
Investigaciones Turísticas

ISSN: 2174-5609



Competencias requeridas por el nuevo trabajo en turismo

Santiago Melián González

Universidad de Las Palmas de Gran Canaria

santiago.melian@ulpgc.es

Jacques Bulchand Gidumal

Universidad de Las Palmas de Gran Canaria

jacques.bulchand@ulpgc.es

RESUMEN

La irrupción de Internet en la sociedad está generando una nueva forma de trabajo, creado directamente por los individuos, que presenta características diferentes del trabajo tradicional. Este reciente modo de ofrecer y demandar servicios se da en distintas actividades propias del sector turístico. Partiendo de la literatura existente, se fundamenta que trabajar en un entorno tecnológico modifica el trabajo y las demandas a los trabajadores. Para comprobar los requisitos especiales del trabajo que se produce por parte de las personas al amparo de Internet se analizan, con una metodología cualitativa, diferentes sitios web dedicados a este mercado laboral. Partiendo de un enfoque de competencias, basado en comportamientos específicos que permiten lograr un alto rendimiento, los resultados describen un perfil de trabajador en el que, aparte de las habilidades necesitadas para cada trabajo, se requieren unas competencias interpersonales y cognitivas específicas. Tanto los trabajadores, como los futuros profesionales, y las instituciones responsables de la formación y el empleo deberían ser conscientes de esta realidad profesional.

Palabras clave: empleo, tecnología, recursos humanos, economía generada por individuos.

Investigaciones Turísticas

ISSN: 2174-5609



Competences that the new work in tourism requires

Santiago Melián González

Universidad de Las Palmas de Gran Canaria

santiago.melian@ulpgc.es

Jacques Bulchand Gidumal

Universidad de Las Palmas de Gran Canaria

jacques.bulchand@ulpgc.es

ABSTRACT

The growth of the Internet in society is creating a new type of work generated directly by individuals and that has different characteristics from traditional jobs. This new way of offering and demanding services appears in several activities of the tourism sector. From the existing literature, we prove that technological environments modify the tasks required from and the demands made to workers. To check the special requirements of the work produced by individuals taking advantage of the possibilities of the Internet, we analyze with a qualitative methodology different websites dedicated to this labor market. Drawing on a competence approach based on specific behaviors related with a high performance, the results describe a worker profile in which, apart from the skills needed for the job, specific interpersonal and cognitive competences are required. Both workers, as future professionals, and institutions responsible of training and employment should be aware of this professional reality.

Key words: employment, technology, human resources, collaborative economy.

I. INTRODUCCIÓN

Gran parte de la investigación que estudia el impacto de la tecnología en el trabajo se centra en el empleo por cuenta ajena. En este sentido, una parte de la literatura analiza si la tecnología es o no un factor determinante de la cantidad de empleo (Breschi et al., 2000). Otro punto de vista relacionado y extendido es el tipo de trabajo que la tecnología desplaza y el tipo de trabajo que complementa (Autor et al., 2003).

La digitalización de la sociedad causada por Internet ha generado una nueva forma de trabajo, a la que habitualmente se hace referencia con los términos economía entre pares (*peer economy*), economía de la compartición o economía colaborativa (Belk, 2014). Esta modalidad de trabajo también se ha extendido al sector turístico, y la literatura sugiere que podría presentar una serie de características diferenciadoras del empleo tradicional ofrecido por las actividades de hoteles, restauración, comercio, museos, transporte y ocio. Los estudios sobre las particularidades de esta reciente forma de trabajo son escasos. Dada la relevancia económica y social que tiene el empleo, y la presencia evidente de esta economía en la actividad turística, el objetivo de este estudio es analizar el trabajo que se está generando en este entorno todavía poco explorado. La población, las instituciones educativas y las competentes en materia de formación y empleo deberían ser conscientes de esta nueva realidad.

En general, la opinión respecto a economía generada por los individuos¹ es que es un fenómeno en expansión (Matzler et al., 2014). Tomando como referencia la abundante investigación sobre la influencia de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC en adelante) en el empleo tradicional, es posible prever que esté surgiendo una manera de trabajar lo suficientemente diferente como para ser tenida en cuenta. A ello hay que añadir la evidencia sobre el funcionamiento de los sitios web donde se localiza este mercado laboral y los pocos trabajos que, aunque de manera superficial, analizan este fenómeno.

