La economía colaborativa = Capacidad excesiva + Plataforma colaborativa + Participación popular

En una explicación más popular, la economía colaborativa es una combinación de estos 2 elementos: los recursos sociales ociosos que no los necesitan de momento los proveedores y la participación popular (GongShi, 2015).

En otras palabras, el término de economía colaborativa o economía colaborativa es un sistema económico basado en el intercambio, alquiler, uso compartido, préstamo, reutilización, comercialización o donación de bienes y servicios usando plataformas

digitales para comunicarse entre las personas (Corona, 2015).

Durante estos años, el turismo ha entrado en la vida de cada persona. Existen varias definiciones del turismo, que han cambiado mucho con el tiempo. Aquí se opta por la de la OMT. Según la definición de La Organización Mundial del Turismo en el año 2001: El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a los de su entorno habitual, por un período inferior a un año, con fines de ocio, por negocio y otros motivos (OMT, 2005).

Para conocer bien la sostenibilidad, cabe introducir la definición de ella. La definición más aceptada del desarrollo sostenible es la siguiente:

El desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la habilidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades (Brundland, Our Common Future, 1987).

Durante los últimos años, el crecimiento explosivo de la economía colaborativa ha afectado fuertemente la industria turística. El surgimiento de la economía colaborativa ha cambiado la cadena industrial tradicional del turismo en un nuevo modelo, en el cual los proveedores de productos turísticos no sólo son las empresas, sino también los individuos que van aumentando cada día (YiOu, 2015).

La manera tradicional de turismo es así: Antes del viaje, los turistas van a una agencia a confirmar su destino y presupuesto, reservan el billete de avión, hoteles y otros servicios turísticos. Pero con el surgimiento de la economía colaborativa, estos modelos tradicionales han cambiado (Aerolatinews, 2016). La economía colaborativa está cambiando el turismo, especialmente los cuatro pilares suyos, "Alojamiento, comida, viaje y experiencia." Concretamente, en estos cuatro se ofrecen los servicios más personalizados, experiencias turísticas más amplias, medios más convenientes de comunicación y precios más económicos para los turistas (Nie Linlin, 2015).

**Primero Alojamiento:** Cuando se trata del alojamiento, cabe mencionar las plataformas colaborativas de casas, como Airbnb, Couchsurfing, Home Exchange, Homeaway, TuJia, XiaoZhu, etc. Los servicios de estas plataformas pueden satisfacer las necesidades de los clientes de buscar experiencias personalizadas, conocer a los habitantes y experimentar la cultura nativa. Aprovechando los recursos locales en el

destino, estas plataformas han roto el modelo tradicional de los hoteles. Con ellas, alojándose con un precio más económico, los turistas pueden incorporarse en la vida cotidiana de los habitantes.

Según una investigación de Airbnb, el líder de la plataforma del alojamiento compartido, los turistas que usan esta plataforma van a pasar un periodo más largo de tiempo en el destino, que durar á 5 días, mucho más que los que optan por hoteles, que durar á 2,8 días; además, los turistas que optan por Airbnb como alojamiento turístico van a gastar mucho más dinero en otras industrias turísticas, (978 dólares de Airbnb, y 669 dólares de hoteles). Eso favorece mucho la expansión del consumo local. Por otra parte, para los dueños de las casas, Airbnb ha ayudado a un 47% de ellos a pagar su hipoteca o alquiler, o incluso evitan perder sus casas en la crisis (CherLee, 2015). Todo esto demuestra que la economía colaborativa considerablemente promueve el desarrollo del turismo local.

Airbnb ha ganado una enorme cuota de mercado, y mucha gente está hablando de esta posibilidad (Robert Habeeb, 2014). En 2015, Airbnb, tiene un valor de 24 billones de dólares, supera uno de los magnates de cadenas hoteleras, Marriot, que tenía un valor de 21 billones de dólares (WuJiaMing, 2015). Actualmente, en Nueva York, el número de habitaciones que ofrece Airbnb representan el 17,2% de todas las habitaciones hoteleras de esta ciudad, en París representan el 11,9% de total, en Londres representa un 10,4%. En Estados Unidos, esta innovación de alojamientos afecta fuertemente a los hoteles tradicionales, unos de los cuales que reciben mayores impactos son los hoteles económicos y hoteles no-comerciales, que están bajo la presión de reducción de precios. Según una investigación de la Universidad de Boston, cada vez que las habitaciones alquiladas por Airbnb aumentan un 10%, los hoteles tradicionales en este estado van a perder un 0,35% de ingresos. En Austin del Estado Texas, donde Airbnb tiene su mayor cantidad de oferta, los ingresos de hoteles tradicionales disminuyeron en 13%. Además, para los grupos hoteleros, Airbnb es una gran amenaza (KuangShi, MeiLin, Fan Xinyue, Yang Aili, 2016). Pero para las empresas hoteleras tradicionales, Airbnb ya ha ejercido gran impacto, y en cierta medida, está socavando el negocio de hotelero. Pero el problema es que actualmente no podemos medir este impacto

(Robert Habeeb, 2014). En China, la economía colaborativa también va socavando cada día más los negocios de cadenas hoteleras económicas chinas, como RuJia, JinJiang, que son los líderes en su propio sector (China Valores, 2015). Bajo esta amenaza, algunas empresas hoteleras tradicionales empiezan a cambiar su estrategia, incluso algunas se están asociando a Airbnb.

A finales de 2015, Marriot cooperó con LiquidSpace, una empresa de economía colaborativa, para vender sus oficinas vacías a los empresarios a través de la plataforma. En el mismo año, La cadena hotelera Starwood cooperó con la plataforma de Desks Near Me en negocios similares.

Ascott, la cadena más grande del mundo de apartoteles, en 2015 cooperó con TuJia, una plataforma de alojamiento compartido, en ofrecer servicios para satisfacer las necesidades de las familias chinas de viajar o pasar vacaciones (XiaoYang, 2016).

Por otra parte, cuando los turistas usan plataformas de alojamiento compartido para reservar habitaciones, ellos no sólo se concentran en las habitaciones de precio bajo, sino también quieren buscar las experiencias personalizadas que las cadenas hoteleras no pueden ofrecer. Cuando se trata de estas dos condiciones, las habitaciones colaborativas tienen mayor competitividad que los tradicionales. Frente a esta fuerte competencia, los hoteles tradicionales han de llevar a cabo innovaciones en su servicio y domicilio (InnLink, 2016).

TuJia, que tiene el valor de 1 billón, es la plataforma más grande de alojamientos compartidos en China, y ahora ya posee 400.000 alojamientos, incluyendo pisos, villas, casas, etc. Diferente que otras plataformas colaborativas, TuJia ofrece servicios estandarizados similares a los hoteles, por ejemplo, servicios en el aeropuerto, alojamientos para los mascotas, sábanas, limpieza dentro de la habitación (WangYanbo, LiuXiaoting, 2016). Desde el éxito de TuiJia, se ve una manera adecuada para solucionar el problema de la alta tasa de bienes inmobiliarios vacíos en China. Porque además de aprovechar las habitaciones vacías, TuiJia da nuevas opciones de alojamientos vacacionales a los turistas, y también ha explotado un mercado nuevo con un valor de decenas de billones euros para China (LuoJun, 2016).

**Segundo Gastronomía:** Cuando los turistas viajan, la comida tradicionalmente se

consume en restaurantes del destino. Pero actualmente, con el surgimiento de la cocina doméstica colaborativa, cuyas plataformas representes son Eatwith, Plenry y Feastly, los turistas están siendo estimados a comer en casas de los habitantes y los habitantes a cocinar comidas personalizadas. En la cocina colaborativa, los turistas pueden probar las gastronomías típicas del destino, ponerse en contacto con los habitantes, obtener la información turística local, o experimentar la vida cotidiana del destino.

La significación de la comida colaborativa no se limita a "comer"; sino que tienen muchas otras posibilidades. Con la plataforma, los usuarios pueden comer una comida de encargo personalizado, que les da un sabor único que nunca se encontrará en un restaurante. Por otro lado, con las plataformas de comida colaborativa la gente puede fortalecer las relaciones sociales, comunicándose en una comunidad gastronómica online o realizando actividades relacionadas con el tema "gastronomía". Por eso, la comida colaborativa es muy diferente de la experiencia ofrecida en los restaurantes (TaoRan, 2015).

Desde el año 2015, viendo los beneficios económicos de Airbnb, muchas plataformas de comida colaborativa, como GrubWithUs, Kitchenly, HomeDine, EatWith, etc, iba floreciendo como hogos por todas las partes del mundo. Pero, no ha durado mucho tiempo, la mayoría de las empresas terminaron en bancarrota, por lo que ellas no han cumplido las necesidades de dichos clientes. El motivo por el que ellos optan por la economía colaborativa no es puramente degustar las gastronomías o quedarse con los desconocidos, sino reunirse con la gente que tiene intereses o aficiones similares con ellos mismos (Tony Danovich, 2016).

En Nueva York, las plataformas como Eatwith, Feastly, Meal Sharing han entrado en el mercado. Kevin Schuder de San Francisco es un cocinero experimentado, y se ha dedicado 10 años a la restauración. Anteriormente, todos sus ingresos dependían del trabajo en su restaurante. Pero ahora, después de que había sido el cocinero de Feastly, esta plataforma se ha convertido en la principal fuente de sus ingresos, por la cual alojando a varios huéspedes y preparando gastronomía para ellos cada semana él puede ganar gran cantidad de ingresos que son iguales que los que gana un jefe

cocinero en un restaurante. Como estas plataformas reducen los costes de los suministros del restaurante, Schuder piensa que esta plataforma puede aumentar el salario de los cocineros (Tove Danovich, 2015). Por otro lado, muchos otros cocineros piensan que es muy difícil mantenerse la vida dependiendo únicamente de la plataforma de la comida colaborativa. Porque en Nueva York existen muchos restaurantes famosos a nivel mundial, que son grandes competidores de las plataformas colaborativas (Eilene Zimmerman, 2015). La comida colaborativa suele tener un precio más bajo que la de los restaurantes, por ejemplo, en Eatwith el precio medio es 40 dólares, y en esta plataforma la gente puede comer comidas a nivel de Michelín con un precio bajo (Mark Johason, 2015).

Fundado en 2012, Eatwith es el líder de las plataformas de comida colaborativa, y actualmente ha conectado más de 10.000 dinner hosts y clientes de 160 ciudades de todo el mundo. Aunque tiene un precio bajo y comidas personalizadas, su velocidad de expansión no es tan rápida como las plataformas de alojamiento o viaje (Gannes, 2015). La porción de Eatwith en el mercado no es alta, e incluso no ha constituido ninguna competición para los restaurantes tradicionales (Danovich, 2016).

EatWithChina es la sucursal de EatWith en China, en la cual se observa una tendencia de desarrollo extremadamente rápido. Actualmente el blog en WeChat de EatWithChina ya ha tenido 400,000 seguidores, mientras tanto, ésta ha organizado muchas actividades en BeiJing, ShangHai, GuangZhou, París, Los Ángeles, etc, en casi todas las cuales están llenas de participantes. Eso se debe a tres razones, en primer lugar, EatWithChina presta gran atención a las relaciones sociales en lugar de las comidas. En segundo lugar, cada servicio limita la cantidad de personas a menos de 10, y se asegura de que ofrezca servicios de alta calidad. En tercer lugar, EatWithChina aprovecha muchas plataformas de la red social para popularizar su negocio, y también incluye abundante diversidad de servicios (Emma Care, 2016).

