



FACULTAD CIENCIAS ECONÓMICAS Y
EMPRESARIALES

**LA ECONOMÍA COLABORATIVA.
ORÍGENES, EVOLUCIÓN Y RETOS
FUTUROS**

¿En qué consiste realmente este nuevo fenómeno?

Autor: María Teresa Espinosa Fernández
Director: Alberto Colino Fernández

Madrid
Abril 2018

María Teresa
Espinosa
Fernández

**LA ECONOMÍA COLABORATIVA.
ORÍGENES, EVOLUCIÓN Y RETOS FUTUROS**



Resumen

En un mundo en el cual la tendencia de compartir activos entre individuos gana cada vez más importancia, resulta interesante investigar acerca de este fenómeno llamado Economía Colaborativa.

Al ser un movimiento relativamente nuevo, que evoluciona día tras día con nuevas plataformas que habilitan a las personas a hacer más y más transacciones dentro del mismo, queda mucho por conocer aún de esta tendencia. El número de plataformas que se integran dentro de este fenómeno es cada día mayor y, por tanto, cada vez suponen una mayor amenaza para las empresas tradicionales con las que muchas veces, compiten directamente.

Es por tanto éste un tema de gran relevancia para el futuro, que presenta grandes ventajas para la sociedad, a la vez que grandes retos para el sistema.

Abstract

In a world in which the fact of sharing assets within society is becoming increasingly relevant, it is interesting to investigate further about this trend called Sharing Economy. The Sharing Economy was born not so many years ago; therefore, it keeps evolving and growing with more online platforms being created at a fast pace. For this reason, the number of transactions that society is allowed to perform within this phenomenon is becoming higher and higher. Thus, these platforms are becoming a threat for traditional companies against which they compete.

This phenomenon is a topic that will be highly discussed in the future given the advantages that it creates for society, as well as the challenges that it brings for the system.

Palabras Clave

Economía Colaborativa, Plataformas, Internet, Innovación, Regulación, Orígenes, PIB, Impuestos, Reputación, Precariedad Laboral.

Key Words

Sharing Economy, Platforms, Internet, Innovation, Regulation, Origins, GDP, Taxes, Reputation, Job Insecurity.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	5
Metodología	6
Limitaciones	6
Estructura.....	7
2. ESTADO DE LA CUESTIÓN	8
Definición de Economía Colaborativa	8
Debate sobre el Nombre	8
Orígenes, Causas de Aparición y de Desarrollo de la Economía Colaborativa	9
Causas de carácter positivo para la sociedad.....	11
Causas de carácter negativo para la sociedad.....	12
Causas de carácter neutral para la sociedad.....	15
Clasificación de plataformas por Actividad	17
Clasificación de plataformas por Mercado y Modelo de Negocio	19
Sector dentro de la Economía Colaborativa	20
Impacto de la Economía Colaborativa en el Crecimiento Económico.....	22
Impacto en el Crecimiento Económico	22
Controversia en el uso del PIB para medir la Economía Colaborativa	23
3. RETOS FUTUROS QUE PRESENTA LA ECONOMÍA COLABORATIVA	
26	
Aspectos que presentan Retos Regulares	27
Enfoque Libertario	30
Nuevas formas de Regulación basadas en la Innovación	31
Principios que deberían guiar la Regulación.....	31
Ejemplos de Plataformas y su Regulación.....	33
3. PREDICCIONES PARA LA FUTURA EVOLUCIÓN DE LA ECONOMÍA COLABORATIVA	35
4. ESTUDIO DE PLATAFORMAS ESPAÑOLAS DE ÉXITO	37
Cabify.....	38
Wallapop.....	40
Glovo	41
Cuadro Resumen.....	43
5. CONCLUSIONES Y LÍNEAS FUTURAS DE INVESTIGACIÓN	46
6. BIBLIOGRAFÍA	49

1. INTRODUCCIÓN

En este trabajo de investigación se pretende abordar un tema de creciente importancia en la sociedad del siglo XXI, tanto a nivel individual, como corporativo y de sociedad. La reciente tendencia de la Economía Colaborativa está ganando adeptos y, sobre todo, cuota de mercado en diversos sectores de la economía, frente a la forma tradicional de relaciones económicas. Como consecuencia, la economía del hiper-consumo del siglo anterior está dando paso a la aparición de la economía del consumo colaborativo en el siglo XXI.

Aunque el concepto como tal, intercambio de bienes y servicios entre individuos, no es nuevo para la sociedad; su alcance, auge y éxito en la mayoría de los países del mundo, sí que ha supuesto un gran impacto en la sociedad de este siglo. La actividad de intercambiar bienes y servicios entre individuos se ha llevado a cabo desde tiempos ancestrales, aunque con un alcance más limitado, a menudo de comunidad, vecindario, o red de conocidos. Sin embargo, lo diferencial del movimiento de este siglo es su popularidad a nivel mundial, y el hecho de que conecta a personas de todo el mundo gracias al avance de la tecnología.

Dada la gran importancia de esta tendencia en este nuevo siglo, este trabajo de investigación busca descubrir en qué consiste realmente este fenómeno, cómo ha surgido y por qué está siendo integrado tan rápidamente en la sociedad, en detrimento de las empresas de la Economía Tradicional. Se estudiarán tanto sus ventajas como sus inconvenientes y los factores que sustentan su éxito; además de los retos que implica esta nueva tendencia para el futuro, tanto en aspectos de regulación como en el crecimiento económico. Todos estos temas se abordarán en su vertiente más profunda, ya que queda mucho por descubrir sobre esta nueva forma de relación económica, más allá de lo que se lee en la prensa. Seguidamente, se adoptará una visión más práctica en un análisis de algunas plataformas, de origen español, cuyos modelos de negocio están dentro de este fenómeno.

Tras llevar a cabo la investigación, el siguiente paso consistirá en examinar las conclusiones extraídas y en discutir sobre ellas, mencionando también las líneas sobre las que podría ser interesante indagar en el futuro.

El objetivo de esta investigación no es otro que un mejor entendimiento de esta nueva tendencia, no sólo en su vertiente más superficial, si no en todos los aspectos en los que está cambiando la sociedad. Esto se conseguirá reuniendo las contribuciones de mayor relevancia de los expertos de la misma, además de la opinión de muchos otros entendidos de la tendencia. Con esto, se conseguirá una visión más global y profunda sobre qué es realmente este movimiento que se integra cada vez más en la sociedad.

Metodología

Para conseguir el objetivo principal de este trabajo de investigación, se ha utilizado un enfoque deductivo, que se basa principalmente en la revisión de la literatura existente hasta el momento sobre este nuevo fenómeno.

Al ser un trabajo de investigación en el que se pretende mostrar una perspectiva global del estado de la cuestión en el momento actual, la revisión de la literatura se ha hecho en gran profundidad, con el objeto de adoptar una perspectiva objetiva dentro de todos los escritos que se han encontrado. Además, tras revisar toda la literatura posible, se han intentado reflejar en este trabajo las percepciones más relevantes de la tendencia y las más sorprendentes para la sociedad, de la forma más clara y transparente posible, para su mejor entendimiento por parte de sus futuros lectores.

Se ha hecho referencia a diversas fuentes de información, entre ellas, libros de diferentes autores expertos en la Economía Colaborativa, conferencias impartidas por estos expertos, informes de instituciones gubernamentales sobre este tema y, por último, artículos de prensa encontrados en internet o revistas que debaten sobre este tema.

Limitaciones

Se han encontrado algunas limitaciones a la hora de realizar este trabajo de investigación. Una de ellas es la escasez de la literatura sobre este tema hasta el momento, al ser un fenómeno relativamente nuevo para la sociedad. Además, el ser un fenómeno novedoso hace que haya poco consenso entre los expertos del mismo sobre muchos temas discutidos en este trabajo, y que muchos de ellos tengan opiniones totalmente enfrentadas.

Por otro lado, cabe mencionar que la mayoría de bibliografía utilizada en este trabajo de investigación proviene de autores norteamericanos. Esto se debe a la importancia de este fenómeno en Estados Unidos, y al gran avance del mismo en ese territorio geográfico, comparado con otras regiones como Europa o España. Por tanto, la literatura española sobre este tema queda relativamente en un segundo plano al tratar esta cuestión, ya que la norteamericana supone descubrimientos más importantes y reveladores de la misma.

Además, en este trabajo se trata un tema que se relaciona en gran extensión con la innovación y la tecnología., caracterizadas por su constante evolución. Esto hace más difícil el hecho de encontrar literatura sobre los avances más novedosos y recientes de la misma, ya que a menudo, la tecnología evoluciona más rápido que cualquier otra realidad.

Estructura

Este trabajo de investigación presenta una estructura basada en el estudio del Estado de la Cuestión hasta el momento de esta tendencia. Dentro del Estado de la Cuestión, se abordarán los principales temas que se han considerado relevantes para el mismo, además de los que sean más populares para los expertos del fenómeno.

Tras el estudio de la literatura existente sobre el tema, se pasará a hacer un análisis del modelo de negocio de las principales empresas de la Economía Colaborativa en España; para así encontrar similitudes y factores que llevan al éxito dentro de este movimiento.

El trabajo de investigación acabará con un resumen de las conclusiones extraídas tras la revisión de la literatura, y con la propuesta de líneas futuras de investigación que pueden complementar este trabajo.

2. ESTADO DE LA CUESTIÓN

Definición de Economía Colaborativa

Entre los expertos de este movimiento, no hay consenso en el hecho de dar una definición sólida del mismo, debido a que involucra una gran cantidad de actividades de diversa índole, difíciles de agrupar dentro de una misma definición.

Sin embargo, para dar una mayor claridad al término, se puede adoptar una definición general del mismo, para la que se han seleccionado los factores que más se repiten en las diversas definiciones encontradas.

La Economía Colaborativa integra un modelo económico llevado a cabo entre individuos (*Peer to Peer*). Este modelo económico consiste en el intercambio de bienes y servicios a través de una plataforma online, que da acceso a ellos a gran escala, y a un gran nivel de eficiencia. Frecuentemente, facilita el acceso a servicios a la población sin que tengan la obligación de poseer activos, y, además, crea oportunidades para personas que tienen capacidad excesiva en los activos que poseen. Por tanto, implica una utilización más eficiente de activos físicos (vehículos, habitaciones, herramientas...) o intangibles (tiempo, experiencia...) por parte de la sociedad (van Welsum, 2016).

Debate sobre el Nombre

La Economía Colaborativa, (*Sharing Economy*, por su término en inglés), puede adoptar diversos nombres, dependiendo de quién los use. Algunos de los términos encontrados son “Consumo Colaborativo” (Botsman & Rogers, 2015), “Economía entre Iguales (*Peer to Peer*)”, “Economía de Plataformas”, “Consumo basado en el Acceso” o “Consumo Conectado” entre otros.

Sin embargo, es el término “Consumo Colaborativo o *Sharing Economy*” el que más frecuentemente se usa. Este hecho ha levantado un debate entre expertos, economistas y sociólogos, ya que trata de extraer un sentimiento positivo por parte de la sociedad hacia esta forma de relaciones económicas; en la que, según se infiere del mismo, se comparten bienes y servicios entre iguales de forma altruista. No obstante, esta tendencia consiste más en una forma de lucrarse a través de los activos que se han adquirido, que en una

forma de compartir bienes. Según cita Dean Baker, el término Economía Colaborativa es un nombre inapropiado, ya que esta tendencia no tiene nada que ver con compartir, sino con obtener beneficio económico a través de estas plataformas. Por tanto, ¿cuál debería ser el nombre “perfecto” para este tipo de relaciones económicas? Sundararajan, en su libro *“The Sharing Economy”* sugiere que debería ser “Capitalismo basado en la multitud” (*Crowd-based capitalism*); sin embargo, para JP Morgan Chase Institute, el término debería estar más enfocado hacia “Economía de Plataformas”. (Chandler, 2016)

Como conclusión, se puede deducir que tampoco hay consenso sobre cuál debería ser el término que cubra las actividades dentro de este movimiento. Sin embargo, sí que hay consenso en aceptar la visión de que el término “Economía Colaborativa” pretende extraer un sentimiento positivo de la sociedad, pudiendo no ser realmente un término apropiado.

Orígenes, Causas de Aparición y de Desarrollo de la Economía Colaborativa

En esta sección se estudiarán las principales tendencias sociales que han contribuido al desarrollo y auge del consumo colaborativo en el siglo XXI.

