



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

# **ECONOMÍA COLABORATIVA: EMPODERAMIENTO DEL PARTICULAR Y LIBERTAD ECONÓMICA**

Autor: Alberto Angulo Sevilla  
Directora: Gloria Martín Antón

Madrid  
Junio, 2019



**ECONOMÍA COLABORATIVA:  
EMPODERAMIENTO DEL PARTICULAR Y LIBERTAD ECONÓMICA**

Alberto  
Angulo  
Sevilla

# ÍNDICE

<b>1. Introducción.....</b>	<b>5</b>
1.1 Propósito	
1.2 Justificación	
1.3 Estructura	
<b>2. Economía Colaborativa.....</b>	<b>9</b>
2.1 Definición	
2.2 Origen	
2.3 Evolución	
<b>3. Pilares de la Economía Colaborativa.....</b>	<b>14</b>
3.1 Big Data	
3.2 Empoderamiento del Particular	
3.3 Densidad de Población y Gran Comunidad de Usuarios	
<b>4. Funcionamiento de la Economía Colaborativa.....</b>	<b>20</b>
4.1 Capitalización	
4.2 Sistemas híbridos	
4.3 Innovación en los métodos de pago	
<b>5. Impacto en la Sociedad.....</b>	<b>26</b>
5.1 Evolución hacia el acceso a los bienes	
5.2 Micro emprendedores	
5.3 Apertura de los sectores a la economía colaborativa	
<b>6. Regulación de la Economía Colaborativa.....</b>	<b>31</b>
6.1 Obsolescencia de los indicadores económicos y leyes	
6.2 Trabajador independiente o trabajador dependiente	
6.3 Regulación para proteger al trabajador	
<b>7. Imagen Personal a través de la Web.....</b>	<b>36</b>
7.1 Confianza a través de la web	
7.2 Reputación digital	
7.3 Darwinismo de la información	
<b>8. Conclusiones.....</b>	<b>41</b>
<b>9. Bibliografía.....</b>	<b>44</b>

**Resumen:**

La economía colaborativa, enmarcada en la Cuarta Revolución Industrial, propone grandes cambios para la sociedad. En este trabajo se busca entender el origen y evolución de esta nueva economía, así como las razones que permiten su gran desarrollo y los posibles modelos de negocio. También se analiza el impacto que tiene en la sociedad y las necesidades de regulación que empiezan a surgir. Por último, se explica qué es la reputación digital y los instrumentos que se utilizan para generar confianza entre los particulares. A lo largo del trabajo se ofrecen diferentes perspectivas (catedráticos, jueces, políticos, inversores, ...) de este fenómeno.

**Palabras Clave:**

Economía colaborativa, economía entre particulares, plataforma digital, empoderamiento del particular, Big Data, emprendimiento, acceso a los bienes, reputación digital.

**Abstract:**

The sharing economy, within the Fourth Industrial Revolution, suggests relevant changes in society. This thesis pursues an understanding of the origin and evolution of this new kind of economy, as well as of the reasons that allowed its great development and its new different business models. In addition, it also strives for an analysis of the effects that it brings to society and the new regulatory requirements. Furthermore, the project answers the question of what digital reputation is and which are the tools used to raise confidence among peers. Finally, many different points of view about this phenomenon (from professors, judges, politicians, investors, ...) are compiled and exposed in this paper.

**Key words:**

Sharing economy, peer-to-peer economy, digital platform, individual empowerment, Big Data, entrepreneurship, access to goods, digital reputation.

**CAPÍTULO 1**  
**INTRODUCCIÓN**

# 1. INTRODUCCIÓN

## 1.1 Propósito

Este trabajo tiene como propósito **analizar y profundizar sobre la economía colaborativa**. Para ello se hará un estudio de los factores que han hecho posible este acontecimiento y los retos a los que nos enfrentamos como sociedad. Teniendo en cuenta las declaraciones de académicos, empresarios, inversores, jueces y políticos.

Con este trabajo se busca ofrecer una aproximación contrastada de lo que supone la economía colaborativa en nuestros días. Así como, las implicaciones que tiene en el **comportamiento de la sociedad y en la manera de relacionarnos**. Todo ello, mediante ejemplos y casos reales que refuerzan las ideas expuestas.

Por otro lado, se busca explicar de una manera integral el significado del **empoderamiento del consumidor**. La capacidad de llevar a cabo acciones entre particulares es uno de los factores más atractivos de esta economía colaborativa. No obstante, este aspecto también tiene puntos negativos y pendientes de regulación que se analizan en su conjunto para aportar un escenario posible donde encontrar el equilibrio entre beneficios e inconvenientes.

Las nuevas formas de relacionarnos también pasan por nuevas formas de transmitir confianza entre las personas. Parece que la economía colaborativa ha encontrado la manera de **presentar una imagen fiel a la realidad a través de las valoraciones y comentarios de experiencias anteriores**. Sin embargo, esconde numerosas cuestiones que disminuyen el valor de estas calificaciones.

Como podemos comprobar la economía colaborativa es un **fenómeno muy amplio que abarca muchos aspectos todavía sin resolver**. Mediante este trabajo se estudiarán esas cuestiones y se ofrecerán muy diferentes puntos de vista (además del punto del autor) con el objetivo de ayudar al lector a comprender este complejo fenómeno.

## 1.2 Justificación

El fundador del Foro Económico Mundial, **Klaus Schwab** (2016) afirma en su libro “La cuarta revolución industrial” que nos encontramos al principio de una revolución que está cambiando de manera fundamental la forma de vivir, trabajar y relacionarnos unos con otros. En su escala, alcance y complejidad, lo que considero **la cuarta revolución industrial** no se parece a nada que la humanidad haya experimentado antes.

Este reciente fenómeno todavía no tiene una definición consensuada que recoja toda su amplitud. Actualmente, nos podemos referirnos a ello con **numerosos términos**. Economía de la multitud, economía del particular, economía del alquiler, economía bajo demanda, economía participativa y, por último, el término que más relevancia está teniendo es Economía Colaborativa.

Esta nueva forma de relacionarnos y de abordar las labores cotidianas de maneras completamente distintas, es un **fenómeno muy joven** y que no sabemos la importancia que tendrá para la sociedad en el futuro.

A través de una **historia real** que viví hace unos meses quiero dejar constancia de los **relevantes cambios que está suponiendo**, que son la razón por la que escogí este tema para mi Trabajo Fin de Grado.

*Ocurrió en una pequeña isla del mar Caribe, donde me encontré con unos amigos suecos que estaban de paso por allí. Después de los abrazos y todavía con la alegría de la sorpresa, les pregunté en qué hotel se quedaban a dormir. Ellos se rieron y señalaron una casa a pie de playa. Me responden: “nosotros utilizamos CouchSurfing que es gratis. Además, el anfitrión parece muy majo, y la casa está muy limpia. ¡Hemos tenido mucha suerte!” No entendía muy bien lo que querían decir, ¿por qué estaban de invitados en una casa si no conocían al propietario? Ellos me explicaron que CouchSurfing es una aplicación que te busca alojamiento en cualquier parte del mundo, en casa de alguna persona local con la condición de que en el futuro también acojas a gente en tu casa.*

*Lo que querían decir es que estaban durmiendo en casa de un desconocido en la otra punta del globo. ¡No daba crédito a lo que estaba escuchando!*

Esta anécdota refuerza al fundador del Foro Económico Mundial, Klaus Schwab en su definición de la cuarta revolución industrial. No son avances tecnológicos aislados, sino que tienen **implicaciones directas con la sociedad y cambian su funcionamiento diario**.

La posibilidad de interactuar e intercambiar bienes entre particulares desconocidos desde hemisferios diferentes era una utopía descabellada hace pocos años. **Conectar a gente alrededor del mundo supone un reto histórico de la humanidad y hoy es posible**. De hecho, es un modelo económico que está en auge y capitaliza billones de dólares al año.

Por todo ello, considero que **la economía colaborativa es un tema de relevancia e interés para llevar a cabo su estudio académico**. Explorando sus orígenes, los factores que lo permiten, su impacto en la sociedad y sus efectos económicos y legales.

### 1.3 Estructura

La estructura de este trabajo se compone de ocho capítulos principales.

El primero es la “**Introducción**”, donde se busca la contextualización del trabajo explicando el propósito (qué se busca), la justificación (por qué se ha escogido la economía colaborativa) y su estructura (qué partes los componen).

El segundo es la “**Economía Colaborativa**”, donde se ofrecen distintas definiciones de este fenómeno, así como su origen y la evolución desde sus comienzos hasta el relevante papel que ocupa en nuestros días.

El tercero explica los “**Pilares de la Economía Colaborativa**” que son el Big Data, el empoderamiento del particular y la importancia de contar con una alta densidad de población o una gran comunidad de usuarios.

El cuarto es el “**Funcionamiento de la Economía Colaborativa**”, donde se desarrolla las distintas vías de capitalizar los servicios de intermediación que ofrecen las plataformas, los sistemas híbridos que combinan el modelo industrial tradicional y este nuevo modelo colaborativo y, por último, la innovación en los métodos de pago y garantías.

El quinto es el “**Impacto en la Sociedad**”, donde se explica el cambio de la sociedad en favor del acceso a los bienes en lugar de mantener su propiedad, una nueva rama del emprendimiento conocido como es el de micro emprendedores, además del efecto que tiene la economía colaborativa en los distintos sectores creando nuevas subcategorías.

El sexto es la “**Regulación de la Economía Colaborativa**”, donde se analiza la efectividad de los indicadores económicos actuales para medir el impacto de esta economía, se compara al trabajador independiente con el trabajador dependiente, y se muestra la concienciación de la falta de leyes que regulen el desarrollo de este modelo colaborativo.