En el contexto descrito, este artículo presenta los resultados de un análisis sobre las características de esta nueva forma de trabajar creada al amparo de la economía generada por los individuos en Internet. Dado los pocos datos sobre el tópico, se ha escogido una metodología de análisis cualitativo de portales de Internet, relevantes para diferentes actividades turísticas, en los que se localiza este tipo de trabajo. Los resultados

¹ En el presente artículo hemos optado por el término “economía generada por los individuos” o iEconomía frente a otras opciones como economía entre pares (*peer economy*), economía colaborativa (*collaborative economy*) o economía de la compartición (*sharing economy*) por entender que estos últimos términos no reflejan adecuadamente en su totalidad el fenómeno que se está produciendo ya que, en la mayoría de los casos no hay realmente colaboración, compartición ni intercambio de bienes o servicios entre agentes que realmente puedan ser calificados como pares.

pueden ser útiles para tomar conciencia sobre una posible evolución del empleo turístico, o parte del mismo, y así actuar en consecuencia.

El resto del artículo se estructura de la siguiente forma. Los dos siguientes apartados pretenden fundamentar el papel influyente de la tecnología en esta nueva forma de trabajar y en sus requisitos. A continuación se define el objetivo del este estudio y su relevancia. Seguidamente se describe la metodología empleada, los resultados y, finalmente, las conclusiones.

II. TIC Y TRABAJO

Hasta ahora, los modelos sobre tecnología, concretamente las TIC, y trabajo han adjudicado a las TIC la realización de las tareas rutinarias, tanto las manuales como las cognitivas (Autor et al., 2003). Esto es así tanto por la capacidad de las TIC como por la reducción que ha experimentado su coste de adquisición para las empresas. En este sentido, existe evidencia de que las TIC incrementan los requisitos de habilidades cognitivas que requieren los puestos de trabajo, liberando a los trabajadores de las tareas más rutinarias (Spitz-Oener, 2006; Acemoglu y Autor, 2010; Akcomak et al., 2013). Ello coincide con lo planteado por la denominada hipótesis sobre la influencia sesgada del cambio tecnológico hacia el incremento de las habilidades intelectuales aplicadas en el trabajo (Card y DiNardo, 2002).

En este terreno, la investigación no suele entrar en detalle respecto a qué TIC específicas son las que afectan al trabajo. Los estudios asumen por TIC todo lo que conlleva la presencia de ordenadores en las empresas y en los puestos de trabajo. No obstante, sí aporta evidencia sobre que modifican tanto el trabajo como las habilidades requeridas por los trabajadores. Venkatesh et al. (2010), en un estudio longitudinal, muestran como las TIC incrementan las siguientes características de los puestos de trabajo: la variedad de tareas, la autonomía con la que se realizan, el grado en que éstas constituyen un proceso global e identificable, la conexión de las tareas con el trabajo o la vida de otras personas, y la información que proporcionan sobre el rendimiento. Spitz-Oener (2006) muestra como en un periodo de 20 años los puestos han incrementado las tareas analíticas no rutinarias, las que conllevan interactuar con personas y las tareas manuales no repetitivas. Son precisamente los puestos más afectados por las TIC los que experimentan un mayor incremento en las tareas analíticas no repetitivas y en las que implican relacionarse con otros. A partir de una muestra de puestos de trabajo en el Reino Unido, Green (2012) encuentra incrementos significativos en la demanda de habilidades a los trabajadores entre los años 1997 y 2006. El autor atribuye un papel significativo a las TIC en los cambios hallados. Concretamente, la demanda creció para habilidades de: comprensión lectora y expresión escrita; asesoramiento a clientes, tratar con otros y conocimiento de los productos; influir en otros mediante la escucha, persuasión o formación; auto organización, planificación y gestión del propio tiempo; analizar problemas complejos en profundidad y pensar en soluciones. De forma parecida, los

estudios prospectivos sobre la evolución del trabajo, causada por el progreso tecnológico, auguran un futuro ocupacional consistente en puestos de trabajo basados en habilidades cognitivas y de interacción social diversas, que requieren de adaptación a diferentes situaciones (Frey y Osborne, 2013).

Por lo tanto, parece que cuando las TIC están presente en una ocupación, la aportación del trabajador consiste en aplicar habilidades intelectuales y sociales no rutinarias. Trabajar con tecnología hace que este tipo de habilidades se vuelvan más importantes para la realización del trabajo.

III. TRABAJO E INTERNET

Las denominaciones economía de los pares, economía colaborativa y economía de la compartición ya forman parte del vocabulario actual cuando se habla del impacto de Internet en la sociedad. Las definiciones de estos términos hacen hincapié en intercambiar, compartir o colaborar en el desarrollo de bienes o servicios a través de Internet (Belk, 2014). No hacen referencia explícita a que Internet es también un medio para intercambiar trabajo por una remuneración. Sin embargo, las circunstancias son diferentes.

