

**Couchsurfing: Una herramienta que facilita la internacionalización por medio de la  
Economía Colaborativa**

**Juan Andrés Romero Cortés**

Periplo Internacional para optar al título de Profesional en Mercadeo

Asesor

Samir Ricardo Neme Chaves

Magíster en Psicología del Consumidor

Universidad Santo Tomás  
División de Ciencias Económica

Facultad de Mercadeo

Bogotá D.C.

2023

## **Couchsurfing: Una herramienta que facilita la internacionalización por medio de la economía colaborativa**

### **Resumen**

En el siguiente texto se busca abordar el concepto de economía colaborativa, a partir del caso de éxito de la plataforma y comunidad de viajeros Couchsurfing, y como esta puede ser una herramienta excelente a la hora de querer realizar sueños o metas de viaje contando con un no muy alto presupuesto y a la vez lograr brindar tanto para el huésped como para el anfitrión una conexión genuina que permita afianzar las relaciones entre las dos partes a un nivel inesperado gracias al valor que aporta pertenecer y ser miembro activo de la comunidad Couchsurfing tanto a nivel local como global.

**Palabras clave:** Couchsurfing, economía colaborativa, viajes, bienes, Turismo

### **Abstract**

The following essay discusses the concept of sharing economy having as foundation the case of success of the Couchsurfing platform and its community of travelers as an excellent and resourceful tool when it comes to achieving travel goals on low budget but at the same time, providing, both the guest and the host, a genuine connection that allows to strengthen the bond thanks to their activeness and presence, both in the local and global Couchsurfing community.

**Key words:** Couchsurfing, sharing economy, trips, goods, Tourism

### **Introducción**

El doctor en derecho de la Universidad de Sevilla, José María Botello (2020) afirma que a día de hoy, “no se puede afirmar qué es y qué no es la economía colaborativa (...) De entre las diversas y heterogéneas definiciones sobre economía colaborativa, podemos destacar que el

elemento articulador es el uso de plataformas digitales” (Botello,2020,p.281). A tal punto que existe confusión, y se utilizan indiscriminadamente, términos como “economía colaborativa”, “plataformas digitales”, ”economía de plataformas” y “plataformas colaborativas”. Según Botello (2020), “el concepto de economía es una actividad económica que tiene que ver con la satisfacción de nuestras necesidades, para cuya satisfacción se requiere un determinado esfuerzo, pues no se puede lograr gratuitamente” (Botello,2020,(p.283). La satisfacción de las necesidades humanas se logra de dos maneras; i) a través del intercambio de dinero por productos o servicios mediante el mercado; ii) la colaboración o participación grupal desinteresada de una colectividad sin mediación ninguna.

Se entiende por economía colaborativa, la satisfacción de una necesidad económica por medio de la colaboración o compartiendo con los costes económicos que supone dicha satisfacción de esa necesidad humana, en oposición a la economía de mercado que satisface no solo una, sino las necesidades humanas de cada uno de los participantes a través del intercambio de un bien, producto o servicio por otro. Afirma Botello (2020) que “la economía verdaderamente colaborativa se compone de las actividades económicas en las que las partes que intervienen buscan satisfacer una única y determinada necesidad económica, unas actividades económicas motivadas por la solidaridad, el altruismo, o simplemente por la necesidad de reducir los costes de una determinada necesidad económica, sin por ello obtener nada a cambio valorable económicamente” (Botello,2020,p.297).

La economía colaborativa representa la forma más primitiva de relación humana, pues es “la administración eficaz y razonable de los bienes” (RAE, 2022), por medio de un entorno cercano basado en la confianza (familia, amigos, colectividad, etc.) y que solo buscaba la satisfacción de una única necesidad: la supervivencia del grupo. Hoy en día, en plena era de la globalización y la informatización, la economía colaborativa vuelve a ser un cambio de paradigma en la forma de consumir, demandar y ofrecer productos y servicios en la sociedad humana –ahora global, planetaria-. Esta disrupción de paradigma pretende generar comunidades interconectadas y sostenibles a corto, mediano y largo plazo, en diferentes sectores sociales y económicos, más aún, dadas las circunstancias actuales que nos trajo la pandemia sanitaria de Covid-19.