El séptimo es la “**Imagen a través de la Web**”, donde se explica el importante rol que alberga la confianza en todo este proceso, la importancia de la reputación digital, y la teoría del Darwinismo de la información.

El octavo recoge las “**Conclusiones**” del trabajo reforzando las ideas desarrolladas a lo largo del mismo de una manera más sintetizada que ayude al lector en a comprensión de este trabajo fin de grado.

El último apartado se corresponde con la “**Bibliografía**” de todas las búsquedas realizadas para la elaboración de este trabajo.

## **CAPÍTULO 2**

# **ECONOMÍA COLABORATIVA**

## 2. ECONOMÍA COLABORATIVA

### 2.1 Definición

La economía colaborativa es un **fenómeno muy joven**, a pesar del gran impacto que tiene en la sociedad, es muy pronto para predecir sus dimensiones reales. Este tipo de economía está en pleno desarrollo y lo único que sabemos con certeza es **que seguirá creciendo**.

Todos estos cambios están sucediendo a una **gran velocidad** y no existe todavía una definición globalmente reconocida. Sin embargo, numerosos autores dedican su estudio a este fenómeno y tenemos varias descripciones. Cada una desde un enfoque distinto de los acontecimientos.

Comenzamos con el autor **Arun Sundararajan** (2016), profesor de la Universidad de Nueva York, que en su libro “The Sharing Economy” nos ofrece una definición sujeta a cinco características fundamentales de este nuevo sistema económico:

1. **Basado en el gran mercado.** La economía colaborativa genera nuevos mercados que permiten el intercambio de bienes y la aparición de nuevos servicios, consiguiendo una mayor actividad económica.
2. **Gran impacto en el capital.** La economía colaborativa brinda nuevas oportunidades para todo tipo de activos, desde conocimientos y habilidades hasta tiempo y dinero, para usarlas a niveles cercanos a su máximo rendimiento.
3. **Red de la multitud en lugar de instituciones centralizadoras.** La oferta de bienes o servicios procede de la multitud de los ciudadanos, no de las empresas. El intercambio futuro se llevará a cabo en plataformas de mercado y no a través de instituciones reguladoras.
4. **Línea confusa entre lo personal y lo profesional.** Se comercializan las actividades entre particulares, como recoger a alguien con tu vehículo o prestar dinero, que suelen ser acciones del ámbito personal.
5. **Línea confusa entre pleno empleo y servicios puntuales, entre trabajador independiente o de la plantilla, entre trabajo y ocio.** Muchos trabajos tradicionales están siendo sustituidos por trabajos puntuales pero que consiguen unos ingresos constantes y se convierte en su forma de vida.

Seguimos con otro autor llamado **Alex Stephany**. Creó JustPark una plataforma para poder alquilar tu plaza de aparcamiento por un tiempo limitado, y estuvo cerca de conseguir la mayor financiación de capital de la historia para una startup. También se le conoce como el “Airbnb de las plazas de aparcamiento”.

En su libro “The business of Sharing: Making it in the New Sharing Economy” (2015) da su definición de la economía colaborativa: “la economía colaborativa es el valor de

identificar los bienes infrautilizados y ponerlos en internet a disposición de la comunidad, reduciendo la necesidad de poseer esos bienes en propiedad.”

En tercer lugar, la prestigiosa inversora de Silicon Valley, **Lisa Gansky**, define en su libro “The Mesh: Why the Future of Business is Sharing” (2010) la economía colaborativa como: **La Red**. Gira en torno a 5 ideas clave:

1. **La Red está definida por la capacidad de compartir.** Bienes y servicios pueden ser fácilmente compartidos dentro de una comunidad y esta comunidad puede adquirir cualquier forma (local o global)
2. **La Red depende de los avances digitales.** La información (Big Data) de qué está siendo compartido y por quién puede ser rastreado en tiempo real.
3. **La Red es inmediatez,** puedes compartir en cualquier momento y en cualquier lugar.
4. **En La Red la publicidad es sustituida** por campañas promocionales a través de las redes sociales.
5. **La Red es global** en magnitud y potencial.

Las definiciones son múltiples y variadas, pero **podemos encontrar los puntos comunes de todas ellas** para enmarcar e ir acotando lo que es y no es economía colaborativa. La definición que ofrece este trabajo de investigación es el siguiente:

“La economía colaborativa es toda aquella compraventa que se lleva a cabo entre particulares a través de una plataforma digital, es decir: el bien (o servicio) que se va a vender corresponde a una persona física y la parte compradora (o contratante) también debe ser una persona física.”

La economía colaborativa conlleva **el empoderamiento del particular**, contemplando la posibilidad de **obtener rédito económico a actividades cotidianas o bienes infrautilizados**.

Dos buenos ejemplos actuales que demuestran ese empoderamiento son las empresas BlaBlaCar (vehículo compartido) o Wallapop (compraventa de productos de segunda mano).

## 2.2 Origen

La economía colaborativa es posible gracias a los **grandes avances tecnológicos que nos permiten comunicarnos e interactuar a kilómetros de distancia**. Esta premisa nos hace muy complicado señalar un punto de partida en concreto, pero de ser así, hay un hecho que cambia el concepto de la relación entre los usuarios de internet: **Wikipedia**.

Nos situamos en torno al año 2000, en plena burbuja de las telecomunicaciones. Se está gestando una nueva forma de comunicarnos y de entender el mundo. **La globalización es acogida con grandes expectativas**, acercando a personas desde hemisferios diferentes. De esta manera, empiezan a crearse los foros, que en versión analógica sería la plaza neurálgica de una población, pero con miles de personas en la interactuando y millones con acceso a ella.

Los foros permiten que el mismo **usuario sea consumidor** de la información, y al mismo tiempo, **proveedor** de esta porque puede interactuar y contestar a los demás usuarios.

Este nuevo concepto de la comunicación rompió completamente lo establecido. **Anteriormente para llegar a una multitud de personas tenías que utilizar un medio de masas tradicional** como es un canal de televisión, una emisora de radio o una editorial de periódico. Ahora desde cualquier punto con conexión a internet puedes comunicarte con la población sin intermediarios.

**El primer ejemplo claro que se materializa es Wikipedia.** Esta plataforma digital pretende dar el servicio que hasta entonces ofrecía las enciclopedias tradicionales, con varias diferencias fundamentales. La primera es que se accede por internet. La segunda es que su contenido es creado por los propios usuarios. Tiene sentido pensar que el resultado de que cada usuario aporte definiciones sobre su campo de especialidad ayudará a crear una fuente de información más completa y de mayor calidad. Pero, hasta ese momento no se disponía de los avances digitales necesarios.

El dinamismo y el empoderamiento del usuario era evidente. El catedrático en derecho de la universidad de Harvard, **Yochai Benkler** (2004) tras presenciar ese rápido crecimiento de Wikipedia desde 2001 y otros ejemplos donde **la colaboración social era el factor determinante**, predijo que en el futuro la base de las economías más avanzadas sería la colaboración social, en información, educación, informática, cultura o comunicaciones.

Otro origen, más tardío pero muy importante es: **YouTube**. En este caso no se comparten descripciones ni escritos, se comparte vídeos. YouTube ha dinamitado la comunicación a las masas que era controlada por la televisión casi en su totalidad. El alcance que ofrece un vídeo viral es esta plataforma ha obligado a rediseñar la manera de comunicar. De hecho, el empoderamiento del usuario ha llegado a crear un nuevo oficio, como es el de youtuber. Un el artículo de Tomio Geron (2013) en la revista de Forbes, asegura que **la economía colaborativa transformará el modelo industrial de las compañías** con una magnitud mayor de la que provocó YouTube a la televisión. Cambiando el concepto de consumo y los roles de productor y consumidor.

## 2.3 Evolución

Las **plataformas digitales** no han dejado de aumentar, y cada **una se centra en un nicho diferente**.

Estas plataformas **nos permiten diferentes actividades**, la más conocida por todos es la de interactuar con seguidores (otros usuarios que previamente han declarado interés en tus publicaciones). A este tipo de plataforma se le conoce como **red social**, y en este grupo podríamos incluir Facebook, Instagram o Snapchat. También hay otras plataformas que son para encontrar empleo (como LinkedIn o InfoJobs), otras para comprar artículos de primera mano (Amazon) o de segunda mano (Wallapop), y la lista continúa.

En muchas ocasiones **agrupar estas plataformas es muy complicado**, y se les denomina a todas como redes sociales. Eso es así, porque cualquier plataforma digital donde puedas contactar con otros usuarios tiene diversas funciones y va incorporando más con el paso tiempo. Desde el perfil de Facebook puedes relacionarte con tus seguidores, pero también puedes comprar artículos, además de enterarte de las nuevas vacantes que ofrece determinada compañía o el precio de los próximos vuelos a Barcelona.

A pesar de las funcionalidades que ofrece cada plataforma, **están vinculadas entre las mismas y puedes acceder de una a otra según tus inquietudes**. Cuando el número de estas plataformas es de cientos de miles en todo el mundo eleva su complejidad de forma exponencial.

Las plataformas digitales, que son la base para desarrollar la economía colaborativa, se han convertido en un **auténtico instrumento de organización social**. En las grandes urbes el uso de cierto tipo de plataformas es de mucha utilidad, como **Waze**. Esta red social permite tener información vial a tiempo real. Los propios usuarios van notificando los accidentes de tráfico, calles cortadas o radares en los próximos kilómetros. Es decir, **mediante los consejos individuales de cada usuario, la aplicación mostrará la ruta óptima**.

Ese alcance que tiene el usuario para influir y para colaborar con los demás es lo que ha incentivado crear nuevos servicios. Por ejemplo, **Lyft** conecta a conductores particulares con potenciales pasajeros si las rutas coinciden. Han **creado una alternativa** a conducir cada uno un vehículo, optar por el transporte público o pedir el tradicional taxi.