Yummy es una plataforma de comida colaborativa en China, desde su fundación al principio de 2015, sólo ha tardado 7 meses en alcanzar una valoración de 46 millones de dólares. Durante estos 7 meses, Yummy organizó más de 100 actividades en 10 ciudades de China, como BeiJing, ShangHai, GuangZhou, ShenZhen, etc, y dispon

de 10.000 cocineros y 100.000 clientes, estando muy por delante de los datos de la mayoría de las plataformas de comida colaborativa (JinDan, 2015). En diferentes ciudades, los segmentos de negocio de Yummy cambian según diferentes zonas, para adaptar las necesidades variables de los clientes potenciales. Además, los servicios de Yummy se dividen en 3 tipos: 1. Cita privada: Comparten la cocina y platos con personas desconocidas. 2. Clase de cocina: Los usuarios asisten a clases de cocina impartidas por cocineros expertos. 3. Gastronomía Party: la gente comparte las clases de cocina reuniéndose en lugares públicos, puede satisfacer los diversos gustos dado que los chinos no suelen comer en casas de desconocidos (JinDan, 2015).

Generalmente, las plataformas de comida colaborativa están en un proceso inicial, tienen diferentes efectos en diferentes zonas o países. Ahora todavía no ha tenido un impacto evidente en el sector de restaurantes. Para comprobar su eficiencia, todavía necesitamos tiempo.

**Tercero Viaje:** Tradicionalmente, los viajes de los turistas que viajan sin conducir su propio coche dependen principalmente de transportes públicos o del alquiler de coches. Con el surgimiento de viajes compartidos, mediante las plataformas como Uber, BlaBlaCar, DiDi, YiDao, etc, los turistas ahora pueden disfrutar de servicios como compartir coches, reservar coches privados, e incluso avión privado o yate. Estas plataformas no sólo permiten a los turistas ganar más experiencias con presupuestos limitados, sino también construir relaciones sociales con los conductores, compañeros del viaje o nativos de los lugares que visitan.

Tradicionalmente, las personas suelen viajar en estas 3 formas: Transporte público, Taxi y Coche privado. Pero cada uno tiene su propia desventaja:

(1). Aunque el transporte público puede reducir la congestión de tráfico y ahorrar energía, pero ha de enfrentarse a los problemas de estar lleno de pasajeros en las horas punta y tener líneas limitadas.

(2). Taxi se enfrenta a varios problemas como: un control rígido de tráfico, alta tasa de impuestos, mala calidad de servicios, alto precio del petróleo y fatiga durante la conducción.

(3). Coche privado se enfrenta a los problemas de mayor tiempo de inutilización y baja tasa de ocupación de plazas, que malgastando recursos y dinero.

Como existen tantas necesidades insatisfechas y los sistemas móviles de pago van mejorando cada día, el transporte compartido ha sido uno de los sectores que más tempranamente se ha reformado a través de la economía colaborativa. Actualmente la plataforma del viaje compartido ofrece 4 modelos de servicios, como son: reserva de coche privado, reserva de taxi, autostop de coche privado, y alquiler de coches en P2P. Uber es una de las plataformas colaborativas que crecen con mayor velocidad en todo el mundo. Usando la tecnología informática, Uber relaciona a los conductores quienes ofrecen plazas libres con los pasajeros que buscan viajes. Los pasajeros potenciales, navegando por el APP móvil de Uber, pueden encontrar coches en los lugares más cercanos y así se ahorra en tiempo, combustible y dinero. En octubre de 2013, Uber ya había llegado a 50 ciudades, y un año después, Uber logró entrar en más de 250 ciudades distribuido por 50 países. Así de media, Uber ha entrado en una ciudad cada 1,8 días, que es una velocidad demasiado rápida de expansión. El año pasado, Uber tenía un valor de 68 billones de dólares, el cual fue alcanzando dentro de 6 años después de su fundación, superando las cotas alcanzadas por las grandes empresas automovilísticas con más de 100 años de historia, por ejemplo, General Motors, o Ford (Sina, 2015).

Pero La plataforma de Uber es una gran amenaza para el sector del taxi: los conductores de Uber no necesitan la licencia que es obligatoria para los taxistas, y que oscila en precios desde 350,000 dólares a 1.000.000 dólares en Estados Unidos y 240,000 euros en París antes de que Uber llegara al mercado. Evidentemente, para las empresas de taxistas eso supone una competencia desleal. Después del surgimiento de Uber, las empresas del taxi van perdiendo sus negocios. En 2014, la cantidad de taxis en Nueva York disminuyó un 8%, comparándose con la de 2012. En San Francisco, la situación es más grave: Después de que Uber haya llegado al mercado local hace 2 años, la cantidad de taxis utilizados ha disminuido un 65% (Petropulos, 2016).

En Europa, al parecer, la legislación no está bien preparada para las plataformas colaborativas de coche. En Bélgica, Francia, Alemania, Italia y España, lo que Uber

recibe son restricciones rígidas o prohibiciones (Eva GrantSimran Khosla; ChengXi; FengHuang, 2015).

Pero, según Travis Kalanick, CEO de Uber, esta plataforma ha mejorado el tráfico de las ciudades. Por ejemplo, en París, con Uber la gente que vive en lugares donde no hay transporte público puede viajar a otros lugares pagando un precio relativamente bajo (AiFanR, 2015). Según la explicación de Travis, actualmente, la mitad de las órdenes en Uber provienen de los clientes quienes comparten el automóvil con más de dos personas, suponiendo que disminuye por lo menos la mitad de los coches en la carrera (SouHu, 2016). Además, en cierta medida, Uber también promueve el mejoramiento del sector del taxi. Para afrontarse a la competencia de Uber, las empresas de taxi han de mejorar su calidad de servicios, para sostener su ventaja competitiva ofreciendo servicios con un precio alto. Siguiendo de esta forma, en 2015, las quejas de los clientes que reciben los taxistas en Nueva York disminuyeron mucho. Además, las empresas de taxi también utilizan una APP e intentan modernizarse, para que los clientes pueden encontrarlos más fácilmente (Petropulos, 2016).

En Junio de 2012, la plataforma DiDi se fundó en China, con el motivo inicial de solucionar el problema de no poder encontrar taxis, que es el obstáculo general para todos los clientes chinos. En 2014, dando cuenta de que el cuello de botella del sector taxista en China es la falta de oferta, DiDi desarrolló servicios de coches privados, dedicados a aumentar la oferta, para que la gente pueda coger el taxi durante las horas puntas. En 2015, afrontando la competencia de Uber y viendo la demanda pública de bajo costo de viaje, DiDi desarrolló el servicio de Coche Rápido. Con el precio mucho más bajo que el taxi, este servicio ha podido solucionar el problema de la capacidad insuficiente del transporte durante horas puntas, adaptando la capacidad ociosa social del transporte a los clientes mediante la técnica del Big Data. En marzo de 2016, las órdenes diarias en DiDi han superado los 10 millones, es decir, cada segundo 115 órdenes, por lo que DiDi se convirtió en la segunda plataforma comercial más grande basada en Internet en China, después de TaoBao (Jiang Huashang, 2016).

Con el desarrollo de DiDi, no sólo la industria taxista de China va perdiendo su monopolio, además, DiDi siempre tiene peligros escondidos para sus usuarios.

Debido a estos, la industria taxista y la ley se oponían a DiDi. Pero contrariamente, unos expertos insistieron que DiDi es una oportunidad para impulsar la reforma económica, que será favorable para aumentar la vitalidad del mercado si se prestan atención a su regulación y una orientación adecuada (Liu Jiahui, Gu Dasong, Zhang Junyi, Zhu Pingdou, 2015).

*Cuarto Experiencia:* los turistas tradicionales suelen hacer depender su experiencia de los servicios de visitas guiadas de las agencias de turismo, o realizar visitas auto-guiadas. Pero con el surgimiento de las plataformas colaborativas, los turistas pueden experimentar tener actividades y servicios más novedosos y variados. Por ejemplo, la plataforma de WanZi Tierra, ofrece a estudiantes o ciudadanos chinos vivir en países extranjeros donde les ofrece servicios de guía o rutas para los turistas emisores de China. Otras plataformas similares son: Vayable, Trip4real, QuNaEr indígena, nuevo turista, Guidehop, etc

Tradicionalmente, los servicios de guía eran ofrecidos por agencias turísticas, pero durante los últimos años, las plataformas P2P de experiencias turísticas han empezado a ofrecer estos servicios. Vayable es una gran plataforma de este tipo. En Vayable cada persona puede ser un guía, por lo que los turistas pueden encontrar las rutas turísticas planteadas por guías en todo el mundo, entre las cuales, incluyen el vuelo privado hacia Berlín, la oportunidad de cenar con el príncipe de Fiji, o un paseo por la calle en Nueva York. Ahora, en Vayable, los turistas pueden experimentar más de 10,000 experiencias turísticas en 900 ciudades que incluyen San Francisco, Nueva York, Barcelona, Londres, París, Chicago, Tokio, etc (JohanSon, 2015). Excepto por las experiencias ya puestas en la página web, Vayable ofrece experiencias diseñadas para individuos después de que los guías hayan hablado con los turistas en qué servicios les van a diseñar. Con eso ahora ya ha ganado gran beneficio, y será su negocio principal en el futuro (ForbesChina, 2013).

Trip4Real es una empresa de experiencias colaborativas en Barcelona, y ahora su negocio está distribuido por 9 países de Europa, contando con 30.000 usuarios y últimamente 1,5 millones de euros de inversión para expandir su negocio. Trip4Real

concentra su estrategia en ofrecer a sus usuarios el mayor número de opciones de experiencias posible, intentando satisfacer cualquier afición del turista, independientemente de que sea gastronomía, historia, música, o arquitectura (Clawson, 2015).

WanZi Tierra fue fundado en China en 2012, y ahora es una plataforma P2P que ofrece servicios de guía turísticos en países más allá de China, por lo que los usuarios pueden reservar un guía quien que habla chino en 400 ciudades de 60 países de todo el mundo. WanZi Tierra soluciona el problema de la asimetría de información entre el turista y la agencia de turismo saliente. Es decir, cuando los turistas chinos llegan a un destino extranjero, se encuentran principalmente con el problema de no entender el idioma o la cultura del destino o, incluso, el precio demasiado alto de las agencias. Por otro lado, los habitantes o estudiantes chinos que viven en un destino tienen diversas fortalezas como, por ejemplo, un uso del tiempo más flexible, una menor barrera idiomática, y abundante experiencia turística en el destino, por lo que poseen ventajas competitivas para WanZi (TouZijie, 2016).

Generalmente, como las plataformas de experiencias colaborativas están en su proceso inicial, todavía no ha tenido un efecto profundo en la industria turística. Sin embargo, su avance se está dando a mucha velocidad, está claro que actualmente estas plataformas tienen una perspectiva muy brillante (Johanson, 2015).