La realidad muestra fácilmente la existencia e importancia de esta reciente forma de trabajo. A través de Airbnb los propietarios de viviendas obtienen ingresos económicos y, mediante Uber, los poseedores de un vehículo también obtienen una retribución actuando como chóferes. No obstante, no es necesario poseer un activo para trabajar al amparo de las posibilidades de Internet. En TaskRabbit las personas se ofrecen para realizar trabajos de mantenimiento, limpieza, jardinería, o animación. Si bien esta web no opera en España, sí podemos encontrar opciones equivalentes como Cronoshare o Etece. También existen webs de servicios exclusivamente turísticos distintos del alojamiento, como Trip4real, en la que los particulares se ofrecen como guías turísticos especializados, o Triperone, donde se diseñan y ofertan experiencias de ocio originales y especializadas para turistas.

Por tanto, de forma coherente con como históricamente las innovaciones tecnológicas han impactado en el empleo (Goldin y Katz, 2009), Internet también está creando trabajo que antes no existía. Nos referimos a la que hemos mencionado como economía generada por los individuos en Internet (iEconomía), que surge por la oportunidad que ofrece la red para que cualquier persona rentabilice activos o habilidades que hasta ahora no tenía plenamente ocupados en el terreno profesional (Zervas et al., 2014). La influencia que tiene el entorno en los comportamientos que realizan las personas es un hecho conocido y planteado desde hace tiempo (Lewin, 1951). Así, es posible que este trabajo sea diferente del conocido hasta ahora, ya que se está desarrollando en un contexto distinto y nuevo. Además, operar en este mercado requiere necesariamente hacer uso de las TIC, ya que si no es imposible acceder y operar en el mismo.

Apenas hay evidencia, basada en un análisis empírico sistemático, sobre las características de este tipo de trabajo. Berger y Frey (2015) lo describen como autoempleo intensivo en habilidades creativas y emprendedoras. Argumentan que su proliferación se debe a los bajos costes de iniciación y comercialización, y a que posibilita un acceso a clientes rápido y poco costoso. Mtsweni y Burge (2014), a partir de una evaluación informal de una serie de portales web, describen los beneficios de esta modalidad de trabajo tanto para el trabajador (e.g., flexibilidad, acceso a la experiencia profesional, posibilidad de ingresos) como para el que lo demanda (e.g., reducción de costes, acceso a habilidades específicas). Cheng (2014) se centra en las características de las webs en las que se crea este trabajo. Destaca que incluyen mecanismos que buscan incrementar la confianza y la fiabilidad del trabajo ofertado de cara al demandante. Entre los mismos están la reputación a través de las valoraciones de los clientes, un etapa de evaluación previa a poder ofertar el trabajo, la intermediación de la web en la retribución al trabajador, y la estandarización en el diseño del formato en que el trabajo se oferta, dejando autonomía en cuanto a su contenido.

IV. OBJETIVO

Existen pocos datos sobre el volumen de la economía descrita en la sección anterior. No obstante, su magnitud se prevé notable y ascendente. Recientemente se ha realizado un estudio según el cual a través del portal Airbnb, en España, se comercializan 59.217 habitaciones que equivaldrían a 592 hoteles (Hosteltur, 2015). A nivel mundial, ya hay estudios preliminares y estimativos que indican que Airbnb cuenta con más de un millón de habitaciones (Weed, 2015), una cantidad que supera a todas las cadenas hoteleras del mundo (Kurtz, 2014). Por tanto, puede existir un nuevo mercado laboral en el cual existen oportunidades de generación de empleo.

Los estudios reflejan que las TIC hacen que la aportación de las personas al trabajo se centre en tareas intelectuales y de interacción con otros. Aunque significativamente menos desarrollada, la literatura apunta que, en Internet, la economía basada en el individuo demanda un perfil de trabajador diferente del que requiere el trabajo tradicional. A su vez, estos trabajadores necesariamente deben hacer uso de la tecnología. En este contexto, el objetivo de este estudio es determinar la existencia de una demanda de características especiales en esta modalidad de trabajo. Comprobarlo es interesante de cara tanto a los trabajadores como a las instituciones responsables de su formación e inserción profesional.