La economía colaborativa está teniendo una evolución hacia la mejora de nuestras actividades cotidiana. Donde obtienes rentabilidad económica gracias a la interacción con otro usuario. Por eso, **la gestión de los datos y la información son esenciales en su evolución**.

El futuro de la economía colaborativa será **una sociedad más eficiente**, priorizando el acceso a los bienes sobre la propiedad de estos.

## **CAPÍTULO 3**

# **PILARES DE LA ECONOMÍA COLABORATIVA**

### 3. PILARES DE LA ECONOMÍA COLABORATIVA

#### 3.1 Big Data

El Big Data es el principal pilar de la economía colaborativa. Gracias a los avances en el campo de la **gestión de datos se puede recopilar y analizar información** que los usuarios ofrecen de forma directa (ofreciendo su nombre, edad, origen, etc) y de forma indirecta (mediante el comportamiento de navegación, ubicación, etc).

El Instituto Global McKinsey (2011) define que el big data hace referencia a una base de datos, cuyo volumen está por encima de las bases de datos tradicionales, que recopilan, almacenan, gestionan y analizan. Desde el Instituto Global McKinsey consideran que no pueden contabilizar el volumen de datos gestionados, puesto que **el volumen crece exponencialmente cada dos años**.

Sin embargo, la definición que tiene más relevancia y que continúa siendo de referencia sobre Big Data es la que ofreció la compañía Gartner, en torno al 2001: “big data son datos que contienen una mayor variedad y que se presentan en volúmenes crecientes y a una velocidad superior” (Oracle, 2019). **Esto se conoce como "las tres V"**.

1. **Volumen.** La cantidad de datos es importante. Si por algo se caracteriza el big data es por la gestión de una enorme cantidad de información estructurada y especialmente no estructurada.
2. **Velocidad.** Los datos se renuevan de manera continua. Antes la fase de recopilar toda la información era una etapa larga y costosa, ahora se hace de manera automática e inmediata. Por otro lado, la respuesta del programa informático (después de analizar la información) es a tiempo real en la mayoría de las ocasiones.
3. **Variedad.** Los tipos de datos disponibles han aumentado. Los datos convencionales eran datos estructurados, es decir, datos numéricos o etiquetas dentro de un campo establecido (por ejemplo, localidad de procedencia, estado civil, nivel académico, etc). En cambio, el big data gestiona principalmente datos no estructurados como pueden ser textos en Twitter o imágenes y vídeos en Instagram.

A estas tres características habría que añadir dos más, valor y veracidad, que conforman **“las cinco V”** actuales del big data.

4. **Valor.** Los datos tienen un valor intrínseco. La información sobre los clientes siempre te ayuda a tomar decisiones y ayuda a contestar dilemas futuros. Se almacena datos para darles utilidad en el futuro.

5. **Veracidad.** El grado de confianza que se deposita en los datos recopilados es importante. Dicho de otro modo, biga data también busca calidad en la información no solo cantidad.

La lectura de toda esta información **permite obtener patrones y conductas muy útiles** para las empresas, pudiendo alcanzar mayores niveles de eficiencia. Ante un panorama de alta competitividad el big data permite obtener mayores rentabilidades ante mismas inversiones. Ajustar el público objetivo, centrándote en varios nichos de mercado, o lanzar distintas campañas promocionales a lo largo del año son solo algunas de las aplicaciones del big data.

Las **plataformas digitales** que sostienen la economía colaborativa **basan su modelo de negocio en estos avances tecnológicos.** En primer lugar, necesitan almacenar los datos de perfil de todos sus usuarios para ofrecer el servicio y seguridad al resto de usuarios. En segundo lugar, obtendrán rédito al usar esos datos con fines publicitarios (se desarrollará en el capítulo siguiente).

### 3.2 Empoderamiento del Particular

El segundo pilar de la economía colaborativa es el empoderamiento de los particulares.

Este nuevo modelo de negocio **permite a los particulares dar un servicio profesional o vender un producto sin la infraestructura de una empresa.** Esta es la clave por la que se abre un nuevo modelo de negocio. Pasamos del tradicional servicio de empresa a empresa (b2b, en inglés) y del servicio de empresa a particular (b2c), a el servicio de particular a particular (p2p).

Se le denomina economía disruptiva precisamente porque **pone el foco en el comercio entre particulares.** Comparando con la Primera Revolución Industrial que el centro del avance eran las grandes fábricas y la producción en cadena, la Cuarta Revolución Industrial (que nos anunció Klaus Schwab en la justificación de este trabajo) tiene como piedra angular al ciudadano particular.

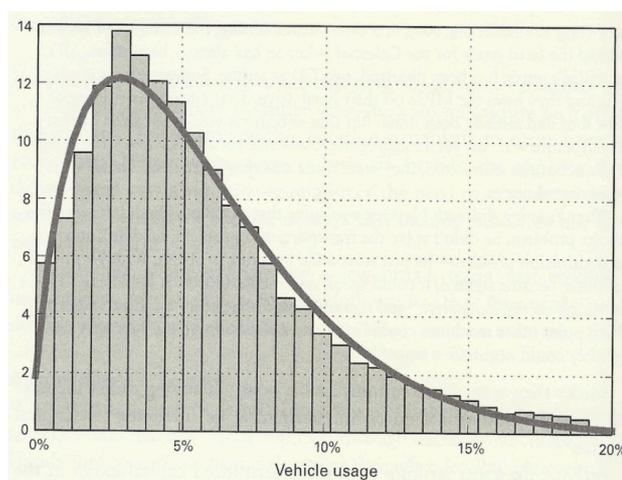
La economía colaborativa tiene como centro del capitalismo las interacciones entre particulares, y como **los usuarios no solo consumen, sino que producen, se genera valor al mismo tiempo que se usa este modelo.** Hasta conseguir el tamaño que tiene hoy en día y el que tendrá el día de mañana.

Si observamos la economía colaborativa centrándonos en las interacciones entre particulares, mucho **se parece a las interacciones de los comerciantes burgueses.**

**Siendo las plataformas digitales lo que entonces eran los zocos o mercados del burgo.** Cuando hablamos de empoderamiento del particular, es inevitable hacer este paralelismo. Como afirma Arun Sandararajan (2016), “las tecnologías de hoy parece que nos retrotraen hacia conductas familiares de compartir, el autoempleo, y otras formas de intercambio basadas en la comunidad que existieron en el pasado.”

Con la diferencia que hoy en día no es necesario la presencia física ni conocer a la otra persona, la colaboración entre usuarios se desarrolla a nivel global. Además del número de personas que pueden albergar estas plataformas, el lugar donde se oferta el producto y los métodos de pago. **Desde cualquier ordenador, tablet o smartphone puedes interactuar en estos espacios digitales.**

El empoderamiento viene de acceder al uso de cualquier activo sin tener su propiedad. En el gráfico siguiente se muestra el uso del coche en Estados Unidos. **El vehículo permanece estacionado 90% de su vida útil.** Solo el 10% es utilizado para desplazarnos. Contemplando estos datos es evidente la ineficiencia que supone la compra de coche. La economía colaborativa busca aumentar esa eficiencia dando acceso a vehículos de otros particulares que estén infrautilizados, como es el caso de la empresa Getaround (que permite el alquiler de vehículos entre particulares)



Elaborado por Arun Sandararajan, a partir de datos de NHTS de 2009

### 3.3 Densidad de Población y Gran Comunidad de Usuarios

El tercer pilar de la economía colaborativa es la multitud.

Actualmente, **el 55% de la población mundial vive en ciudades.** Y según el nuevo informe del Departamento de Asuntos Económicos y Sociales de las Naciones Unidas (2018) se espera que para 2050, aumente hasta el 68%. Las zonas más urbanizadas del planeta son: América del Norte, 82% de la población; América Latina y el Caribe, 81% de la población; y Europa, 74% de la población.

A través de los **avances tecnológicos se ha conseguido conectar a una gran parte de la población mundial.** Este hecho permite, además, las interacciones entre usuarios de distintas plataformas como las redes sociales.

Sin embargo, la economía colaborativa tiene un **componente físico o presencial, en la mayoría de las ocasiones**. Por ejemplo, al contratar un servicio de fontanería por TaskRabbit (una aplicación que combina la mano de obra independiente con la demanda local, lo que permite a los consumidores encontrar ayuda inmediata en las tareas diarias) es necesario que la persona contratada acuda a al lugar a arreglar el problema. Otro ejemplo, es vender (o comprar) un objeto por Wallapop. Tras conectar con la contraparte se acuerda una ubicación para realizar el intercambio.

Esta parte presencial de la economía colaborativa condiciona el auge de esta actividad a una alta densidad de población. **Si los usuarios de estas plataformas tienen que moverse largas distancias** para efectuar el intercambio, las interacciones entre ellos serán menores o, sencillamente, **no se llevarán a cabo**. Por eso, en las grandes capitales la economía colaborativa se desarrolla con mayor facilidad.

Otro punto que refuerza la actividad en las grandes urbes es la falta de espacio. En las ciudades pequeñas o pueblos el coste de la vivienda es menor, por tanto, los hogares tienden a ser más grandes con la **posibilidad de almacenar las cosas que no se utilicen a menudo**. Pero, en las ciudades donde hay un alto precio por metro cuadrado y el apartamento es la vivienda más abundante, no puedes almacenar tantos bienes infrutilizados.

