



LA ECONOMÍA COLABORATIVA

Carla Romero Antón

Instituto Antonio Machado

Curso 2019/2020

Dirigido por Blanca García Gómez

Tutelado por Antonio de Miguel Hernando

ÍNDICE

0.- INTRODUCCIÓN	4		
1.- APROXIMACIÓN AL CONCEPTO DE ECONOMÍA COLABORATIVA	6		
2.- EL ORIGEN DE LA ECONOMÍA COLABORATIVA	8		
2.1. La gran recesión de 2008:	8		
2.2. La aparición de Internet	10		
3.- FUNCIONAMIENTO DE LA ECONOMÍA COLABORATIVA	11		
3.1. Sujetos que participan en el modelo colaborativo	11		
3.2. Roles que pueden tomar las plataformas intermediarias	12		
3.3. Razones de su éxito	13		
4.- EL DESARROLLO DE LA ECONOMÍA COLABORATIVA	13		
4.1. Factores impulsores	13		
4.1.1. Factores económicos:	13		
4.1.2. Factores socio-medioambientales:	14		
4.1.3. Factores tecnológicos	14		
4.2. Principales sectores de la economía colaborativa	17		
5.- TIPOS DE ECONOMÍA COLABORATIVA	24		
5.1. Finanzas colaborativas	24		
5.2. Consumo colaborativo	26		
5.3. Conocimiento abierto	27		
5.4. Producción colaborativa	28		
6.- VENTAJAS E INCONVENIENTES DEL NUEVO MODELO	29		
7.- OTROS ASPECTOS DE INTERÉS DE LA ECONOMÍA COLABORATIVA	33		
8.- IMPACTO DE LA ECONOMÍA COLABORATIVA	35		
8.1. A nivel mundial	35		
8.2. A nivel europeo	44		
8.3. A nivel nacional: España	47		
9.- CONCLUSIÓN		5310.- BIBLIOGRAFÍA	5411.- WEB
12.2. Gráficas	55		
12.3. Figuras	60		

0.- INTRODUCCIÓN

La economía colaborativa es un concepto bastante nuevo e impreciso que en los últimos años está dando mucho de lo que hablar. Este sector económico consiste en diversas plataformas que ponen en contacto a través de internet a individuos o empresas que ofrecen bienes y/o servicios con usuarios (que pueden ser tanto personas o negocios) que necesiten o quieran adquirir el bien o servicio ofertado. Dentro del mismo concepto hay varios temas que son muy recurrentes, por ejemplo su tendencia ascendente que parece que vaya a arrasar con las empresas tradicionales o el debate que existe entre si es algo positivo y se debería de seguir desarrollando por sus ventajas de ahorro de dinero, reducción de la contaminación etc o si es algo negativo que por ejemplo contribuye al aumento de la precarización.

Sin embargo, antes de poder hablar de estos asuntos habría que mencionar el principal motivo que ha permitido que la economía colaborativa triunfe y se expanda por todos los rincones del mundo: internet. Sin esta superficie, el desarrollo de los negocios colaborativos no habría sido posible. Antes de que se creara internet ya existían modelos en los que se compartían bienes y servicios de manera no lucrativa, no obstante, con internet, lo que se ha hecho ha sido coger este modelo que se daba en grupos de personas que no superaban el centenar y adaptarlo a internet al cual tienen acceso en torno a 3800 millones de personas¹. De esta manera, encontrar a alguien que ofrezca justo lo que se busca resulta mucho más sencillo al estar en contacto con millones de personas. Otro de los condicionantes que más está afectando a este sector colaborativo es su escasa regulación. Debido a que casi no existen leyes que controlen su actividad, en muchas ocasiones las empresas colaborativas aprovechan esta situación cometiendo prácticas ilegales las cuales suponen varias ventajas respecto a las empresas tradicionales. Los negocios convencionales cada vez notan más la presencia de esta nueva economía debido a que gran parte de la clientela está optando por estos nuevos servicios y dejando atrás los tradicionales. Es por esto que las empresas tradicionales se han comenzado a quejar bastante a menudo de las prácticas que ejercen las plataformas colaborativas con el fin de que se establezca una regulación y un control para ellas y que dejen de contar con ventajas empresariales que les permiten establecer precios más bajos contra los cuales las empresas tradicionales no pueden competir.

En este proyecto analizaremos el origen de la economía colaborativa, su funcionamiento y desarrollo, los tipos de economía colaborativa que existen, sus ventajas e inconvenientes,

¹ Mary Meeker (2019) *Internet Trends*

algunos aspectos de interés y por último estudiaremos el impacto que ha supuesto esta nueva alternativa al comercio tradicional como por ejemplo en el comportamiento de los usuarios a la hora de gastarse el dinero o las diferencias del desarrollo de esta economía colaborativa en los distintos sectores de mercado. Este estudio se realizará teniendo en cuenta tres niveles distintos: mundial, europeo y nacional.

Para elaborar este análisis, he recurrido a varias fuentes de información secundarias como libros, informes, periódicos, revistas, trabajos de fin de grado, etc.