Según Díaz Rodríguez (2016), “ante nuevos problemas se requieren nuevas soluciones, y las soluciones tradicionales han dejado de ser eficaces frente a los retos tradicionales” (p.1). Las crisis económicas que viene arrastrando el mundo desde 2008, 2016, y la que se vive actualmente por cuenta de la pandemia del Covid-19, así como el evidente deterioro ambiental, las nuevas enfermedades que aquejan a la humanidad y el impresionante desarrollo sociocultural y tecnológico que se ha tenido en tan poco tiempo, han hallado eco en la Unión Europea y sus Estados miembros, quienes, desde 2010, pusieron en marcha una ambiciosa agenda de tres prioridades llamada: Estrategia Europa 2020 (Comisión Europea, 2016). Dicha agenda plantea un crecimiento inteligente, integrador y sostenible. Esto es, el uso eficaz de los recursos naturales, el desarrollo digital para toda Europa y el desarrollo de las llamadas *WEB 2.0*. De esta agenda nace una nueva corriente de la economía, hasta ahora se ha hablado de economía de mercado en oposición a economía colaborativa, a partir de Europa 2020 se habla, además, de economía circular.

Es bajo estos tres paradigmas de la economía actual que han podido surgir las plataformas de prestación de servicios, de comercialización de productos, de oferta de bienes, pero también ha sido el caldo de cultivo para las iniciativas desinteresadas, altruistas, gratuitas y/o sin ánimo de lucro. Se reúnen bajo el paraguas de la economía colaborativa, aunque, como hemos visto ya, existe aún una falta de delimitación, de separación y de reglamentación de dichos conceptos que se utilizan indiscriminadamente dentro del mercado. Particularmente, este escrito centra sus esfuerzos en el análisis de la plataforma Couchsurfing como una herramienta que facilita la internacionalización, por medio de la economía colaborativa, pues como sostiene Cuesta Yust (2019) “los dos ámbitos en el que está teniendo mayor peso la economía colaborativa, son el transporte y los alojamientos” (p.9).

### **Economía Colaborativa *versus* Economía Circular**

Para la RAE (2022), el término “colaborativo” es sinónimo de benévolo, altruista, voluntario y compartido. Por esta razón, “es necesario que las actividades económicas que se

engloban dentro de la noción de la economía colaborativa reúnan, por extensión, las características propias de lo que implica colaborar y compartir” (Botello, 2020, p.285). Entonces, la economía colaborativa es aquella que no admite ningún tipo de intercambio económico, que se realiza por mero altruismo y sin fines de lucro. “La economía verdaderamente colaborativa se compone de las actividades económicas en las que las partes que intervienen buscan satisfacer una única y determinada necesidad económica, unas actividades económicas motivadas por la solidaridad, el altruismo, o simplemente por la necesidad de reducir los costes de una determinada necesidad económica, sin por ello obtener nada a cambio valorable económicamente” (Botello,2020, p.297).

Las actividades colaborativas se celebran, principalmente entre particulares (Bó et al., 2017) o individuos (YiOu, 2015) como se citó en (Xia & Sanagustín Fons, 2016,p 8), pues al estar al margen del mercado, desaparece la relación profesional-consumidor o usuario. “En este entendido y, a pesar del auge de las plataformas digitales, no existe ninguna influencia jurídica ni legal que pueda calificar de colaborativas a las actividades con fines de lucro.(Botello, 2020, p.300) marcando así una característica diferenciadora entre estos conceptos, ya que “lo que las califica de colaborativas no es el hecho de que se celebren a través de una plataforma digital o no, (...), sino únicamente que no tengan la finalidad del ánimo de lucro, sea esta pecuniaria o no” (Botello, 2020, p.300). Por todo lo anterior es que, hasta el día de hoy, existen las complicaciones para definir, limitar y reglamentar estas nuevas economías, pues, como dice Botello“es materialmente imposible conseguir una regulación única de un fenómeno tan amplio al que las estructuras institucionales y legislativas actuales no pueden dar una respuesta completa” (Botello, 2020).

Es lo que está sucediendo actualmente en Colombia con las plataformas de transporte, de domicilios, y claro, de alojamientos. “Se está tratando de analizar jurídicamente un fenómeno que aún no se ha logrado siquiera delimitar, mucho menos definir, se está tomando un concepto muy amplio –la economía colaborativa- para nombrar muchas actividades económicas, algunas de las cuales no pertenecen a ese sector de la economía”. Continúa Botello (2020) diciendo que “el avance tecnológico y el uso exponencial de las plataformas digitales que estamos experimentando en este tiempo no justifican, desde un punto de vista jurídico, el empleo del

concepto economía colaborativa, ni mucho menos que se califiquen a estas como plataformas colaborativas. Tampoco lo hace el aumento de la participación en el mercado como oferentes de bienes y servicios de los particulares no profesionales” (p.301), ahora llamados *prosumidores*, un neologismo que une los términos *productor* y *consumidor*.