## **2.2. Tendencia del desarrollo del turismo en la época de la economía colaborativa**

En la época de la economía colaborativa, la industria turística presenta nuevas tendencias:

- 1) Diversificación de la entidad del mercado turístico: En el turismo tradicional, los turistas suelen obtener servicios o productos directamente de las organizaciones empresariales. Pero en la economía colaborativa, cualquiera persona que cuenta con recursos libres y quiere compartir sus recursos puede

ser el proveedor de los productos o servicios turísticos. Mediante las plataformas colaborativas, la gente de todas las profesiones participará en el mercado turístico, afectando claramente los resultados del mercado laboral turístico.

- 2) Tendencia hacia productos turísticos no estandarizados: Como los proveedores de la economía colaborativa son individuos sociales, existen muchas diferencias entre ellos, las cuales también se muestran en sus propios servicios o productos. Así los proveedores de las plataformas colaborativas ofrecen servicios o productos más personalizados a los turistas, diferentes de aquellos estandarizados de las organizaciones empresariales.
- 3) Mejora de la calidad de los productos y servicios y el valor resaltado de la marca personal: el mecanismo de evaluación mutua de la economía colaborativa da oportunidad a la gente de implantar la marca personal y afianzar su propia reputación. Como los proveedores sirven directamente a los clientes sin la intervención de las organizaciones empresariales, van a mejorar la calidad de sus productos y servicios con un gran sentido de la responsabilidad, utilizando plenamente sus habilidades e ingenios, muchas veces, ignorados por aquellas organizaciones y ganarán ventajas competitivas en la plataforma colaborativa.
- 4) Relación equilibrada entre el proveedor y el consumidor y atributos sociales más obvios: La comunicación emocional y la relación social es un beneficio importante de la economía colaborativa. Para la gente uno de los objetivos de usar la plataforma colaborativa es comunicarse entre sí en lo que experimenta el placer y valor de compartir. En la economía colaborativa, la relación entre amigos va a sustituir la que se da entre agencias y clientes (Nie Linlin, 2015).

### **3. Objetivos**

Objetivo general: Analizar las relaciones entre la economía colaborativa y el turismo sostenible e investigar los efectos positivos de la economía colaborativa en el turismo sostenible.

Objetivos específicos:

- Conocer la situación actual de la economía colaborativa en la industria turística.
- Explicar la importancia de promover y poner en marcha un turismo sostenible.
- Entender en profundidad el concepto, las características y tipos de la economía colaborativa.
- Estudiar la definición, las características y las estrategias del turismo sostenible.
- Saber cómo realizar turismo sostenible en los subsectores turísticos de "alojamiento"; "gastronomía"; "movilidad" y "experiencias".

### **4. Metodología de la investigación**

La redacción de este trabajo fin de máster se ha basado en la recopilación y selección de información sobre el turismo sostenible, la economía colaborativa y el turismo en general, así como el análisis documental de los datos recogidos para explicar los efectos positivos de la economía colaborativa en el desarrollo socioeconómico sostenible del mundo actualmente.

Durante la redacción del trabajo fin de máster se ha seguido una serie de pautas que se ponen en los siguientes puntos.

#### **4.1. Recogida y obtención de la información**

A través de la Biblioteca de la Universidad de Zaragoza, el Alcorze, la Biblioteca de la Universidad de FuDan, Pubmed, las páginas webs oficiales, y libros académicos referidos al objeto de estudio se han seleccionado aquellas lecturas más relevantes con datos referidos a turismo, economía colaborativa y turismo sostenible. La mayoría de los datos son una selección realizada de los que se publicaron dentro de los últimos 20 años.

#### **4.2. Análisis documental**

Aunque el período de recopilación documental es muy extenso, se hace una reflexión académica y científica que lejos de ser exhaustiva, sí que plantea la observación y descripción, a través de dichos datos, de la situación actual y las tendencias del objeto de estudio. Todo ello a través de una técnica con la que se ha sintetizado y resumido la literatura, ofreciendo suficientes datos y teorías básicas que ayuden a expandir el pensamiento para la investigación, permitiendo profundizar en todos aquellos pormenores que el análisis permita.

### **5. Contenido de la investigación**

#### **5.1. El desarrollo sostenible**

El turismo sostenible es la realización de la teoría del desarrollo sostenible en la industria turística (Pérez de las Heras, 2004). Entonces, para investigar el turismo sostenible, es necesario expandir el concepto del desarrollo sostenible.

##### *5.1.1. El fondo del desarrollo sostenible*

El siglo XX es la época de la civilización material más avanzada en la historia humana, pero también es aquella en la que los recursos naturales y el entorno ecológico han sufrido daños más graves. En esta circunstancia, el modelo insostenible

de producción y consumo ha sido una gran amenaza para la subsistencia y desarrollo de la humanidad (Guohong, 2000). Con la industrialización, crecimiento económico, explosión de la población y sobre-explotación de recursos, la presión ambiental ha aumentado cada vez más. De este modo, la gente empezaba a cuestionarse el modelo tradicional de desarrollo, mientras tanto ellos intentaban buscar nuevos modelos que puedan conservar los recursos y mejorar el medio ambiente siempre fortaleciendo el propio desarrollo económico. Así se generó la teoría del Desarrollo Sostenible (Wan Youqin, 2004). El desarrollo sostenible o la sostenibilidad se propuso por primera vez en la denominada 'Estrategia Mundial para la Conservación' en 1980, que lo compartió con todo el mundo.

En la misma década, la ONU creó la 'Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo'; que se encargó de redactar un informe sobre la situación del medio ambiente a nivel mundial. En 1987, ese comité publicó el documento 'Nuestro Futuro Común'; popularmente conocido como 'Informe Brundtland'; que definió sistemáticamente el término 'desarrollo sostenible' por primera vez:

'Aquel que satisface las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades (Pérez de las Heras, 2012).'

El concepto de la sostenibilidad empezó a ser familiar por todo el mundo debido a la reunión denominada 'Cumbre Mundial sobre de Medio Ambiente y Desarrollo' (CNUMAD), celebrada en Río de Janeiro en 1992. La Agenda 21 era el documento básico de ella, que indicó un completo proceso metodológico para poner en marcha el desarrollo sostenible en el siglo XXI (Pérez de las Heras, 2012).

En 2002, la CNUMAD celebrada en Johannesburgo, convirtió el concepto de sostenibilidad en una realidad. En esta reunión, quedaron fijados los tres pilares de la sostenibilidad: económico, medioambiental y social. Ellos son elementos indispensables para el desarrollo sostenible, y de ninguna manera se pueden considerar separados (CNUMAD, 2002).

### *5.1.2. La definición del desarrollo sostenible*

Hay varias definiciones actualmente sobre desarrollo sostenible, la más popular es aquella planteada en Informe Brundtland en 1987:

Aquel que satisface las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades (Nuestro Futuro Común, 1987).

La definición del Informe Brundland contiene dos factores básicos: las necesidades humanas y las limitaciones del ecosistema global. Entre los dos, la satisfacción de las necesidades y aspiraciones humanas se presenta como el principal objetivo del desarrollo sostenible (Fullan y Ayuso, 2002). Para la Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo, la satisfacción de las necesidades y aspiraciones humanas significa equidad o justicia en el acceso a los bienes y en la distribución de los beneficios y costes del desarrollo. Por otro lado, el desarrollo sostenible también exige que las actividades económicas no puedan superar las capacidades de carga del ecosistema global, como recursos renovables, los no renovables, regulación climática, aire y aguas limpias, etc (Fullan y Ayuso, 2002).

Concretamente, el desarrollo sostenible conlleva tres elementos: los sociales, económicos y ecológicos. En lo social, se promueve una distribución equitativa para satisfacer las necesidades tanto de la generación presente como la del futuro; En lo económico, se promueve un crecimiento sostenible que se basa en la protección del medio ambiente; En lo ecológico, se promueve una relación armónica entre la humanidad y la naturaleza para proteger el entorno ambiental de que la humanidad depende (Papatheodorou, 2002). Las opiniones respecto al desarrollo sostenible están desbancando al modelo tradicional del desarrollo, es una visión nueva en búsqueda de nuevos modelos de desarrollo, y también es la base teórica e ideológica para investigar e impulsar la sostenibilidad turística (Yongqin, 2004).

### *5.1.3. Las características del desarrollo sostenible*

Se suelen distinguir tres dimensiones del desarrollo sostenible:

- 1) La sostenibilidad ambiental debe garantizar que el desarrollo sea compatible con el mantenimiento de los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y de los recursos.
- 2) La sostenibilidad social y cultural debe garantizar que el desarrollo sostenible aumente el control de los individuos sobre sus vidas, sea compatible con la cultura y los valores de las personas, y mantenga y refuerce la identidad de la comunidad.
- 3) La sostenibilidad económica debe garantizar que el desarrollo sea económicamente eficiente, que beneficie a todos los agentes del destino o región turística y que los recursos sean gestionados localmente de manera que se conserven para las generaciones futuras (Fullana y Ayuso, 2002).

## **5.2. El turismo sostenible**

### *5.2.1. El concepto del turismo sostenible*

Tomando como referencia la definición de desarrollo sostenible del Informe Brundtland, la definición del turismo sostenible es la siguiente:

El desarrollo del turismo sostenible satisface las necesidades de los turistas y regiones anfitrionas presentes, al mismo tiempo que protege y mejora las oportunidades del futuro. Está enfocado hacia la gestión de todos los recursos de tal forma que se satisfagan todas las necesidades económicas, sociales y estéticas al tiempo que se respeta la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas de apoyo a la vida” (Nuestro Futuro Común, Oxford, 1987).

Las características del turismo sostenible son iguales que las del desarrollo sostenible (NaturLife Medio Ambiente, SL; Albano López, Beatriz Martín, Alicia Negro y Moisés Poyatos, 2005).

El turismo sostenible es un objetivo común al que deben tender todos los subtipos de turismo: cultural, de congresos, deportivo, rural, ecoturismo, sol y playa, náutico, etc,

y todos los sectores implicados en la industria turística: transportes, alojamientos, agentes de viaje, actividades, etc (Pérez de Heras, 2004).

### 5.2.2. Estrategias para el turismo sostenible

#### 1). Turismo alternativo

En los años ochenta se generó el concepto del turismo alternativo, que es el alternativo al tradicional turismo de masas. Su término se usa como una expresión colectiva para toda una serie de términos que han surgido recientemente en el catálogo turístico, como turismo blando/lento, turismo verde, turismo rural, ecoturismo, agroturismo, e incluso turismo sostenible. Este grupo de actividades turísticas tiene una mayor conciencia sobre estos puntos: los impactos ambientales del turismo, una creciente demanda de nuevas experiencias emocionales turísticas por parte de los turistas, mayor énfasis en la integración de políticas de protección ambiental y desarrollo económico, y una industria turística preocupada por las futuras tendencias en el mercado turístico (Hunter, Green, 1995). Dichos puntos no sólo representan las necesidades de los turistas durante los últimos años, sino también tienen un alto grado de consistencia con el concepto turismo sostenible.

Evidentemente la ideología del turismo alternativo está más cercana a los principios del desarrollo sostenible, y en determinadas circunstancias puede ser el modelo turístico más sostenible que el resto de formas (Fullana y Ayuso, 2002).