Me he interesado por este tema ya que la economía colaborativa es algo que está a la orden del día y probablemente nos siga acompañando en el futuro y el fin de esta investigación es entender en qué consiste, observar el peso que está teniendo en la sociedad y la tendencia que está siguiendo.

Economía colaborativa

1.- APROXIMACIÓN AL CONCEPTO DE ECONOMÍA COLABORATIVA

El concepto de economía colaborativa deriva del inglés “sharing economy”. Debido a su continua evolución, no tiene todavía unos límites bien definidos, lo que hace que su definición no sea concreta, en todo caso, consiste en comunidades que cubren sus necesidades compartiendo bienes y servicios en principio, sin una intención lucrativa.

Las prácticas de compartir bienes y servicios, son muy antiguas, sin embargo, gracias al avance de las nuevas tecnologías, se han desarrollado exponencialmente en los últimos años.

Nos trasladamos a la prehistoria para poder ver el origen y la evolución de este modelo a través de los cambios que se han ido produciendo en la sociedad a lo largo del tiempo.

En la prehistoria, el concepto de propiedad privada aún no existía. En esos tiempos, las personas se reunían en pequeñas sociedades y utilizaban lo que la naturaleza les ofrecía. Cada individuo utilizaba un determinado bien en el momento que lo necesitaba y más tarde, cualquiera de los demás podía hacer uso de ese bien porque no existía la propiedad privada, es decir, cualquier recurso estaba al alcance de todos. En la Edad Media, seguía sin existir el término de propiedad privada. Todo lo que se producía se consumía, funcionaban de forma autosuficiente. Los pocos excedentes que se generaban solían ser intercambiados en el mercado mediante el trueque.

Algunos marcan el origen de la economía colaborativa en las comunas, sociedades que tienen su propia gestión política y administrativa sin depender de ninguna institución externa. En ellas existen los bienes procomunes, de los cuales todo el grupo puede hacer uso. Ostrom, una politóloga estadounidense, estudió varios casos de los procomunes en distintas partes del planeta; algunas de estas comunidades llegaban a sobrepasar los mil años de antigüedad. Uno de los casos que estudió fue la vigencia del procomún en un pueblo suizo llamado Törbel que tiene alrededor de 600 habitantes. En él, se han encontrado datos de este sistema del año 1224, aunque no fue hasta 1517 cuando formalizaron unas normas decidiendo así, que nadie “podía llevar más vacas a la montaña de las que podía alimentar en el invierno”. De esta manera, las vacas son contabilizadas y por lo tanto se hace una estimación del queso que se va a distribuir anualmente. Este sistema actualmente se sigue practicando en este pueblo (con alguna que otra modificación) y sus habitantes ya saben cuáles son sus pros y sus contras, de manera que han aprendido a vivir compaginando la propiedad privada y las tierras comunales.

También están los que sugieren que este tipo de economía colaborativa ha surgido a causa de la crisis de 2008 en la que muchos se vieron obligados a buscar alternativas a la hora de consumir, de manera que con este modelo de colaboración los costes suelen ser menores. Se dieron cuenta de que había muchos recursos subutilizados y a la vez pocas ofertas de trabajo e intentaron dar algunas soluciones novedosas para conseguir un crecimiento económico inteligente y sostenible. En 2010 Rachel Botsman y Roo Rogers publicaron un libro llamado *“What’s mine is yours: The rise of Collaborative Consumption”*, con el que la idea de economía colaborativa comenzó a expandirse de forma exponencial como un modelo innovador que atrae a sus usuarios por tres razones: el hecho de poder vivir con poco dinero, la reducción de la huella medioambiental y la creación de nuevos vínculos sociales.

Asimismo existen muchos detractores de este sistema que lo tachan de utopía. En general se piensa que el hombre es egoísta y solo piensa en el bien individual y de ser así, este tipo de economía no sería posible. Sin embargo, Ostrom demostró que en algunas ocasiones el ser humano prefiere anteponer el interés de los demás al suyo propio. Las personas son seres sociales y en gran medida su satisfacción depende del reconocimiento y las relaciones con sus semejantes. ¿Para qué ser rico si no lo puedes disfrutar con los demás? Este tema ha estado durante miles de años presente y ha sido reflejado frecuentemente en la mitología clásica. Pensar en el bien común no es un anacronismo sino una actitud natural.

El término economía colaborativa abarca demasiados tipos de plataformas o actividades muy diferentes y por eso encontrar una definición que se adecúe a todos ellos es difícil o poco precisa.

Botsman y Rogers (2010), viendo el problema, decidieron dividir el concepto general de economía colaborativa en tres categorías con la finalidad de conseguir definiciones más precisas:

- Mercado de redistribución: es un sistema económico que utiliza redes descentralizadas y mercados que ponen en contacto las necesidades de algunos con los bienes infrutilizados de otros. De esta manera, estos activos son aprovechados en vez de estar en desuso sin tener que emplear intermediarios tradicionales. El ejemplo que más se da hoy en día es el alquiler de viviendas vacías.
- El estilo de vida colaborativo consiste en el alquiler, el trueque o el uso compartido de bienes y servicios, que se consigue de forma dinámica y a una escala que no serían posibles si no fuera por internet. Uno de los ejemplos más desarrollados es el uso compartido del coche en el que el gasto de la gasolina se divide entre los distintos pasajeros.