Todo esto, cobra vital importancia en la medida en que plataformas como Couchsurfing, Blablacar y algunas ONGs como SERVAS si se encuentran dentro del ámbito de la economía colaborativa pues, su finalidad última es colaborar, no tienen ánimo de lucro, la relación existente entre los sujetos es meramente compartida y gratuita, la intención es altruista, benévola y/o de reducción de costos para beneficio de ambas partes. Concluye Botello (2020) que:

“por estos motivos, las consecuencias jurídicas extensibles a las distintas actividades económicas variarán enormemente en función del ámbito económico al que entendamos que se encuentran sometidas. Únicamente aquellas que se sitúen en la dimensión económica del mercado deben ser, siguiendo nuestro criterio, susceptibles de cometer actos de competencia desleal, o contrarios a la normativa de Consumo y de las normas laborales, administrativas, o también del Código de Comercio, o respetar los criterios de acceso al mercado cuando los haya” (3Botello, 2020,p.309-310).

Desde la perspectiva opuesta, las actividades que se consideren propias de la economía colaborativa, como en este caso el turismo colaborativo deben quedar exentas de tales exigencias y no pueden limitarse, por motivos de competencia o por requisitos de acceso al mercado, sino más bien lo contrario, deberían potenciarse en virtud de la cantidad de beneficios que generan –sociales, culturales, económicos y medioambientales.

“Por este motivo, Scheyvens (1999) sugiere que el término turismo comunitario se use únicamente para los casos donde los miembros de la población local tienen un alto control de las actividades y los beneficios, a diferencia de aquellos otros que son controlados principalmente por touroperadores externos o por el Gobierno (Trejos, 2009 como se citó en Agüera, 2013, p.4)

Plataformas absolutamente colaborativas como las ya mencionadas se enfrentan a grandes compañías como Uber, Airbnb o Wallapop, incluso las plataformas de bancos que impiden la llegada de nuevas formas de bancarización que ya han demostrado ser un éxito en otros países de la región (pero eso es un tema para otro escrito). Estas grandes compañías pertenecen a la economía de mercados, su finalidad es onerosa, tienen ánimo de lucro, la relación entre el profesional y el usuario es bien de trueque o bien pecuniaria, es decir, bien de intercambio de habilidades u objetos o bien de compraventa o arrendamiento, cualquiera de las cuales cabe perfectamente dentro de la definición de economía de mercado y se sale de la definición de economía colaborativa.

La Agenda Europa 2020 introdujo el concepto de: uso eficaz de los recursos. Según Ruiz y Romero (2011) quiere decir, “el paso de un patrón económico lineal: tomar-fabricar-consumir-eliminar, a una nueva forma de economía –llamada circular-: tomar-fabricar-consumir-reutilizar. El cambio climático, la contaminación del medio ambiente y las circunstancias vividas en el 2020, llaman poderosamente la atención de un mundo que vive en lo que los autores llaman: la economía tradicional del mercado, basado en la hipótesis de la abundancia, disponibilidad, facilidad de obtención y eliminación barata de los recursos, con un patrón de crecimiento lineal (...) y donde la finalidad de los productos es su eliminación para poder volver a consumir otro nuevo” (p.127). Luego la economía circular; si bien no participa de los objetivos altruistas, benévolos, solidarios, colaborativos y desinteresados de la economía colaborativa; aporta enormemente en tratar de revertir los efectos negativos ocasionados por la economía tradicional, tan sólo transformando la última etapa del patrón de crecimiento lineal y evolucionando a un patrón de economía circular.

Para Ruiz y Romero (2011) “la economía circular refleja la filosofía, mentalidad, el paradigma económico hacia el que evoluciona nuestra sociedad en aras de lograr un crecimiento inteligente, sostenible e integrador evocado en la Agenda Europa 2020” (p.128). También cabe rescatar que sin el poder, el tamaño y la influencia de la economía circular, la economía colaborativa no hubiera alcanzado las dimensiones con las que hoy cuenta, pues el desarrollo de las plataformas digitales, el uso eficaz y eficiente de recursos y el proceso de digitalización de la

economía nace en el corazón de la economía circular y beneficia, por extensión, a la naciente economía colaborativa.

### **Plataformas de Economía Colaborativa (Turismo)**

El turismo y el transporte son los dos primeros renglones de la economía colaborativa a nivel nacional. Según cifras del MinCIT (2018) “entre 2011 y 2017, en Colombia se presentaron destacados crecimientos en los principales indicadores del turismo en el país: se incrementó en un 69% las llegadas de viajeros internacionales, 52% la generación de divisas, 19% la creación de nuevos empleos y 74% en la incursión de nuevas empresas al sector, generando una oferta presente en alrededor de 281 municipios del territorio nacional” (p.45). Por su parte, un informe de la Universidad Jorge Tadeo Lozano de Bogotá, afirma que Colombia, para 2018, pasó de 15,7 a 40 millones de usuarios que utilizan la movilidad compartida por medio de plataformas tecnológicas. Las iniciativas enfocadas en estos dos nichos hacen que los usuarios más comunes y reconocidos sean pasajeros y conductores, turistas y anfitriones, comensales y domiciliarios, por mencionar algunos ejemplos.