Por ejemplo, supongamos que somos una familia de cuatro miembros y queremos pasar el domingo con la bicicleta. Eso significa que debemos guardar 4 bicicletas en casa para utilizarlas algún domingo cada varios meses. En cambio, si eres usuario de Spinlister (una aplicación móvil para compartir equipos deportivos al aire libre, específicamente bicicletas, tablas de surf, SUP, esquís y tablas de snowboard) puedes alquilar las 4 bicicletas y devolverlas una vez utilizadas. Ahorrando espacio y también dinero, ya que el alquiler de las 4 bicicletas será más barato que la compra de estas.

En este caso es el **espacio**, y no la **distancia**, la que **fomenta el alquiler de bicicleta a otro particular**.

En otras ocasiones donde no es necesaria la concurrencia de ambas partes. Sigue siendo trascendental una **gran comunidad de usuarios para vincular compradores y vendedores** interesados en una misma actividad.

Observemos **Kickstarter que es un sitio web de micro-mecenazgo** para proyectos creativos. A través de esta plataforma se puede realizar una ronda de financiación sin reunirte ni conocer a los inversores. Si quieres sacar adelante un proyecto es una buena opción para empezar. Solo hay que dejar en la web una explicación lo más detallada posible y establecer un mínimo de recaudación en un plazo de tiempo determinado. Kickstarter (2009) renuncia a la propiedad del proyecto, cobrando una comisión del 5% recaudado por sus servicios de intermediación.

Por tanto, podemos concluir que la **situación óptima** para que se desarrolle la economía colaborativa es en lugares donde existe una **alta densidad de población**, donde el **espacio por ciudadano no es abundante** y además el acceso a las tecnologías digitales permite crear una **gran comunidad de usuarios** que interactúen entre ellos.

## **CAPÍTULO 4**

# **FUNCIONAMIENTO DE LA ECONOMÍA COLABORATIVA**

## 4. FUNCIONAMIENTO DE LA ECONOMÍA COLABORATIVA

### 4.1 Capitalización

A lo largo del trabajo se está haciendo hincapié en **la importancia que tienen las plataformas digitales para la economía colaborativa**. Son espacios en la web donde se permite conectar entre particulares para realizar una compraventa. Pensándolo de esta forma, pareciera que las plataformas se ofrecen sin ánimo de lucro, nada más lejos de la realidad.

**Estas compañías tienen muchas vías de monetizar sus servicios**. De hecho, la verdadera innovación en la economía colaborativa se observa en los modelos de negocio. Vamos a comentar a grandes rasgos algunos de ellos.

Empezamos por el más tradicional que es **cobrar una comisión sobre el negocio generado**. En otras palabras, cobrar una comisión por la intermediación de la compraventa. Las compañías como Uber, Airbnb o Blablacar capitalizan el negocio con este modelo. La mayoría de las empresas utilizan la comisión como modelo de negocio. Sin embargo, hay grandes diferencias en los métodos de pago, el porcentaje de comisión, a qué agente se le imputa ese porcentaje, los avales o las fianzas, etc. Para entender el modelo de negocio de una empresa se deberá analizar ese modelo en particular en particular, sin generalizaciones. **Puesto que dentro de un mismo sector puedes encontrarte modelos radicalmente distintos**.

La otra forma más extendida es **crear una gran comunidad de usuarios**. Incentivar a la gente a utilizar sus servicios de forma completamente gratuita. Y cuando reúnes una comunidad de usuarios lo suficientemente grande **das acceso a la publicidad**.

Los canales de publicidad están cambiando mucho con las plataformas digitales. Pongamos el ejemplo de Wallapop, que ofrece productos de segunda mano de particulares. **Desde Wallapop se tiene información de los gustos de los usuarios por los productos que compran y de lo que no les interesa mediante los productos que venden, con más de 100 millones**, según un artículo de Alejandra Naveira en Marketing4ecommerce (2017) de productos ofertados hasta 2017. Gracias a la gestión de datos se puede clasificar y almacenar todos estos insumos de información que le usuario genera. Además, tiene el perfil con los datos personales de sus 40 millones de usuarios.

Los anunciantes **no solo tienen una comunidad de impacto de 40 millones, también puede filtrar el público objetivo en edad, sexo, ciudad, estado civil, intereses, etc**. Esto ha revolucionado la publicidad, y hace posible que el modelo de negocio de una empresa esté basado únicamente en los anuncios. Este es el caso de Facebook que es la séptima marca más valiosa del mundo en 2019, según Forbes México (Forbes Staff, 2019)

Tengan un modelo de negocio u otro, está claro que la economía colaborativa está en auge. Según los datos de PWC (Maynez & Gutierrez, 2016), en los siete primeros años el sector de la economía colaborativa fue valorada en 15 mil millones de dólares. **Se espera que para 2025, se generen unos ingresos estimados de 335 mil millones de dólares.** Y es que la economía colaborativa ha crecido más rápido que Google, Yahoo y Facebook juntos.

Hay numerosas **ideas que motivan la creación de nuevas empresas tecnológicas**, conocidas en inglés como startups. Pero solo las que consiguen demostrar su escalabilidad a largo plazo van a obtener financiación y podrán desarrollar su proyecto. La siguiente tabla muestra la inversión recibida de algunos de estos proyectos en 2014.

<b>UBER</b>	1.200 millones de \$	<b>MAKESPACE</b>	8 millones de \$
<b>AIRBNB</b>	500 millones de \$	<b>STOREFRONT</b>	7,3 millones de \$
<b>LYFT</b>	250 millones de \$	<b>PLEY</b>	6,8 millones de \$
<b>LENDINGCLUB</b>	115 millones de \$	<b>SKILLSHARE</b>	6,1 millones de \$
<b>BLABLACAR</b>	100 millones de \$	<b>YERDLE</b>	5 millones de \$
<b>PROSPER</b>	70 millones de \$	<b>TRAITY</b>	4,7 millones de \$
<b>INSTACART</b>	44 millones de \$	<b>DELIV</b>	4,5 millones de \$
<b>HAILO</b>	26,5 millones de \$	<b>PIVOTDESK</b>	3,6 millones de \$
<b>OURCROWD</b>	25 millones de \$	<b>SIDECAR</b>	3,1 millones de \$
<b>RELAYRIDE</b>	25 millones de \$	<b>CARGOMATIC</b>	2,6 millones de \$
<b>ZOPA</b>	22,7 millones de \$	<b>SCOOT</b>	2,3 millones de \$
<b>POSTMATES</b>	16 millones de \$	<b>SIDECAR</b>	1 millón de \$
<b>CIRCLEUP</b>	14 millones de \$		

LEANERS MAGAZINE · NÚM.05 | JULIO 2014

El mercado apuesta por la economía colaborativa. Las cifras de valoración siguen al alza porque buscan ser el nuevo Uber o Airbnb. A estas **empresas que multiplican su valor a gran velocidad se les denomina Unicornios**, y es lo que buscan los inversores especialistas en startups, conocidos en inglés como Angel Investors.

Muchos emprendedores están dispuestos a crear la empresa con un formato novedoso, demostrar que puede seguir creciendo en el futuro y venderla a alguno de estos inversores. Es uno de los principales atractivos para todos los emprendedores y la manera más eficaz

de capitalizar la empresa en beneficio propio. **En España** encontramos numerosos ejemplos de la venta millonaria de startups. En 2016 se vendió **Privalia por 500 millones** de euros a Vente-Privée, o el caso de **Idealista** que en 2015 fue comprada por **150 millones** por Apax, según el artículo de José María Torrego de El Referente (2018). Estos casos son el motivo por lo que el emprendimiento atrae el talento joven.

## 4.2 Sistemas híbridos

La actividad en la **economía colaborativa** es muy joven. El empoderamiento de los particulares y la libertad de interaccionar los unos con los otros es un hecho transformador. Cambia la visión de los negocios, pero **no es excluyente, sino complementario a la industria tradicional**.

Las empresas no deben elegir entre economía colaborativa o tradicional y seguir estrictamente ese camino. Las compañías tomarán sus decisiones dependiendo de la situación que acontezca a su alrededor, y eso **implica adaptar su estrategia cuantas veces sea necesario**.

Este concepto, aún siendo simple, es muy importante. Nos encontramos **multitud de ejemplos de empresas que saltan de la economía colaborativa a la tradicional, viceversa** e incluso desarrollan ambas actividades al mismo tiempo. Esto desfigura la frontera entre ambos modelos y dificulta la clasificación de las compañías.

El primer ejemplo lo vamos a ver con **Uber**. La empresa estadounidense que basa su modelo de negocio en conectar pasajeros con particulares dispuestos a recogerlos con sus coches personales. Esa es la idea original de la compañía, pero a medida que se ha ido expandiendo internacionalmente se ha visto obligado a modificar el formato.

**En Estados Unidos sigue operando con el formato original** al igual que en muchos otros países. Por tanto, en estos lugares se reconocerá como una empresa de economía colaborativa, puesto que el consumidor y el productor son usuarios. No obstante, **en España no se considera empresa de economía colaborativa** porque el servicio que ofrece tiene un formato fundamentalmente diferente.

En España el pasajero sí es un particular, pero el conductor es un chofer. Es decir, una persona que por oficio conduce un automóvil que puede no ser de su propiedad. En vez de contratar un servicio, se está arrendando un coche (producto) con conductor para realizar un trayecto determinado. Como podemos comprobar es **muy difícil clasificar a las compañías que están operando con ambos modelos**, incluso para Uber que es un referente en la economía colaborativa.

Otros casos, que pueden llevar a confusión por el nombre son los coches o motos compartidas. Las empresas como **Car2Go o Movo no pertenecen a la economía colaborativa** porque el oferente no es un particular sino una empresa. Dimler-Benz es el propietario de la flota de coches Smart para alquilar mediante la aplicación de Car2Go, y Cabify es el responsable de la flota de motos para alquilar mediante Movo.