- En tercer lugar está el servicio de producto que se basa en compartir servicios gratis o mediante una tarifa concretada por los sujetos. Suele estar relacionado con el campo del conocimiento, como enseñar un idioma o hacer de guía turístico.

Por lo tanto, citando a Pascual,

“en definitiva la esencia de la economía colaborativa es el acceso a productos o servicios por parte de una comunidad de usuarios enlazada a través de internet y de medios tecnológicos ya sea directamente entre particulares o por medio de empresas. Para ello resultan fundamentales la comunidad y la confianza, así como una oferta que se basa en el acceso a un bien improductivo, y no en su adquisición”²

² Manuel G. Pascual (2017) *La economía colaborativa y el futuro del capitalismo*.

2.- EL ORIGEN DE LA ECONOMÍA COLABORATIVA

El surgimiento de la economía colaborativa se vincula a dos hitos clave dentro de la historia económica, la gran recesión sufrida durante el año 2008 y la aparición de Internet como medio de comunicación e intercambio. Nos ocupamos de analizar la contribución de cada uno de ellos al origen de la economía colaborativa.

2.1. La gran recesión de 2008³:

A finales del siglo XX Estados Unidos derogó una ley que había implantado como una de las soluciones a la Gran Depresión de los años 30. Esta ley, regulaba el sistema financiero del país separando la banca de inversión de la banca comercial. La intención de esta medida era conseguir que el sector creciera, sin embargo, al mismo tiempo se formó una burbuja especulativa encendida con la gran expansión de internet y comenzó a asomar la crisis. En 2001 EE UU sufrió un terrible ataque terrorista que aumentó el clima de incertidumbre e inestabilidad social. Las personas, con miedo a una posible crisis dejaron de consumir sin control. La falta de consumo afectaría de una manera terrible al país, por lo que la reserva federal impulsó el consumo a través de la reducción de las tasas de interés para reactivar la economía. A partir de ahí, muchas personas vieron como oportunidad comprarse casas con créditos hipotecarios ya que en ese momento el interés era bajo. La mala gestión por parte de los bancos de inversión y de las calificadoras de riesgo provocó que los valores de los préstamos que se emitían no fueran reales y llegó un momento en que aquellas divergencias ya no soportaron más peso y la burbuja inmobiliaria explotó.

Volviendo a lo de antes, muchas familias empezaron a comprarse casas por lo que el precio de la vivienda subió y comenzó la burbuja inmobiliaria que el gobierno estadounidense negó. Viendo el descontrol, la Reserva Federal se vio obligada a subir las tasas de interés, y como las tasas eran variables, el coste de todos los préstamos subió y muchas personas dejaron de poder pagarlos, como consecuencia, los bancos comenzaron a embargar casas. Para los bancos, tener casas embargadas en ese momento, no les servía como negocio ya que no tenían compradores. Los bancos de inversión se habían endeudado con todo el mundo para poder adquirir más hipotecas. Llegó un momento que todo el mundo dejó de pagar las hipotecas y el precio de los CDO bajó estrepitosamente así que los inversores de todo el mundo se vieron afectados por esta crisis hipotecaria. Las aseguradoras tuvieron que pagar a toda la gente arruinada y no tuvieron suficiente, por lo que estas se arruinaron también. El momento

³ <https://www.youtube.com/watch?v=42ZknDO4oX0>

definitivo en el que se vio clara la recesión, fue en septiembre de 2008 cuando el cuarto banco de inversiones más importante de EEUU, Lehman Brothers se declaró en quiebra. A partir de ahí millones de personas terminaron en la calle y perdieron los ahorros de toda su vida, la mayoría de los bancos quedaron arruinados y a causa de ello millones de personas fueron desempleadas. Además, inversores y gobiernos del resto del mundo quedaron totalmente afectados por esta gran recesión.

Estando en esta situación, tanto familias como empresas tuvieron que reducir el consumo de comida, ropa y sobre todo de productos menos imprescindibles.

En este contexto se desarrolló la idea de economía colaborativa en la que la principal ventaja en ese momento era la reducción de costes que suponía por ejemplo comprar ropa de segunda mano en vez de ropa nueva o aprender un idioma a cambio de enseñar a cocinar. En vez de pagar por un servicio, pagas con tiempo y conocimiento. Y es por eso que la necesidad de buscar soluciones ante una difícil situación económica, provocó el origen y desarrollo de la economía colaborativa.

2.2. La aparición de Internet

Internet abre un abanico inmenso de posibilidades en todos los ámbitos de la vida, y es que desde nuestra casa y con un ordenador delante podemos hacer infinidad de cosas, desde aprender un idioma nuevo, hasta comprar una casa pasando por ver cualquier serie o película. Todo ello no sería posible si no fuera por la amplia comunidad que conforma internet.

Según el estudio realizado por *We are social y hootsuite* (2016) el número de usuarios mundial de internet es de 4388 millones de personas, lo que representa el 57% de la población mundial. Quienes más uso le dan son la generación Z⁴, los llamados nativos digitales, aunque, debido a su corta edad, quienes más han desarrollado las diversas plataformas que encontramos en internet, son los millennials⁵.