Esto ha sido posible, gracias al rápido avance que ha tenido el desarrollo digital y a su vez la accesibilidad de estos usuarios que como menciona (Arlandis Mariner & Ramón Fernández, 2011) nacen con la web 2.0 los cuales tienen amplio acceso a dispositivos electrónicos por a la democratización de la comunicación y las tecnologías, ya que “gracias a la tecnología se puede conocer nuevas personas e ir a lugares que no eran fáciles de llegar algunos años atrás.”(Ramírez, 2017,p.4). Estos dos factores han permitido que los aplicativos móviles o *Apps*, como se les suele conocer, permitan el desarrollo de lugares propicios para que coincidan tanto oferentes como demandantes y “La rapidez y flexibilidad de este nuevo modelo, así como sus posibilidades de personalizar el producto/servicio, han permitido que hoy en día la mayoría de jóvenes estén familiarizados con plataformas como: Airbnb, BlaBlaCar o Uber” (Magallón Rosa, 2016,p.32). Couchsurfing o Glovo. Develando que como lo menciona Alaminos y Penalva-Verdú “podría llegar a incluir todo lo que está presente en el mercado para la satisfacción de necesidades: bienes de consumo –alimentos, vivienda y hospedaje, herramientas,

medios de locomoción, mobiliario, electrodomésticos, habilidades y servicios –profesionales o no profesionales-, conocimiento, incluso dinero” (Alaminos & Penalva-Verdú, 2018, p.22). entre otras. Entendiendo que no todas pueden clasificarse dentro de la economía colaborativa. Algunas de ellas hacen parte de la economía circular. La razón de estas plataformas es satisfacer necesidades de servicios de sus consumidores; pues si todos los seres humanos tuviesen un vehículo propio, una casa propia, uno o más dispositivos electrónicos personales o viajes en avión de manera frecuente, se generaría tanto una demanda de bienes inmensa y consigo una cantidad de desechos sin precedentes, lo cual podría exacerbar la problemática actual de cara al cambio climático que afrontamos de manera global y es donde las “características básicas del turismo solidario como sería el respeto al medio ambiente, la justicia distributiva de los recursos económicos generados” (Guzmán et al., 2007,p.102). toman especial relevancia en esta situación.

De la misma forma, toda la demanda que estos mismos bienes generan en productos complementarios y sustitutos, por ejemplo, los combustibles, sus emisiones, sus repuestos y accesorios, generarían una demanda directamente proporcional de manera desproporcionada, teniendo en cuenta el número de habitantes del planeta. Lo mismo sucede con la vivienda y el alquiler de habitaciones por parte de los hoteles. Con el creciente auge del turismo, se ha venido generando en las ciudades una dinámica de turismo de masas entendido esto como lo explica (Gordon, 2002) hay que diferenciar entre lo que normalmente se entiende como viajeros de alta calidad y lo que entendemos como aquellos que esencialmente sólo desean ver el mundo. que, muchas veces, es contraproducente, porque la infraestructura de las ciudades no está preparada para tal cantidad de visitantes en una misma zona. Salvo ciertas excepciones, la gran mayoría de ciudades del mundo sufren crisis de gentrificación como la define Bournazou:

“La raíz de la palabra proviene de gentry cuyo significado literal es alta burguesía. En un principio, su intención era regenerar viejos barrios abandonados; esta labor era desarrollada por una clase social con poder adquisitivo y solvencia económica con impacto en los sectores más vulnerables” (Bournazou, 2017,p 9).

y el alza de precios debido al intenso flujo turístico y a “la percepción de culpabilidad atribuida a los nuevos como causantes del alza desmedida en el costo de la vida” como también menciona

(Bournazou, 2017,p 348) que en ellas se desarrolla, bien sea por negocios o bien por mero interés turístico.

Esta situación también se ve representada en la preferencia de los visitantes por alquilar viviendas en vez de hospedarse en cadenas hoteleras tradicionales, ya que muchas veces incrementa los presupuestos a la hora de viajar y suelen ser menos flexibles y no muy cercanos a la verdadera esencia local ya que la mayoría son estandarizados, en muchos casos, estos alojamientos disruptivos les permite una mayor flexibilidad, variedad y calidad en su experiencia turística ya que estas se encuentran mayormente en cómo se menciona en:

“destino temporal de turistas pero también en lugar de asentamiento de artistas, creativos y gente bohemia. Dadas las diferentes características de los colectivos que comparten el territorio, el respeto por la diversidad y la clara definición de los límites de uso del barrio representan elementos clave para evitar el conflicto potencial de uso y disfrute del territorio.” (Eastaway & Solsona, 2014,p 210).