V. METODOLOGÍA

Se tomaron como objeto de análisis sitios web relacionados con iEconomía en el sector turístico. Los portales estudiados fueron los siguientes: Airbnb, Trip4real, Sherpandipity, Triperone, Goodspot, Cronoshare, Etece, Habitissimo, Guudjob y Toma&go. Estos portales fueron escogidos por su popularidad y relevancia para diferentes facetas de

la actividad turística: alojamiento, guías, mantenimiento, limpieza, deporte, restauración, ocio y transporte.

Dado que lo que se pretende es determinar las competencias que debe tener un trabajador, es necesario definir qué se entiende por este término, ya que no existe una única acepción, sino diferentes aproximaciones al mismo (Basoredo, 2011). En este estudio se escogió adoptar un enfoque centrado en el trabajo a desempeñar, ya que tiene la ventaja de generar descripciones concretas y precisas respecto a en qué consiste la competencia (Sandberg, 2000). Así, de acuerdo con Levy-Levoyer (1997) y Bartram (2005), entendemos que las competencias consisten en comportamientos específicos que permiten alcanzar un alto rendimiento.

El análisis de contenido se llevó a cabo durante los meses de enero y febrero de 2015 siguiendo un enfoque deductivo, ya que se partía de categorías preestablecidas (Neuendorf, 2002). Se siguió un proceso de análisis basado en inferencias, siguiendo las recomendaciones que Morgerson y Campion (2000) hacen para su uso en el análisis de puestos de trabajo. Este proceso de análisis se llevó a cabo en tres etapas. En la primera etapa, en cada uno de los portales mencionados, se analizaron las secciones dirigidas a las personas que buscan ofrecer sus servicios y se transcribió en qué consistía trabajar a través del sitio web en cuestión. En una segunda etapa se estableció qué características debían tener los trabajadores. En general, la organización y clasificación de los requisitos que demandan los trabajos es una tarea compleja, que no se puede realizar mediante un método único y exacto (Handel, 2008). Una forma aceptada de organizarlos consiste en partir de las categorías de requisitos a nivel cognitivo, interpersonal y físico, respectivamente, y realizar especificaciones dentro de cada una de ellos (Green, 2012; Handel 2015). Así, se escogieron estas tres categorías bajo la noción de competencia descrita anteriormente. A éstas se añadió “otras competencias” en previsión de que surgieran especificaciones no previstas. Por último, en la tercera etapa se relacionaron las competencias propuestas con lo descrito en el paso primero, mediante una escala de valoración que evaluaba el uso que debía hacerse de cada habilidad para tener éxito en el trabajo.

Cada uno de los dos autores de este artículo, de forma independiente, realizó el proceso anterior para cada sitio web. En cuanto a la etapa dos, previamente se estableció qué se entendía por cada una de las categorías de competencias cognitivas, interpersonales, físicas, y “otras competencias”, ya que ello mejora la exactitud de las inferencias (Morgerson y Campion, 2000). Así, competencias cognitivas se refería a cualquier acción que implique realizar una tarea intelectual del tipo analizar, planificar, calcular, relacionar, ordenar o idear, o que conlleve hacer uso de conocimientos. Competencias interpersonales se refería a cualquier comportamiento que sea conveniente aplicar en la interacción con otra persona, bien en el momento en que se produce la relación o antes o después de ese momento. Competencias físicas se refería a cualquier comportamiento que implicara hacer uso del físico de la persona o a una

cualidad del mismo. Por último “otras competencias” se refería a requisitos que se creían importantes y que no encajaban en las tres categorías anteriores.

Posteriormente, se reunieron todas las competencias generadas y, de forma conjunta, los autores eliminaron las que fueran duplicidades. Para ello se tomó el criterio de que las competencias a preservar deberían: a) estar involucradas en comportamientos diferentes (e.g., explicar telefónicamente de manera atractiva y convincente el trabajo que se es capaz de realizar y explicar presencialmente de manera atractiva y convincente el trabajo que se es capaz de realizar), y b) ser aplicables en distintos tipos de servicios, es decir, no tratarse de competencias necesarias en sólo una de una de las páginas analizadas. En caso de competencias mencionadas sólo por uno de los autores, se estableció como requisito de permanencia el que el otro autor comprendiera y aceptara su relevancia. Aparte, también se decidió la categoría en la que mejor encajaban las competencias resultantes.