El turismo alternativo tienen características totalmente opuestas a las del turismo de masas, por ejemplo las del turismo alternativo son: pequeña escala, destinos específicos, respecto a la población local, etc (ZhangFan, 2002).

En la tabla 1 se resumen las principales diferencias entre el turismo alternativo y el turismo de masas convencional.

Tabla 1: Características del turismo de masas y del turismo alternativo

	<b>Turismo de masas</b>	<b>Turismo alternativo</b>
--	-------------------------	----------------------------

<b>Estrategias de desarrollo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Gran escala (P.e., expansión de construcciones e infraestructuras)</li> <li>● Alteración del paisaje</li> <li>● Sobresaturación de la Capacidad de carga</li> <li>● Estacionalidad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Pequeña escala (P.e. Restauración de edificios existentes)</li> <li>● Poca alteración del paisaje</li> <li>● Respeto de la capacidad de carga</li> <li>● Estacionalidad no tan marcada</li> </ul>
<b>Oferta turística</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Inversores y/o operadores extranjeros</li> <li>● Empresas grandes (cadenas o multinacionales)</li> <li>● Oferta estandariza y homogénea</li> <li>● Empleados sin formación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Inversores y/o operadores locales</li> <li>● Oferta especializada</li> <li>● Empresas pequeñas y medianas</li> <li>● Empleados con formación (ambiental)</li> </ul>
<b>Demanda turística</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Turistas pasivos (p.e, sol y playa)</li> <li>● Grupos grandes</li> <li>● Programa organizado</li> <li>● Falta de interés en el entorno y la cultura locales</li> <li>● Contacto con el entorno Artificial</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Turistas activos (p.e, deportes)</li> <li>● Grupos reducidos y viajeros individuales</li> <li>● Programa personalizado</li> <li>● Interés en el entorno y la cultura locales</li> <li>● Contacto con el entorno natural y la población local</li> </ul>

Fuente: Pere Fullana, Silvia Ayuso, 2002

## 2). Turismo responsable

Durante el desarrollo turístico, algunos expertos han hecho críticas al turismo sostenible. Lo que está sucediendo es que la idea del turismo sostenible se ha convertido en un concepto tan popular que es posible que todos los sectores turísticos

se declaren a sí mismos como sostenibles. A este respecto, a veces se habla del "maquillaje verde" de ellos que enuncian su concordancia con la sostenibilidad sin cumplir con los mínimos requisitos y estándares para serlo (García, 2014).

El turismo responsable y el turismo sostenible tienen los mismos objetivos y principios, pero sus enfoques son diferentes. El turismo sostenible se concentra en el marco teórico, el turismo responsable se fija en la implementación táctica (ZhangFan, 2002).

El turismo responsable se define como aquel enfocado a minimizar los impactos negativos causados por el turismo, maximizar los beneficios para la población y los empresarios locales y reforzarlo en la posición dominante turística del destino.

Para evitar los impactos negativos del turismo en la vida de los residentes de los destinos turísticos, el Foro de Turismo Responsable define así su plan de actuación:

- Todos los consumidores de servicios turísticos tienen que asumir su responsabilidad para los destinos.
- La población local debe desempeñar un papel protagonista en gestionar y controlar propuestas turísticas, así que se logrará un mundo natural vivo, una sociedad justa, respetuosa y equitativa y un desarrollo verdaderamente sostenible de las actividades promovidas por ellos.
- Se deben denunciar las políticas públicas del desarrollo turístico que viola los derechos de la población anfitriona y las opuestas a la sostenibilidad.
- Se deben denunciar las políticas corporativas de las empresas turística que impiden el desarrollo local sostenible de las zonas de destino (Carlos García, 2014).

El turismo responsable es un modelo al que se pueden adaptar todos los tipos de empresas turísticas. En todos los destinos turísticos, todos los turistas y agencias de turismo pueden esforzarse en materia del turismo responsable (ZhangFan, 2002).

El turismo responsable requiere:

- Promover el uso del transporte público y la bicicleta

- Reconocer, valorizar y respetar la cultura, la tradición y sobre todo a las personas. Conviviendo con las poblaciones de acogida en búsqueda de una auténtica inmersión cultural.
- Promover una conciencia ecológica y unas actitudes: éticas, responsables, respetuosas, sencillas, no consumistas.
- Generar recursos a las comunidades locales, a corto y largo plazo
- También generar ingresos para la conservación y rehabilitación de ecosistemas y patrimonio.
- Apoyar a los derechos humanos, los movimientos democráticos, la participación ciudadana y el asociacionismo
- Esforzar por minimizar los impactos negativos del turismo, como son: el turismo sexual, la explotación infantil, el dumping inmobiliario, la evasión de divisas, etc.
- Viajar en pequeña escala. El uso de bienes y servicios locales y de escala familiar es favorable a la comunidad anfitriona, el grupo reducido de viaje permite interactuar con la población local y conocer a desconocidos.
- Proteger el medio ambiente: conservar recursos, minimizar los residuos, proponer medidas paliativas o compensatorias para los efectos negativos (Conde, 2013).

### **5.3. Sobre la economía colaborativa**

#### *5.3.1. Los requisitos de la generación de la economía colaborativa*

Frente a las situaciones originadas por la crisis económica mundial, cada día hay más gente que elige el modelo de la economía colaborativa. Según Gansky, su crecimiento explosivo se debe a 5 circunstancias:

*Economía:* Con la crisis económica, mucha gente empezaba a desconfiar de las empresas tradicionales. Los modelos de comunicación unidireccional hacia el consumidor provocan que el cliente se sienta inferior y quiere ser libre.

*Antropología:* Con la crisis, la gente empieza a reconsiderar qué es lo más importante y valioso. Frente a la situación en que habitan y sigue viviendo muchas familias en espacios límites, la gente empieza a pensar que la supervivencia y el aprovechamiento de los recursos son más importantes que el acaparamiento de enseres y bienes.

*Medio ambiente:* Con el cambio climático, aumenta la temperatura a nivel mundial, las enfermedades causadas por el clima, las catástrofes naturales, etc, que cuestan mucho dinero cada año. Así se va incrementando, día a día, el coste de los negocios que incluyen fabricación y bienes desechables (Lucky, 2016). Por lo tanto, la gente empieza a prestar mucha atención a la optimización de los consumos, preocupándose por los detalles del producto.

*Demografía:* Una población cada vez más numerosa y una tasa muy alta de urbanización son favorables para los negocios con entidades diversificadas. Eso disminuye los costes de distribución, y se convierte en una fortaleza para el modelo P2P.

*Tecnología:* Las redes de información permiten a las empresas ofrecer servicios mejores y más personalizados. La comunicación relacionada con la segmentación de mercados y el poder del usuario como individuo favorece el surgimiento de nichos de mercado y la satisfacción de clientes ante necesidades muy concretas (Romero, 2014).

### 5.3.2. Definición de la economía colaborativa

El término de economía colaborativa fue usado por primera vez por Ray Algar en un texto en el informe Leisure Report de Abril de 2007. Según él, la economía colaborativa se basa en la idea y la necesidad de convertir el modelo del consumo individual y exclusivo a un modelo basado en el uso compartido, el préstamo, el trueque o el alquiler de los bienes y los servicios, fomentado por las redes sociales de comunicación y las plataformas peer-to-peer. (Ray Algar, 2007)

La economía colaborativa se basa en cuatro elementos esenciales:

- 1). Una plataforma digital de intercambio de bienes y servicios, potenciado a través de las nuevas tecnologías de la información y comunicación.

2). Transparencia en las empresas productoras. Permite que los usuarios sepan exactamente cómo, cuánto y en qué condiciones se produce el bien o servicio.

3). Sostenibilidad de la producción debido a una distribución más eficiente de los recursos. Cuando un mismo producto se consume entre más personas tendrá menos entropías que el mismo que se consume por un individuo.

4). Sistemas para medir la reputación de los usuarios que forman parte de las plataformas de intercambios. Por estos sistemas de valoración y referencias, se supera la desconfianza inicial entre usuarios, que puede compensar la falta de regulación adecuada de la economía colaborativa (Zaragoza Activa, 2014).

En la economía colaborativa, los medios sociales desempeñan un papel muy importante: con ellos los usuarios pueden superar la desconfianza y construir relaciones más fructíferas; YuMe, blogs, Twitter, Facebook, y smartphones, que ofrecen los perfiles públicos de los usuarios con valoraciones y reseñas, ayuda a la gente a formar una imagen muy clara de la persona interesada, por lo que construyen las confianzas entre personas. Estos medios ofrecen a los usuarios la posibilidad de intercambiar, alquilar, comprar o vender bienes sin intermediarios (Luis, 2014).

La plataforma de Peer to Peer se refiere a aquella por la cual alcanzan un acuerdo entre proveedor y consumidor para que intercambien (alquilen, compren y vendan) productos y servicios (markxsconsulting, 2013). En este modelo de negocio, una misma persona puede tener dos papeles, vendedor y comprador, que es favorable para mantener el gran volumen de usuarios en la plataforma, que es la base de su funcionamiento, y puede generar más transacciones, comisiones y rentabilidad. Otra característica muy destacada de ella es que peer to peer es un modelo de transacciones y negocios directos entre ciudadanos, sin la presencia de los intermediarios tradicionales, sin monopolios y sin especuladores (Montes, 2014).

Según profesora Carmen Valor en Universidad Pontificia de Comillas, se identifica este concepto por tres pilares: se basa en cooperar, no en competir; los intercambios se realizan entre pares; los papeles de productor y consumidor no están claros ya que se fusionan o se intercambian (Valor, 2014).

### 5.3.3. Clasificación de la economía colaborativa

Por otra parte, la autora de *'The Rise of Collaborative Consumption: What's mine is yours'* clasifica la economía colaborativa en 3 tipos:

1. Mercado Redistributivos, que redistribuyen cosas de donde no se necesitan a alguien o algún lugar donde son necesitadas. Este mercado se dedica a alargar el ciclo de vida de un producto y reducir el despilfarro. Los ejemplos son eBay, cualquier tabla de anuncios clasificados como Craigslist o, en España, Grownies que vende ropa de bebé que se ha quedado pequeña.

Es una forma de alargar la vida de los objetivos, incorporando los principios de 5 R: reducir, reutilizar, reciclar, reparar y redistribuir.

2. Sistemas de servicio de productos, que permiten a los miembros pagar por usar los productos sin poseerlos, por ejemplo, BlablaCar (sistema de coches compartido), Social Car (alquiler de coches entre particulares) o plataformas de bicis urbanas como Bicing en Barcelona.

3. Plataforma de estilos de vida colaborativos, que permiten alquilar, compartir e intercambiar bienes intangibles como tiempo, habilidades, experiencias, dinero, o espacio. En esta forma podemos encontrar los ejemplos de Airbnb (alquiler de espacios), Knok (intercambio de casas), Eatwith (experiencia en torno a la gastronomía), Comunitats.com y otros bancos de tiempo, Uolala (organizadores de actividades de ocio), Etece (solucionadores) etc (Rachel Botsman, 2010).