Finalmente, el fenómeno de las plataformas de *streaming*, presenta una gran acogida en los mercados y consumidores más jóvenes, ya que como mencionaba anteriormente, muchas veces solo demandamos bienes y servicios de manera temporal, y no permanentemente, haciendo que el alquiler de contenido, de bienes, o servicios, sea un mercado totalmente nuevo y azul que ha demostrado una eficacia y rentabilidad enorme, tanto para los usuarios como para las empresas que en él desempeñan su actividad.

La conveniencia toma entonces un valor fundamental para el concepto de economía colaborativa, pues genera la eficacia y eficiencia de los bienes y servicios que pueden estar disponibles para quienes verdaderamente los necesitan, aprovechando así un bien o un servicio de la manera más completa y eficiente. Como menciona Cuesta Yust (2019) “hoy en día se le puede dar utilidad a bienes y recursos que ya no la tenían, evitando la compra innecesaria” (p.7). Evitando consigo la generación de más bienes que serán usados una o ninguna vez, siendo innecesariamente producidos y, de esta forma, satisfacer a un número mucho mayor de consumidores que pueden ver accesibles este tipo de bienes o servicios con esta nueva visión de

la economía colaborativa para todo tipo de mercados en la actualidad. como también es mencionado por (Botsman, 2010), quien afirmó que el consumo colaborativo tiene tres beneficios clave, los cuales son: el económico, el ambiental y el comunitario. El primero ofrece un uso más duradero y eficiente de los recursos financieros, el segundo se refiere al uso de los recursos naturales más innovadores y sostenibles, mientras que el tercero proporciona conexiones más profundas entre las personas. citado por (Echevarria, 2018,p.24).

### **Plataformas de Alojamiento Colaborativo (Couchsurfing)**

Con todo este panorama de cambio donde se replantea la forma de consumir bienes y servicios de forma más eficiente y accesible, aparecen en el sector inmobiliario y turístico, plataformas como Airbnb, Homeaway, One Fine Stay, Windum, Flipkey y Couchsurfing, entre otras; que generan ese espacio común donde tanto anfitriones -propietarios de un inmueble- como huéspedes -turistas en busca de alojamiento- se encuentran directamente. Couchsurfing es innovador y disruptivo, pues permite a los usuarios acceder a todos los servicios que las otras plataformas ofrecen de forma monetizada, de una forma diferente, que no se basa en el intercambio económico sino en las relaciones de calidad. Permite a los viajeros de la comunidad Couchsurfing tener un lugar donde hospedarse sin pagar por ello; ofreciendo a dichos viajeros una experiencia de intercambio cultural y socialización con sus anfitriones, permitiendo así generar una red de contactos que puede, incluso, convertirse en una red de amigos, ahí es donde se encuentra el valor agregado de la comunidad Couchsurfing como se menciona en:

“La tendencia de "surfear un sillón" comenzó hace cinco años en los Estados Unidos y hoy es una de las formas más populares de recorrer el globo. Más de un millón y medio de usuarios, en su mayoría de Estados Unidos, Alemania, Francia, Canadá y el Reino Unido se hospedan gratis, conocen diferentes culturas y hacen amigos a través de esta red.” (Sandoval Vargas, 2014,p4)

Couchsurfing es, para Gonçalves y Wu (2020) “una plataforma digital que funciona como canal de comunicación, de hospitalidad y de intercambio cultural entre dos personas ubicadas en

diferentes partes del mundo” (p.39). Couchsurfing es una empresa B-Corp fundada por Casey Fenton, Daniel Hofer, Sebastian Le Tuan y Leonardo Bassani da Silveira. Fenton la define como “*una red de fiabilidad*”. En la actualidad Couchsurfing cuenta con más de 200.000 ciudades registradas para alojarse, más de 12 millones de miembros y 550.000 eventos anuales (Couchsurfing). Su misión es promover viajes por el mundo, redescubrir ciudades y convertir personas en anfitriones. Su visión es la de un mundo mejor por medio de los viajes, enriquecidos por la conexión. Sus valores corporativos son compartir la vida, crear conexión, ofrecer gentileza, estimular la curiosidad, mejorar lo que estaba antes. Los canales de funcionamiento son su portal web ([www.Couchsurfing.com](http://www.Couchsurfing.com)), aplicación disponible en iOS y Android, redes sociales, central de soporte, prensa, tienda *online*.