VI. RESULTADOS

En total resultaron veintitrés competencias. No resultó ninguna competencia física relevante. Ello no quiere decir que el trabajo a realizar no sea, en algunos casos o facetas, de tipo físico o manual. Lo que ocurre es que las competencias físicas requeridas dependen del tipo de trabajo a desempeñar (e.g., limpieza, mantenimiento, cocina, guía turístico, animación) y no del hecho de ser un trabajo característico de la iEconomía. En cuanto a la categoría “otras competencias”, se decidió denominarla “competencias de aceptación de reglas del juego” por el contenido de los requisitos agrupados en la misma. Las habilidades se relacionan a continuación.

1. Competencias cognitivas

- 1.1. Análisis de la competencia para observar qué ofrecen, cómo lo ofrecen, que caracterizan a los que tienen más trabajos y mejores evaluaciones.
- 1.2. Personalización del servicio adaptando el contenido del trabajo a ofertar a las peticiones de los clientes.
- 1.3. Presupuestar el servicio teniendo en cuenta las peticiones del cliente y las condiciones del mercado.
- 1.4. Conocer las características del servicio más importantes en la decisión de contratación por parte de los clientes.
- 1.5. Creatividad para diseñar servicios especializados o que destaquen respecto a lo abundante.
- 1.6. Manejar tecnología que permita estar al tanto de las peticiones del cliente (aplicaciones para dispositivos móviles) e interactuar con el mismo (e.g., correo electrónico, chats).

- 1.7. Manejar tecnología que permita mostrar gráficamente los productos y servicios disponibles y el trabajo ya realizado o trabajo potencial.
- 1.8. Manejo de tecnología (procesador de textos) para poder presentar una propuesta de trabajo en formato adecuado.
- 1.9. Organización eficaz del trabajo en casos de coincidencia de demanda de servicios.

2. Competencias interpersonales

- 2.1. Saber preguntar al cliente sobre las características del trabajo que demanda.
- 2.2. Explicar telefónicamente de manera atractiva y convincente el trabajo que se es capaz de realizar.
- 2.3. Explicar presencialmente de manera atractiva y convincente el trabajo que se es capaz de realizar.
- 2.4. Expresar en formato escrito de manera atractiva el trabajo que se es capaz de realizar.
- 2.5. Asesorar al cliente en cuanto a la conveniencia del tipo de trabajo a realizar de acuerdo con sus necesidades.
- 2.6. Habilidad para persuadir de cara a generar venta cruzada y *upselling*.
- 2.7. Amabilidad y atención en el trato al cliente cuando se interactúa con el mismo.
- 2.8. Interesarse por el resultado del trabajo realizado de acuerdo con las expectativas del cliente.
- 2.9. Responder las peticiones de trabajo de clientes con celeridad, preferiblemente en las veinticuatro horas siguientes.
- 2.10. Contar con contactos profesionales para situaciones en las que se necesite apoyo por coincidencia de demanda de servicios.

3. Competencias de aceptación de las reglas del juego

- 3.1. Disponibilidad para el cliente: adaptar horarios o fechas a las necesidades del cliente.
- 3.2. Aceptación de las reglas de las plataformas en cuanto a la retribución del trabajo/comisiones por intermediación.
- 3.3. Asumir la necesidad de contar con otra fuente de ingresos al menos al principio, ya que a corto plazo no es fácil conseguir un nivel de ingresos equiparable al salario medio en España.
- 3.4. Tolerancia a la incertidumbre, ya que los ingresos dependen la existencia de demanda de trabajo.

VII. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Los resultados anteriores presentan un perfil de trabajador más complejo que el trabajador por cuenta ajena tradicional. La parte técnica, o que da contenido especializado a la prestación laboral, no varía respecto a este último. No obstante, a la misma hay que añadirle lo que implica el trabajo en la iEconomía.

En primer lugar, hay muy poca intermediación entre el trabajador y los clientes, ya que la única función de las plataformas tecnológicas es poner en contacto a las dos partes. A partir de ese momento, los clientes contactan directamente con los trabajadores o proveedores de servicios, tanto para su concertación como para cualquier cuestión que pueda surgir durante y tras la prestación. Por ejemplo: solicitud de información sobre las características de una vivienda vacacional, entrega y recogida de llaves, y atención de cualquier incidencia que pueda ocurrir durante su ocupación. Por tanto, las competencias relacionadas con la interacción con otras personas resultan clave en esta modalidad de trabajo. En este sentido, la literatura hace tiempo que ha constatado la importancia del comportamiento del trabajador en la satisfacción del cliente durante el encuentro de servicio (Bitner, et al., 1990).