La idea de economía colaborativa está calando sobre todo en los más jóvenes, por una parte por su familiarización a las nuevas tecnologías y por otra por el desapego a los bienes materiales, es decir, cada vez existe un menor valor sentimental de los bienes. Estas generaciones, valoran más el acceso a un producto cuando lo necesiten que tener la propiedad de ese bien.

⁴ Se le llama *Generación Z* al conjunto de personas que nacieron entre 1995 y 2012 en todo el mundo.

⁵ Son conocidos como *Millennials* o *Generación Y* el grupo de personas que nacieron entre 1981 y 1995. Son los predecesores de la *Generación Z*.

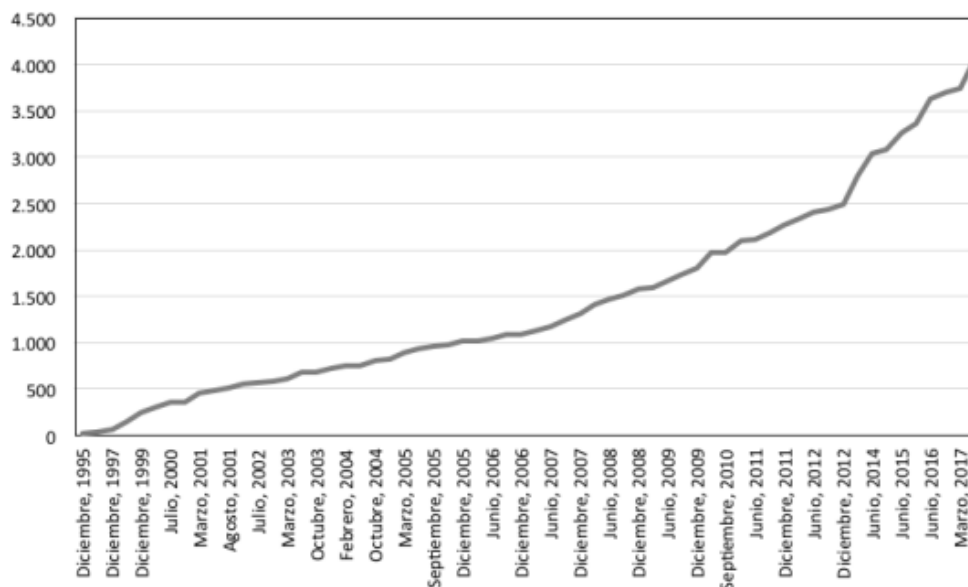
Un ejemplo de las cuestiones que se plantean y que tiene mucho sentido es: ¿para qué comprar un coche si supone un gasto inicial muy alto, además de su mantenimiento y la gasolina que también implican costes muy elevados, cuando puedo acceder a un vehículo por un precio mucho más bajo tan solo cuando lo vaya a necesitar?

Acceder a productos en lugar de poseerlos supone ahorro de dinero, espacio y tiempo, creación de nuevas amistades y sentirse parte de una ciudadanía activa.

Gracias a internet existe una comunidad en la que se crean plataformas como Linux (sistema operativo de código abierto) en el que se fomenta la inclusión, todo el mundo tiene los derechos de acceso. Al mismo tiempo se establece la supervisión para asegurar su control y se imponen sanciones al ejercer un mal uso de este de manera que se ponen en marcha protocolos de autogestión para la mejora y el cuidado de los recursos.

Uno de los ámbitos que antes se empezó a desarrollar en internet fue la música. Mientras que hace unos años para disfrutar de música había que ir a una tienda y comprar un disco, con internet, los usuarios comenzaron a compartir con otras personas la música de manera que desde sus casas y sin ningún coste podían escuchar diversas canciones. Las primeras plataformas que surgieron en 1999 fueron Emule, Napster o Kazaa las cuales marcaron un antes y un después a la hora de acceder a la música.

Gráfica 1. Número de usuarios de internet (millones)



Fuente: Internet World Stats, 2017

3.- FUNCIONAMIENTO DE LA ECONOMÍA COLABORATIVA

Una vez explicado el concepto de economía colaborativa y su origen, vamos a hablar sobre el funcionamiento de estas herramientas.

3.1. Sujetos que participan en el modelo colaborativo

La economía colaborativa normalmente se constituye por **tres sujetos** diferenciados:

- El proveedor del bien o servicio: son aquellos que poseen una serie de bienes, recursos, tiempo o habilidades que podrían resultar útiles para los futuros usuarios o consumidores.
- Los consumidores y usuarios: son aquellos que muestran interés por determinados bienes y/o servicios, que son ofrecidos por los proveedores de servicios, para cubrir sus necesidades.
- La plataforma virtual o el intermediario: es la postura intermedia entre los proveedores y los usuarios, cuya función principal se basa en conectar a las dos partes para simplificar las transacciones entre sí. El intermediario actúa de canal y permite que exista una conexión -y por tanto también una relación jurídica-, entre el prestador y el usuario. En estos modelos de negocio, el intermediario suele ser la propia plataforma virtual.