Fijémonos ahora en otro referente de la economía colaborativa, Airbnb. La idea original de esta empresa es ofertar alojamientos de particulares para su arrendamiento por parte de otros particulares. Pero hoy en día, **Airbnb tiene en propiedad muchas de las viviendas que se ofertan en su plataforma web**. Además, en Madrid, es previsible que oferte más apartamentos de su propiedad por la presión que está ejerciendo el ayuntamiento sobre las viviendas de uso turístico.

Asimismo, hay ejemplos en los que una compañía tradicional integra nuevos servicios para atraer a consumidores de la economía colaborativa. Por ejemplo, según Alexandra Samuel en un artículo en Harvard Business Review (2015), **Walmart** ha creado un mercado entre particulares para video juegos de segunda mano. **BMW** ha introducido el servicio **DriveNow** que permite a la gente utilizar vehículos de la marca donde y cuando ellos necesiten.

Por todos estos casos que se han citado, es muy complejo clasificar a las empresas dentro o fuera de la economía colaborativa. **Una mejor solución sería indicar si la empresa participa o no de la economía colaborativa**. El fenómeno que está transformando la manera de relacionarnos.

### 4.3 Innovación en los métodos de pago

La tecnología nos permite conectar personas que están a kilómetros de distancia. Sin embargo, eso no es suficiente para desarrollar una nueva vía de consumo, ya que **los intercambios deben implicar pagos y cobros de los usuarios de forma segura y legal**.

La innovación en la economía colaborativa es una parte fundamental para afrontar los retos que tiene por delante. El mayor desafío para estas empresas es **diseñar un método de pago que permitan a ambos usuarios depositar su confianza**.

Por ello, en la mayoría de las ocasiones, **las plataformas digitales asumen el rol de intermediarios del pago**. De esta manera, la plataforma tiene siempre la última palabra para efectuar los pagos y cobros. En caso de existir algún contratiempo la plataforma tendrá la capacidad de sancionar y devolver el importe de la compra.

Para que el usuario pueda acceder a los servicios de este tipo de empresas, **lo primero que debe hacer es rellenar con sus datos personales la ficha de inscripción ofreciendo**, en la mayoría de las ocasiones, **los datos de la cuenta bancaria que desee vincular a la compañía**. De esta forma, cuando conectan dos usuarios y contratan sus servicios, se envía desde la plataforma una orden de cobro al consumidor, que abonará en el otro usuario restándole la comisión establecida.

La figura del corredor ya existía antes de la economía colaborativa, pero **la innovación es llevar un sistema de pagos y cobros ampliamente comprobada a compras de todos los ámbitos de la vida cotidiana**.

**Pagar de esta forma permite al consumidor final no llevar consigo dinero efectivo o tarjetas bancarias**. La despreocupación de las tarjetas y billetes que ofrece la economía colaborativa ha sido acogida por todos los usuarios como un factor altamente positivo, ya que se evitan pérdidas indeseadas.

Por otro lado, **al pagar de esta manera se ofrecen todos nuestros datos a tiempo real que serán eficazmente utilizados para la publicidad**.

## **CAPÍTULO 5**

### **IMPACTO EN LA SOCIEDAD**

## 5. IMPACTO EN LA SOCIEDAD

### 5.1 Evolución hacia el acceso a los bienes

En las revoluciones tecnológicas de gran envergadura, como la que estamos viviendo hace unos años, **la sociedad no solo es testigo de los cambios, sino que es partícipe de todos ellos.**

Para que se puedan desarrollar todas estas innovaciones **es necesario contar con una buena acogida por las personas.** Dicho de otra forma, si el avance técnico no cuenta con una buena puesta en práctica, no tendrá la oportunidad de perfeccionarse ni adecuarse las necesidades de la sociedad. Por tanto, los beneficios en los que pueda incidir ese avance no serán relevantes.

Al enmarcar la economía colaborativa dentro de la Cuarta Revolución Industrial, se podría pensar que forma parte de cambios bruscos y repentinos en la sociedad. Precisamente, estos cambios tecnológicos **son procesos largos de aceptación y perfeccionamiento**, y por supuesto, la economía entre particulares no es una excepción.

La economía colaborativa **aporta nuevas vías de consumo reemplazando las que hasta entonces eran estrictamente necesarias.** No se contemplaba ofrecer un servicio de transporte al público de manera puntual o alquilar tus bienes por horas, empezando por la taladradora y terminando por la vivienda. Los comienzos no son fáciles, **hay que educar al consumidor.**

La sociedad se ha ido acostumbrando al consumo entre particulares. **Crear un perfil, cediendo tus datos personales es cada vez más habitual** y el usuario se opone menos que hace unos años. A partir de estas costumbres se crean nuevas conductas de consumo en la población.

El cambio más importante se ha producido cuando **los particulares prefieren tener el acceso a un servicio antes que la propiedad** sobre el producto que te ofrece ese servicio. Este hecho, que en términos de coste parece un razonamiento lógico, provoca una transformación generacional en la forma de entender el consumo.

Los jóvenes de hoy no tienen la inquietud ni necesidad de poseer los bienes que utilizan, porque pueden utilizar los bienes de otra persona. Seguramente no conozca a la otra persona con antelación, pero **puede ponerse en contacto con su usuario a través de la plataforma digital y acceder al producto que desempeña la función deseada.**

Este es el punto de partida para poder generar valor mediante la economía colaborativa. Ya no se trata de que el acceso es más económico que la propiedad, sino que **la población**

**ha cambiado su forma de pensar.** La compra de un producto ya no es una condición ineludible para la satisfacer las necesidades de particulares.

La propiedad ha pasado a tener un papel distinto en la sociedad. La inversora **Lisa Gansky** (2010) afirma que estamos cambiando un mundo que estaba organizado entorno a la propiedad por un mundo organizado en torno al acceso de los bienes. Ahora, **la propiedad sobre casi cualquier objeto puede ser una fuente de ingresos.** La liquidez de la economía colaborativa permite que muchos usuarios demanden artículos baratos para poder devolverlo una vez utilizada su cometido.

## 5.2 Micro emprendedores

Según **Tomio Geron** (2013) en su artículo en Forbes, los consumidores están creando plataformas de miles de millones de dólares a través del uso compartido de coches, viviendas, bicicletas, trayectos y herramientas. **Buscando un mejor acuerdo y un ingreso adicional están transformando los negocios.**

Este empoderamiento del particular provoca un gran impacto en la economía de los hogares. **Cada vez son más las posibles fuentes de ingresos.** Ya no es necesario formar parte de la plantilla de una empresa, sino que puedes encontrar la independencia económica mediante el negocio entre particulares.

**Son muchos los casos de personas que han dejado sus trabajos y buscan la independencia económica a través de la economía colaborativa** ofreciendo un servicio distinto a la sociedad.

*Por ejemplo, Sabrina Hernández estudiante de la universidad de San Francisco dejó su trabajo en Starkbucks y ahora se dedica a cuidar perros en su apartamento a través de Dogvacay obteniendo unos ingresos mensuales de dos mil quinientos dólares. Otro ejemplo es el de Adam Masonbrink que no encontraba tiempo para su gran pasión que es viajar, ahora dedica todo su tiempo a ello. Cuando se va de viaje alquila su casa por Airbnb, su coche por Lyft y cuenta sus experiencias a través de Vayable. Tiene tres fuentes de ingresos haciendo lo que ama que es viajar. Según el artículo “The sharing Economy” de Tomio Geron (2013)*

Este empoderamiento no solo ofrece más libertad económica. También ofrece una **gran flexibilidad laboral** al no estar sujeto a ninguna empresa. En los ejemplos anteriores hemos visto que es posible ganarse la vida sin pertenecer a una organización. Esto es posible gracias a la economía colaborativa.

**La cultura del emprendimiento empezó con la gran crisis financiera de 2008.** Donde el panorama laboral quedó devastado y **la gente tenía la obligación de buscar alternativas** para conseguir dinero. Esto, sumado a lo barato que era financiar ideas

porque los tipos de interés estaban en mínimos históricos, impulso esta nueva cultura del emprendimiento. Significa el crear un oficio en lugar de depender de una organización superior, que es una compañía.

Ese escenario es la base de lo que podemos observar en nuestros días, pero **los llamados micro emprendedores van más allá**. No necesitan crear una empresa. Solo poder ofrecer sus conocimientos o propiedades a un público adecuado. Para ello se benefician de las plataformas digitales que son las nuevas empresas del siglo XXI, dejando que los propios usuarios generen valor mediante sus interacciones.

### 5.3 Apertura de los sectores a la economía colaborativa

Podríamos pensar que la economía colaborativa no afecta a la economía global, porque parece un nicho muy exclusivo de personas que consumen de una forma completamente disruptiva. Para ello fijémonos en el siguiente gráfico.



Esta imagen recoge **el impacto que alcanza este nuevo modelo de consumo en la sociedad**, clasificando la economía colaborativa por sectores (transporte, espacio, dinero, bienes, comida y servicios) y por dos o más subcategorías según los servicios ofertados en cada sector.

Analicemos el **sector transporte**. No es un servicio nuevo como son las monedas crypto, de hecho, es una de los sectores más maduros y tradicionales. Bien, pues **la misma necesidad de desplazarnos se aborda con dos conceptos radicalmente diferentes**. La primera subcategoría hace referencia a “**servicios de transporte**”, es decir, el usuario paga por un desplazamiento, pero en ningún momento se encarga de realizar el mismo. Sin embargo, la segunda subcategoría es “**vehículos en préstamo**”, es decir, el usuario paga por el alquiler de un vehículo para desplazarse de forma autónoma hasta el destino.