Los trabajadores son claramente profesionales autónomos, a veces llamados emprendedores, por lo que se les presupone la capacidad para entender el mercado y adaptar su trabajo al mismo. Igualmente, deben ser ellos los que se organicen y planifiquen, yendo su labor más allá de ejecutar correctamente el servicio demandado. Por ejemplo: un entrenador personal o coach deportivo debe ampliar su oferta de servicios, incluyendo los avances en cuanto a los ejercicios que se pueden realizar tanto en el gimnasio de un hotel como en los jardines o zonas al aire libre del mismo. A la vez deberá coordinar su labor en varios hoteles y con clientes de instalaciones deportivas no turísticas. Este ejemplo parte de la base de que el trabajador se mantiene en un ámbito de especialización, porque también está la posibilidad de trabajar en ámbitos poco relacionados: animación, jardinería y limpieza, por poner un caso. De hecho, un estudio basado en una plataforma especializada en microtarefas que requieren movilidad física (e.g., tareas de corta duración como experimentar un servicio en diferentes locales de una misma empresa y realizar posteriormente una valoración de su calidad), encontró que los mejores trabajadores se caracterizan por tomar decisiones óptimas en cuanto a la planificación y organización del trabajo (Musthag y Ganesan, 2013).

La satisfacción del cliente es un objetivo constante para los trabajadores, ya que la reputación es clave para tener éxito. Este sistema de valoraciones por parte de los clientes es prácticamente idéntico a la práctica, ya asentada, del sector turístico referida a la evaluación de las características de los servicios experimentados (Melián-González et al., 2013). Siguiendo la misma, en todas las plataformas los trabajadores son evaluados por sus clientes y estas valoraciones están visibles para otros clientes potenciales, actuando así como mecanismo de referencia. Dada la abundancia de oferta de trabajo, las

valoraciones se constituyen en señales mediante las que el cliente se forma una imagen de la posible calidad del trabajo. Aunque no es el caso de los sitios analizados, existen portales como Uber que obligan a mantener una determinada puntuación media si se quiere seguir recibiendo ofertas de trabajo.

Adicionalmente, se requiere flexibilidad en la realización del trabajo. Los portales recomiendan a los prestadores de servicios atender cuidadosamente las peticiones que cada cliente pueda realizar. Ello se debe a la personalización que puede darse en las solicitudes de un mismo tipo de servicio. Por ejemplo: horarios y días en la solicitud de un monitor para el aprendizaje de surf. Además, los sitios web estudiados en los que existe posibilidad de que el contenido del trabajo varíe, en función de las necesidades del demandante, permiten que el cliente describa con detalle sus necesidades particulares.

En este tipo de trabajo no hay seguridad en cuanto a la demanda. Ningún portal web garantiza el logro de unos ingresos ni un nivel mínimo o cantidad dineraria fija. Los ingresos dependen de la demanda que tengan los servicios y de las características de los mismos. De hecho, ya hay artículos de opinión que alertan sobre la inestabilidad e imprevisibilidad de los ingresos de este tipo de trabajo (The Washington Post, 2015).

Por lo tanto, los activos físicos, o los conocimientos y habilidades que se ofertan, se ponen en el mercado en otro formato que plantea exigencias distintas al mercado laboral tradicional. En el caso de servicios ya existentes, antes de la irrupción de Internet, los aspectos relacionados con la orientación al cliente se vuelven más relevantes que antes. Así, si un hotel está pensando en contratar los servicios de mantenimiento de jardines, a través de los portales Cronoshare o Habitissimo, los jardineros, quieranlo o no, competirán desde el primer momento unos con otros por ese cliente debido al funcionamiento de este tipo de plataformas. Su reputación, medida por las valoraciones de otros clientes, su capacidad para adaptarse a las demandas del servicio y su habilidad comercial son recursos clave para el trabajador. Si nos ponemos en el caso de productos o servicios poco explotados hasta ahora, a lo anterior hay que añadir la iniciativa y la habilidad para diseñar productos o servicios que resulten atractivos en el mercado. En el caso de portales como Trip4real, Triperone, Goodspot y Sherpandipity, la demanda la crea, en parte, el diseño y el contenido del servicio que se oferta. Así, creemos que el individuo que desee encontrar sustento en esta nueva economía no puede limitarse a tener unas competencias muy buenas en un ámbito determinado, o a tener un alto nivel de especialización en cuanto a conocimientos, que eran aspectos positivamente valorados cuando las corporaciones eran la principal fuente de empleo. Por el contrario, lo que encontramos en los sitios web analizados es que el individuo debe ser capaz de afrontar diversas situaciones y desempeñar tareas variadas (e.g., comunicación de sus servicios, trato al cliente, adaptación a variaciones en las características del servicio que se demanda, estudio de los servicios de otros proveedores, comprensión de las demandas de los clientes, diseño gráfico, resolución de problemas, etc.) a un alto nivel, ya que el bajo rendimiento en cualquiera de ellas puede causar, entre otras cuestiones, una mala valoración por el cliente, que será visible, y un descenso de futuros ingresos. Esto se

acentúa por el formato en que los servicios se ofrecen: plataformas en las que, habitualmente, la oferta supera ampliamente a la demanda.