### 5.3.4. Ventajas de la economía colaborativa

Según la revista Times, la economía colaborativa es una de las 10 ideas que van a revolucionar el futuro del mundo, y lo veía como una forma de "arreglar los peores problemas, desde la guerra y la enfermedad hasta el paro y el déficit." Con la economía colaborativa, hoy es posible compartir una plaza de coche (Blablacar), comer en casa de lugareños (socialestar), intercambiar viviendas para vacaciones (Knox), compartir taxi (Joinuptaxi), etc (Carmen Valor; Germain, 2014).

Además la economía colaborativa es un concepto que cada día sea más importante en

nuestro entorno y cada día hay más personas que optan por ella con el fin de mejorar sus haciendas (Carmen Valor; Germain, 2014).

Unos opinan que la economía colaborativa es ventajosa para el sector turístico, porque con precios más bajos aumentan la cantidad de los turistas, que generalmente se favorece la economía local (José Francisco Ruiz, 2014).

Según otra opinión, la economía colaborativa es una motivación económica de las personas, en eso de que el trabajo ya no es de ocho horas sino con personas que generan fuentes de ingresos (Albert Cañigüeral, 2014).

Las ventajas no sólo se limitan al sector económico, sino también ofrece la posibilidad de construir la confianza entre los ciudadanos. Eso se debe a los nuevos sistemas de identificación digital y los formularios de opiniones y registros de actividad en una plataforma, que ofrece mayores garantías y evita suspicacias (Albert Cañigüeral, 2014).

Cuando se trata de los productos o servicios, la economía colaborativa puede ofrecer muchas cosas que no pueden ofrecer la economía tradicional. Con la economía colaborativa, la gente también podrá obtener nuevas amistades durante un viaje en coche de BlaBlaCar, conocer a tu futura pareja durmiendo en el sofá de una casa gracias a Couchsurfing, relacionarse con la vida local de dicho sitio con Airbnb, o incluso desarrollar los conocimientos gracias a los cursos de Coursera (Barranger, 2014).

En el documento Efectos de los nuevos modelos económicos sobre el mercado y la regulación de CNMC, Se destaca varias ventajas de la economía colaborativa:

1. El modelo de la economía colaborativa ofrece una mayor información disponible para el consumidor.
2. La eliminación de intermediarios y el incremento de calidad y variedad de la oferta reducen los costes.
3. Una mayor utilización de los recursos existentes redundará en una mayor eficiencia de la economía y en efectos positivos del medio ambiente.
4. La creación de nueva demanda genera un efecto positivo al nivel agregado sobre el PIB y el empleo (Paniagua, 2014).

### 5.3.5. Desventajas de la economía colaborativa

Ahora, varios países europeos han empezado a regular este fenómeno de la economía colaborativa, porque en muchas situaciones esta economía se escapa al pago de impuestos y puede generar conflictos con los residentes locales (Cargas, 2014).

La economía es muy diferente de la tradicional que está regulada por una orden basada en los impuestos y otras normas. Por eso, causan una competencia desleal en muchos aspectos respecto de aquellos negocios que está establecidos de manera correcta y cumplen con la ley (José Francisco Ruiz, 2014).

Según José Francisco Ruiz, los efectos inconvenientes de la economía colaborativa son estos:

1. No existe un control sobre los servicios de la economía colaborativa por la falta de normas que los regulen.
2. Se favorece a la economía ilegal, que disminuye la cantidad de impuestos que sirven al conjunto de la sociedad.
3. Muchas empresas que gestiona esta web o APP se ubican en países extranjeros, y no paga impuestos en el país donde realizan su negocio.
4. Debido a este modelo, la empresas tradicionales va a perder clientes, que causar a destrucción de empleo y reducción de sueldos (José Francisco Ruiz, 2014).

Pero generalmente, la mayoría de la gente no quiere abandonar este tipo de economía sino regularla, como lo que dicen Cehat "detener esta tendencia imparable será como intentar poner puertas al campo" (Cehat, 2014).

## 5.4. Comparación entre la Economía Colaborativa y Turismo Sostenible

Como ya se ha dicho en las primeras partes de este tesis, los efectos de la economía colaborativa en el turismo se dividen principalmente en los cuatro pilares del turismo, son "alojamiento, restauración, transporte y experiencia":

En el sector de alojamiento, la duración de la estancia de los turistas quienes usan estas plataformas en el destino turístico suele ser más larga que la de los hoteles, así

aumenta el consumo general del destino, mientras tanto ella proporciona ingresos a los caseros, que son muy favorables al desarrollo de la industria turística y la economía local. Por otro lado, la economía colaborativa también puede cumplir la necesidad turística de integrarse en la vida del destino y buscar experiencias personalizadas..

En el sector de restauración, la economía colaborativa da más importancia a mejorar la calidad de la comida, reduce el coste de la restauración y cumple las necesidades sociales de la gente, que contribuye a la armonía de la sociedad. Por otro lado, los turistas también pueden degustar las gastronomías típicas del destino, o experimentar su costumbre y cultura.

En el sector del transporte, la economía colaborativa ofrece más opciones de viaje para los turistas, cumpliendo sus necesidades sociales y ofreciéndoles servicios personalizados; Cuando se trata del destino ha mejorado la calidad de los servicios de tráfico, reducido la presión del tráfico, optimizado la calidad de aire y ahorrado la energía, etc.

En el sector de experiencia, la economía colaborativa ofrece gran cantidad de experiencias novedosas, que son favorables para la innovación turística.

Cuando se trata de estos cuatro pilares turísticos, los productos de la economía colaborativa y los de turismo tradicional tienen el mismo mercado, así que en determinadas situaciones existen relaciones competidoras.

Al siguiente, se comparan las estrategias de la aplicación de turismo sostenible en alojamiento, transporte, restauración y experiencias, con las de la economía colaborativa.

#### *5.4.1. Comparación entre alojamientos turísticos y los de la economía colaborativa*

El alojamiento turístico se divide en dos partes: alojamientos hoteleros y extra-hoteleros.

Los alojamientos hoteleros tienen mucho más efectos que otros alojamientos turísticos

en la sociedad, económica y medio ambiental. Para evitar sus impactos negativos, los hoteles tienen que tomar medidas como: el ahorro de agua, ahorro de energía, reducción de emisiones, minimización de ruidos, búsqueda de materiales lo más ecológicos posible y gestión de residuos.

Los alojamientos extra-hoteleros se distinguen entre campings, casas rurales, albergues juveniles, chalet y apartamentos, balnearios, etc.

Casas rurales, hoteles rural, albergues tienen características similares. Pero si se comparan con los tres pilares de la sostenibilidad, los alojamientos con características de casa rural son quizás los mejores adaptados a ellos (Pérez de las Heras, M, 2004).

Las razones son:

1. Se encuentran situados en comunidades locales, suelen ser operados por habitantes del destino, para quienes es más fácil fomentar a sus clientes ir de para actividades, visitas, compras, comidas, etc en el destino, aprovechando las ventajas del pueblo porque ellos conocen bien su propio pueblo. Además, los operadores también pueden ser los consumidores en su propio pueblo, que impulsa el consumo.

2. En general, se trata de alojamientos que son casas de pueblo que han sido abiertos para el turismo. La mayoría de estas construcciones suelen contar con características ecológicas, por ejemplo, siendo construido con piedras, realizando la reparación de los edificios normalmente con las materias de la propia zona, o integrándose sus arquitecturas en el entorno, etc.

3. Además las casas rurales no tienen tantos puntos de luces como los hoteles, por lo cual las posibilidades de que queden luces encendidas cuando el cliente sale de la habitación son menores (Pérez de las Heras, 2004).

Los albergues juveniles habitualmente se ubican en las ciudades, que tiene la peculiaridad de que son muy baratos y una habitación suelen ser colaborativas por varias personas, generalmente gente jóvenes (EUFED, 1992).

Camping es un modo elegido por los turistas a pasar vacaciones por diferentes causas. Algunos lo eligen porque su precio resulta más barato que el hotel, pero muchos otros lo escogen porque, sinceramente, les gusta el contacto con la naturaleza (Pérez de las Heras, 2004).

Desde los puntos de vista social y económico los campings son más sostenibles que los hoteles, porque ellos están en mayor contacto con las comunidades locales. En muchas ocasiones, los empleados son habitantes de la población más cercana y los campistas suelen ir a los municipios cercanos para realizar numerosas actividades: compras, visitas, etc, que crea oportunidades de contacto social y económico con la comunidad.

Durante los campings, las medidas para paliar los impactos ambientales son:

- a. Ahorro de energía: utilización de bombillas de bajo consumo, uso eficiente de la energía para evitar despilfarros, Aislamiento de los edificios convenientemente para evitar las pérdidas de energía por la calefacción.
- b. Evitar materiales perjudiciales a la salud: tanto en el exterior como en el interior de los edificios, y utiliza los productos saludables.
- c. Paliar la contaminación del agua: sustituyen productos de limpieza que contienen sustancias contaminantes por los biodegradables.
- d. Evitar los residuos excesivos: separación de los residuos, por ejemplo, papel, latas, vidrio, pilas y basura orgánica.
- e. Tratamiento de las aguas residuales: recolección de las aguas residuales para que pasen el tratamiento adecuado en las plantas depuradoras.
- f. Ahorro de agua: instalación de artefactos especiales para ahorrar agua en lavabos, duchas, etc.
- g. Evitar el uso de insecticidas artificiales: matando los insectos mediante productos que no sean artificiales.
- h. Utilizar plantas autóctonas, frente a la vegetación exótica que precisa más agua y cuidados especiales (Ecocamping, 2001).

Cuando referimos al sector de alojamiento de la economía colaborativa, los gestores de ellos también son habitantes locales, igual que los de Camping o casas rurales, así que es fácil para ellos a fomentar los consumos locales, recomendando a los turistas actividades, compras, etc con ventajas competitivas, que impulsó el desarrollo de la economía local; En segundo lugar, los alojamientos compartidos son similares a las

casas de los turistas, que no van a tener tantas luces como los hoteles, consumiendo 7 veces de energía que lo de casa (Pérez de las Heras. M, 2004); Como tiene una escala muy pequeña y usa los edificios ya existidos, es más sostenible que lo de turismo de masas; Los gestores de la plataforma colaborativa pueden aprovechar las redes sociales en la plataforma para promover los conocimientos del turismo sostenible al público.

Estos puntos apoyan la opinión de que los alojamientos compartidos son favorables al turismo sostenible.

#### *5.4.2. Comparación entre empresas de restauración y las de la economía colaborativa*

Las empresas de restauración son restaurantes, cafeterías, bares, heladerías, discotecas, etc

Para apoyar el turismo sostenible, en estas empresas hay que instalar dispositivos más eficientes en el uso del agua y la energía, etc; Además, en la zona donde el cliente va a pasar su tiempo, como los salones o comedores, se puede colgar unas decoraciones, por ejemplo, carteles alusivos a la zona, cuadros y obras de arte de artistas de la región, o productos típicos del destino; También se puede incluir en la carta productos y recetas de la zona, que puede ayudar al visitante a conocer la gastronomía regional y fomentar la comercialización de estos productos típicos en tiendas correspondientes; Todos los trabajadores de restauración tiene que conocer bien la sostenibilidad turística y dedicarse en el proceso de ésta (Pérez de las Heras, 2004).