La filosofía de Couchsurfing, siguiendo a Botello (2020) “es crear una comunidad *online* en la que sea posible el alojamiento en casa de otros usuarios de forma totalmente desinteresada, sin que sea la consecuencia directa de haber aceptado y alojado, previamente, en su vivienda, a otro usuario, sino porque esa sea la finalidad de la comunidad” (p.312). En tal sentido, su actividad económica es no onerosa, sin ánimo de lucro, no pecuniaria, ya que no existe ningún vínculo comercial ni intercambio económico, por tal motivo es considerado como alojamiento colaborativo, y se encuentra dentro de las economías colaborativas. El carácter de gratuidad es el elemento distintivo y esencial de estos alojamientos colaborativos. Explica Botello (2020) “que la figura jurídica con la que se identifica generalmente este tipo de cesiones temporales de vivienda es con la del comodato” (p.313), que reza más o menos de la siguiente manera:

“por el contrato de préstamo, una de las partes entrega a la otra, o alguna cosa no fungible para que use de ella por cierto tiempo y se la devuelva, en cuyo caso se llama comodato, o dinero u otra cosa fungible, con condición de devolver otro tanto de la misma especie y calidad, en cuyo caso conserva simplemente el nombre de préstamo. El comodato es esencialmente gratuito” (Vivas Tesón, 2002).

El alojamiento colaborativo que propone Couchsurfing no puede ser comparado con un intercambio de casas, pues el trueque –como intercambio- pertenece a la economía de mercado, está catalogado como lucrativo, oneroso o con ánimo de lucro aun cuando no sea de carácter

pecuniario. De tal suerte que Couchsurfing no puede equipararse a la plataforma HomeExchange, en la que, efectivamente, se produce un trueque. Tampoco puede relacionarse a Couchsurfing con Airbnb pues, la actividad de ésta última sí es, evidentemente, el alquiler de alojamientos. El alojamiento colaborativo tampoco puede compararse con arrendamientos vacacionales. Se presentan, entonces, estos tres ejemplos de las tres posibilidades de la economía, a saber: dentro de la economía no colaborativa se encuentra, por un lado, Airbnb, cuya actividad es pecuniaria, su objeto es el arrendamiento vacacional y el alquiler turístico y debería regirse por el Código Civil, el Código de Comercio, el Derecho de Consumo, etc., normas que actualmente reglamentan el comercio en Colombia. Por otro lado se encuentra HomeExchange cuya actividad es no pecuniaria pero si de trueque, su objeto es el intercambio de casas y está regido por la voluntad de las partes y, eventualmente, por el Código Civil.

En la otra cara, se encuentra la economía colaborativa, cuyo único exponente es Couchsurfing, pues es colaborativa, gratuita, no onerosa, su objeto es el alojamiento colaborativo y no se rige por marco normativo alguno. La comunidad Couchsurfing ha venido innovando en ampliar las conexiones entre sus viajeros y anfitriones, como se explica mejor en:

“Alrededor del mundo convergen viajeros de diferentes nacionalidades a diario, con diferentes culturas, costumbres, modismos, y percepciones sobre la sociedad. Por ello, la página web se convierte en un espacio inicial que facilita y brinda al usuario un sistema para conocer e interactuar con personas que comparten su misma visión y condición, es decir, que quieren viajar a un nuevo lugar; logrando un intercambio sociocultural. Este sistema también permite generar nuevas relaciones sociales que ayudan considerablemente dentro de un proceso de adaptación al nuevo entorno social en otro lugar distinto al de origen del usuario.” (Tovar Aguilar & Salazar del Castillo, 2020,p.11)

ya que también cuenta con eventos organizados bien sea por la misma entidad o por miembros, cualquiera sea su categoría, para que de esta forma se puedan conocer también entre viajeros para recorrer los lugares que se visitan, llevando las relaciones a un nivel diferente trayendo una interacción más intensa entre los miembros de la comunidad. Para terminar,

Gonçalves y Wu (2020) realizaron una matriz DAFO de la plataforma Couchsurfing que, bien vale la pena resumir a continuación.

Las fortalezas de la plataforma se concentran en su fuerte comunidad, así como en su pionerismo en el sector turismo para la economía colaborativa. La idea original, su concepto y la posibilidad de un “intercambio gratuito” son factores que la diferencian y la hacen ser aceptada por sus usuarios. “Esto porque no sólo responde a las necesidades de los turistas, sino también permite a los residentes formar parte de la actividad, transmitir sus conocimientos y habilidades, y obtener un beneficio social”(Serrani, 2016,p.5).