Para finalizar esta sección, creemos necesario hacer referencia a la expansión de esta modalidad de trabajo. En general, dada la importancia de Internet hoy en día, es más probable que la economía generada por los individuos sea un fenómeno que vaya en aumento. En cuanto al sector turístico, la estacionalidad de mucha de su actividad y la temporalidad de los servicios que se pueden demandar bajo esta modalidad, son condiciones que pueden favorecer el uso de este tipo de trabajo. Por otro lado, su capacidad para constituirse en una fuente de ingresos equiparable al de un trabajo tradicional está pendiente de constatar. Tampoco hay que obviar la cuestión de que muchos de los particulares que ofrecen este tipo de servicios parece no hacerlo como actividad principal, sino como fuente de ingresos complementaria a su trabajo principal (Friedman, 2013; Tomio, 2013).

En cualquier caso, existe una demanda para la que hay que preparar a los trabajadores. Los planes de estudio de las instituciones educativas, y el contenido de la formación que se imparte por otras organizaciones, deben redefinirse y tener en cuenta esta salida profesional y sus características. Por otra parte, desde el punto de vista legal habría que considerar si los requisitos actuales del trabajador autónomo se adaptan a esta nueva forma de ofrecer trabajo. Esta normativa es, en el mejor de los casos, compleja tanto en cuanto a su interpretación como en lo referido a la capacidad de cumplimiento por parte de un particular en la economía. Condicionar la participación en este mercado, ya existente y en funcionamiento, al cumplimiento de unas exigencias previstas para otro tipo de contextos no sería lo más inteligente en el escenario de desempleo actual y futuro.

Los resultados y conclusiones de este trabajo se basan en una muestra limitada. A su vez, los resultados han sido inferidos por los propios investigadores a partir de la información disponible en los sitios web. El siguiente paso, para continuar incrementando el conocimiento sobre este tema, consistiría en partir de estos resultados y contrastarlos, mediante un enfoque cuantitativo, con una muestra mayor compuesta por los propios trabajadores. Sería conveniente hacerlo contando con la colaboración de los sitios web, ya que de otra manera resulta difícil acceder a este tipo de trabajadores.

VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acemoglu, D. y Autor, D. (2010). Skills, tasks and technologies: Implications for employment and earnings. *Handbook of labor economics*, 4, 1043-1171.
- Akcomak, S., Kok, S., y Rojas-Romagosa, H. (2013). Technology, offshoring and the task-content of occupations: Evidence from the United Kingdom. Recuperado de http://www.eea-esem.com/files/papers/EEA-ESEM/2013/1192/Akcomak_etal_UKdraft_EEA_feb2013.pdf
- Autor, D. H., Levy, F. y Murnane, R. J. (2003). The Skill Content of Recent Technological Change: An Empirical Exploration. *Quarterly Journal of Economics*, 118, 1279-1333.