3.2. Roles que pueden tomar las plataformas intermediarias

Las plataformas pueden desarrollar cuatro roles diferentes, según su calificación jurídica:

- Empleadores como sujeto de un contrato de trabajo al que le resulta de aplicación la legislación laboral.
- Empresa cliente como contraparte contractual de un trabajador autónomo que no presta el servicio directamente para el consumidor o usuario.
- Agencia de colocación, que intermedia en la celebración de contratos de prestación de servicios, que lo pueden ser tanto de instituciones con regulación específica de intermediación en la contratación laboral como de intermediación en la contratación de autónomos

- Red social digital, de mera instrumentación técnica del contacto, sin asumir rol jurídico alguno de intermediación y, por tanto, quedando exentas de toda posible responsabilidad jurídica a estos efectos.⁶

3.3. Razones de su éxito

El éxito que está teniendo este modelo en los últimos años es indiscutible y una de las razones es que sitúan al consumidor en el centro, es decir, el beneficio del usuario es la prioridad.

Emplean una política en la que el crecimiento va por delante de los beneficios debido a que observan que si el usuario está satisfecho con la empresa, la demanda sube y tarde o temprano llega la rentabilidad.

Asimismo, estos negocios se adjudican dos términos que son la innovación que supone el nuevo modelo y la disrupción, sobre todo en los sectores que cuentan con una gran carga burocrática. De esta manera venden la imagen de aportar una modernización y el empoderamiento del usuario que cuenta con más opciones al adquirir bienes y servicios⁷.

⁶ J. Cruz Villalón (2017) *LAS TRANSFORMACIONES DE LAS RELACIONES LABORALES ANTE LA DIGITALIZACIÓN DE LA ECONOMÍA*. Universidad de Sevilla

⁷ https://blogs.elconfidencial.com/tecnologia/emprededorfurioso/2018-07-23/mentira-economia-colaborativa-precariado-uber-airbnb-deliveroo-glovo_1575843/

4.- EL DESARROLLO DE LA ECONOMÍA COLABORATIVA

Nos ocupamos en este apartado de analizar el proceso de desarrollo de este modelo económico. Para ello comenzaremos estudiando los principales factores que están contribuyendo a su implementación y, seguidamente, analizaremos los principales sectores de aplicación de este tipo de economía.

4.1. Factores impulsores

La economía colaborativa apareció, como ya he comentado antes, debido a internet y a la gran recesión de 2008. No obstante, su gran expansión ha sucedido en los últimos años y estos son algunos de los factores que han causado este crecimiento exponencial: económicos, socio-medioambientales y tecnológicos. De su análisis nos ocupamos a continuación:

4.1.1. Factores económicos:

Tras la crisis de 2008, la mayoría de gente perdió gran parte de su poder adquisitivo, por lo que apenas era posible la inversión para crear nuevas empresas y negocios. Que las rentas fueran más bajas provocó también, una disminución en el consumo y la demanda, por lo que los impuestos tuvieron que subir. Como efecto, surgieron algunas plataformas digitales, que fundamentalmente ayudaban a ahorrar. Como por ejemplo al hacer un viaje con tu coche y tener que pagar tanto dinero por la gasolina, compartir gastos con otra persona y llevarla como pasajero.

Otro caso podría ser el de la ropa, si se quiere cambiar un poco el armario de tu casa pero no hay suficiente dinero para comprar ropa nueva, hoy en día, hay plataformas donde se puede comprar ropa de segunda mano, e igual que la puedes comprar, también la puedes vender. De esta manera se puede conseguir ropa seminueva a unos precios bastante económicos o deshacerse de la que ya no se utiliza para ganar un dinero extra por ello.

4.1.2. Factores socio-medioambientales:

Los que más han seguido esta iniciativa, han sido los jóvenes, que están más familiarizados con las nuevas tecnologías y que además tienen en mente cada vez más el problema de la contaminación y el calentamiento global que amenaza con destruir el planeta en no muchos años si las cosas siguen tal y como están ahora. Para que esto no suceda, una de las alternativas es alargar la vida de los bienes, adquiriendo

productos de segunda mano en vez de fabricar y seguir contaminando. En el mismo ejemplo de antes de la ropa de segunda mano, además de conseguir el ahorro, también se alarga la vida del producto, de manera que se hace menos necesaria tanta producción. Según el estudio “Second Hand Effect. El mercado de segunda mano y su efecto en el medio ambiente” realizado por *Vibbo* en colaboración con el Instituto de Investigación Medioambiental de Suecia (2017), la participación en el mercado de segunda mano de los diez millones de usuarios españoles de *Vibbo*, beneficia al medioambiente con el ahorro potencial de 697.860 toneladas de CO₂. Su equivalente sería la producción de 2,8 millones de sofás.⁸

4.1.3. Factores tecnológicos

Se trata del grupo de factores más importante. No se entendería el gran éxito de esta economía si no fuera por internet, el cual es capaz de poner a millones de personas de todo el mundo en contacto. Acceder a él hoy en día es algo que está al alcance de casi todos, tan solo se necesita un dispositivo electrónico como un ordenador o un smartphone y una red Wifi; ambas cosas son ofrecidas por cualquier biblioteca pública de hoy en día, por lo que ni siquiera hace falta tener que comprar los dispositivos.