El concepto “Consumo Colaborativo” no es realmente nuevo para nuestra sociedad. El uso compartido de automóviles fue por primera vez experimentado en Zúrich en 1948, operado por pequeñas cooperativas que no buscaban obtener beneficio de la actividad, sino facilitar el transporte entre conocidos (Codagnone & Martens, 2016). Sin embargo, en esa etapa, no había suficientes medios para que el consumo colaborativo, en este caso de automóviles, aumentara su magnitud y su alcance. De esta forma, este tipo de actividades quedaban restringidas a pequeñas comunidades de individuos que se conocían entre sí y se prestaban este servicio sin ánimo de lucro.

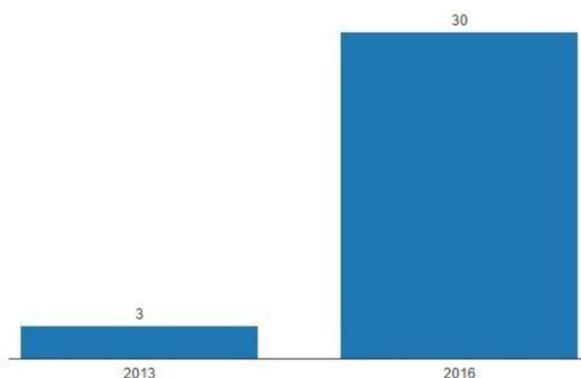
En el siglo XXI, el auge de la Economía Colaborativa ha causado en la población una transición de una generación en la que se producían y comercializaban gran cantidad de activos, a una generación en la que la producción de los activos disminuye; pasando a darle un uso más eficiente a los activos adquiridos. Además, con la evolución de las nuevas tecnologías, el coste de información baja estrepitosamente, haciendo que las

actividades de compartir activos salgan del ámbito de la pequeña comunidad, para pasar a convertirse en un negocio real con alcance mundial.

La tendencia de la Economía Colaborativa ha crecido a un nivel abismal en los últimos años, favoreciendo la aparición de una gran cantidad de plataformas que satisfacen necesidades de la sociedad. Estas plataformas son creadas por emprendedores que pretenden dar una alternativa a los servicios convencionales con los que la sociedad ha estado conviviendo desde hace décadas.

En la siguiente gráfica, se puede ver cómo ha crecido la inversión por parte de Fondos de Capital Riesgo en este tipo de negocios. Estos fondos se dedican a invertir en *Start Ups* prometedoras, que requieren una gran inversión inicial para financiar su expansión y consolidación. Como se puede extraer de la misma, estos negocios, principalmente en tres años, se han convertido en inversiones realmente atractivas para los Fondos de Capital Riesgo, gracias a la fuerte acogida que están teniendo en la sociedad del siglo XXI.

Inversiones por parte de Fondos de Capital Riesgo en empresas de la Economía Colaborativa, en Billones de Dólares Americanos



Fuente: PwC, McKinsey, April Rinne

Se distinguen varios factores que han promovido el éxito que actualmente vive esta corriente, los cuales se podrían denotar como “causas de aparición”. Además, estas causas pueden ser clasificadas por tener carácter positivo, negativo o neutro para la sociedad. (Sundararajan, 2017).

Causas de carácter positivo para la sociedad

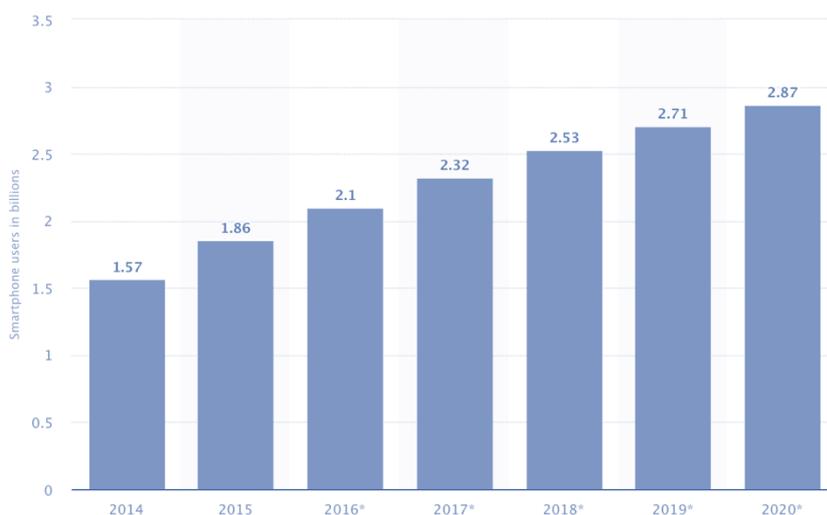
- i. La sociedad ha experimentado un cambio de mentalidad hacia un uso más racional de los activos. Varios estudios demuestran que muchos de los activos que la sociedad posee no están utilizados en su máxima capacidad. Por ejemplo, Sundararajan, en su libro *“The Sharing Economy”*, cita una frase del creador de *Lyft* (plataforma de transportes) en la que afirma que la utilización de los vehículos es aproximadamente de un 1%; ya que la mayoría del tiempo están aparcados sin ser utilizados. De la misma forma, cuando se usan, suelen ir con pocos ocupantes.

Con las nuevas plataformas de transporte que esta nueva forma de economía propone, por ejemplo, se puede incrementar la tasa de utilización de los vehículos en una gran medida. También es viable extrapolar esta misma tendencia a plataformas de alojamiento, que hacen que se dé un mayor uso a habitaciones que antes estaban vacías, proporcionando una mayor eficiencia a las mismas.

- ii. La sociedad ha evolucionado hacia una etapa en la que se vive con **mayor seguridad entre individuos**, menor tasa de criminalidad y mayor confianza hacia los demás. Como causa principal de este cambio hacia un mayor capital social, es destacable el avance de la tecnología y de las redes sociales; con las que es fácil obtener información del historial de desconocidos a través de unos simples clics. Muchas redes sociales permiten obtener información tanto personal como profesional de desconocidos (*Linkedin, Facebook...*). Además, la mayoría de plataformas de esta economía ofrecen información sobre sus usuarios. Como ejemplo, la plataforma *Airbnb* obliga a sus usuarios a crear un perfil en el que deben incluir foto, oficio, edad, y algunos intereses. De esta forma, huéspedes y anfitriones se sienten más seguros.
- iii. **Explosión de Internet:** la economía colaborativa es un paso más dentro de la era de la innovación. El caso de los perfiles de redes sociales públicos ha sido una de las causas principales en las que se basa su éxito, pero no la única. La mayoría de estas plataformas llevan a cabo su modelo de negocio a través de Apps de móviles, confiando en el avance de las mismas como factor esencial en su negocio; y, además, en el uso de *smartphones* por parte de la población. Como se puede intuir, la aparición de esta forma de economía habría sido imposible hace unos años, antes del boom de

Internet y de las nuevas tecnologías. La innovación en las nuevas tecnologías facilita el intercambio de productos y servicios con desconocidos, a los que antes era imposible alcanzar; ya que consigue un fuerte descenso de los costes de información y coordinación de la actividad económica.

Como se puede inferir del siguiente gráfico, el número de personas que utilizan *smartphones* (principal soporte de las apps que mueven estos servicios) ha ido creciendo desde 2015 hasta ahora, y se espera que siga creciendo en los próximos años. En 2018, se llega a una cifra del 36% de la población mundial que usa estos dispositivos, la cual ha aumentado en gran medida desde 2011, cuando estos dispositivos sólo llegaban al 10% (Statista, 2016). Esto supone un símbolo de tranquilidad para estas plataformas, ya que la principal tecnología en la que se apoya su modelo de negocio está en fuerte expansión en el mundo.



Fuente: Statista

Causas de carácter negativo para la sociedad

- iv. La reciente **crisis económica y financiera** vivida a nivel global, ha llevado a la población a adoptar un nivel de vida más moderado. De esta forma, la sociedad pretende tener unos niveles de gasto más comedidos, además de intentar ganar un sueldo extra a través de estas plataformas. Sin embargo, la afluencia de personas que utilizan estas plataformas como método para obtener un ingreso extra, puede llegar a **incrementar la desigualdad entre la sociedad**, como se explicará en los siguientes párrafos.

Los niveles de gasto más comedidos pueden ser alcanzados usando algunos servicios que ofrecen estas plataformas online, en lugar de tener que lidiar con el mayor coste que ofrecen las alternativas de la economía tradicional. Un ejemplo de este nuevo estilo de vida, es el hecho de preferir el alojamiento en una habitación que un anfitrión de *Airbnb* ofrece, aun sabiendo que el hotel ofrece un servicio más completo y con más facilidades, simplemente por el precio más bajo del primero.

En el siguiente mapa de las principales capitales de Europa y Australia, se pueden observar los precios de *Airbnb* comparados con los de los hoteles. Como es apreciable, en 8 de las 9 ciudades expuestas, los precios de *Airbnb* son considerablemente más bajos que los de los hoteles. El caso de Barcelona sería un caso especial debido a la gran afluencia de turismo, que hace que los precios suban y, además, a la especial regulación de los pisos turísticos en esta ciudad (Busbud, 2016). Como conclusión, se puede inferir que a menudo, la opción de viajar haciendo uso de *Airbnb* y no de hoteles, supone un ahorro de coste para los visitantes.



Fuente: Busbud

Además, como se ha mencionado anteriormente, la sociedad no sólo pretende tener un nivel de gasto más comedido, sino que también pretende ganar dinero complementario a su sueldo principal, a través de convertirse en proveedores de

estos servicios online. El número de personas que ofrecen su hogar en *Airbnb* es cada vez mayor en la sociedad del siglo XXI, lo cual les permite sobrevivir mejor en tiempos de dificultades económicas.

Sin embargo, esto tiene un efecto negativo sobre la sociedad, ya que en algunos países incrementa la desigualdad entre la población más pobre (Schor J. B., 2017). Esto es debido a que muchas personas que se emplean a través de estas plataformas realizan actividades que anteriormente eran realizadas por personas con poca cualificación laboral. Por ejemplo, en plataformas como *TaskRabbit*, presente en Estados Unidos, se emplean personas que quieren recibir ingresos extra por realizar tareas domésticas, pero que realmente tienen otro trabajo como principal, y que, además, tienen formación académica y oportunidades laborales fuera del trabajo manual. De esta forma, suprimen muchos puestos de trabajo que antes eran ocupados por personas sin estudios, y a través de los cuales ganaban su principal fuente de ingresos. Fue Juliet Schor quien llegó a estos descubrimientos, basándose en un estudio hecho a proveedores de estos servicios, en los cuales encontró que esta era la tendencia más popular entre los mismos.

- v. La sociedad del siglo XXI es más consciente del impacto negativo que los altos niveles de producción industrial tienen para el **medio ambiente**. Por tanto, muchos usuarios de estas plataformas las prefieren frente a la economía tradicional simplemente porque suponen un descenso de los niveles de contaminación medioambientales, causado por una bajada de la producción industrial de nuevos activos. En definitiva, la Economía Colaborativa, fue creada dentro de un movimiento ecológico, en el que se puso de manifiesto la bajada de producción industrial que ésta supondría; con el correspondiente descenso del nivel de contaminación. No obstante, se puede discutir sobre el efecto final que la economía colaborativa produce en el medio ambiente.

Esto se debe a que, aun siendo cierto que ésta supone un descenso en los niveles de producción de activos gracias a los mercados de segunda mano que ofrece; también es cierto que muchos de los activos que la sociedad posee se usan con mayor frecuencia, como por ejemplos los coches que *Uber* o *Cabify* usan para transportar a personas en la ciudad, haciendo que tengan mayor impacto medioambiental. Además,

estas plataformas facilitan el acceso a experiencias con menor presupuesto, por lo que incentivan que la sociedad viva experiencias que contaminan el medio ambiente más fácilmente. Un ejemplo de esto es *Airbnb*. Se ha demostrado que los usuarios de *Airbnb* ahora viajan con más frecuencia que cuando se tenían que hospedar en hoteles, debido al menor coste del alojamiento; produciendo un incremento en los niveles de contaminación expulsados por los medios de transportes que ahora se usan en mayor medida, como aviones.