Cuando un turista está disfrutando de un servicio de la plataforma, él va a prestar más atención a construir las relaciones sociales, haciéndose amigos con los locales y conociendo profundamente la vida cotidiana del destino. Por otro lado, durante las actividades de compartir las recetas de gastronomías regionales, las clases de cocina colaborativa presentan a los turistas ingredientes de origen local, que promueve el desarrollo económico del destino fomentando el consumo de estos ingredientes.

Estos puntos pueden apoyar la opinión de que la comida colaborativa es favorable al turismo sostenible.

#### *5.43. La comparación entre transportes turísticos y los de la economía colaborativa*

Actualmente, transporte por tierra es la forma más común de viajar. Entre ellos, el tren, automóvil y autocar, se han convertido en los medios más utilizados por los turistas.

El automóvil, como un gran invento, da completa autonomía y libertad a sus ocupantes, y permite a los viajeros viajar a muchos lugares. Sin embargo, el automóvil tiene varios problemas:

Por un lado, la fabricación de los vehículos ocasiona el consumo de una gran cantidad de energía, así como una gran acumulación de residuos. Los vehículos abandonados y sus residuos son muy difíciles de degradarse, que supone una contaminación visual. Por otro lado, la emisión de gas, por ejemplo, el CO<sub>2</sub> emitido por los automóviles que queman el combustible para sus funcionamiento, produce lo que se denomina el "calentamiento global del planeta".

Para la sostenibilidad turística, los fabricantes deben fabricar vehículos que pudieran desmontarse completamente tras su uso, incorporando sus subproductos a la reutilización y el reciclado, para que los residuos generados fuera mínimo; Como el transporte por carretera es el medio que consumen mayor energía y depende mucho de la gasolina, para que el consumo de energía sea más sostenible la industria automovilística debe seleccionar biocombustibles o energías renovables para los vehículos movidos y abandonar progresivamente el uso del petróleo. Con ello se conseguirá paliar el denominado efecto invernadero (Pérez de las Heras, 2004).

El autocar es uno de los medios de transporte más empleados por los turistas. En comparación con el automóvil, el autocar tiene la ventaja de poder transportar mucho más turistas que otros a la vez, de manera que el coste energético per cápita se reduce. Además, en muchos enclaves turísticos se prohíbe la entrada de automóvil, mientras tanto permiten la de autocar, por lo que los turistas pueden visitar un lugar sin

provocar el perjuicio de un montón de coches recorriéndolo todo sin ningún control (Pérez de las Heras, 2004).

El transporte compartido aprovecha plenamente todas las plazas libres, que puede mejorar el tráfico y paliar impactos de efecto invernadero reduciendo la cantidad total de los coches en la carretera; En otro lugar, muchas plataformas ofrecen servicios de transportes novedosos y sostenibles para viajar, por ejemplo, alquilar bicicletas.

Estos puntos apoyan la opinión de que el viaje compartido es más sostenible que el viaje privado.

#### *5.4.4. La comparación entre operadores turísticos con los de la economía colaborativa*

Los operadores que tienen relaciones con las experiencias turísticas se distinguen por: Tour operadores, agencias del viaje, y guías.

Los tour operadores son grandes empresas multinacionales del viaje que diseñan los paquetes turísticos y los ponen a disposición de las agencias. Los tour operadores han adaptado varias medidas para la sostenibilidad: ellos realizaron Implantación de Sistemas de Gestión Medioambiental (SGM), que abarca toda su labor para impulsar la sostenibilidad, desde la planificación turística desde un punto de vista ambientalmente responsable a proporcionar a los viajeros información ecológica y sociocultural sobre los destinos. Además, una serie de auditorías internas y un control exhaustivo les han llevado a reducir el consumo de energía y los residuos; Otra medida es el análisis del ciclo de vida de sus productos, que se requieren estudios de los destinos desde un punto de vista sostenible, basados en 4 elementos: definición del objetivo, análisis de todos los agentes implicados, estudio de los impactos ambientales, y puesta en marcha de medidas para evitar o minimizar ellos (Pérez de las Heras, 2004).

Las agencias de viaje desempeñan un papel fundamental en la venta de destinos vacacionales en todo el mundo, y también aparece en el Internet con figura de agencia de viaje, que vende los productos por la red. Cuando se trata del trabajo diario en

agencia, el mayor compromiso que las agencias pueden adquirir con el turismo sostenible es la propia elección de los paquetes turísticos que se ofertan. Es decir, la selección de o el apoyo de aquellos tour operadores, establecimientos hoteleros, medios de transporte, empresas de actividades o guías turísticos que están de acuerdo con el turismo sostenible; Además, las agencias ubicadas en los lugares de destino, ofreciendo paquetes para los turistas que ya están en la zona, son más sostenibles que las ubicadas a distancia, porque estas agencias deben costar sus ingresos en conservar esa zona de los que viven y beneficiar con ellos a la población local (Pérez de las Heras, 2004).

Los guías son la imagen de la empresa y el contacto directo y continuado con el turista. Su comportamiento y sus comentarios pueden ejercer una importante influencia sobre los turistas. Para los guías es necesario recibir la formación suficiente en turismo sostenible para que fueran conscientes de su responsabilidad en la sostenibilidad turística y fueran capaces de realizarla. Si todos los guías informan al público sobre la sostenibilidad día a día en el futuro la mayoría de los turistas podrán estar convencidos de su importancia (Pérez de las Heras, 2004).

Comparándose con las plataformas de economía colaborativa, los gestores de las experiencias colaborativas son habitantes locales, que suelen gastar sus ingresos en el destino y dependen su vida en este sitio y prestan mucha atención en su propio pueblo, que son favorables a la sostenibilidad; En otro lugar, con el sistema de reputación los guías y los turistas tienen una relación equitativa, por lo que ellos van a comunicarse más profundo que los tradicionales.

Generalmente, la economía colaborativa aprovecha lo más posible los recursos libres y cumple las necesidades psicológicas y sociales de los turistas. Las plataformas colaborativas ofrecen una mayor información disponible para el consumidor, que construyan la confianza entre proveedores y clientes. Sin duda alguna, estos puntos cumplen las necesidades aparecidas en las características fundamentales del turismo sostenible.

## **6. Discusi3n**

Despu3s de hacer una comparaci3n entre la econom3a colaborativa y el turismo sostenible, con los datos recogidos, se muestran los resultados de este TFM.

### **6.1. La relaci3n entre la econom3a colaborativa y el turismo sostenible**

Seg3n la literatura mencionada y los an3lisis, se descubren muchos aspectos de la econom3a colaborativa correspondientes a las exigencias del turismo sostenible. Inicialmente, la econom3a colaborativa se genera provocada principalmente por la crisis econ3mica, en que la gente opta por ahorrar gastos. Sin embargo, con el pleno desarrollo de la econom3a colaborativa, las plataformas como Airbnb, Uber, DiDi, etc agitan el mercado tur3stico tradicional, captando la atenci3n de todo el mundo.

Parecido al turismo alternativo, que ha existido desde los a3os 80 hasta hoy, el turismo de la econom3a colaborativa tambi3n tiene caracter3sticas de peque3a escala, servicio personalizado, con inversores y operadores locales, pleno contacto con la poblaci3n local y el medio ambiente e inter3s por la naturaleza y la cultura del destino. Por lo que se demuestra que el turismo compartido es diferente del turismo de masas que tiene muchos impactos negativos al turismo sostenible (Krippendor, 1982; Lane 1990), y que se adapta a la tendencia del turismo sostenible.

Durante los 3ltimos a3os, frente a las crisis de la econom3a, la ecolog3a, la subsistencia humana y la poblaci3n, mediante la tecnolog3a inform3tica, la econom3a colaborativa asciende a gran velocidad. Mediante la econom3a colaborativa, la gente empieza a prestar m3s atenci3n a ahorrar recursos, construir la confianza entre desconocidos, comprar productos de alta calidad con bajo precio y conocer la reacci3n de los clientes a los productos. Todos ello resulta muy favorable para formar una relaci3n equitativa entre cliente y proveedor, mejorar el nivel de satisfacci3n de los clientes y paliar los impactos de los seres humanos sobre el medio ambiente, as3 que generalmente son sostenibles.

En concreto, entre los sectores de 'alojamiento, gastronom3a, viaje y experiencias ' del turismo, la econom3a colaborativa ha ejercido un gran efecto en los sectores

de "alojamiento" y "viaje"; que actualmente gran cantidad de turistas la han usado. En Estados Unidos y Europa, el alojamiento compartido y el transporte compartido han ofrecido muchos puestos de trabajo e ingresos a la población local, mejorado la calidad del aire y dado opciones más convenientes de vivir y viajar a la gente. En los sectores de "gastronomía" y "experiencias"; aunque este modelo no ha tenido muchos efectos, ha creado muchos servicios novedosos y personalizados, y continuamente satisface las necesidades incrementadas y diversas, que están impulsando la innovación de la industria turística.

La economía colaborativa es un modelo económico, mientras que el turismo sostenible es un principio y un marco teórico (HuXiao, 2008). Absolutamente, el turismo sostenible no es únicamente una manera de hacer turismo, sino un principio ecológico turístico extendido desde el concepto de desarrollo sostenible, que es aplicable a todos los modelos turísticos y se puede incrementar armonizando con el medio natural, social y cultural a largo plazo (HuXiao, 2008). La economía colaborativa cuenta con unas características que pueden cumplir con los requisitos de "alojamiento, gastronomía, viaje y experiencias" del turismo sostenible, y también ha cumplido muchos objetivos de ello mismo. Por lo tanto, se plantea la hipótesis de que la economía colaborativa puede impulsar el turismo sostenible.

## **6.2. Los elementos positivos de la economía colaborativa al turismo sostenible y las medidas impulsoras**

En conclusión, para realizar el desarrollo sostenible del turismo, es necesario insistir la sostenibilidad de la economía, la ecológica y la sociedad. En este apartado, se presta atención al análisis desde estos tres inseparables aspectos:

6.2.1. *Los elementos positivos de la economía colaborativa a la sostenibilidad ecológica turística y las medidas impulsoras*

En el aspecto ecológico del turismo sostenible se exigen que el desarrollo sea compatible con el mantenimiento de los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los recursos.

En el aspecto ecológico, el turismo sostenible puede adoptar las siguientes medidas (Conde, 2013; Fullana; Ayuso; 2002):

Debe proteger el medio ambiente: Conservar los recursos, minimizar los residuos, proponer medidas paliativas o compensatorias de efectos negativos, por ejemplo, emisiones de CO2 del vuelo.
Debe promover una conciencia ecológica y unas actitudes: éticas, responsables, respetuosas, sencillas, no consumistas.
Debe promover el uso del transporte público y la bicicleta.
Esforzar por minimizar los impactos indeseables del turismo en el sector ambiental, como: contaminación, erosión, la congestión del tráfico, agitación de recursos, desertización, etc

Por lo tanto, los elementos positivos y medidas impulsoras se observan en la siguiente tabla:

	<b>Elementos positivos</b>	<b>Medidas impulsivas</b>
<b>Alojamiento compartido</b>	➤ Mediante la plena utilización de las viviendas libres, las habitaciones de la economía colaborativa no necesitan tantos recursos o inversiones para construir instalaciones de alojamientos turísticos como las empresas tradicionales, que sin duda han ahorrado recursos y paliado los efectos negativos al medio ambiente.	➤ Instalación de aparatos para ahorrar agua y electricidad en la vivienda.
<b>Comida colaborativa</b>	➤ Normalmente, las cocinas de la economía colaborativa están en la casa de los cocineros, que pueden ahorrar los costes logísticos que son mucho en los restaurantes.	➤ Instalación de aparatos para ahorrar agua y electricidad en la cocina.