- Basoredo, C. (2011). Una perspectiva y un modo de explicar la competencia desde el ámbito del desempeño de tareas. *Anales de psicología*, 27(2), 457-472.
- Bartram, D. (2005). The Great Eight competencies: a criterion-centric approach to validation. *Journal of applied psychology*, 90(6), 1185.
- Belk, R. (2014). You are what you can access: Sharing and collaborative consumption online. *Journal of Business Research*, 67(8), 1595-1600.
- Berger, T. y Frey, C.B. (2015). Bridging the skills gap. En Dolphin, T. (Ed). *Technology, globalisation and the future of work in Europe: Essays on employment in a digitised economy* (pp, 75-79). Institute for Public Policy Research.
- Bitner, M. J., Booms, B. H., y Tetreault, M. S. (1990). The service encounter: diagnosing favorable and unfavorable incidents. *The Journal of Marketing*, 71-84.
- Breschi, S., Malerba, F., y Orsenigo, L. (2000). Technological regimes and Schumpeterian patterns of innovation. *The economic journal*, 110(463), 388-410.
- Card, D., y DiNardo, J. E. (2002). Skill biased technological change and rising wage inequality: some problems and puzzles. *Journal of Labor Economics*, 20(4), 733-783.
- Cheng, D. F. (2014). *Reading between the lines: blueprints for a worker support infrastructure in the peer economy*. Tesis Doctoral. Massachusetts Institute of Technology. Recuperado de <http://dspace.mit.edu/handle/1721.1/89953#files-area>
- Friedman, T. (2013). Welcome to the 'Sharing Economy'. Recuperado de <http://www.nytimes.com/2013/07/21/opinion/sunday/friedman-welcome-to-the-sharing-economy.html>
- Goldin, C. D., y Katz, L. F. (2009). *The race between education and technology*. Estados Unidos de América: Harvard University Press.
- Green, F. (2012). Employee involvement, technology and evolution in job skills: A task-based analysis. *Industrial & Labor Relations Review*, 65(1), 36-67.
- Handel, M.J. (2008). Measuring Job Content: Skills, Technology and Management Practices. Institute for Research on Poverty, University of Wisconsin. Recuperado de <http://www.irp.wisc.edu/publications/dps/pdfs/dp135708.pdf>
- Handel, M. J. (2015). Beyond the headlines: analysing skills data over the long term. En Dolphin, T. (Ed). *Technology, globalisation and the future of work in Europe: Essays on employment in a digitised economy* (pp. 48-55). London: Institute for Public Policy Research.
- Hosteltur (2015). Airbnb comercializa en España en plazas el equivalente a 592 hoteles. Recuperado de <http://www.hosteltur.com/191920-airbnb-comercializa-espana-plazas-equivalente-592-hoteles.html>
- Levy-Leboyer, C. (1997). *Gestión de las competencias*. Barcelona: Ediciones Gestión 2000.
- Lewin, K. (1951). *Field theory in social science*. Nueva York: Harper & Brothers.
- Kurt, M. (2014). Airbnb's inroads into the hotel industry. Recuperado de <http://www.hvs.com/Jump/?f=3555.pdf&c=6952&rt>

- Melián-González, S., Bulchand-Gidumal, J., y López-Valcárcel, B. G. (2013). Online Customer Reviews of Hotels As Participation Increases, Better Evaluation Is Obtained. *Cornell Hospitality Quarterly*, 54(3), 274-283.
- Morgerson, F. P., y Campion, M. A. (2000). Accuracy in job analysis: Toward an inference-based model. *Journal of Organizational Behavior*, 21(7), 819-827.
- Mtsweni, J., y Burge, L. (2014). The potential benefits of mobile microwork services in developing nations. Research opportunities and challenges. In IST-Africa Conference Proceedings, 1-10. IEEE.
- Musthag, M., y Ganesan, D. (2013). Labor dynamics in a mobile micro-task market. Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems, 641-650.
- Neuendorf, K. A. (2002). *The content analysis guidebook*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Sandberg, J. (2000). Understanding human competence at work: an interpretative approach. *Academy of management journal*, 43(1), 9-25.
- Spitz-Oener, A. (2006). Technical change, job tasks, and rising educational demands: Looking outside the wage structure. *Journal of Labor Economics*, 24(2), 235-270.
- The Whashington Post (2015). The dark side of 'sharing economy' jobs. Recuperado de http://www.washingtonpost.com/opinions/catherine-rampell-the-dark-side-of-sharing-economy-jobs/2015/01/26/4e05daec-a59f-11e4-a7c2-03d37af98440_story.html
- Tomio, G. (2013). How People Make Cash In The Share Economy. Recuperado de <http://www.forbes.com/sites/tomiogeron/2013/01/23/how-people-make-cash-in-the-share-economy/>
- Venkatesh, V., Bala, H., y Sykes, T. A. (2010). Impacts of Information and Communication Technology Implementations on Employees' Jobs in Service Organizations in India: A Multi-Method Longitudinal Field Study. *Production and Operations Management*, 19(5), 591-613.
- Weed, J. (2015). Airbnb Grows to a Million Rooms, and Hotel Rivals Are Quiet, for Now. Recuperado de <http://www.nytimes.com/2015/05/12/business/airbnb-grows-to-a-million-rooms-and-hotel-rivals-are-quiet-for-now.html>
- Zervas, G., Proserpio, D., y Byers, J. (2014). The rise of the sharing economy: Estimating the impact of Airbnb on the hotel industry. *Boston University School of Management Research Paper Series*, 2013-16.