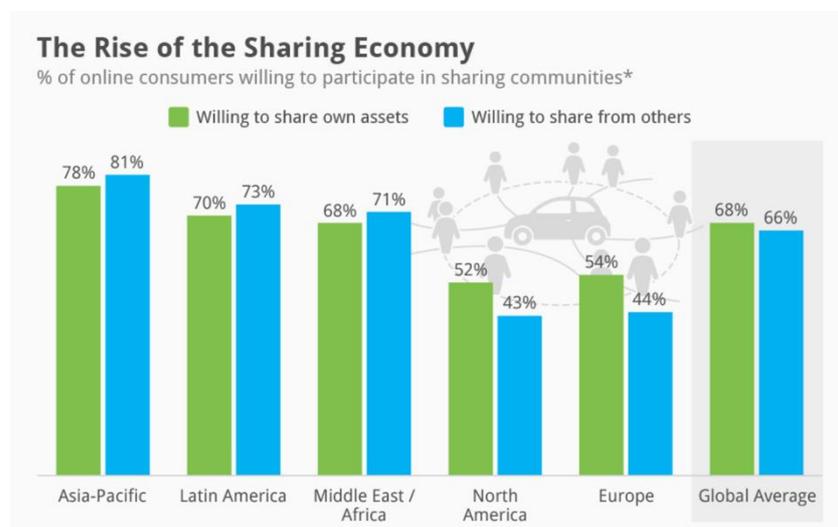
Asimismo, para evaluar el impacto real que la Economía Colaborativa produce en el medio ambiente, después de obtener la cifra neta de incremento o bajada de emisiones contaminantes al medio ambiente por los dos motivos anteriores; se deberían tener en cuenta para qué usan, por ejemplo, los anfitriones de *Airbnb* el dinero que ganan con su servicio. Los proveedores de servicios a través de estas plataformas tienen ingresos complementarios que antes no tenían. Si éstos se usan para comprar bienes de gran impacto medioambiental, el efecto final de esta nueva forma de economía puede llegar a ser incluso negativo para el ecosistema (Schor J. , 2014).

Causas de carácter neutral para la sociedad

- En el siglo XXI, se ha producido un **cambio de mentalidad** en la sociedad, por el cual cada vez más, la satisfacción y el nivel social no vienen determinados por el número de activos que se poseen. En cambio, el estatus se gana a través de experiencias vividas. El logo de esta nueva tendencia en la sociedad, sería algo parecido a **“El acceso es más importante que la posesión”**. Mientras que hace unos años, ser una familia con dos coches era visto como un símbolo de alto estatus, ahora, las generaciones recientes ven un símbolo de mayor estatus en el hecho de no poseer ningún coche y usar plataformas de transporte cuando lo necesitan (Marr, 2016). *“The 20th century was defined by hyper consumption. The 21st century is defined by collaborative consumption”* (Botsman & Rogers, 2015). En esta cita, se defiende esta posición en la que se establece que la sociedad ya no busca seguir comprando nuevos activos para demostrar su nivel social, sino consumir colaborativamente los que ya tiene, para vivir experiencias diferentes al resto. En el futuro, es probable que se posean muchos menos activos, pero que se tenga acceso a muchas más experiencias.

- La sociedad actual, además, prefiere vivir **experiencias sociales** por encima del individualismo que se prefería en el siglo anterior. De esta forma, el poder tener relaciones sociales con los anfitriones de *Airbnb*, por ejemplo, supone otra ventaja sobre los hoteles tradicionales; ya que no sólo supone una forma de hospedarse en una ciudad extraña, sino de conocer a lugareños y sumar amigos o conocidos a la red de contactos. Otro ejemplo es el de poder compartir coche con alguien que quiera realizar el mismo trayecto a través de *Blablacar*; facilitando la compañía y socialización.

Con el objetivo de plasmar la aceptación de la sociedad hacia este nuevo tipo de relaciones económicas basadas en las relaciones sociales, se ha empleado el siguiente gráfico. En él, se puede observar, cómo en la gran mayoría del mundo, la sociedad está dispuesta a compartir sus propios activos con otra gente, y a usar activos que otros les dejen prestados.



Fuente: (Richter, 2014)

- La Economía Colaborativa ofrece la posibilidad de un **trabajo flexible** y con menos jerarquía que las grandes corporaciones. En el siglo XXI, cada vez se desea menos control por parte de organizaciones y/o cargos superiores y las plataformas de la Economía Colaborativa ofrecen esta posibilidad. Por ejemplo, los conductores de *Uber*, tienen horarios flexibles; dando una mayor facilidad a quien

quiera formar parte de este negocio, sin tener que seguir los horarios o las reglas que un tercero marque.

Clasificación de plataformas por Actividad

De acuerdo con las publicaciones de Juliet Schor sobre este tema, hay cuatro amplias categorías en las que se pueden agrupar a las plataformas que ofrecen servicios dentro de este movimiento, de acuerdo al tipo de actividad que realicen (Schor J. , 2014).

i. Recirculación de Bienes

La recirculación de bienes consiste en la actividad de vender activos que un individuo posee, los cuales no tienen gran valor para él; sin embargo, que otra persona sí que valora y desea. Esta actividad empezó con plataformas como *eBay*, a través de la cual se intercambian bienes de todo tipo entre gente que los posee y gente que los desea. Este servicio online tiene gran alcance debido al avance de la tecnología, que hace posible la compra-venta de artículos entre personas con localizaciones muy distantes. Además, las opiniones de los usuarios de la plataforma tienen gran importancia en el hecho de confiar en los vendedores de productos.

En la actualidad, hay mercados de segunda mano online especializados en sectores tan diversos como la moda, juguetes, libros, muebles, etc. Algunos ejemplos de plataformas de estos sectores son *Wallapop* o *Craigslist*.

ii. Aumento de utilización de activos

Esta actividad consiste en dar un uso más eficiente a los activos duraderos que una persona posee, a través del alquiler temporal de los mismo a otras personas. En las sociedades desarrolladas es frecuente la adquisición de productos, o incluso de propiedades, que no se usan a su capacidad máxima. Ejemplos de esto son, la adquisición de casas con habitaciones de sobra, o poseer más de un coche por persona.

En este caso, la primera plataforma en habilitar este servicio fue *ZipCar*, después de la crisis financiera. Esta plataforma hace posible el alquiler de vehículos por un tiempo determinado, un equivalente a las plataformas *Car2Go*, o *Emov* en España. En ese momento, los servicios de alquiler de activos se tornaron mucho más atractivos para la

sociedad, debido al menor poder adquisitivo de la misma. Por tanto, plataformas como ésta, que permiten alquilar activos que alguien necesita y no tiene poder para adquirir, por un tiempo determinado (sea una habitación, un coche, una máquina cortacésped o incluso un traje de vestir) se aprovecharon del mal momento económico que vivía la sociedad para llegar a ser exitosas. Otras plataformas que también incentivan el uso más racional de los activos son *Uber*, haciendo que los particulares hagan uso más eficiente de sus coches, o *Airbnb*, permitiendo a sus anfitriones sacar partido a las habitaciones vacías de sus casas.

iii. **Intercambio de servicios**

El intercambio de servicios es una actividad que pretende facilitar la conexión entre individuos que necesitan un servicio, con aquellos que lo ofrecen. Un ejemplo de plataforma de esta categoría es *Task Rabbit*. Servicios como arreglar una tubería, hacer la compra de la semana o incluso hacer una cola para comprar el iPhone recién lanzado al mercado, son frecuentemente demandados en esta plataforma; y por tanto llevados a cabo por personas que se ofrecen para realizarlas. Estas plataformas pretenden dar soluciones a personas que, o bien, no tienen la capacidad para hacer la tarea, o bien no tienen tiempo para la misma, pero sí dinero con el que pagar a otras personas por su realización.

Este tipo de plataformas no son tan populares en España como en Estados Unidos por el momento; aunque se puede encontrar un modelo de negocio similar, que es el de *Glovo*. En este modelo de negocio, que será más adelante explicado en profundidad, los usuarios pueden pedir a domicilio cualquier artículo que deseen, como unas llaves olvidadas, comida, o artículos de farmacia; que no tienen tiempo de ir a recoger, pero sí dinero para pagar el reparto exprés.

iv. **Reparto de activos productivos**

La cuarta categoría pretende dar acceso a espacios y a activos necesarios para la producción, más que para el consumo. La forma más ancestral de esta actividad serían las cooperativas tradicionales. Sin embargo, en las últimas décadas esta actividad ha evolucionado hacia una oferta más diversa de activos productivos. Ejemplos de esta actividad son los espacios de *co-working*, en los que se proporciona un espacio para que las personas trabajen en sus oficios; además de acceso a una red de contactos formada por

las personas que desarrollan sus tareas en el espacio compartido. Otro ejemplo menos conocido son los “*makerspaces*”, en los que se da acceso tanto a espacio, como a herramientas necesarias para el trabajo manual y la producción.

Clasificación de plataformas por Mercado y Modelo de Negocio

Siguiendo la línea de definición y clasificación de Juliet Schor, se puede hacer otra clasificación de las plataformas, más allá de por la actividad que realizan. Esta segunda clasificación se hace en función de la estructura de su modelo de negocio (*Business to Peer* o *Peer to Peer*) y de su orientación al mercado (lucrativos o sin ánimo de lucro). (Schor J. , 2014)

i. Business to Peer

Los negocios *Business to Peer* son aquellos en los cuales los individuos se relacionan directamente con la plataforma que provee el servicio, por tanto, no hay interacción entre dos individuos en toda la transacción. El ejemplo más claro de este tipo de plataformas es Car2Go; en el cual el intercambio del servicio se produce entre un individuo (*peer*), que solicita el alquiler de coche por un tiempo determinado, y una empresa (*business*) que presta este servicio. En estas plataformas, los ingresos dependen de la tasa que la empresa cobre a sus usuarios. Por tanto, estas plataformas no son intercambios puramente entre individuos, sino que es una empresa la que da acceso al servicio a los individuos.

ii. Peer to Peer

En el otro extremo de la clasificación encontramos los modelos de negocio en los cuales el intercambio se realiza entre dos individuos. La plataforma, en este caso, solo se dedica a conectar a los usuarios demandando y ofreciendo el servicio. El aumento de ingresos de estas plataformas viene determinado por el incremento de transacciones entre individuos, ya que la empresa suele cobrar una comisión por transacción. Un ejemplo de este tipo de plataformas es *Blablacar*, en el que la empresa sólo se lleva una comisión fija por transacción entre individuos.

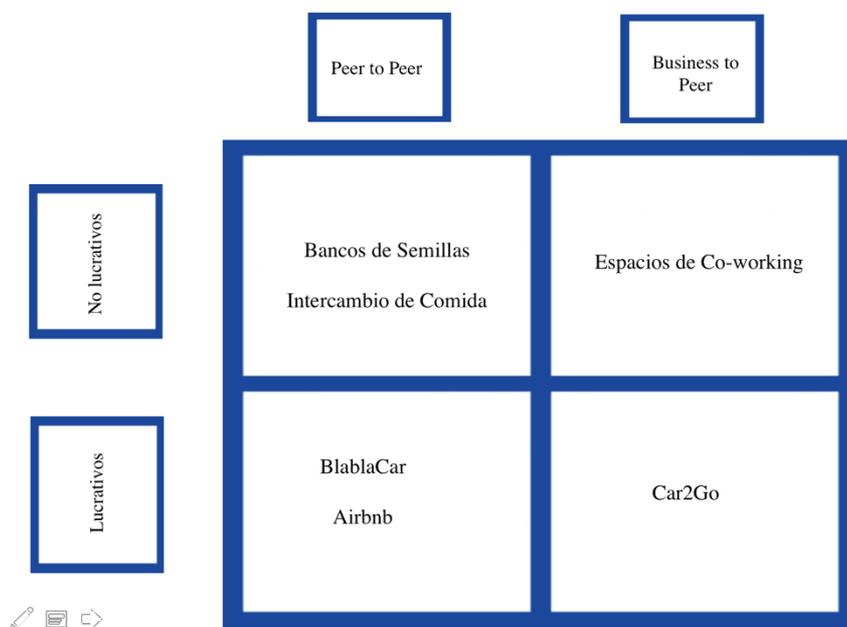
iii. Plataformas con ánimo de lucro

Aunque la esencia de la mayoría de las plataformas sea conectar a gente para facilitar el acto de compartir servicios y bienes; las plataformas con ánimo de lucro focalizan su

objetivo en maximizar sus beneficios y crecer rápidamente. Las plataformas más grandes y exitosas del mundo, *Uber* y *Airbnb*, valoradas en 18 y 10 Billones de Dólares respectivamente, son un ejemplo de esto. Incluso, cuentan con fuentes de financiación como Fondos de Capital Riesgo que ayudan a su fuerte expansión.

iv. **Plataformas no lucrativas**

Sin embargo, existen también plataformas en las que el objetivo principal no es maximizar beneficios, sino facilitar el intercambio de bienes entre iguales y servir necesidades de la sociedad. Estas plataformas no gozan de un crecimiento tan rápido como las anteriores, por motivos financieros, y frecuentemente quedan restringidas a operaciones a menor escala geográfica. Ejemplos de estas plataformas menos conocidas son, las que se dedican a intercambiar comida o a proveer bancos de semillas.