<b>Transporte compartido</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ El transporte compartido estimula a la gente a utilizar en plena medida las plazas libres de los vehículos privados y reducir los gastos de viajar, que ha disminuido el uso de coches, así como la contaminación de ruido y la emisión de CO<sub>2</sub>, que ha protegido el medio ambiente.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Los conductores deben usar más gasolinas sin plomo o otros combustibles ecológicos;</li> <li>➤ Cada vez cuando se pone en marcha el conductor, aprovecha plenamente las plazas posibles para llevar viajeros;</li> <li>➤ Los turistas debe usar más coches compartidos que los privados.</li> </ul>
<b>Experiencia colaborativa</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Los gestores son habitantes locales, que tienen más sentido de responsabilidad en el entorno donde viven ellos mismos, y cuando dirigen a los turistas, van a prestar más atención a exhortarles a proteger el medio ecológico y el patrimonio cultural.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Los guías de la plataforma deben fomentar su conciencia ecológica, enriquecer los conocimientos de la protección ambiental y dirigir a los turistas a asistir actividades más ecológicas.</li> </ul>

*6.2.2. Los elementos positivos de la economía colaborativa a la sostenibilidad económica turística y las medidas impulsoras*

En el aspecto económico del turismo sostenible se exige garantizar que el desarrollo sea económicamente eficiente, beneficie a todos los agentes implicados del destino turístico, y que los recursos sean gestionados localmente de manera que se conserven para las generaciones futuras.

En e aspecto económico, el turismo sostenible puede adoptar las siguientes medidas (Conde, 2013; Fullana; Ayuso; 2002):

Debe generar recursos a las comunidades locales, a corto y largo plazo.
También generar ingresos para la conservación y rehabilitación de ecosistemas y patrimonio.
Esforzarse por minimizar los impactos indeseables del turismo en el sector económico: Las fluctuaciones de la demanda turística, inflación derivada de la actividad turística, la dependencia excesiva de capital inversor extranjero.

Por lo tanto, los elementos positivos y medidas impulsoras se pueden observar en la siguiente tabla:

	<b>Elementos positivos</b>	<b>Medidas impulsivas</b>
<b>Alojamiento compartido</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Haciendo una plena utilización de las viviendas libres, los propietarios del alojamiento compartido ganan ingresos adicionales, que es favorable para el crecimiento de la economía local;</li> <li>➤ Los ingresos del alojamiento compartido son extra para el propietario de casa, de modo que ellos no van a depender su subsistencia en gran medida de la llegada de los turistas;</li> <li>➤ Generalmente, los propietarios son habitantes locales, y van a gastar sus ingresos en el destino, que puede impulsar el desarrollo económico del destino.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Los propietarios debe aprovechar su ventaja como habitantes locales para recomendar a los turistas gastronómicos, tiendas, actividades, productos, tradiciones, o cultura, fomentando el consumo de los turistas en el destino.</li> </ul>
<b>Comida compartido</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Con la comida colaborativa se puede aprovechar en plena medida las manos de obra libres de los cocineros del destino, de este modo les ofrece ingresos adicionales e impulsa el crecimiento económico local;</li> <li>➤ Las clases culinarias dan oportunidad a los turistas a conocer la gastronomía regional y les fomentan el consumo de los productos típicos del destino.</li> <li>➤ Mejora la promoción de las gastronomías en otros lugares.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Los cocineros deben mejorar la calidad de sus servicios;</li> <li>➤ Deben utilizar lo más posible los ingredientes o productos del destino.</li> </ul>
<b>Transporte compartido</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Para los conductores, los ingresos del transporte compartido son extra y ellos no dependen su subsistencia de este modelo, por lo que</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Mejora la calidad de servicio;</li> </ul>

	<p>ellos no va a perder trabajo sin la llegada los turistas;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ El transporte compartido ha generado ingresos para los conductores, que supone incremento de PIB en su pueblo.</li> </ul>	
<b>Experiencia colaborativa</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Las entidades de la experiencia colaborativa son habitantes, quién no sólo dirige a los turistas a asistir actividades en el destino para apoyar la economía local sino gasta sus ingresos en este lugar;</li> <li>➤ Las experiencias diseñadas por encargo personal que se basan plenamente en las necesidades de los turistas, es muy favorable para la innovación del producto y puede enriquecer la vida de los habitantes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Excepto por las actividades turísticas, se recomienda centro comercial, restaurantes, tiendas con ventajas en el destino, que impulsa el crecimiento económico del destino al cumplir las necesidades de los turistas.</li> </ul>

*6.2.3. Los elementos positivos de la economía colaborativa a la sostenibilidad sociocultural turística y las medidas impulsoras*

En el aspecto sociocultural del turismo sostenible se exigen: la sostenibilidad social y cultural, que garantiza la equidad social y potencia la cultura y los valores de la comunidad local.

En el aspecto sociocultural, el turismo sostenible puede adoptar estas medidas (Conde, 2013; Fullana; Ayuso; 2002):

Debe reconocer, valorizar y respetar la cultura, la tradición y sobre todo a las personas. Conviviendo con las poblaciones de acogida en búsqueda de una auténtica inmersión cultural.

Apoyar a los derechos humanos, los movimientos democráticos, la participación ciudadana y el asociacionismo.

Durante el viaje se debe pensar en pequeña escala. El uso de bienes y servicios locales y de escala familiar beneficia a la comunidad de acogida, el grupo de viaje reducido, permite interactuar con la población local y conocer a otras personas.

Esforzarse por minimizar los impactos indeseables del turismo, como: signos descontentos causado por sobrepasar la tolerancia de la población local, tensiones causadas por el choque sociocultural entre turistas y residentes, aumento de crimen como la prostitución, el juego, el terrorismo y conflictos causados por las drogas, etc en algunos destinos.

Por lo tanto, los elementos positivos y medidas impulsoras se pueden observar en la siguiente tabla:

	<b>Elementos positivos</b>	<b>Medidas impulsivas</b>
<b>Alojamiento compartido</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ El alojamiento compartido da un sentimiento de "casa" a los turistas, que fomenta la comunicación entre los turistas y los habitantes y profundiza la experiencia del costumbre y cultura del destino a los turistas;</li> <li>➤ Sistemas para medir la reputación de los usuarios y identificación digital ponen turistas y propietarios en posiciones iguales, y mejoran la confianza entre ambas parte;</li> <li>➤ Los turistas pueden ser vecinos de los habitantes por el alojamiento compartido, que es favorable para integrarse en la cultura y la costumbre del sitio.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Después de llegar al alojamiento, los turistas deben respetar a los habitantes locales e sus costumbres;</li> <li>➤ El turista y el propietario deben aprovechar la plataforma para tener una plena comunicación y una plena igualdad de acceso a la información sobre las transacciones de ambas partes.</li> </ul>
<b>Comida colaborativa</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Para ganar beneficios con la comida colaborativa, el cocinero tiene que mejorar su calidad culinaria y servicio, que no sólo puede satisfacer las necesidades de los turistas sino ofrecer gastronómicos a los</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Los operadores de la plataforma debe dirigir actividades correspondientes a la situación de cada destino;</li> <li>➤ Los turistas y los cocineros deben respetar</li> </ul>

	<p>habitantes en su vida cotidiana.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Los cocineros puede ofrecer gastronomía a los turistas, presentarles cultura local como amigo, así que consigue una relación armoniosa con los turistas.</li> </ul>	<p>las tradiciones, las costumbres y las culturas mutuamente.</p>
<p><b>Transporte compartido</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ El transporte compartido no sólo ha cumplido las necesidades incrementadas de viaje de los turistas, sino ofrece más opciones de viajar a otros destinos a los habitantes;</li> <li>➤ Generalmente, el transporte compartido disminuye la cantidad de los vehículos en el destino, que ha mejorado el tráfico.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ El turista y el propietario deben aprovechar la plataforma para tener una comunicación plena, así que aumentará la confianza y evitarán los problemas causados por la falta de información</li> </ul>
<p><b>Experiencia colaborativa</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Las entidades de la experiencia colaborativa son habitantes locales, quienes conocen bien la cultura del destino, así que pueden dirigir a los habitantes a integrarse en la sociedad;</li> <li>➤ Cuando el turista y el guía sean amigos, en el futuro, el guía también pueden asistir actividades ofrecidas por el turista en el sitio suyo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ El turista debe respetar a los costumbres, las culturas y los habitantes locales e integrarse en el destino;</li> <li>➤ El cuerpo compartido puede invitar a los turistas a asistir a las fiestas o actividades locales, y fomentar la comunicación y comprensión entre los turistas y habitantes.</li> </ul>

### **6.3. Los impactos negativos de la economía colaborativa al turismo sostenible y las medidas para evitarlos**

Aunque la economía colaborativa aporta gran beneficio al turismo sostenible, ejerce algunos impactos negativos:

a). La competencia desleal de la economía colaborativa para las empresas turísticas tradicionales causa desempleos en dichos sectores generando inseguridad, miedo y dificultades para la supervivencia de dichas empresas que cumplen generalmente con todos los requisitos legales de su establecimiento.

b). Se favorece a la economía ilegal, que disminuye la recaudación de impuestos que sirven al conjunto de la sociedad.

c). Como la economía colaborativa depende en gran medida de la confianza entre personas, a los malvados les resulta más fácil hacer cosas malas que perjudica los beneficios de los clientes, por ejemplo, violar a turistas femeninas por Airbnb, ofrecer servicio de mala calidad con un precio alto por Uber o DiDi, etc.

d). La economía colaborativa ha reducido el coste de las actividades turísticas, que incrementa la cantidad de turistas y crece la presión turística.

Para evitar estos impactos, toda la sociedad debe ponerse en acción:

- Las empresas turísticas tradicionales deben adaptarse a la tendencia de la época de la economía colaborativa, impulsar la reforma de sus propios sectores y mejorar la calidad de su servicio.
- El gobierno debe establecer políticas o leyes para regular la economía colaborativa.
- Los operadores de la plataforma colaborativa deben tratar los comentarios informáticos de los turistas oportunamente, y regular las actividades de las entidades colaborativas.
- La entidad colaborativa debe mejorar la calidad de sus productos y ofrecer servicios más cómodos a los turistas.

- Los turistas deben reportar los problemas encontrados durante la utilización de la plataforma a la policía o los operadores de la plataforma oportunamente.
- La prensa debe supervisar las actividades de economía colaborativa para que tengan una imagen socialmente positiva.

## **7. Conclusión**

En resumen, la economía colaborativa tiene efectos evidentemente positivos en el turismo sostenible. Ésta se ha expandido en todos los ámbitos de la industria turística a gran velocidad, corriendo paralelamente a la tendencia socioeconómica del mundo actual, respondiendo a las necesidades actuales de la gente y correspondiéndose con las exigencias de un turismo sostenible.