Este pequeño análisis muestra como **llegan cambios disruptivos a nuestra sociedad de la mano de la economía colaborativa**. Como el hecho de alquilar tu coche a un desconocido por solo unos minutos o pocas horas termina siendo algo ordinario y con una oportunidad de negocio rentable.

Observemos ahora el **sector del dinero**. Este está dividido en tres subcategorías diferentes. La primera es préstamos; un servicio tradicional del sector financiero. La segunda es crowdfunding, un nicho de mercado donde se busca financiar nuevos proyectos de todo ámbito. La tercera subcategoría es la moneda crypto, el nicho más novedoso de los tres y aún así, ofrece una gran variedad de opciones.

Analizando este sector comprobamos que **la economía colaborativa no entra en disputa con el mercado tradicional**, como son lo préstamos, si no que abraza todo tipo de servicio ofertado hasta el momento ampliando la oferta a través de la innovación.

Quizá el sector del dinero es el que mejor recoge la esencia de la economía colaborativa. Puesto que **la participación global** de la sociedad en la creación de nuevas ideas y proyectos de negocio impulsado por una financiación también global, **de pequeñas pero numerosas aportaciones, hacen posible el gran desarrollo de este nuevo sistema económico** que mejora los servicios presentes mirando hacia el futuro.

Los nichos que parecían residuales hace pocos años encuentran un mercado muy amplio donde perfeccionarse y desarrollarse gracias al alcance global de las tecnologías digitales.

## **CAPÍTULO 6**

# **REGULACIÓN DE LA ECONOMÍA COLABORATIVA**

## 6. REGULACIÓN DE LA ECONOMÍA COLABORATIVA

### 6.1 Obsolescencia de los indicadores económicos y leyes

La gran dimensión que alberga **la economía colaborativa afecta tanto en ámbitos sociales como en ámbitos económicos**. Cada mes hay nuevas empresas con actividades muy diferentes.

El mejor indicador del impacto económico es **el Producto interior Bruto (PIB)**. En el se recoge toda la producción de un país durante un año, teniendo en cuenta sus precios de venta. No obstante, este indicador que es el más usado y reconocido **no es efectivo para conocer el impacto económico que puede tener la economía colaborativa**.

Según Arun Sundararajan (2016) el PIB tiene en cuenta las actividades que se reconocen del mercado y descarta todas las demás actividades. Precisamente, **la economía colaborativa se centra en todas aquellas actividades que hasta entonces no se ofrecía servicio de manera profesional**, como el propio montaje de muebles (do-it-yourself), el intercambio de bienes con personas completamente ajenas, o hacer algún trayecto con el coche personal en beneficio de un pasajero en un momento puntual. Toda esta actividad no es recogida por el PIB, a pesar de tener registrada toda su información.

Otro factor importante de la economía colaborativa es el empoderamiento del particular. Este empoderamiento permite reducir costes al ampliar la oferta de productos y servicios y por otro lado tener ingresos extraordinarios. Este hecho **incrementa la calidad de vida de la personas** que será recogido por distintos indicadores al PIB, como el indicador del Desarrollo Humano del Banco Mundial o el indicador del Progreso Social.

En otras palabras podemos decir que **aumenta la calidad de vida pero disminuye la producción** (y consumo) en valores absolutos. Por tanto, debemos observar distintos indicadores o modificar los insumos de ya existentes. La situación descrita **disminuiría el PIB del país a pesar de ser positiva para la sociedad**.

Un ejemplo más la obsolescencia de las leyes e indicadores de los gobiernos respecto la economía colaborativa es la declaración del **juez Edward M. Chen** (2015) en California que aseguraba que la aplicación de la tradicional prueba de empleo -una prueba que evoluciona bajo un modelo económico muy diferente de la nueva economía colaborativa- ocasiona cambios significativos en el modelo de negocio de Uber. Probablemente, muchos de los factores de la prueba están anticuados en este contexto... El órgano legislativo o el tribunal de apelación podrían, finalmente, pulir o revisar esta prueba en el contexto de la nueva economía. Es imaginable que el órgano legislativo promulgaría una normativa particular para la denominada “economía colaborativa”. Hasta entonces, ese tribunal debía aplicar la prueba tradicional.

## 6.2 Trabajador independiente o trabajador dependiente

La economía colaborativa es **un modelo económico que funciona bajo demanda**. Comenzó como servicios por encargo de manera puntual para ganar un sobre sueldo. Pero, poco a poco se ha ido profesionalizando y ciertos trabajadores han decidido dedicarse plenamente a la economía colaborativa.

Basar los ingresos mensuales en los encargos que puedan surgir es arriesgado y volátil. Sin embargo, **si el número de pedidos es elevado puedes encontrar un estilo de vida mucho más flexible e independiente**.

Según Stephane Kasriel (2015), CEO de Upwork (una plataforma digital de trabajo), durante el Foro Económico Mundial, afirmó que **las generaciones más jóvenes** realmente aspiran a este tipo de carrera laboral. No quieren un trabajo de nueve a cinco, trabajando para la misma persona de forma presencial en el establecimiento. A ellos **les gusta la flexibilidad, la independencia, y tener el control**.

Estas preferencias del trabajador son las responsables de las **nuevas tendencias del estilo de trabajo**. De hecho, las empresas están implantando abundantes políticas de flexibilidad laboral, de conciliación de la vida personal y profesional, etc. Todas ellas enfocadas a que los trabajadores tengan más control sobre sus horarios laborales y ajustar el trabajo a cada estilo de vida.

En 2014, David Estrada, director de relaciones gubernamentales de Lyft, (Sundararajan, 2016) aseguró que **dos tercios de los conductores de Lyft trabajan menos de 15 horas semanales**. Por las horas trabajadas se podría considerar un trabajo a media jornada.

Estas situaciones nos llevan a verdaderos caos entre un trabajador independiente y un trabajador dependiente. El **Servicio de Impuestos Internos de Estados Unidos** ha establecido **tres pautas para clasificar los distintos trabajos** que se puedan ejercer. (SS-8, 2019)

- **El primer factor es conductual.** ¿Tiene control la compañía o tiene el derecho de controlar lo que hace el trabajador y cómo lo hace?
- **El segundo factor es financiero.** ¿Quién paga al trabajador? ¿La empresa o el cliente final? ¿Los gastos son reembolsados? ¿Quién provee las herramientas para llevar a cabo el trabajo?
- **El tercer factor es el tipo de relación.** ¿Hay algún contrato? ¿El trabajador tiene beneficios como plan de pensiones, seguro de vida o vacaciones pagadas?

Esta es una opción para poder clasificar el tipo de trabajo que se está desarrollando.

El dilema que existe de fondo sobre la flexibilidad es el siguiente: **¿los trabajos bajo demanda empoderan verdaderamente a los autónomos y emprendedores?** o ¿empoderan a las plataformas digitales ofreciendo un servicio sin responsabilidades sociales ni laborales sobre los trabajadores?

La respuesta a estas preguntas solo se sabrá en el futuro. Pero, como sociedad **debemos trabajar para que la economía colaborativa mejore la calidad de vida de las personas** y no se conviertan en trabajadores marginados del respaldo de la ley.

### 6.3 Regulación para proteger al trabajador

Como todos los **cambios importantes de la sociedad, necesita leyes que respalden y que salvaguarden los derechos** de los trabajadores. Garantizando de esta manera, el buen funcionamiento de la economía colaborativa.

La candidata a la presidencia de los Estados Unidos, **Hillary Clinton** en Julio durante la campaña electoral de 2015 afirmó (Sundararajan, 2016) que muchos americanos estaban ganando un dinero extra alquilando una habitación compartida, diseñando websites... incluso conduciendo su propio coche. Esta economía “bajo demanda” o denominada “gig economy” está creando emocionantes oportunidades e impulsando la innovación, pero también **está generando complejos dilemas sobre las protecciones del trabajador y qué será un buen trabajo en el futuro.**

Es una evidencia la preocupación que existe sobre el futuro laboral de los ciudadanos. El **senador Mark Warner** (2015) también hizo referencia a esta problemática, diciendo que a pesar de que estos trabajadores hagan muy bien su trabajo, no tienen ninguna red de seguridad cuando suceda algún percance laboral.

Ese mismo año muchas personalidades de diferentes oficios y ámbitos de la sociedad firmaron una **carta proponiendo beneficios comunes para los trabajadores de la economía colaborativa.** Entre los autores de esa carta se encuentran, el antiguo alto asesor de la Casa Blanca, Greg Nelson; experto en responsabilidad social corporativa Libby Reder; el icono de Silicon Valley, Tim O’Reilly; y algunos CEOs de distintas empresas de economía colaborativa como Etsy (Chad Dickerson), Handy (Oisín Hanrahan); Lyft (Logan Green). Todos ellos redactaron cuatro principios básicos sobre los que la legislación debía desarrollarse. (Common ground for independent workers, 2015)

- **Independencia:** cualquier trabajador debería acceder a un amparo legal mínimo como individual independientemente de las oportunidades de negocio que disponga.
- **Portátil:** una persona debería tener subsidio y amparo legal dentro o fuera de las situaciones laborales.
- **Universal:** todos los trabajadores deberían tener acceso a unos subsidios básicos independientemente de su estatus de empleado.
- **Apoyo a la innovación:** Las empresas deberían estar capacitadas para investigar y poner a prueba diferentes oportunidades independientemente de la clasificación de trabajadores que utilicen.

Con esta carta se buscaba más concienciación de los derechos de los trabajadores, que independientemente de operar mediante plataformas digitales, se debía salvaguardar los derechos en su actividad profesional.

## **CAPÍTULO 7**

# **IMAGEN PERSONAL A TRAVÉS DE LA WEB**

## 7. IMAGEN PERSONAL A TRAVÉS DE LA WEB

### 7.1 Confianza entre usuarios

Uno de los **mayores obstáculos** que se encuentra continuamente la economía de colaboración social **es la desconfianza** entre la parte compradora y la vendedora.