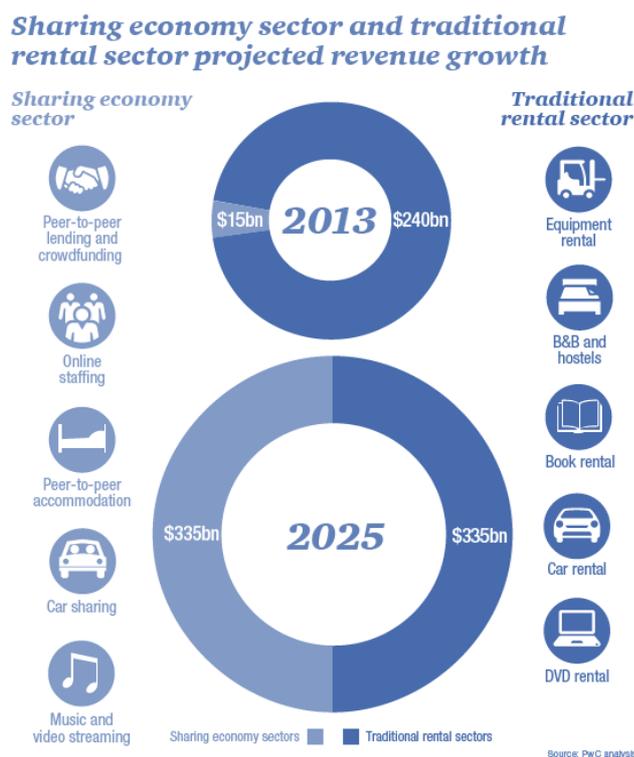
Fuente: Elaboración Propia

Sectores dentro de la Economía Colaborativa

Las iniciativas de la Economía Colaborativa han llegado a cubrir una gran parte de los sectores de la Economía Tradicional. Aunque los sectores más conocidos de este movimiento sean el de transporte, con plataformas como *Uber*, *Lyft* o *Cabify* y el del alojamiento, con la plataforma *Airbnb*, su alcance real llega a cubrir muchos otros sectores menos conocidos por la población.

Existen sectores que también gozan de un rápido crecimiento, más allá de los anteriormente mencionados. Por ejemplo, el negocio de alquiler de maquinaria o herramientas, como máquinas cortacésped, o taladros, que sólo se necesitan en ocasiones especiales, cada vez gana más cuota de mercado frente a los negocios tradicionales en los que se adquieren estos activos. Otro ejemplo de plataformas de sectores menos conocidos son las que se dedican a ofrecer servicios de autónomo por tiempo determinado (cuidar de mascotas, arreglar una tubería...). Si bien es cierto que estas plataformas están más desarrolladas en su lugar inicial de origen, Estados Unidos, por lo que pocas de ellas operan aún en España.

Para dar una idea más clara de la cantidad de sectores en los que estas plataformas operan, y, sobre todo, de cómo se espera que estas plataformas crezcan con respecto a los negocios tradicionales, se expone el siguiente cuadro. En él, se puede apreciar el potencial que estas plataformas tienen y cómo se prevé que crezca su cuota de mercado en los próximos años.



Fuente: 2016 PwC Analysis

Como se puede apreciar, en todos los sectores en los que la Economía Colaborativa está presente, se espera observar un cambio de panorama en menos de diez años, en el que la

cuota de mercado esté dividida de forma igualitaria entre este movimiento y la forma convencional de relaciones económicas.

Impacto de la Economía Colaborativa en el Crecimiento Económico

El auge de esta nueva tendencia tiene por supuesto, un gran impacto en la Economía global, y en el crecimiento económico de los países.

Impacto en el Crecimiento Económico

Usando las métricas tradicionales que miden el crecimiento económico de una nación, es decir el Producto Interior Bruto, la Economía Colaborativa tiene dos efectos opuestos en el crecimiento del PIB:

- i. **Efecto positivo:** el aumento de alternativas que ofrece esta economía para los consumidores hace que los precios de los servicios y los productos que se intercambien bajen, gracias a la variedad en la oferta. Además, dado que estos servicios y productos se intercambian con mayor eficiencia debido a la tecnología que emplean, haciendo que esta eficiencia se traduzca también en menores costes de transacción, se consigue que el precio para el consumidor sea menor. De esta forma, la bajada de precios de los servicios y productos deriva en una **bajada del PIB**, ya que la sociedad sigue consumiendo los mismos bienes, pero estos requieren menor esfuerzo económico para conseguirlos; por lo que el valor total del consumo (bienes consumidos multiplicados por su precio) decrece.
- ii. **Efecto negativo:** la demanda de los consumidores se modifica debido al aumento del poder adquisitivo. Debido a que los consumidores disfrutan de mayores ingresos, por su participación en las plataformas de esta economía, tienden a consumir más cantidad de bienes superiores; lo cual produce una **subida del PIB**, por un aumento del consumo.

Históricamente, en otros momentos de la historia en los que un fenómeno de características disruptivas como este ha tenido lugar, el segundo efecto ha sido superior al primero, haciendo que la métrica del PIB en general haya aumentado. Aun siendo el

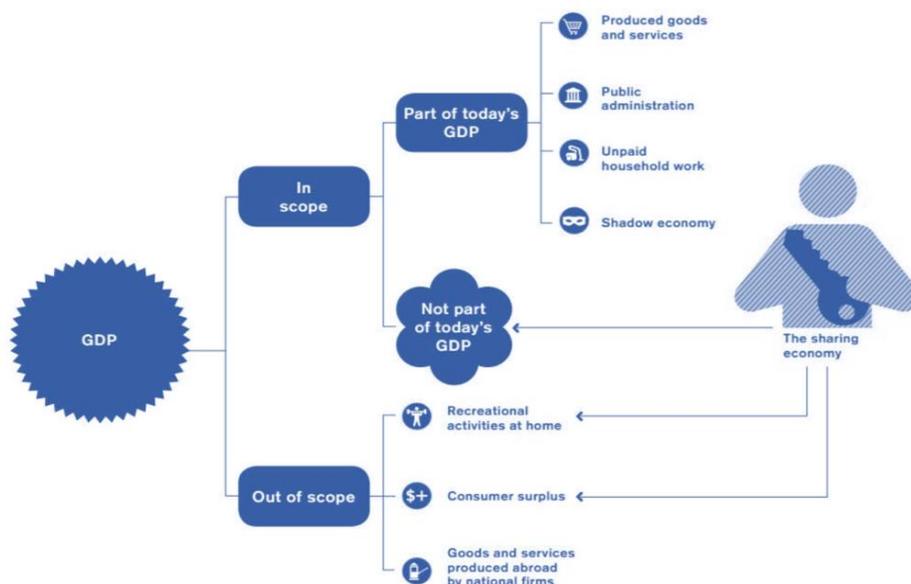
precio de los bienes y servicios más bajo; el PIB ha subido debido al aumento de consumo de la sociedad por su incremento en su poder adquisitivo. Este mecanismo fue el que predominó en siglo XVIII con la revolución de la tecnología de la agricultura y en el XIX, con la revolución industrial. Siempre el aumento del poder adquisitivo ha predominado sobre el descenso de los precios, por lo que el PIB ha crecido.

Sin embargo, en el caso de que el primer efecto fuese más fuerte que el segundo, el PIB se puede estancar y hacer que la Economía Colaborativa tenga un efecto adverso sobre el crecimiento económico.

Es muy pronto para decir cuál de las dos alternativas sigue la Economía Colaborativa, de forma que queda esperar y ver la respuesta en el consumo que estas plataformas crean.

Controversia en el uso del PIB para medir la Economía Colaborativa

Cuando el gobierno de un país calcula el PIB, el intercambio de los productos y servicios que las plataformas online hacen posible, debe tenerse en cuenta. El PIB se calcula como la suma del consumo, la inversión, el gasto público y las exportaciones netas. Por tanto, el intercambio de bienes y servicios entre individuos debería tenerse en cuenta ya que es una forma más de consumo por parte de la sociedad. Sin embargo, la Economía Colaborativa genera una gran cantidad de valor que no es capturado por la forma tradicional de medir el PIB (Hall & Pennington, 2016).



Fuente: Credit Suisse

Como se puede apreciar en la imagen, la Economía Colaborativa queda fuera del alcance del PIB en muchos aspectos, como son:

- i. **Las ganancias económicas de los consumidores:** cuando un consumidor hace uso de un servicio que proporciona una plataforma de la Economía Colaborativa, está ahorrando dinero en el sentido de que este servicio, o es gratis, o seguramente sea más barato que la opción que ofrece la Economía Tradicional. Si este usuario usa estos ahorros para generar más consumo, esta acción se traduciría en un aumento del PIB. Sin embargo, si el usuario decide ahorrar este dinero y no consumir ni invertir, este incremento de poder adquisitivo del consumidor no se estaría viendo medido por el PIB. Las dos perspectivas consideradas suponen una ganancia económica para el usuario de este servicio, pero el PIB no siempre se expande.
- ii. **Mejor uso de los recursos ambientales:** el PIB tampoco captura el efecto de la Economía Colaborativa en la sostenibilidad del consumo. Con el consumo colaborativo, se reduce la producción de activos e infraestructuras necesarias para cumplir con las necesidades de la sociedad. Esto produce una bajada de los niveles de contaminación emitidos al planeta. Sin embargo, el PIB no tiene en cuenta el impacto ambiental del consumo.
- iii. **Aumento del bienestar personal:** el PIB no tiene en cuenta el aumento de las relaciones sociales que se derivan de este tipo de relaciones económicas, el cual es un indicador directo del bienestar personal de los consumidores. Es cierto que esta es una métrica difícil de medir ya que está fuera de las métricas económicas simples y puede llegar a ser subjetiva. Sin embargo, cada vez que un usuario de estas plataformas ofrece un servicio, por ejemplo, de *Blablacar*, o de *Airbnb*, el PIB captura el ingreso económico que estas personas obtienen; pero no captura el beneficio social que estas personas obtienen después de proveer el servicio, que se transforma en bienestar personal; ya que los usuarios disfrutan la interacción y el contacto con otros.
- iv. **Excedente del consumidor:** el excedente del consumidor es definido como la diferencia entre la cantidad que está dispuesto a pagar, y la cantidad que realmente paga por el servicio. Esta medida aumenta a la vez que la oferta aumenta, ya que el

aumento de la oferta para un mismo servicio hace que los precios del mismo bajen para incrementar la competitividad. Las plataformas online, a menudo, ofrecen una gran cantidad de alternativas a las ofertas tradicionales de muchos servicios, haciendo que los precios bajen y que los consumidores tengan un rango de precios y servicios más amplio para elegir. Este beneficio que el consumidor gana debido a la mayor cantidad de alternativas que posee para un mismo servicio, tampoco está reflejado en el PIB.

¿Qué hacer entonces para medir esta tendencia? Dado que la Economía Colaborativa es un fenómeno novedoso que difumina la línea que separa las relaciones económicas de las personales, es importante que los encargados de crear métricas para esta tendencia tengan esto en cuenta para crear políticas que hagan posible el impacto positivo de este movimiento en la economía (Coyle D. , 2016).

Algunas recomendaciones para capturar todo el valor que crea la Economía Colaborativa son técnicas de Big Data que hagan posible el análisis de las actividades de la misma o el uso de otros índices; no solo del PIB, que tengan en cuenta el bienestar personal, la felicidad y el uso de los recursos naturales. En definitiva, es posible que la tecnología que estas plataformas cobijan detrás de su éxito, sea clave para medir su impacto en la economía del siglo XXI también.

3. RETOS FUTUROS QUE PRESENTA LA ECONOMÍA COLABORATIVA

La principal barrera que se puede encontrar en esta nueva forma de economía es la **barrera reguladora**, debido a que muchas veces, las plataformas deben frenar su avance y crecimiento por no cumplir con la regulación tradicional. Las plataformas de la Economía Colaborativa gozan con grandes innovaciones y avances tecnológicos, que hacen este modelo de negocio realmente exitoso. Sin embargo, a menudo, la regulación no avanza tan rápidamente como lo hacen los negocios, haciendo que su crecimiento presente grandes retos reguladores con los que hay que lidiar (van Welsum, 2016).