Las debilidades de pueden dividirse en las que tienen que ver con la plataforma –la falta de garantías en seguridad-, la promoción de su concepto –su público objeto es demasiado grande y existe desconfianza por la seguridad dentro de la plataforma-, y también de su modelo de negocios –no hay mucha claridad en el modelo y a la generación de ingresos-. Las oportunidades se basan en la unión con otras plataformas, por ejemplo de transporte, también la forma de verificación de usuarios traería más tranquilidad, los inconvenientes de la economía circular y de las plataformas de la competencia son una gran oportunidad para hacerse conocida y crecer. Finalmente, las amenazas son las crisis –como la del Covid-19-, algunos escándalos por abuso sexual y el gran desinterés por parte de inversionistas (Wu,2020,p.56 et 57).

## **Conclusiones**

El concepto de economía colaborativa ha incentivado enormemente la creación de nuevas empresas de base tecnológica y digital, dando origen a una nueva forma de consumo que pretende volver a la raíz del adjetivo colaborativo dando lugar a estas plataformas que hacen que tanto la propiedad, el beneficio y la responsabilidad sean distributivos realmente, como lo menciona (Sánchez, 2016), agregando les a las mismas un componente responsable y amigable con el medio ambiente; llevando hasta el destinatario final, directamente y sin intermediarios, el producto o servicio. Las crisis de 2008, 2016 y la de 2020 provocaron grandes recesiones de las economías globales, muchas empresas tuvieron que cerrar o reducir drásticamente su operación,

lo que, a su vez, dio pie a que pequeños emprendimientos surgieran de la mano de la tecnología y la economía colaborativa como menciona (Rodríguez-Antón et al., 2016) una forma de reducir los impactos negativos que estas crisis han provocado en las economías del mundo.

La economía colaborativa aún presenta muchos retos por abordar, unos de los más controversiales son el tributario y el legal; en este último incluida la protección al usuario ya que como argumenta (González Fernández, 2022) el 60% de los consumidores no tiene una mínima idea de como o a quien reclamarle en caso de llegar a tener algún inconveniente relacionado con este concepto. Y es por todo ello que lograr delimitar, definir y reglamentar el concepto es un paso fundamental para alcanzar la transparencia legal y fiscal de estas nuevas formas de mercado. Hay que diferenciar la economía colaborativa (sin ánimo de lucro, no onerosa, solidaria, altruista, benévola) de la economía circular o no colaborativa (con ánimo de lucro, onerosa, pecuniaria, comercial).

Gracias a la economía colaborativa las personas de a pie, comunes y corrientes, pueden generar nuevas y mejores relaciones, pueden permitirse la dedicación extra o a tiempo completo a una nueva actividad económica que les puede generar satisfacciones y, por qué no, de manera tangencial generar nuevos patrones de consumo, nuevos negocios y relaciones comerciales a futuro como bien lo afirma (González Hurtado, 2020) Gracias a la digitalización, las plataformas y las aplicaciones, se ha visto un aumento en las relaciones sociales directas en las ventas y en el crecimiento de la economía nacional por cuenta de la economía colaborativa, del mismo modo que han aparecido nuevas ocupaciones, nuevos empleos así como nuevos hábitos, nuevos profesionales, nuevos consumidores y nuevas oportunidades.

La economía colaborativa cambió todos los esquemas del turismo, facilitando el surgimiento de plataformas como Airbnb, Couchsurfing, Homeaway y otras. que aunque no son propiamente colaborativas tomaron inspiración del concepto. El desarrollo dentro del sector ocurrió por cuenta del turismo naranja, donde el turista es el gran protagonista y no solamente un viajero; es el actor principal dentro de este contexto. Además, su impacto fue grande y ha promovido cambios habitacionales y sociales relacionados a temas como la gentrificación.

Couchsurfing se ha encumbrado como una única y buena herramienta para la internacionalización, por medio de la economía colaborativa ha logrado no solo mantenerse en la gratuidad, sino crear una fuerte red de contactos a nivel mundial que practican el desinterés, la solidaridad, la colaboración, el cuidado del medio ambiente, la digitalización y el uso eficaz y eficiente de los recursos. Couchsurfing da cuenta de lo que verdaderamente es economía colaborativa, aún compitiendo de forma desleal y aún no legal, con grandes empresas que no pertenecen a la economía colaborativa.