Por un lado, hay una **incertidumbre sobre el pago del servicio o producto**, es decir, ¿qué garantía tengo de recibir el dinero después de haber desempeñado mi labor? Bien, esta pregunta se contesta con innovación de los métodos de pago. En esta situación la empresa intermediaria asume la responsabilidad de los pagos y cobros, en la mayoría de las ocasiones, aportando seguridad al proceso.

Por otro lado, **el desconocimiento sobre la otra persona puede generar una gran preocupación** en la parte contratante. En todos aquellos intercambios o servicios en los que la hay presencia física, como en el ejemplo de Blablacar o un servicio de fontanería a través de TaskRabbit, es determinante saber quien es la otra persona.

El ser humano teme o, al menos, desconfía de lo nuevo hasta que contrasta su veracidad. Precisamente esta cuestión es la que la economía colaborativa se dispone a resolver.

Una de las opciones que se plantean para resolver esta desconfianza es que la empresa intermediadora haga sus valoraciones y proyecte un veredicto sobre cada usuario. Sin embargo, **la credibilidad sobre las instituciones y grandes compañías está disminuyendo en nuestros días** como defiende Guadalupe Moreno (2018) en su artículo del Statista, y no es recomendable basar todo un sistema económico en los veredictos de las empresas cuando las tendencias de la sociedad avanzan en sentido contrario.

Otra opción para resolver la desconfianza es darle mayor importancia al aspecto social, es decir, empoderar al usuario a través de una mayor participación y poder de decisión. Este es el camino que está dando forma a la economía colaborativa. **Cada usuario puede calificar y comentar el servicio recibido de tal forma que cada usuario obtendrá una calificación media.** Cuantos más servicios prestes más fiable será la calificación asignada a tu perfil de usuario. Esto es lo que llamamos, **reputación digital.**

**Ofrecer una valoración media** generada desde la subjetividad de otros usuarios que recoja todas las experiencias anteriores, es la clave para que la economía colaborativa **cuenta con la confianza y respaldo de la comunidad de usuarios.**

**Craigslist** que albergó mucha relevancia como prestador de servicios de profesionales independientes, fue sobrepasado por sus dos competidores **TaskRabbit** o **Handy** que actualmente son más grandes. Eso es debido, a que Craigslist no ofrece referencias sobre

la persona que realiza el servicio. Por tanto, es posible acumular experiencias negativas sin poder evitarlas.

Además, hay estudios que respaldan que **un usuario activo en Facebook es tres veces más propenso a fiarse de los demás usuarios**, como demuestra el llevado a cabo por Pew Research Center en 2012 (GUSKIN y TAN). Esto implica que las plataformas digitales aumentan el grado de eficiencia y seguridad a medida que aumenta el uso de sus usuarios y se incorpora un mayor número de los mismos.

## 7.2 Reputación digital

Todos los usuarios de las plataformas digitales tienen un perfil. En este perfil ofrecen información objetiva y relevante de tu persona, como: edad, sexo, ciudad de residencia, nacionalidad, estudios, etc. En algunas redes sociales donde quieres darte a conocer puede ser suficiente, como es el caso de LinkedIn o Facebook. Pero, si quieres participar de la economía colaborativa esta información no es suficiente **para crear una imagen veraz de tus habilidades que será tu reputación digital**.

El conjunto de calificaciones y comentarios que realizan los usuarios entre crea la reputación del usuario. Es decir, **el conjunto de experiencias pasadas entre dos o más usuarios quedará reflejada en la calificación**, premiando así a los más profesionales y evitando repetir, por otro lado, las experiencias negativas.

Según Rachel Botsman (2012) **la reputación mide el grado de confianza que deposita la comunidad de usuarios en cada uno de estos**. La reputación ya no solo consiste en saber quien presta el servicio. La reputación tiene un valor económico para el trabajador independiente. Pongamos un sencillo ejemplo: Lucas, 35 años, es carpintero. Hace 4 años creó un perfil en TaskRabbit. Los primeros 6 meses recibía un encargo al mes. 4 años más tarde con un amplio historial de encargos calificados y comentarios favorables sobre su trabajo, recibe entre 2 y 3 encargos todos los meses. Como podemos comprobar, **una buena reputación tiene un impacto positivo en la economía particular** de Lucas. De igual manera que una mala reputación tendrá un impacto negativo en otro trabajador al no solicitar sus servicios.

La escritora londinense Botsman (2012) asegura que **la reputación digital será más importante que el historial crediticio**, puesto que ofrece mucha más información. Además, **se refiere** a la reputación del usuario **como su principal activo**, teniendo en cuenta que puede generar más o menos riqueza dependiendo del cuidado que preste a su reputación.

El inconveniente de la reputación es que se crea en una misma plataforma digital y no se puede utilizar para otras. Por ejemplo, en **Blablacar** ofrezco mis servicios de transporte de larga distancia y tras muchos trayectos obtengo una buena calificación por el servicio, **no puede transferir esa reputación** a otra plataforma como es **Lyft**.

En un artículo, Mike Dudas (2013) aborda exactamente la transferencia de la reputación digital y dice que el siguiente paso será permitir a los usuarios de las plataformas llevarse sus datos (calificaciones, comentarios, imágenes, cuenta de resultados, etc.) consigo si deciden abandonar determinada plataforma; él lo llama **portabilidad de la información del trabajador**. La portabilidad de la información del trabajador empoderaría a los trabajadores, dotándoles de un útil instrumento para nuevos encargos y una información valiosa para las potenciales consumidores en el mercado.

La startup española **Traity** (Kishinchand, 2015) ha conseguido resolver el problema de la portabilidad de la reputación. Sus fundadores aseguran que “Traity construye una fortaleza de seguridad en Internet.” Esta empresa cuenta con más de 4,5 millones de usuarios y nace **con el objetivo que sean los propios usuarios quien posean su reputación y no la plataforma en cuestión**. Traity analiza la identidad del usuario en cada plataforma que tengo un perfil, contrastando semánticamente los comentarios y valoraciones. De esta forma tienes una reputación digital fuera de cualquier plataforma.

### 7.3 Darwinismo de la información

En 2013, **los conductores de Uber organizaron protestas en las calles reclamando una valoración más justa del pasajero** ya que, si la valoración media del conductor era inferior a un mínimo preestablecido por la compañía, ese conductor no podía realizar más trayectos.

Este hecho obliga a reflexionar sobre los cambios que están sucediendo en la sociedad. En el sXVIII tras la Primera Revolución Industrial, las revueltas de trabajadores se originaban por no llegar a un mínimo de productividad supervisado por el capataz o encargado. En el caso de Uber de 2013, **las revueltas se originan por no llegar a un mínimo de reputación digital** registrada en las valoraciones de usuarios.

El autor Om **Malik** (2013) ha puesto nombre a este nuevo fenómeno: “**data-darwinism**” (o el darwinismo de la información). Esta idea está relacionada con la manera en la que se evalúa a los proveedores y personal que practica la economía colaborativa, y como afecta esas valoraciones a nuevas oportunidades de trabajo.

Para defender esta teoría **debemos pensar sobre lo que se valora, quien lo valora y, los más importante, si la valoración se ajusta con la realidad o está sesgada**. Con los

datos que disponemos se puede analizar en profundidad si las peores calificaciones las recibe durante el turno de noche que recoge pasajeros de las discotecas a sus casas, si las peores calificaciones las recibe en determinados barrios donde puede ser por razones étnicas, o como expone Josh **Dzieza** (2015) en su artículo “The Rating Game” la proliferación de **los sistemas de valoración online nos ha podido convertir en unos malos jefes.**

El profesor de Harvard Business School, Michael Luca (Sundararajan, 2016) ha demostrado que las calificaciones de los **clientes están condicionadas por las calificaciones anteriores provocando un sesgo en la nueva valoración.** Por otro lado, Kartik Hosanagar y Daniel Fleder (2009) de Wharton School han demostrado que **los sistemas de recomendación automatizados amplifican este sesgo,** porque tienen mucha influencia en la siguiente decisión del consumidor. ¿Hasta qué punto podemos enjuiciar a los trabajadores por las valoraciones online?

Apoyando la teoría del mejor adaptado a los cambios, encontramos la opinión de **Brynjolfsson y McAfee** (2014) en su libro “The Second Machine Age”, dice que el progreso tecnológico va a dejar a algunas personas atrás, quizá muchas. Como hemos demostrado **nunca ha habido un mejor momento para un trabajador con habilidades especiales o una correcta educación, porque esta gente puede utilizar la tecnología para crear y capturar valor.** Sin embargo, no ha habido un tiempo peor para los trabajadores que solo puedan ofrecer habilidades “ordinarias”, porque los ordenadores, robots y otras tecnologías digitales están adquiriendo esas habilidades a un ritmo extraordinario.

Este es el aspecto darwinista de los sistemas de valoración y de reputación. La buena reputación se convierte una mejor reputación con facilidad y el que tiene una mala reputación afronta con mayores dificultades mejorarla. Al final, **el mejor adaptado sobrevive.**

**CAPÍTULO 8**  
**CONCLUSIONES**

## 8. CONCLUSIONES

Tras desarrollar los principales factores de la economía colaborativa en los capítulos anteriores, voy a reflejar en este último capítulo mis conclusiones y reflexiones sobre la economía colaborativa. Cada punto hace referencia a un capítulo distintos, correspondiendo el primero con el capítulo 2 “Economía Colaborativa”.