El problema recae en que se intenta regular un fenómeno que todavía no se entiende del todo, y que, además, se va transformando y creciendo a un ritmo muy rápido; haciendo que los reguladores sean incapaces de encontrar un ordenamiento para esta nueva tendencia al mismo ritmo que la misma crece. Los modelos tradicionales de regulación son claramente obsoletos para esta nueva tendencia, por tanto, este hecho supone un reto para los encargados de regularla, en la medida en que deben encontrar un régimen objetivo y justo, totalmente diferente del tradicional, que regule los aspectos más importantes de este movimiento.

Un sistema de regulación incluiría el hecho de tener una definición científica de este fenómeno, para poder discernir entre qué empresas forman parte de él, y cuáles no; para acabar diferenciando qué regulación debe seguir cada una de las plataformas.

Dentro del debate sobre la regulación de este nuevo movimiento, el principal tema de discusión implica cómo proteger los **derechos de los consumidores** de estas plataformas. Según Codagnone and Martens, las preocupaciones con respecto a la protección de los consumidores se pueden diferenciar en: preocupaciones por la calidad del producto o servicio, y reclamaciones de daños y perjuicios en caso de accidentes. Las primeras se solucionan a través de los sistemas de puntuación de reputación de usuarios anteriores. Las segundas no se pueden solucionar a través de este sistema de autorregulación; en cambio, requieren la acción de una compañía aseguradora que se encargue de estos problemas, por tanto, una regulación más tradicional.

Aspectos que presentan Retos Reguladores

Dentro de la Economía Colaborativa, hay algunos aspectos que destacan por estar poco regulados hasta el momento, y, por tanto, por ser motivo de disputa en muchos casos con algunas plataformas. Algunos de ellos son:

- i. **Recaudación de impuestos** por parte de los gobiernos a los proveedores de estos servicios. El sistema de recaudación de impuestos tradicional por parte de los gobiernos debe dar un gran giro para hacer a estas plataformas cumplir con las regulaciones necesarias; ya que actualmente, los gobiernos sufren importantes problemas a la hora de extrapolar la regulación tradicional a las nuevas plataformas online de la Economía Colaborativa. Esto hace que los beneficios que obtienen estas plataformas sean en su mayor parte apropiados por los dueños de las mismas, y que no contribuyan tanto como deberían al desarrollo de la sociedad a través de los impuestos.

Si se lleva a cabo una comparación entre la recaudación de los impuestos que debe pagar el hotel Ritz en la ciudad de Nueva York, con el hecho de tener que hacer pagar impuestos a los miles de anfitriones de *Airbnb* que hay en la ciudad, los gobiernos tienen mucha más facilidad en este proceso cuando se trata de grandes corporaciones, debido a las economías de escala. Además, la mayoría de estas plataformas, al funcionar únicamente online, y no necesitar prácticamente activos físicos para realizar su actividad, suelen situarse a gran distancia de los organismos reguladores (*off shore*), y no necesitan tener oficinas o activos físicos en cada ciudad donde operan; por tanto, reducen el poder de las autoridades auditoras.

La posible solución a este problema podría encontrarse en un avance de la tecnología usada por las autoridades reguladoras, con la que puedan estar a la altura de la tecnología que usan las plataformas, y de esa forma, controlar y regular los impuestos de estos negocios que se sitúan lejos del sistema tradicional.

- ii. **Transparencia de las puntuaciones de reputación entre usuarios.** Los sistemas de puntuaciones de reputación se usan extensamente en Internet para puntuar servicios que otros proveen y dar recomendaciones basadas en las puntuaciones (Slee, 2013). La Economía Colaborativa confía plenamente en estos sistemas de puntuación para

poder proveer a los consumidores con recomendaciones y protección antes de contratar un servicio.

En estos sistemas de puntuación de reputación se puede encontrar un claro problema, consistente en la confianza que se les da a los otros usuarios para basar un acto en la recomendación de un desconocido. Además, las puntuaciones que dan los usuarios son claramente subjetivas, y dependientes de cada uno de los usuarios; por tanto, no suponen un sistema de puntuación objetivo y claro, en el que se pueda confiar en totalidad. Por esto, es necesario crear soluciones para implementar un sistema de reputación más eficiente y digno de confianza.

- iii. **Competencia desleal.** Actualmente, hay una discusión abierta entre los proveedores de servicios a través de estas plataformas, y los proveedores de los mismos servicios a través de negocios tradicionales; ya que los últimos afirman que estas plataformas online ofrecen competencia desleal, debido a su gestión más eficiente de costes, y, por tanto, a su oferta de servicio con precio más bajo.

Aunque las plataformas online de la Economía Colaborativa defienden que no son competidores directos de los negocios tradicionales; lo cierto es que, en muchos casos, estos dos modelos de negocios luchan por el mismo tipo de consumidor. Por ejemplo, *Cabify* defiende que su negocio consiste en conectar a conductores con usuarios y no en un servicio de transporte como el que ofrece taxi. En este sentido, los empleados de los negocios tradicionales, luchan por mantener el éxito de su negocio, pidiendo que la regulación sea igual para ambas alternativas.

Sin embargo, la opinión más prevaleciente es aquella que expresa que es la regulación del sistema tradicional la que debe evolucionar hacia las tendencias de este siglo; ya que en muchos casos se sigue usando la regulación que se creó hace más de 50 años, obviamente obsoleta para el nuevo tipo de plataformas, ya que no tiene en cuenta el avance tecnológico que emplean estas plataformas. Por tanto, en este aspecto, la clave también podría estar en una actualización del sistema de regulación tradicional a través de la innovación.

- iv. **Efectividad de las políticas monetarias:** si las cripto-monedas acaban convirtiéndose en una tendencia exitosa en la sociedad, aspecto que tiende a preocupar dado su crecimiento, las políticas monetarias tradicionales dejarían de ser efectivas. Las cripto-monedas están totalmente fuera del poder de los Bancos Centrales, ya que son una moneda descentralizada, que se controla a través de algoritmos, siendo estos mismos, los que controlan de forma eficiente la oferta monetaria. Es por esto, que las políticas monetarias usadas tradicionalmente por los Bancos Centrales, que pretenden regular la oferta y demanda monetaria, no tendrían ningún efecto en regular esta nueva tendencia (Etsebeth, 2017).

Cada vez más, con la nueva tecnología, el control está pasando a estar en manos de los individuos y menos en manos de los Gobiernos de las Naciones. Por tanto, está en manos de los Gobiernos y los Bancos Centrales evolucionar al mismo ritmo que evoluciona la tecnología para poder plantar cara a estos nuevos fenómenos que se escapan de su alcance.

- v. **Precariedad laboral:** el debate sobre las condiciones que los empleados que trabajan para este tipo de empresas gira en torno a variables como salario, beneficios y seguridad (Schor & Attwood-Charles, 2017).

Este debate se abre debido a que la mayoría de estas empresas define a los proveedores de servicios dentro de su plataforma como trabajadores por cuenta propia, los cuales no disfrutan de las mismas condiciones ni beneficios que los trabajadores por cuenta ajena (Bernhardt, 2014).

En un estudio llevado a cabo por Katz y Krueger, se llega a la conclusión de que la gran parte del empleo creado en Estados Unidos entre los años 2005 y 2015 fue empleo no convencional, es decir, empleo a tiempo parcial y con contratos de autónomo. De hecho, el empleo no convencional en Estados Unidos entre los mencionados años creció de un 10.1% a 15.8% (Katz & Krueger, 2016); lo cual da una idea de cómo están creciendo estas plataformas, y de que una gran parte de la población se está empleando a través de las mismas.

Tal y como afirma Juliet Schor, en su publicación, este tipo de trabajadores asumen tres tipos de riesgos al coger estos trabajos: riesgo físico, riesgo legal y riesgo de la

propia plataforma. Los trabajadores asumen riesgo físico ya que a menudo, recorren ciudades en bicicleta (*Glovo*), llevan a extraños en sus coches (*Cabify*), o invitan a extraños a entrar en sus hogares, como anfitriones de *Airbnb*, por ejemplo; lo cual puede llevar, y, de hecho, ha llevado muchas veces a situaciones poco seguras para los trabajadores. Además, estos trabajadores muchas veces están sujetos a cambios en la regulación de las plataformas, lo que le hace tener menos trabajo o menos salario si los reguladores locales deciden aplicar leyes estrictas sobre las plataformas.

Aun siendo un gran riesgo el que asumen los proveedores de servicios de las plataformas, los directivos de las plataformas están ahora mismo en su derecho de pedir a los proveedores de servicios las medidas que deseen, debido a la falta de medidas de protección estándar para los empleados o de sindicatos que luchen por sus condiciones. Por tanto, como se puede extraer, es un tema en el que la regulación por parte de las autoridades podría tener un gran impacto, muy beneficioso para los trabajadores autónomos, que asumen todos los riesgos por su cuenta.

Después de repasar aquellos aspectos que probablemente presenten retos reguladores en el futuro, si no lo están haciendo ya, debido al crecimiento de la Economía Colaborativa, se van a estudiar algunos enfoques de pensamiento que pretenden dar una solución a estos problemas. Se encuentra un debate abierto entre aquellos a totalmente en contra de la regulación de esta forma de economía, y aquellos que pretenden crear una regulación diferente basada en la innovación para la misma y, por tanto, aceptan la regulación. También se puede encontrar un enfoque que pretende implementar regulación estricta en algunos aspectos de esta tendencia, como, por ejemplo, en los servicios de transporte o en el cumplimiento de las leyes tributarias (Codagnone & Martens, 2016).

Enfoque Libertario

Por un lado, un enfoque libertario se opone por completo a la creación de una regulación para esta economía. Afirman que la intervención de las instituciones reguladoras produce errores, que pueden ser incluso mayores que los errores que el propio mercado produce por sí mismo sin regulación (Codagnone & Martens, 2016).

Desde su punto de vista, la regulación excesiva podría acabar con la eficiencia creada por la tecnología de la que gozan las plataformas, y con las ganancias que ahora mismo percibe el consumidor, en términos de comodidad y accesibilidad.

El enfoque libertario afirma que es necesaria una autorregulación, sin presencia de institución alguna, en la que se ordenen los siguientes factores:

- Los mecanismos de reputación que hacen que estas plataformas tengan éxito, y que la sociedad confíe en otros individuos para intercambiar servicios, deben estar autorregulados para incentivar su evolución y su transparencia.
- Además, sostienen que la regulación debería ser en términos generales, y no ceñirse a cada una de las industrias que conforman esta economía.

Nuevas formas de Regulación basadas en la Innovación

Algunas propuestas de regulación inteligente (*Smart regulation*) para este nuevo fenómeno, basadas en la innovación y en la tecnología; sugieren un enfoque menos radical hacia este debate, en el que se asegure la protección de los consumidores sin comprometer el avance de la tecnología.

Algunas de las soluciones que indican son:

- El desarrollo de un régimen diferenciado para este movimiento, aunque integrado dentro de la regulación general de la economía.
- La integración de la regulación de estas plataformas dentro de la estructura del gobierno de cada ciudad, como se hizo en otras ocasiones con servicios definidos como prácticamente públicos.
- La desregulación gradual de la economía tradicional, si es necesaria para una competencia justa con las plataformas de la Economía Colaborativa; en lugar de la aplicación de la regulación tradicional a la Economía Colaborativa.

Principios que deberían guiar la Regulación

En el esfuerzo de crear una regulación para este nuevo movimiento, el World Economic Forum, después de consultar los principales aspectos de la regulación con expertos y autoridades reguladoras, ha señalado varios principios esenciales, en los que la nueva

forma de regulación para esta economía debería estar basada para ser eficiente y dar solución a los problemas (World Economic Forum, 2016).

A modo resumen (ya que algunos de ellos ya han sido mencionados anteriormente en las dos perspectivas anteriores), y para presentar los aspectos clave que deberían estar presentes en la regulación de esta tendencia, se explican ahora cada uno de ellos:

- i. **Dejar espacio a la innovación:** las autoridades reguladoras deben ser conscientes de la gran ventaja competitiva que la innovación crea para las empresas, los modelos de negocio, y para el avance de la sociedad en general. De tal forma, como antes mencionado, una regulación demasiado estricta en esta tendencia podría acabar con los beneficios que la tecnología y la innovación tienen. Por tanto, la regulación debería motivar un ambiente en el que se incentive la innovación, en vez de pararla.
- ii. **Centrada en el consumidor:** la regulación en este tema debe tener como último fin el aumento del bienestar de los consumidores y la mejora de la calidad de vida de la sociedad en general, a través de los beneficios que esta nueva forma de economía presenta.
- iii. **Enfoque proactivo:** en muchas ciudades, los problemas derivados de la falta de regulación se han llevado a los tribunales, mediante demandas, para de esta forma solucionar aspectos controvertidos y perjudiciales para algunos. Las autoridades reguladoras deberían crear un marco teórico para esta nueva tendencia en la que todos los aspectos quedasen claros de forma proactiva, de tal forma que se evitase el ir a juicio como primera y única opción para resolver conflictos.
- iv. **Evaluación de la regulación general:** no se trata de una cuestión en la que simplemente se estudie cómo regular estos nuevos modelos de negocio, sino en hacer una revisión del sistema que regula las empresas en general, para poder equiparar los modelos de negocio, provengan de donde provengan, y que la competencia entre ellos sea lo más justa posible.
- v. **Beneficios del Big Data para gobiernos:** la Economía Colaborativa tiene una fuerte influencia de la innovación y de la tecnología, y está principalmente presente en el

mundo *on-line*, más que en el *off-line*. Por tanto, estas plataformas son capaces de recaudar grandes cantidades de datos de sus usuarios, los cuales podrían ser usados por los gobiernos para implementar la regulación mas eficiente, y entender qué es lo que realmente pasa en las transacciones.