Pero lo que de verdad la hace especial frente a las arcaicas comunas, es el volumen de integrantes. Una comuna, por muy grande que sea, nunca va a poder superar a los millones de personas que se conectan diariamente a internet, lo que hace que sea muy sencillo encontrar lo que necesitas aunque sea algo muy específico, dentro de un grupo tan grande de personas.

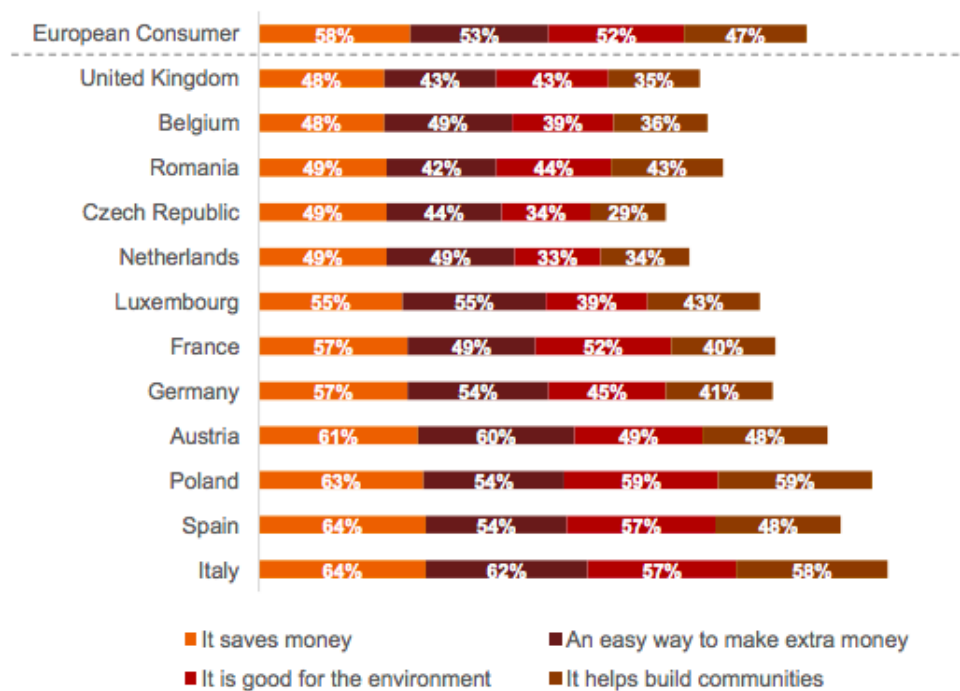
El mercado de la economía colaborativa ha calado sobretodo en los más jóvenes, a los que se les llama nativos digitales, ya que han nacido en la era digital y llevan interiorizado el uso de estos aparatos. A día de hoy, son los mayores usuarios en las redes sociales e internet. Según un estudio realizado por Common Sense Media⁹ (2016) (organización no lucrativa que ayuda y enseña a las personas a navegar por la red), los adolescentes estadounidenses pasan en torno a nueve horas diarias delante de una pantalla, lo que supone, en muchos casos, más horas en internet que horas de sueño, cosa que beneficia bastante poco a la salud.

⁸ <https://iresiduo.com/noticias/espana/vibbo/17/05/22/que-impacto-tiene-mercado-segunda-mano-medio-ambiente>

⁹ https://www.common Sense Media.org/sites/default/files/uploads/research/csm_2016_technology_addiction_research_brief_0.pdf

La encuesta “The Sharing Economy 2015” muestra las razones por las que los europeos hacen uso de este nuevo modelo de economía y su resultado es muy similar al que venimos aludiendo. Las razones propuestas eran el ahorro de dinero, el cuidado del medioambiente, recibir dinero extra y la creación de comunidades. En la mayoría de los países el porcentaje de las cuatro razones es similar y por lo tanto el resultado de la media europea queda así: 58% de los encuestados utilizan las plataformas colaborativas por el ahorro de dinero, el 53% lo hacen para ganar algún dinero extra, el 52% las utiliza porque es bueno para el medioambiente mientras que el 47% lo hace porque ayuda a crear comunidades.

Gráfico 2. Factores que influyen la participación en la economía colaborativa en Europa (2015)



Fuente: encuesta internacional ING “The Sharing Economy 2015” (Julio 2015)