Los efectos positivos de la economía colaborativa en el turismo se dividen en tres grandes dimensiones: ecológica, económica y social, correspondiéndose con los tres pilares del desarrollo sostenible del turismo.

En el aspecto ecológico, los alojamientos compartidos pueden ahorrar recursos, reducir los impactos negativos en el medio ambiente y proteger el paisaje original del destino; las comidas compartidas pueden ahorrar agua y electricidad en comparación con las tradicionales y reducir los costes de los suministros; los transportes compartidos pueden aprovechar completamente los automóviles en las carreteras, con lo que se reduce la emisión de gases residuales; las actividades colaborativas pueden mejorar la conciencia medioambiental de la gente, que se convierten en turistas responsables.

En el aspecto económico, los alojamientos compartidos ofrecen ingresos adicionales a los propietarios del lugar de destino e impulsan el desarrollo de otras industrias; las comidas colaborativas pueden ofrecer ingresos extras a los cocineros locales, mejorar la promoción de la gastronomía del destino y atraer gran cantidad de turistas; los transportes compartidos hacen que los conductores tengan una jornada más flexible y relajada e incrementan sus ingresos; las actividades económicas pueden impulsar la

renovación de las actividades turísticas, adaptándose más a las necesidades de los turistas y promoviendo el desarrollo económico.

En la dimensión social, los alojamientos compartidos responden a las necesidades de los turistas y habitantes en cuanto a promover relaciones sociales cercanas y hacen que ambas partes se comprendan y se toleren; las comidas colaborativas responden plenamente a las necesidades gastronómicas de los turistas y habitantes y son favorables a mantener relaciones armónicas entre las dos partes; los transportes compartidos optimizan el tráfico en los destinos y hacen el viaje más fácil tanto para los turistas como para los habitantes; las actividades experienciales pueden enriquecer el ocio de la gente y mejorar las relaciones entre ellos.

Además, las características de la economía colaborativa como "Ahorro, igualdad, alta calidad, preservación del medio ambiente e innovación" corresponden sin duda al desarrollo sostenible.

La economía colaborativa involucra personas de todos los sectores en el turismo y hace que el turismo sea más eficiente, ecológico, conveniente y económico. De esta forma, no sólo las personas poseen comportamientos más sostenibles, sino que el número de personas a favor de la sostenibilidad va en aumento.

La economía colaborativa se adapta a la tendencia socioeconómica de nuestra época, al enfrentar una crisis económica y de valores muy grave, con un crecimiento de la presión demográfica, un aumento de los costes de los negocios, aceleración del proceso de urbanización y el desarrollo exponencial de las tecnologías informáticas. Todo ello constituye el motivo válido para la promoción de una economía colaborativa.

Con todos estos puntos mencionados, evidentemente, la economía colaborativa está impulsando el desarrollo sostenible del turismo. Pero, como cualquier proceso novedoso, también posee elementos negativos para el turismo sostenible:

En el aspecto ecológico, en comparación con lo tradicional, la economía colaborativa casi no tiene impactos negativos.

En el aspecto económico, atrae más turistas al destino, lo que causa inflación en el destino, disminuyendo la recaudación de impuestos y produciendo una competencia

desleal con los modelos tradicionales, causando la disminución relativa de empleo tradicional.

En el aspecto social, con la falta de una legislación clara, la economía colaborativa puede generar el aumento de la delincuencia en determinados sectores.

Frente a estos problemas, no tenemos nada que temer, porque con la fuerza y popularidad de internet y el desarrollo de la tecnología informática, en el futuro existirán APPs, softwares y sistemas de supervisión que se relacionen con la economía colaborativa, desarrollando vigorosamente nuevas industrias y modelos, con los cuales la economía colaborativa podrá cumplir mejor las exigencias del turismo sostenible. No cabe la menor duda que la economía colaborativa hoy abre un reto al modelo económico tradicional.

## **8. Bibliografía**

Pérez de las Heras. M (2004), Manual del Turismo Sostenible, editorial: S.A. MUNDI-PRENSA LIBROS, 2004.

Pere Fullana; Silvia Ayuso, (2002), Turismo Sostenible. Editorial: Rubes Editorial, S.L, 2002

NieLinlin, (2015) 'Sencilla explicación de los efectos de la economía colaborativa al turismo'. Editorial: Market Modernization, 2015

Wan Youqin. Doctor, (2004) 'Las teorías y prácticas del turismo sostenible'

Hu Xiao. Máster, (2008) 'Una investigación sobre el turismo sostenible en ChongQin'

Li Qinlei; JiangBin, (2013) El desarrollo de la economía colaborativa y la inspiración

YiOu web, (2015) 'El modelo de la economía colaborativa entra en el mercado turístico Online' <http://mt.sohu.com/20150513/n412924939.shtml>

XinHua web, (2015) 'El CEO de TuJia ha sido uno de los 50 líderes más importantes de los círculos comerciales de China en 2015' [http://news.xinhuanet.com/house/nj/2015-04-14/c\\_1114963906.htm](http://news.xinhuanet.com/house/nj/2015-04-14/c_1114963906.htm)

- Tania Herrera, (2015) 'Lo que m ó es tuyo: La econom ía colaborativa ya est á aqu í para quedarse' ::  
<http://www.eldefinido.cl/actualidad/plazapublica/6020/Lo-que-es-mio-es-tuyo-La-economia-colaborativa-ya-esta-aqui-para-quedarse/>
- Charrier Corona, (2015) 'Consumo colaborativo para emprender compartiendo' ::  
<http://www.emprender-facil.com/es/consumo-colaborativo-compartiendo/>
- Dennis Lee, (2014) 'Vayable: puedes comprar experiencia turística de cualquiera persona' ::  
<http://www.pingwest.com/vayable-travel/>
- Tove Danovich, (2016) 'Why no Ding App is the Airbnb of Food' ::  
<http://www.eater.com/2016/3/31/11293260/airbnb-for-food-apps-eatwith-feastly>
- JinDan, (2015), 'Yummy: ¿cómo realizar la econom ía colaborativa en el sector de gastronom ía' ::  
<http://www.cyzone.cn/a/20160615/298388.html>
- BUKOP web, (2014), 'Festly imita el modelo de Airbnb, y avanza hacia el mercado de catering' ::  
<http://www.bukop.com/?p=11309>
- Trevor Clawson, (2015) 'Trip4Real: Una empresa de experiencia Peer to Peer est á creciendo' ::  
<http://www.forbes.com/sites/trevorclawson/2015/08/03/trip4real-growing-a-peer-to-peer-experience-company/#4ab10f09775c>
- Susana Conde, (2013) 'Turismo responsable: Otra forma de viajar es posible' ::  
<http://sanoyecologico.es/turismo-responsable/>
- ZhangFan, (2012) 'Los conceptos relacionados al Turismo Responsable' ::
- Ifanr, (2015) 'm ás fracasos m ás ánimos, Uber va a convencer Europa en 2015' ::  
<http://www.ifanr.com/484824>
- Geogios Petropoulos, (2016) 'Uber y el impacto económico de las plataformas de la econom ía colaborativa' ::  
<http://bruegel.org/2016/02/uber-and-the-economic-impact-of-sharing-economy-platformforpl/>
- IT web, (2015) '¿Necesita prohibir la plataforma colaborativa de transportes como DiDi?' <http://news.mydrivers.com/1/368/368023.htm>

Rachel Botsman, (2013) "The sharing economy lacks a shared definition"  
<http://www.collaborativeconsumption.com/2013/11/22/the-sharing-economy-lacks-a-shared-definition/>

Organización Mundial de Turismo, citado en Secretaría de Turismo, *Programa Nacional de Turismo 2001-2006*, editorial: México, 2001,  
[http://archivos.diputados.gob.mx/Centros\\_Estudio/Cesop/Comisiones/d\\_turismo.htm#\\_ftn2](http://archivos.diputados.gob.mx/Centros_Estudio/Cesop/Comisiones/d_turismo.htm#_ftn2)

José Luis, (2014) "¿Qué es el consumo colaborativo o sharing economy?"  
<http://theyumers.com/blog/que-es-consumo-colaborativo-sharing-economy/>

Ariadna Trillas, (2014) "El consumo colaborativo revoluciona el turismo"  
[http://www.eldiario.es/alternativaseconomicas/consumo-colaborativo-revolucion-a-turismo\\_6\\_286681333.html](http://www.eldiario.es/alternativaseconomicas/consumo-colaborativo-revolucion-a-turismo_6_286681333.html)

José Francisco Ruiz (2014), "Economía colaborativa: Ventajas e inconvenientes de las plataformas que comparten recursos"  
<http://www.josefranciscoruiz.com/2014/12/ventajas-e-inconvenientes-de-las.html>

Albert Cañigüeral, (2014) "Economía Colaborativa 'reconstruye confianza entre ciudadanos'"  
<http://www.espectador.com/sociedad/305400/economia-colaborativa-reconstruye-confianza-entre-ciudadanos>

Miguel Ángel Medina, (2014) "El 'boom' de Airbnb y Blablacar",  
[http://elviajero.elpais.com/elviajero/2014/11/20/actualidad/1416476140\\_464634.html](http://elviajero.elpais.com/elviajero/2014/11/20/actualidad/1416476140_464634.html)

Hosteltur web, (2014) El gigante Airbnb se abre paso en la industria Hotelera mundial,  
[http://www.hosteltur.com/171190\\_gigante-airbnb-se-abre-paso-industria-hotelera-mundial.html](http://www.hosteltur.com/171190_gigante-airbnb-se-abre-paso-industria-hotelera-mundial.html)

Hosteltur web, (2014) El turismo P2P amenaza la industria si queda fuera de control"  
[http://www.hosteltur.com/155760\\_turismo-p2p-amenaza-industria-si-queda-fuera-control.html](http://www.hosteltur.com/155760_turismo-p2p-amenaza-industria-si-queda-fuera-control.html)

- Eastmoney web, (2016) "WanZi Tierra Consigue la financiación de decena millones de dólares de A turno, la cual invirtió Alibaba"  
<http://finance.eastmoney.com/news/1667,20160510622590911.html>
- Zhang Xiaorong, (2016), "La situación actual de la economía colaborativa en todo el mundo: Una tormenta está barriendo el mundo"  
<http://zxr.baijia.baidu.com/article/308516>
- YangBo, (2015) "Análisis sobre la economía colaborativa"  
[http://paper.people.com.cn/rmzk/html/2016-02/01/content\\_1649532.htm](http://paper.people.com.cn/rmzk/html/2016-02/01/content_1649532.htm)
- Lucky, (2016) "el cambio climático ha llevado costes altos a los ciudadanos"  
<http://www.ceonline.com/mycareer/ma/8800079737/01/>
- Zhen Peng; Chen Shuzhen, (2015) "Entrevista a LuoJun: Actualmente TuJia no encuentra competidores"  
<http://gz.house.163.com/15/0202/13/AHF2396K00873C6D.html>
- María Lila Ltaif, (2014) "El consumo colaborativo ayuda a reconstruir la confianza entre las personas."  
<http://www.espectador.com/economia/305439/el-consumo-colaborativo-ayuda-a-reconstruir-la-confianza-entre-las-personas>