- vi. **Regulación flexible:** una de las principales características del mundo digital y de la tecnología con la que cuentan las plataformas es su carácter altamente cambiante y agil para evolucionar; por lo que la regulación para esta tendencia debe ser más flexible y adaptable a los cambios. Esto puede ser implementado por ejemplo, a través de un constante dialogo con los agentes más relevantes de la Economía Colaborativa, los cuales compartan avances con los reguladores.

Como se refleja en los puntos anteriores, muchos de los puntos mencionados han sido también mencionados en las perspectivas anteriores, lo cual quiere decir que hay algunos puntos básicos y esenciales en los que hay consenso, para poder empezar a construir la regulación que implique a todas las plataformas de este sector y que haga que se clarifiquen los aspectos legales controvertidos que hasta hoy día existen.

Ejemplos de Plataformas y su Regulación

Hasta el momento, son las plataformas las que dictan su propia regulación. Esto hace que haya variedad en la regulación, habiendo desde plataformas centralizadas y con una regulación estricta fijada por la misma, hasta plataformas descentralizadas en las que sus creadores prefieren imponer una regulación más laxa (Codagnone & Martens, 2016).

Un ejemplo de plataforma descentralizada sería *Airbnb*. En esta plataforma, la flexible regulación se ve claramente reflejada en la gran variedad de tipos de alojamientos, de servicios ofrecidos por los anfitriones y de precios fijados. Cada anfitrión es libre de ofrecer los servicios que crea convenientes, y de fijar el precio por noche que crea apropiado. Esto implica que la experiencia que viva un huésped de *Airbnb* dependerá prácticamente en el 100% de su anfitrión; lo cual hace que las experiencias sean muy diversas y diferentes entre sus usuarios.

En el lado opuesto a *Airbnb*, tenemos plataformas con una regulación mucho más estricta por parte de la misma, y, por tanto, más centralizadas; un ejemplo de éstas es *Uber*. En este caso, la oferta de su servicio es más estándar, haciendo que los precios obedezcan a un criterio fijado por la misma plataforma y que el servicio o las condiciones del mismo no dependan del conductor; sino que sea homogéneo para toda la plataforma.

En el ámbito de la regulación de esta nueva tendencia, está claro que es necesario que los principales actores de la misma se sienten a dialogar con los principales reguladores para discutir sobre cómo se podría regular este movimiento más eficientemente (Laschena, s.f.). Los reguladores deben intentar regular aspectos básicos antes mencionados, como son la protección del consumidor, los derechos de los trabajadores y el cumplimiento de las leyes tributarias, sin comprometer la eficiencia que el avance tecnológico ha brindado a estas plataformas.

3. PREDICCIONES PARA LA FUTURA EVOLUCIÓN DE LA ECONOMÍA COLABORATIVA

Después de haber visto en profundidad cuáles son las características de este fenómeno, de haber evaluado su importancia y los factores que llevan al éxito a estas plataformas, se pretenden abordar en este trabajo de investigación las líneas futuras que este movimiento podría experimentar. Debido a su creciente importancia, el éxito de sus plataformas y su ganancia de adeptos, cabe esperar que esta tendencia siga creciendo en los próximos años.

Según PwC, en Reino Unido se espera que la Economía Colaborativa crezca alrededor de un 35% por año. Se espera que la Economía Tradicional crezca alrededor de un 3% por año, por lo que avanzaría unas diez veces más lenta que la anterior (PwC UK, 2016).

En la siguiente gráfica se ven reflejados los principales sectores de la Economía Colaborativa, y cómo se espera que éstos crezcan. Como se puede apreciar, las actividades financieras dentro de este movimiento tendrán una gran importancia en unos años; mientras que los servicios profesionales serán los únicos que no experimenten un gran crecimiento.

Revenues and total transaction value facilitated by sharing economy platforms in Europe by sector, 2015-2025



Source: 2016 PwC analysis

Fuente: 2016 PwC Analysis

Además, se han encontrado algunas tendencias que se espera que la Economía Colaborativa siga en su siguiente fase de desarrollo (Vaughan, 2017). Algunas de ellas son:

- El **grupo demográfico de alrededor de 50 años** se ha convertido ya en el grupo de edad que más rápidamente crece como usuarios de muchas plataformas. Atrás queda el hecho de que solo los “*Millennials*” participasen en este fenómeno. En cambio, las plataformas que sean capaces de capturar este sector de la sociedad como usuarios en los próximos años serán aquellas que tengan ventaja competitiva frente a las demás y que se conviertan en las líderes del sector.
- En los próximos años, la Economía Colaborativa pasará a estar presente en **muchos otros sectores** nuevos hasta ahora, aparte del alojamiento y del transporte. Un ejemplo de un sector que comienza a arrancar dentro de este movimiento, es el de la salud, con iniciativas que pretenden promover el hecho de compartir recursos, equipamiento o incluso profesionales de una forma más dinámica.
- Se espera que **las grandes corporaciones** cambien sus modelos de negocio para adaptarse a este movimiento. En este sentido, muchas grandes corporaciones pretenden crear sus propias plataformas para aprovechar el boom de la Economía Colaborativa, y no quedar en desventaja frente a las ya establecidas.

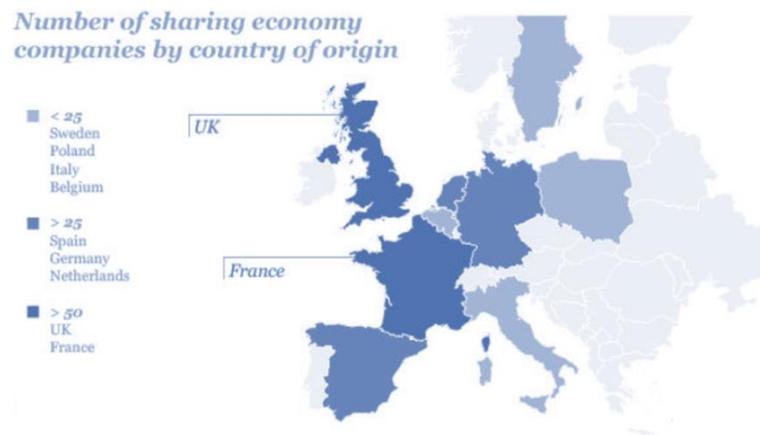
En definitiva, está claro que queda mucho crecimiento, innovación y emprendimiento que ver dentro de esta economía; ya que los directivos de estos negocios continuamente invierten en innovación para sus propios modelos de negocio. Además, la sociedad cada vez es más partícipe de este tipo de transacciones, haciendo que su importancia crezca día tras día.

4. ESTUDIO DE PLATAFORMAS ESPAÑOLAS DE ÉXITO

“En España, el consumo colaborativo es ya un hecho entre la sociedad. Según el Panel de Hogares de la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMC) del segundo trimestre de 2017, el 30% de los españoles utiliza alguna plataforma de la Economía Colaborativa al menos una vez al año” (Libre Mercado, 2017). Las plataformas más utilizadas por los españoles son las que permiten comprar o alquilar productos de segunda mano, como *Wallapop*, seguidas por las de alojamiento y transporte; como *Airbnb*, *Cabify* o *Blablacar*. Entre los principales motivos que llevan a los españoles a usar este tipo de servicios, se encuentran, el precio más bajo que se puede obtener frente a las alternativas tradicionales; además de que se ajustan mejor a sus necesidades y horarios, pensando sobre todo en plataformas como *Blablacar* que ofrecen viajes en un gran abanico de horarios.

Además, en España, no solamente es la tendencia del consumo colaborativo la que se ha integrado en la sociedad y sigue creciendo día tras día; sino que los españoles también destacan por ser creadores de plataformas que facilitan esta tendencia. Si bien es cierto que el grueso de las plataformas de esta economía proviene de Estados Unidos, siendo ésta la cuna del movimiento, en los últimos años se han podido ver iniciativas de emprendedores que buscan crear nuevos modelos de negocio dentro de esta tendencia por toda Europa, y también en España.

En el siguiente mapa se muestra el número de plataformas colaborativas creadas en los países europeos. Si bien es cierto que España se sitúa detrás de Reino Unido y Francia en la creación de este tipo de negocios; es destacable que esté al mismo nivel que Alemania, y por delante de países como Suecia; los cuales se caracterizan por su fuerte innovación y su avance tecnológico. A pesar de ello, hay más emprendedores españoles dispuestos a crear modelos de negocio en esta tendencia, debido sobre todo a la necesidad de dar respuesta al carácter social del país español, y a las necesidades económicas de muchas clases sociales. (PwC UK, 2016)



Fuente: 2016 PwC Analysis

En este trabajo de investigación se pretende hacer un repaso de las más exitosas hasta el momento, analizando su modelo de negocio y las claves de su éxito en la sociedad.

Cabify

Cabify es una empresa que se engloba dentro de la Economía Colaborativa, cuyo origen está en España. Esta empresa surgió en 2011, con el propósito de conectar a personas que necesitan transporte, con conductores dispuestos a facilitarlo, mediante su plataforma online. *Cabify* nace de la necesidad de muchos ciudadanos de llegar de un sitio a otro, como una alternativa al monopolio que ofrecía el taxi en muchas ciudades.

Según la clasificación antes mencionada, *Cabify* se encontraría en el sector de transporte, siendo una empresa con ánimo de lucro, que ofrece un servicio *Peer to Peer* y que, además, su actividad pertenece al movimiento que pretende dar una mayor utilización a los coches que los conductores poseen.

Desde 2011, año en el que empezó su actividad en España, ha llevado a cabo una gran expansión internacional, llegando a estar presente en muchos países de Latinoamérica; e incluso a ser considerado como el *Uber* español.

Su modelo de negocio consiste en, como antes mencionado, conectar a personas que necesitan transporte, con conductores privados dispuestos a facilitarlo. Esto lo hacen mediante su app, la cual los usuarios deben tener descargada para usar el servicio. Los

conductores que ofrecen el servicio son conductores cualificados para el mismo, que han debido obtener antes una licencia VTC por parte del Ayuntamiento de la ciudad donde operen, y que, además, trabajan como autónomos y con sus propios vehículos. De esta forma, *Cabify* es una empresa que sólo y únicamente emplea de forma directa a los trabajadores encargados de mantener el negocio (Finanzas, Marketing, Legal...); y que tiene como activo inmovilizado sólo sus oficinas físicas en las principales ciudades donde opera.

Cabify obtiene sus ingresos cobrando una comisión del 20% del coste de cada trayecto, el resto siendo destinado al sueldo del conductor que lo ofrece. De esta forma, *Cabify* se lucra por ser la plataforma online que da acceso al servicio a los usuarios; y que, por otro lado, facilita el acceso a la demanda para los conductores.

La gran diferencia que ofrece con respecto al sector tradicional del taxi es que el precio del servicio no se calcula dependiendo del tiempo del trayecto, sino de los kilómetros recorridos. Además, el usuario puede saber cuánto le va a costar el trayecto antes de pedirlo.

Otra gran diferencia que ofrece con respecto a la alternativa tradicional es la experiencia de cliente mejorada. *Cabify* es conocido por cuidar al detalle todos los aspectos que tienen que ver con el cliente, ofreciendo agua, WI-FI “*on board*”, y cómo no, la posibilidad de dar una puntuación al conductor tras el servicio para que los siguientes usuarios puedan conocer la puntuación del conductor que les va a transportar. Como ya se ha mencionado anteriormente, el hecho de dar puntuaciones al servicio que otros proveen es una característica básica de la Economía Colaborativa, que hace que los usuarios confíen en sus servicios, y *Cabify* cumple con esta regla no escrita. Además, *Cabify* ofrece la opción de poder elegir diferentes tipos de coche según la necesidad o las preferencias de cada persona, como, por ejemplo, coches eléctricos, coches adaptados para mascotas o bebés, o coches de alta gama.