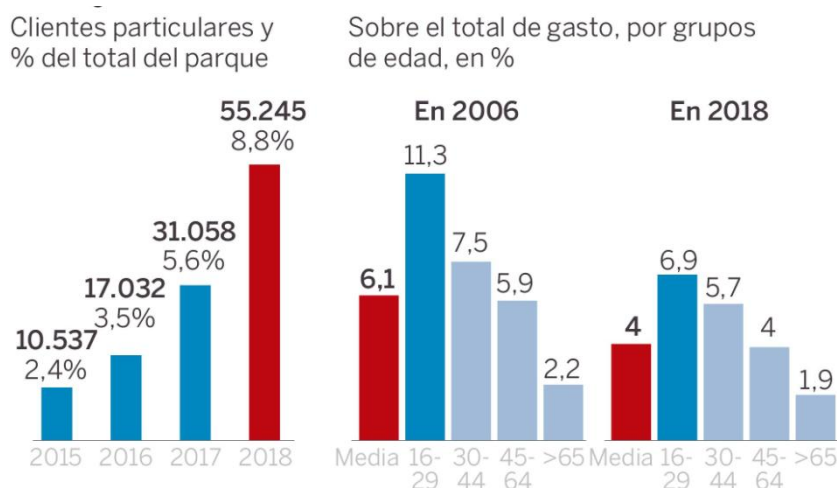
Estos factores también están interrelacionados con el cambio de la mentalidad y de los hábitos de consumo de las personas en los últimos años.

La prioridad hoy en día es el acceso y no la propiedad. Para los jóvenes, el alquiler, las suscripciones y el pago por el acceso ya forma parte de su vida. Sienten menos apego a la propiedad, son más digitales y también están más concienciados por el medioambiente. “La propiedad está pasando de moda” (Antonio Pedraza). Sin embargo, el empleo de estas nuevas formas de economía no es siempre por gusto sino por necesidad.

De repente, el mundo ha cambiado y de qué manera. Entrando a la nube, podemos tener acceso a millones de fotos y videos, de música, de información etc, algo impensable hace no tanto tiempo. La acumulación de bienes ya no es señal de éxito. “Lo duradero ha cedido paso a lo efímero, lo perdurable cansa y aburre” (Mariano Urraco).

A continuación podemos ver el siguiente gráfico que muestra a la izquierda el incremento en los últimos años del alquiler de vehículos y a la derecha se observa un gráfico que compara la situación entre 2006 y 2018 en cuanto al gasto en vehículos en propiedad.

Gráfica 3. Parque de vehículos de alquiler y gasto en vehículos en propiedad



Fuente: Asociación Española de Renting de Vehículos y Anfac.

Es obvio la diferencia existente en el primer gráfico del alquiler de vehículos que de 2015 a 2018 ha subido un 6,4% y también en el segundo gráfico la disminución de la compra de coches de 6,1 puntos en 2006 a 4 puntos en 2018. Estos datos reafirman el cambio de mentalidad producido en el que lo que prima es el acceso y no la propiedad.

4.2. Principales sectores de la economía colaborativa

La primera industria en la que se expandió la economía colaborativa fue la de la **información**; a través de internet, hoy en día podemos acceder a cualquier tipo de conocimiento. Solo hace falta un dispositivo como un ordenador, una red wifi y un poco de ganas. Todo está en internet, desde la dieta de un ornitorrinco hasta el funcionamiento del software de un ordenador, y todo ello gratis. Por lo que puede que cada vez haya menos personas dispuestas a invertir su dinero en la cultura ya que existe la posibilidad de adquirir los conocimientos sin una inversión monetaria. El dinero ya no es el patrón de medida, cada

vez los seres humanos valoran más las cosas que se pueden hacer en interacción social mutua, lo que se asemeja bastante a lo que en la antigüedad se llamaba trueque aunque la ventaja que supone en la actualidad es que gracias a internet, podemos encontrar con mucha más facilidad a personas que necesiten lo que ofrecemos.

Sin embargo, aunque en el sector académico tenga muchas ventajas este sistema, cuenta también con algunos problemas, por ejemplo, con los MOOCs podríamos hablar del fin de las universidades presenciales, ya que este ofrece cursos académicos online en los que tras finalizarlos se obtienen certificados, además se accede a ellos por un bajo coste o directamente sin coste. No obstante, el tema de la gratuidad es algo que provoca que la gente se lo tome menos en serio y muchos de ellos acaben abandonando estos cursos.

Cambiando de ámbito, el sector por excelencia en el que más se ha desarrollado la economía colaborativa ha sido el **turístico** en el cual la globalización y el creciente desarrollo de la tecnología han dado lugar a un nuevo tipo de viajero. Se ha pasado de un turismo contemplativo a uno activo con el que se busca vivir experiencias nuevas y lograr un crecimiento personal poniéndose en mayor contacto con la cultura de los lugares visitados y sus gentes, con la ventaja añadida de una menor inversión económica.

Este cambio en gran parte se ha dado porque este tipo de personas son más exigentes, atentas y están mejor preparadas. Su edad varía entre los 17 y los 38 años, su nivel adquisitivo es medio y su nivel cultural es medio-alto. La opción de viajar con estos nuevos métodos tiene también las ventajas de mayor intimidad y libertad a la vez que más amplitud de la que suele tener una habitación de hotel. Las nuevas plataformas nos permiten gestionar nuestros viajes y realizar las reservas desde cualquier lugar sin tener que recurrir a una agencia de viajes las cuales han perdido una gran importancia en los últimos años.