1. La economía Colaborativa nos ofrece una alternativa de consumo a la tradicional. Surge sobre el soporte de las nuevas tecnologías que permiten las interacciones entre particulares, podemos observar el ejemplo de Wikipedia y de YouTube. Con la gran crisis financiera del 2008 se produce un punto de inflexión en esta economía que la impulsará hasta nuestros días. Las necesidades de la población obligan a las familias a encontrar nuevos ingresos, y encuentran la manera en la que alquilar sus bienes y ofrecer todo tipo de servicios a su alcance, como cuidador de mascotas o alquiler de habitaciones individuales.
2. A través de la economía colaborativa se empodera al particular frente a las empresas, que eran el eje central de las economías. El particular pasa a focalizar la atención y a aumentar sus intercambios directos. Tiene dos barreras para su crecimiento que son la capacidad de gestionar datos y la necesidad de una alta densidad de población y de usuarios. La gestión de datos a través del Big Data se está consiguiendo. Los avances son enormes y constantes. La densidad de población, según datos de Naciones Unidas, aumentará en los próximos años. Esto obliga a las ciudades a ser más eficientes y, por tanto, a participar en la economía colaborativa.
3. Hay muchas formas de rentabilizar el servicio que prestan las plataformas digitales. Hoy, se ha encontrado en la publicidad un gran nicho de productividad. También se utiliza la economía colaborativa por empresas tradicionales como reclamo a un nuevo público, y sea demostrado la complementariedad con la industria tradicional. La innovación es el motor de esta nueva economía, y gracias a trasladar un sistema de corretaje bursátil al particular de a pie se han conseguido seguridad y confianza en los pagos y cobros.
4. El impacto que tiene en la sociedad no se puede medir todavía. Es necesario un periodo de adaptación y de educación del consumidor que no será rápido, ya que la economía colaborativa supone una transformación completa en la manera de consumir. Las nuevas generaciones reciben con mayor naturalidad estos cambios y ven oportunidades de negocio a través de micro emprendimientos. Esta buena aceptación hace que los sectores tradicionales se abran a nuevas vías de satisfacer necesidades similares.
5. Los procesos disruptivos como este, van por delante de la regulación. Es necesario modificar los indicadores económicos actuales para que recojan nuevos

parámetros o crear nuevos indicadores. Con la legislación laboral y tributaria ocurre algo muy parecido. Todavía no existen leyes que identifiquen y protejan al trabajador que ofrece sus servicios mediante las plataformas digitales de manera independiente. Los vacíos legales actuales son bien aprovechados por estas plataformas, puesto que ofrecen multitud de servicios con excelentes desempeños sin ninguna responsabilidad laboral sobre el trabajador.

6. Uno de los mayores retos de interacción entre los consumidores es generar confianza suficiente para su buen desarrollo. Mediante las valoraciones y comentarios se ha conseguido crear una imagen teóricamente veraz de la realidad. Según la calificación media y la reputación digital que va más allá, el cliente puede decidir que persona contratar. Es un instrumento muy valioso para el trabajador, en mi opinión demasiado importante, que se nutre de insumos totalmente subjetivos y poco fiables. Estas valoraciones pueden tener infinidad de matices que no se recogen. Por eso, considero que tampoco la media de una gran muestra proyecta una imagen veraz, en todo caso, una aproximación.

Estas son las principales reflexiones que extraigo del trabajo. Nos encontramos en un momento de esplendor para el particular, pero no debemos descuidar su regulación si queremos crear un sistema sostenible y prolongable en el tiempo.

## 9. BIBLIOGRAFÍA

- A. A. (19 de Febrero de 2019). *Computer hoy*. Obtenido de <https://computerhoy.com/listas/tecnologia/patinetes-electricos-madrid-precio-alquiler-caracteristicas-condiciones-app-376503>
- A. C. (2014). Consumo Colaborativo. *Leaners Magazine*, 22.
- A. N. (20 de Noviembre de 2017). *Marketing4ecommerce*. Obtenido de <https://marketing4ecommerce.net/historia-wallapop-la-app-sin-ingresos-los-millones-euros/>
- Benkler, Y. (2004). Sharing Nicely': On Shareable Goods And The Emergence Of Sharing As A Modality Of Economic Production. *The Yale Law Journal* 114, 273-358, 278.
- Botsman, R. (Junio de 2012). *TEDGlobal*. Obtenido de [https://www.ted.com/talks/rachel\\_botsman\\_the\\_currency\\_of\\_the\\_new\\_economy\\_is\\_trust?language=es](https://www.ted.com/talks/rachel_botsman_the_currency_of_the_new_economy_is_trust?language=es)
- Brynjolfsson, E., & McAfee, A. (2014). *The Second Machine Age: Work, Progress, and Prosperity in a Time of Brilliant Technologies*. Nueva York: W.W. Norton.
- Common ground for independent workers*. (9 de Noviembre de 2015). Obtenido de From the WTF? Economy to the Next Economy : <https://wtfeconomy.com/common-ground-for-independent-workers-83f3fbcf548f>
- Dudas, M. (28 de Diciembre de 2013). *EMPLOYEE DATA PORTABILITY IN THE MARKETPLACE ECONOMY*. Obtenido de Just Dudas: <https://mikedudas.com/2013/12/29/employee-data-portability-in-the-marketplace-economy/>
- Dzieza, J. (18 de Octubre de 2015). *The rating game*. Obtenido de The verge: <https://www.theverge.com/2015/10/28/9625968/rating-system-on-demand-economy-uber-olive-garden>
- E. E. (11 de Diciembre de 2018). *autofácil*. Obtenido de <https://www.autofacil.es/movilidad/coches-compartidos/2018/12/04/carsharing-madrid-son-precios/47664.html>
- Fleder, D., & Hosanagar, K. (2009). lockbuster Culture's Next Rise or Fall: The Impact of Recommender Systems on Sales Diversity. *Management Science*, 697-712.
- Forbes Staff. (11 de Febrero de 2019). *Las 10 marcas más valiosas del mundo en 2019*. Obtenido de Forbes México: <https://www.forbes.com.mx/las-10-marcas-mas-valiosas-del-mundo-en-2019/>
- Gansky, L. (2010). *The Mesh: why the Future of Business is Sharing*. New York: Portfoli Penguin.
- Geron, T. (2013). The Share Economy. *Forbes*, 60.
- GUSKIN, E., & TAN, S. (2012). Smartphone Speculation Soars on Social Media. *Pew Research Center Journalism & Media*.

- J. M., M. C., B. B., J. B., R. D., C. R., & A. H. (2011). *Big data: The next frontier for innovation, competition, and productivity*. McKinsey Global Institute.
- Judge Chen. (11 de Marzo de 2015). *O'Connor et al v. Uber Technologies, Inc. et al (filings 251)*. Obtenido de Justia Dockets&Filings: <https://dockets.justia.com/docket/california/candce/4:2013cv03826/269290>
- K. S. (2016). *La cuarta revolución industrial*. DEBATE.
- Kasriel, S. (11 de Septiembre de 2015). *The Rise of the On-Demand Economy*. Obtenido de World Economic Forum: <https://www.weforum.org/events/annual-meeting-new-champions-2015/sessions/rise-demand-economy>
- Kickstarter. (2009). *Kickstarter*. Obtenido de <https://www.kickstarter.com/?lang=es>
- Kishinchand, I. (23 de 11 de 2015). “*Traity quiere crear un mundo donde todos confiemos unos en otros para cualquier transacción*”. Obtenido de El Referente: <http://www.elreferente.es/innovadores/entrevista-juan-cartagena-ceo-traity-28980>
- Malik, O. (17 de Marzo de 2013). *Uber, Data Darwinism and the future of work*. Obtenido de Gigaom: <https://gigaom.com/2013/03/17/uber-data-darwinism-and-the-future-of-work/>
- Maynez, G., & Gutierrez, M. (2016). *Matchmaking: el surgimiento de la economía colaborativa*. Madrid: Desarrollando Ideas. Llorente & Cuenca.
- McKinsey Global Institute. (2011). *The Share Economy. (cover story)*. McKinsey&Company.
- Moreno, G. (8 de Noviembre de 2018). *Las instituciones españolas, todavía sumidas en una crisis de credibilidad*. Obtenido de Statista: <https://es.statista.com/grafico/16028/encuestados-que-afirman-no-confiar-en-las-siguientes-instituciones/>
- Naciones Unidas. Departamento de Asuntos Económicos y Sociales. (2018). *Las ciudades seguirán creciendo, sobre todo en los países en desarrollo*. Nueva York: Organización de Naciones Unidas.
- Oracle. (16 de Abril de 2019). *¿Qué es big data?* Obtenido de <https://www.oracle.com/es/big-data/guide/what-is-big-data.html>
- Samuel, A. (2015). What Customers Want from the Collaborative Economy. *Harvard Business Review*, 3.
- SS-8. (15 de Febrero de 2019). *Independent Contractor (Self-Employed) or Employee?* Obtenido de Internal Revenue Service: <https://www.irs.gov/businesses/small-businesses-self-employed/independent-contractor-self-employed-or-employee>
- Stephany, A. (2015). *The business of Sharing: Making It in the New Sharing Economy*. Londres: Palgrave Macmillan.
- Sundararajan, A. (2016). *The Sharing Economy*. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press.

T. G. (2013). The Sharing Economy. *Forbes*, 58.

TaskRabbit. (2008). *TaskRabbit*. Obtenido de <https://www.taskrabbit.com/>

Torrego, J. (14 de Junio de 2018). *Las 20 ventas millonarias más relevantes de startups españolas*. Obtenido de El Referente: <http://www.elreferente.es/tecnologicos/exits-ventas-millonarias-de-startups-espana-31249>

Warner, M. (18 de Junio de 2015). Asking Tough Questions about Gig Economy. *Washington Post*.