Con este modelo de negocio, se han obtenido los datos financieros de *Cabify* en la Base de Datos SABI, y se ha encontrado que *Cabify* ha llegado a obtener más de veinte millones de euros de ingresos en 2016. Aun así, se ha podido observar que su resultado final es negativo, debido a la fuerte inversión en crecimiento y expansión que realiza. Otro factor

que les hace tener un resultado final negativo es el repago de la deuda que sostiene por parte de Fondos de Inversión y de Capital Riesgo, los cuales han invertido grandes cantidades de fondos en esta plataforma.

Es importante mencionar los conflictos legales que *Cabify* ha vivido en España, debido a las quejas del sector del taxi por la fuerte competencia que *Cabify* presenta para ellos, y por el hecho de que los taxistas mantienen que *Cabify* presenta una competencia injusta para ellos, debido a los menores costes y la mayor eficiencia que la tecnología les permite tener.

Wallapop

Wallapop es una empresa de origen español, que nace del propósito de crear un mundo más sostenible a través del consumo colaborativo. En este sentido, sus creadores quisieron lanzar al mercado la idea de crear un mercadillo virtual, en el que sus usuarios pudieran intercambiar artículos de segunda mano, y así, fomentar la reutilización de activos. La plataforma que lanzaron al mercado consiste en una app en la que los usuarios pueden colgar fotos de los productos que no usen y ponerles un precio. Estos productos son visibles por usuarios de la app que esté geográficamente cerca, para facilitar el encuentro y la compra-venta.

En la clasificación propuesta en este trabajo, *Wallapop* se encuentra dentro del movimiento que fomenta la recirculación de bienes entre individuos. Es una empresa con ánimo de lucro y que ofrece un servicio *Peer to Peer*.

Su origen se encuentra en 2013, y desde entonces, han vivido un gran crecimiento y expansión internacional. Esta plataforma, cuenta ahora con más de cuarenta millones de usuarios, los cuales han colgado más de cien mil artículos para revender. Además, ahora no sólo opera en España, sino que también ofrece su servicio en varias ciudades europeas, latinoamericanas y de Estados Unidos.

Wallapop obtiene sus ingresos únicamente mediante el servicio Premium que ofrece a sus usuarios. Con este servicio, los usuarios pueden pagar por que la plataforma le dé una mayor visibilidad a los productos que quieren vender, de forma que fomenten su

visualización por compradores potenciales. Sin embargo, están estudiando implementar la opción para los usuarios de poder intercambiar los productos por correo postal, haciendo los pagos mediante los dispositivos móviles, ya que ahora mismo, sus usuarios deben quedar físicamente para llevar a cabo la transacción. Con esta nueva medida, *Wallapop*, podría rentabilizar sus operaciones no solo a través servicio Premium, sino también a través del cobro de una comisión por cada pago que se realice.

De momento, *Wallapop* sigue en números rojos, habiendo alcanzado su peor resultado en 2015, con pérdidas de casi cinco millones de euros (Muñoz & Esteller, 2017). Parte de estas grandes pérdidas vienen derivadas de las rondas de financiación y las varias ampliaciones de capital que la compañía ha tenido hasta el momento; ya que se centran en obtener más recursos para expandir su negocio a largo plazo y en repagar la deuda; más que en obtener beneficios en el corto plazo. Aunque es un resultado muy negativo, va en línea con las proyecciones de sus fundadores, los cuales planearon que la compañía iba a empezar a tener beneficios en el año 2019.

Aun teniendo tales resultados financieros, la empresa ha sido ganadora, en el año 2015, del premio a la mejor *Start Up* europea; por lo que cabe pensar que encontrarán la forma de tener un negocio rentable en pocos años.

Glovo

Glovo es una empresa de origen español, cuyo modelo de negocio es conocido por pertenecer a la Economía Colaborativa. Esta empresa, creada en 2015 por un joven español, se dedica a facilitar la rapidez en el reparto de pedidos dentro de una ciudad. A través de una gran red de trabajadores independientes, llamados “glovers”; pueden dar respuesta a los pedidos de sus usuarios en menos de una hora.

En la clasificación antes mencionada en este trabajo, *Glovo* es una empresa que pertenece al grupo de empresas con ánimo de lucro, con un modelo de negocio *Peer to Peer*, debido a que a plataforma sólo se dedica a conectar a los usuarios con los *glovers* disponibles. Además, su actividad se puede clasificar como “intercambio de servicios”; ya que los usuarios que hacen pedidos en *Glovo*, los hacen por falta de tiempo; por lo que pagan a los “*glovers*” para que vayan al establecimiento a comprar lo que les hace falta, y para

que lo transporten hasta el sitio que deseen. Es decir, los usuarios de Glovo pagan por un servicio que los Glovers proveen, por falta de tiempo y por comodidad.

Glovo obtiene sus ingresos cobrando una comisión por pedido. El coste del envío del pedido es calculado según los kilómetros recorridos por el glover, aunque suele rondar los cinco euros, más el precio del artículo que se envía. De estos aproximadamente cinco euros que Glovo cobra por envío, el 70% está destinado al glover, y el 30% restante para la empresa.

Dentro del negocio de reparto de pedidos en España, Glovo se diferencia de sus competidores porque no se restringe a pedidos simplemente de comida; sino que en su App dan la posibilidad a sus usuarios de pedir todo tipo de cosas que necesiten, durante las 24 horas del día. Aunque el 50% de la actividad de Glovo esté dedicada a comida por la demanda de los consumidores, Glovo permite a sus usuarios pedir cualquier otra cosa. Los glovers pueden ir a comprar un paquete de hielos si un usuario los pide, o incluso a la farmacia a por medicamentos si los necesitan. Esto hace que la actividad de Glovo sea continuada durante las 24 horas del día, y que no se restrinja a los picos de horario en los que los usuarios demandan comida (Rodríguez, 2016). Además, la plataforma online también permite a sus usuarios enviar paquetes urgentes dentro de una misma ciudad en menos de una hora, agilizando el servicio de las grandes compañías de transporte.

En este sentido, y dado el amplio abanico de servicios que ofrecen a sus usuarios, el mismo co-fundador de la empresa, la define como una red de “recaderos” que harán cualquier servicio que los usuarios demanden (Berengueras, 2018).

Glovo, además de contar con su red de *glovers*, posee también una gran red de *partners*. Los *glovers* son trabajadores autónomos, que poseen su propio medio de transporte (bicicleta o moto), su propio *smartphone* y que, además, pueden elegir las horas en las que trabajan, pudiendo así compaginar la actividad de ser *glover* con otras actividades laborales. Los *partners* son negocios, que colaboran con *Glovo* para así aumentar sus ventas, ya que la plataforma les permite vender sus productos a través de ella.

La expansión de *Glovo* desde 2015 es de destacar, ya que nació en Barcelona y ahora ya está disponible en 15 ciudades españolas, y, además, en tres países europeos y cuatro de

Sudamérica. Aunque la empresa ha estado teniendo grandes pérdidas en los últimos años, llegando a perder más de cuatro millones de euros en 2016, planea llegar al umbral de rentabilidad en 2018; debido a que las pérdidas vienen dadas por el repago de la deuda de los grandes inversores que han confiado en el negocio desde su inicio; tales como *Rakuten*.

Por esto, es fácil asumir que el negocio de reparto de pedidos, por insignificantes que sean, sólo por conveniencia, falta de tiempo de los usuarios y por el modo frenético de vida que lleva la gran parte de la sociedad en grandes ciudades, es un negocio que tiene grandes expectativas a futuro.

Cuadro Resumen

Nombre	<i>Cabify</i>	<i>Wallapop</i>	<i>Glovo</i>
País de Origen	España	España	España
Año de Fundación	2011	2013	2015
Actividad	Transporte privado de personas en la ciudad	Compra-venta de productos de segunda mano entre usuarios	Reparto de pedidos y envíos en la ciudad
Sector dentro de la E.C.	Racionalización de uso de Activos	Recirculación de Bienes	Intercambio de Servicios
Lugares donde opera	España, Portugal y América Latina	España, Francia, Estados Unidos y América Latina	España, Portugal, Francia, Italia y América Latina
Financiación	Comisión de 20% por trayecto	Servicio Premium + publicidad	Comisión de 30% por envío
Situación Financiera	Pérdidas	Pérdidas	Pérdidas

Fuente: *Elaboración Propia*

Como se puede extraer del cuadro resumen, además de la explicación de cada uno de los casos ejemplificados en este apartado, los modelos de negocio dentro de esta tendencia son similares en cuanto a varios factores. Los casos elegidos son los casos que se han encontrado de mayor relevancia, y que son además representativos de muchas otras plataformas que se encuentran en España, aunque con una actividad menor.

En cuanto a los años de origen de las plataformas, la mayoría de ellas son muy recientes, hecho que se puede relacionar con el importante uso de tecnología que estas empresas requieren para su modelo de negocio. Todas ellas operan a través de una aplicación online, haciendo que los usuarios deban poseer Smartphone, y, además, necesitando de un gran avance tecnológico para habilitar funciones como el seguimiento en tiempo real del pedido, o del conductor que va a recogerte. Además, debido a que los ejemplos expuestos son de origen español, los años de fundación son aún más recientes, comparando por ejemplo con plataformas norteamericanas; ya que la innovación siempre suele surgir primero al otro lado del océano. Las plataformas norteamericanas llevan unos aproximadamente diez años de ventaja con respecto a las europeas, siendo la primera en surgir *ZipCar*, en el año 2000.

Las plataformas españolas también son similares en su modelo de expansión internacional. Como se puede observar, la mayoría de las plataformas que han surgido en España empiezan su expansión por países de Europa cercanos, y por países de América Latina. Haciendo un análisis de los motivos que les llevan a escoger estos destinos, los más importantes son la similitud entre las culturas, y el estado de la Economía Colaborativa en estos países. En América Latina, esta tendencia todavía está despegando y en un nivel menos avanzado que en Europa, por lo que las empresas que se expanden hacia esos territorios tienen ventaja competitiva por ser pioneros en el mercado. Además, dentro de los países de expansión, estas empresas siempre eligen grandes ciudades, ya que los usuarios de las plataformas suelen ser jóvenes, o personas de mediana edad, y la confianza en estas plataformas está más extendida en ciudades cosmopolitas que en áreas rurales. La única plataforma que se sale de la tendencia en este sentido es *Wallapop*, ya que incluso ha llegado a expandir sus operaciones hasta el mercado de Estados Unidos, paso que pocas plataformas españolas llevan a cabo debido a la gran competencia que existe en ese mercado, y a la existencia de muchas empresas ya establecidas en la mayoría de los sectores de la Economía Colaborativa.

Por último, es también destacable la similitud entre las formas de financiación y los aspectos financieros de las plataformas españolas. La mayoría de estas plataformas obtienen sus ingresos a través del cobro de una comisión por servicio que proveen. Esto les hace depender en gran medida del número de usuarios y de transacciones que se realicen en su plataforma para su rendimiento económico. Sin embargo, como se puede observar en el cuadro resumen, ninguna de las empresas que se han mencionado ha conseguido todavía llegar al punto del umbral de rentabilidad, ni por supuesto a tener beneficios. Pese a la gran expansión que están teniendo, a la buena acogida por parte de la sociedad de estos servicios y a su creciente número de usuarios, estas plataformas siguen teniendo pérdidas en sus ejercicios.

El hecho de tener pérdidas económicas no es signo de un mal rendimiento, sino todo lo contrario; de un período de fuerte expansión y crecimiento en el que se invierten grandes sumas de fondos en marketing, en conocer nuevos mercados y en seguir aumentando operaciones. De hecho, todas estas plataformas sobreviven gracias a fondos de capital riesgo y *Business Angels* que invierten en su proyección a futuro. Sin embargo, todas ellas prevén un momento próximo en el tiempo en el que sus resultados serán positivos, debido a la gran acogida que estos servicios están teniendo por parte de la sociedad.

El único que se sale de la regla en cómo obtener beneficios de la aplicación, es de nuevo *Wallapop*; ya que no ha conseguido aun rentabilizar cada transacción que se realiza a través de su plataforma; lo cual no es típico de estos negocios. Sin embargo, como anteriormente se ha mencionado, pretende implementar el mismo sistema que sus compañeros para obtener beneficios, consistente en una comisión por transacción.