## Referencias

- Agüera, F. O. (2013). El turismo comunitario como herramienta para el desarrollo sostenible de destinos subdesarrollados. *Nómadas. Critical Journal of Social and Juridical Sciences*, 38(2).
- Alaminos, A., & Penalva-Verdú, C. (2018). *Economía colaborativa: Definiciones y escenarios*.
- Arlandis Mariner, M. de la E., & Ramón Fernández, F. (2011). Couchsurfing como opción de alojamiento turístico. *Turismo e Sociedade*, 4(1), 123-143.
- Bó, M. P., Civera, J. N., & Amorós, M. P. L. (2017). El nuevo concepto de turismo colaborativo: La comunidad couchsurfing. *Com. International Journal of Information Systems and Tourism (IJIST)*, 2(1), 47-58.
- Botello, J. M. (2020). *El alojamiento colaborativo y la reconfiguración de la economía colaborativa desde una perspectiva jurídica*. París: Universidad Paris-Nanterre.
- Bournazou, E. (2017). *Gentrificación*.
- Comisión Europea. (s.f.). *Comisión Europea*. Recuperado de <https://ec.europa.eu/docsroom/documents/16881/attachments/2/translations/es/renditions/pdf>. [visitado el 28 de Diciembre de 2022]
- Couchsurfing. (s.f.). *Couchsurfing.com*. Recuperado de <https://blog.Couchsurfing.com/ask-the-ceo-revenue-at-Couchsurfing/> [visitado el 3 de Enero de 2022]
- Cuevas Yust, A. (2019). *La economía colaborativa y su relación con el sector turístico*. Sevilla: Universidad de Sevilla.
- Díaz Rodríguez, F. J. (2016). *La economía colaborativa en el turismo*.
- Eastaway, M. P., & Solsona, M. S. (2014). Dinámicas en el entorno construido: Renovación, gentrificación y turismo. El caso de la Barceloneta. *ACE: Arquitectura, Ciudad y Entorno*.
- Echevarria, G. (2018). *Couchsurfing y turismo P2P: cartografía del viaje*.
- Gonçalves de Almeida, A., & Wu, X. (2020). *Análisis de la economía colaborativa en el caso de Couchsurfing*. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona.

- González Fernández, D. (2022). *La economía colaborativa: Especial análisis del sector del alojamiento y su situación actual*.
- González Hurtado, B. (2020). *El turismo colaborativo*.
- Gordon, B. M. (2002). *El turismo de masas: Un concepto problemático en la historia del siglo XX*.
- Guzmán, T. J. L.-G., de la Torre, G. M. V., & Navarro, A. M. (2007). Turismo solidario. Una perspectiva desde la Unión Europea. *Gestión turística*, 8, 85-104.
- Magallón Rosa, R. (2016). *El ADN de la Generación Z. Entre la economía colaborativa y la economía disruptiva*.
- MinCIT. (s.f.). *Ministerio de Comercio, Industria y Turismo*. Recuperado de <https://www.mincit.gov.co/ministerio/politica/politicas-sectoriales/turismo/presentacion-1/presentacion> [visitado el 28 de Diciembre de 2022]
- Ramírez, M. P. S. (2017). Turismo 2.0: Las economías colaborativas innovan el hospedaje. *QUID: Investigación, Ciencia y Tecnología*, 28, 60-68.
- Real Academia Española de la Lengua. (s.f.). *Diccionario de Lengua Española*. Recuperado de <https://dle.rae.es/econom%C3%ADa?m=form> [visitado el 28 de Diciembre de 2022]
- Real Academia Española de la Lengua. (s.f.). *Diccionario de Lengua Española*. Recuperado de <https://dle.rae.es/colaborativo?m=form> [visitado el 28 de Diciembre de 2022]
- Rodríguez-Antón, J. M., del Mar Alonso-Almeida, M., Rubio-Andrada, L., & Pedroche, M. S. C. (2016). La economía colaborativa. Una aproximación al turismo colaborativo en España. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 88, 258-283.
- Ruiz Malbarez, M. C., & Romero Gonzalez, Z. (2011). La responsabilidad social empresarial y la obsolescencia programada. *Revista Saber: Ciencia y libertad Vol.6 No.1* , 127-138.
- Sánchez, R. A. (2016). Economía colaborativa: Un nuevo mercado para la economía social. *CIRIEC-España, revista de economía pública, social y cooperativa*, 88, 230-258.
- Sandoval Vargas, V. L. (2014). *Couchsurfing: Como nuevo sistema de hospedaje*.
- Serrani, G. (2016). *Couchsurfing*.

- Tovar Aguilar, S., & Salazar del Castillo, J. C. (2020). *Prácticas comunicativas en el Couchsurfing desde el caso de un grupo de viajeros colombianos*.
- Vivas Tesón, I. (2002). *El contrato de comodato*. Paris: Tirant lo Blanch.
- Xia, H., & Sanagustín Fons, M. V. (2016). *Los efectos positivos de la economía colaborativa en el turismo sostenible*.