Como se ha reflejado en este análisis de las principales plataformas españolas, que son una muestra bastante representativa de la gran cantidad de plataformas que se encuentran en este país; los modelos de negocio que presentan, aun no siendo rentables todavía, presentan una alternativa que realmente puede hacer fuerte competencia a las empresas tradicionales que prestan estos servicios; debido a la creciente tendencia de la sociedad de consumir este tipo de servicios, en detrimento de las alternativas tradicionales.

5. CONCLUSIONES Y LÍNEAS FUTURAS DE INVESTIGACIÓN

En este trabajo de investigación se ha cumplido el principal objetivo que se había marcado; el cual consistía en dar una visión global del estado de la Economía Colaborativa en la sociedad. Se ha aportado información relevante en los aspectos que se han considerado clave del fenómeno, para cumplir con el objetivo de hacer un estudio transversal de esta tendencia.

Aunque como se ha mencionado anteriormente, el principal objetivo de dotar al lector con un entendimiento profundo acerca del tema tratado, se ha cumplido; es cierto que quedan amplias líneas de investigación que podrían ser abordadas en el futuro. El potencial de este tema en el futuro es extenso debido a sus amplias predicciones de crecimiento. Dichas líneas futuras de investigación podrían estar encaminadas hacia dotar una perspectiva del estado de la cuestión más cuantitativa, con estudios de mercado en los que se estudien los ingresos futuros que esta economía podría generar; además de la situación futura que se podría llegar a vivir, si las plataformas consiguen convertirse en líderes en el mercado. Otras líneas futuras de investigación podrían estar enfocadas en estudiar las nuevas plataformas españolas que surjan, para poder incluirlas en el estudio práctico que se ha llevado a cabo en este trabajo.

Para finalizar el trabajo de investigación, se explicarán en este punto las conclusiones extraídas de cada uno de los puntos anteriormente mencionados, para dar una visión global y resumida del tema tratado.

La Economía Colaborativa, o “*Sharing Economy*” ha vivido un fuerte crecimiento y auge en los últimos años, con nuevas plataformas que sustituyen las formas tradicionales de relaciones económicas de la sociedad. La aparición de este nuevo movimiento se debe a varios factores, entre ellos, el avance de la tecnología, la crisis económica y la importancia de la socialización en el nuevo siglo.

Aunque es un movimiento relativamente nuevo; ya que la primera plataforma surgió hace unos diez años, es una tendencia que se ha consolidado en la sociedad, ganando usuarios día tras día. Los primeros usuarios que adoptaron esta forma de relaciones económicas fueron los “*Millenials*” y los amantes del mundo digital; aunque ahora cada vez más

sectores de la sociedad participan en ella. A pesar de esto, debido a su reciente aparición, todavía no existe consenso entre los expertos que la estudian sobre algunos temas fundamentales en ella, como es la regulación o incluso la definición científica del movimiento. Tampoco está claro aún el hecho de si este fenómeno favorece al crecimiento económico de los países, o por otro lado lo limita. Esto es debido al doble impacto que tiene en el PIB (positivo y negativo); de los cuales aún no se sabe cuál es el más fuerte.

Dentro de la Economía Colaborativa se pueden abarcar diferentes tipos de plataformas, que llevan a cabo actividades de muy diversa índole, y que cada vez están presentes en más sectores. En general, la mayoría de las plataformas incentivan el acceso por encima de la posesión, y facilitan el intercambio de bienes y servicios entre individuos. Los sectores que ahora lideran dentro de la Economía Colaborativa son el del Transporte y Alojamiento; aunque en el futuro, las actividades financieras podrían estar muy presentes en las plataformas de este tipo.

Al ser un movimiento tan reciente, y en el cual la tecnología tiene tanta importancia, el principal reto que presenta es la barrera reguladora; debido a que a menudo, la infraestructura legal tradicional no se puede aplicar a estas plataformas. Esto hace que sea necesario un régimen regulador que controle temas como la confianza entre usuarios, el pago de impuestos por parte de las plataformas o la competencia entre proveedores de servicios. A pesar de la barrera reguladora, las plataformas de la Economía Colaborativa han sido capaces de mantener su éxito gracias a la fuerte ventaja que la tecnología les da.

Además del éxito actual que estas plataformas tienen, se ha estudiado su potencial para futuro crecimiento. Se ha llegado a concluir que las plataformas de la Economía Colaborativa tendrán el cincuenta por ciento de cuota de mercado frente a los negocios tradicionales en muchos de los sectores en los que están presentes aproximadamente en diez años. Además, esta economía crecerá en los próximos años diez veces más rápido que la tradicional.

Con todos estos datos obtenidos, lo primero que se puede concluir de este fenómeno es el cambio de panorama que está promoviendo en la sociedad del siglo XXI. Como se ha afirmado anteriormente, es una forma totalmente alternativa a la forma tradicional de

transacciones económicas; que cada vez tiene más usuarios. Por tanto, es importante conocer y estudiar bien este movimiento para poder evaluar las oportunidades que crea y poder sacarle el mayor partido.

Otra conclusión que se puede obtener después de leer este trabajo es que el sistema en el que estas plataformas operan actualmente es obsoleto, y que muchos factores del sistema actual deberían evolucionar para poder hacer frente a los retos que presenta este movimiento. La innovación, digitalización y avance de la sociedad hacia un nuevo pensamiento y forma de actuar, hace que el marco teórico vigente sea en muchos casos insuficiente para los problemas que surgen debidos a tal avance. Es por esto que la regulación tendrá un papel clave en el desarrollo futuro de este fenómeno. A pesar del gran potencial del mismo, depende de las medidas que se adopten para regularlo, que éste siga siendo un movimiento tan exitoso como hasta ahora, o por el otro lado, que la regulación haga que se pierdan los beneficios del avance tecnológico.

Se puede también concluir que la tecnología es el factor diferencial que hace que estas plataformas tengan tal éxito en la sociedad frente a los negocios tradicionales. La tecnología que usan estas plataformas hace que sus costes de coordinación sean mucho más bajos que antes; además dando posibilidad a estas plataformas a operar a gran escala y a un gran nivel de eficiencia. Las plataformas siguen mejorando su tecnología día tras día para implementar mejoras en sus modelos de negocio, por lo que son negocios en constante cambio, que probablemente lideren los avances del futuro.

En definitiva, la economía colaborativa será un tema muy tratado en los años venideros por todo lo comentado anteriormente, y será muy interesante seguir investigando sobre este nuevo modelo de negocio en el futuro.

6. BIBLIOGRAFÍA

- Berengueras, J. (11 de febrero de 2018). *Glovo: el recadero colaborativo*. Obtenido de El Periódico: <https://www.elperiodico.com/es/economia/20150624/glovo-recadero-colaborativo-mensajeria-app-4302358>
- Bernhardt, A. (2014). *Labor Standards and the Reorganization of Work: Gaps in Data and Research*. Obtenido de Escholarship: <https://escholarship.org/uc/item/3hc6t3d5>
- Botsman, R., & Rogers, R. (2015). *What's Mine Is Yours*. Nueva York, Estados Unidos: Harpercollins Publishers.
- Busbud. (Enero de 2016). *Comparing Airbnb and Hotel Rates Around the Globe*. Obtenido de Busbud: <https://www.busbud.com/blog/airbnb-vs-hotel-rates/>
- Chandler, A. (27 de mayo de 2016). *What Should the 'Sharing Economy' Really Be Called?* Obtenido de The Atlantic : <https://www.theatlantic.com/business/archive/2016/05/sharing-economy-airbnb-uber-yada/484505/>
- Codagnone, C., & Martens, B. (2016). *Scoping the Sharing Economy: Origins, Definitions, Impact and Regulatory Issues*. -: Institute for Prospective Technological Studies Digital Economy Working Paper 2016/01.
- Coyle, D. (1 de febrero de 2016). *What the Sharing Economy means for how we think about UK GDP*. Obtenido de Tech UK: <https://www.techuk.org/insights/opinions/item/7355-what-the-sharing-economy-means-for-how-we-think-about-uk-gdp>
- Etsebeth, E. (19 de agosto de 2017). *10 Reasons Why Central Banks Will Miss the Cryptocurrency Renaissance*. Obtenido de Coindesk: <https://www.coindesk.com/10-reasons-why-central-banks-will-miss-the-next-currency-renaissance/>
- Hall, S., & Pennington, J. (28 de octubre de 2016). *How much is the sharing economy worth to GDP?* Obtenido de World Economic Forum: <https://www.weforum.org/agenda/2016/10/what-s-the-sharing-economy-doing-to-gdp-numbers/>
- Katz, L. F., & Krueger, A. (29 de marzo de 2016). *The Rise and Nature of Alternative Work Arrangements in the United States, 1995-2015*. Obtenido de Princeton Education:

https://krueger.princeton.edu/sites/default/files/akrueger/files/katz_krueger_cws_-_march_29_20165.pdf

Laschena, A. (s.f.). *Competition and the sharing economy: the challenges of a new business model*. Obtenido de KREAB :

<http://www.kreab.com/brussels/2015/11/16/competition-and-the-sharing-economy-the-challenges-of-a-new-business-model/>

Libre Mercado. (4 de noviembre de 2017). *El 30% de los españoles utiliza plataformas de economía colaborativa una vez al año*. Obtenido de Libre Mercado:

<https://www.libremercado.com/2017-11-04/el-30-de-los-espanoles-utiliza-plataformas-de-economia-colaborativa-una-vez-al-ano-1276608547/>

Marr, B. (21 de octubre de 2016). *The Sharing Economy - What It Is, Examples, And How Big Data, Platforms And Algorithms Fuel It*. Obtenido de Forbes:

<https://www.forbes.com/sites/bernardmarr/2016/10/21/the-sharing-economy-what-it-is-examples-and-how-big-data-platforms-and-algorithms-fuel/#74f32e2e7c5a>

Muñoz, A., & Esteller, R. (31 de Enero de 2017). *Wallapop pierde 4,7 millones y logrará beneficios en 2019*. Obtenido de El Economista:

<http://www.eleconomista.es/telecomunicaciones-tecnologia/noticias/8120252/01/17/Wallapop-pierde-47-millones-y-lograra-beneficios-en-2019.html>

PwC UK. (2016). *How the sharing economy is reshaping business across Europe*.

Obtenido de PwC UK:

<https://www.pwc.co.uk/issues/megatrends/collisions/sharingeconomy/future-of-the-sharing-economy-in-europe-2016.html>

Richter, F. (3 de junio de 2014). *The Rise of the Sharing Economy*. Obtenido de Statista:

<https://www.statista.com/chart/2323/the-rise-of-the-sharing-economy/>

Rodríguez, A. (11 de octubre de 2016). *Óscar Pierre (Glovo): “Evolucionar de algo local a algo global no siempre es fácil”*. Obtenido de Hipertextual:

<https://hipertextual.com/2016/10/glovo-oscar-pierre>

Schor, J. (octubre de 2014). *Debating the Sharing Economy*. Obtenido de Great

Transition Initiative: <http://greattransition.org/publication/debating-the-sharing-economy#top>

Schor, J. B. (2017). *Does the Sharing Economy Increase Inequality Within the Eighty Percent?: Findings from a Qualitative Study of Platform Providers*. Obtenido de

- Boston College Education:
https://www.bc.edu/content/dam/files/schools/cas_sites/sociology/pdf/SharingEconomyInequality.pdf
- Schor, J. B., & Attwood-Charles, W. (2017). *The Sharing Economy: labor, inequality and sociability on for-profit platforms*. Sociology Compass.
- Slee, T. (29 de septiembre de 2013). *Some Obvious Things About Internet Reputation Systems*. Obtenido de Tom Slee : <http://tomslee.net/2013/09/some-obvious-things-about-internet-reputation-systems.html>
- Statista. (junio de 2016). *Number of smartphone users worldwide from 2014 to 2020 (in billions)* . Obtenido de The Statistics Portal:
<https://www.statista.com/statistics/330695/number-of-smartphone-users-worldwide/>
- Sundararajan, A. (2017). *The Sharing Economy*. Cambridge, Estados Unidos: The MIT Press.
- van Welsum, D. (2016). *Sharing is caring? Not quite. Some observations about 'the sharing economy'*. World Bank Group.
- Vaughan, R. (2017). *Disruption in unexpected sectors and corporates adapting their business models; find out what's next for the sharing economy in our 2017 predictions*. Obtenido de PwC Blogs:
http://pwc.blogs.com/megatrend_matters/2017/02/disruption-in-unexpected-sectors-and-corporates-adapting-their-business-models-find-out-whats-next-f.html
- World Economic Forum. (2016). *Understanding the Sharing Economy*. Nueva York: World Economic Forum.