La plataforma, *Airbnb* realizó un estudio en 2017 a este respecto y estos fueron los resultados:

Figura 1. Los impactos económicos del uso compartido de viviendas en todo el mundo según
Airbnb



Fuente: *Airbnb* (2017)

En la anterior infografía podemos observar algunos datos reveladores sobre el uso de la plataforma de *Airbnb*. Ya se ha hablado que ha habido un cambio de mentalidad. La intención de los viajeros ahora no se centra en el "típico turismo" ni en visitar lugares muy concurridos sino en tener una experiencia cercana a la cultura y el día a día de aquellos lugares. Este informe recoge por tanto, que el 91% de sus usuarios lo que busca es eso, sentirse como un habitante más del lugar. El 74% de los alojamientos no se encuentra en zonas turísticas y el 42% de los gastos producidos por estos viajeros se produce en el barrio del alojamiento de manera que estos alojamientos ayudan al desarrollo de los barrios en los que se encuentran.

Otro de los factores clave para el desarrollo del turismo colaborativo han sido las redes sociales: según un estudio de Hosteltur, el 52% de los usuarios de Facebook afirma haberse inspirado para sus próximos viajes viendo las fotos de amigos o bloggers. (De Jorge, 2017).

Gráfico 4. Dispositivos usados para las reservas de viajes



Fuente: Roselló, V (2018) Hábitos turísticos ¿Cómo viajan los Millennials?

Este gráfico muestra los dispositivos utilizados por los Millennials para hacer las reservas de viajes. En primer lugar muy por delante de los demás, se utiliza el ordenador con un 81,7%, por detrás, están los móviles que representan el 10,5% de las reservas, el 4,5% acude a agencias de viajes y por último, el 3,3% hace uso de las tablets para elaborar sus reservas.

En conclusión, podemos decir que los Millennials han cambiado el modo de viajar: gestionan sus viajes y buscan nuevas experiencias en mayor contacto con la cultura, la historia y las personas de los destinos elegidos.

El turismo colaborativo se puede dividir en cuatro actividades: alojamiento, transporte, restauración y actividades de ocio. Gracias a este modelo de economía, la oferta de estos servicios es mucho más diversificada. Estos nuevos negocios han sabido aprovechar el impulso de las nuevas tecnologías a diferencia de los anteriores que se han quedado atrás. Además, la desregulación que todavía existe hoy en día hace que tenga mayor flexibilidad y libertad para actuar que los sectores tradicionales. Aunque este no es el caso de todos, por ejemplo el complejo hotelero *RoomMate* supo adaptarse y creó *BeMate*, plataforma que funciona de manera parecida a *Airbnb* pero incluyendo los servicios que tienen los hoteles como por ejemplo la limpieza. De esta manera, *BeMate* ha conseguido reunir ambos segmentos de mercado en una misma empresa.

- A. Alojamiento turístico: *Airbnb* y *Couchsurfing* son dos de las plataformas más destacadas en el alojamiento colaborativo.

El gráfico 5 muestra algunos de los motivos por los que los usuarios de los modelos colaborativos optan por el alojamiento en una vivienda particular.

Gráfico 5. Motivos de los usuarios para usar modelos colaborativos en el alojamiento



Fuente: Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) (2016)

*Las respuestas son múltiples.

La razón de los usuario que más destaca tanto en el alojamiento como en los demás ámbitos, es el precio (66,4%) el cual suele ser más bajo lo que conlleva un ahorro. El segundo motivo que más predomina aunque bastante por detrás del anterior es que los servicios se ajustan mejor a las necesidades y horarios del consumidor, es decir, la oferta que ofrecen estas plataformas le supone más libertad y flexibilidad al consumidor que cuenta de esta forma con más opciones para elegir. Otro dato es que el 24,4% se sirven de ellas porque ofrecen más información de manera que conocen mejor el producto antes de consumirlo y eso supone una gran ventaja.

B. Transporte y movilidad: se puede hablar de varias actividades diferentes:

- a. Ridesharing: se trata de la conexión entre personas que necesitan realizar un trayecto y personas que se ofrecen a realizar el servicio a cambio de una prestación monetaria. Este servicio se asemeja a lo que ofrece un taxi. Un ejemplo sería la empresa española *Cabify*.
- b. Carpooling: su objetivo es poner en contacto a una persona que ha planeado realizar un viaje que tiene plazas vacías, con personas que necesitan realizar el

mismo trayecto de manera que comparten los gastos que pueda suponer el viaje como por ejemplo la gasolina. La plataforma más conocida es *Blablacar* no obstante hay muchas otras como *Amovens*.

El gráfico 6 muestra algunos de los motivos más recurrentes de los internautas para emplear los medios de economía colaborativa en el carpooling (aprovechar el viaje que va a realizar un conductor particular que cuenta con plazas libres)

Gráfico 6. Motivos de los internautas para contratar carpooling



Fuente: Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) (2016)

En este caso, los motivos más destacados siguen siendo los mismos que en alojamiento: el precio más bajo y el ajuste a las necesidades, sin embargo en esta ocasión, el motivo de que los servicios se ajusten a las necesidades y horarios cobra más importancia ya que representa el 49.5% frente al 29% que ocupaba en el alojamiento. Esto se debería por ejemplo a que las personas que no tienen carnet de conducir y que antes solo podían usar transporte público, (o taxis aunque es menos frecuente por su alto coste) el cual tiene bastantes limitaciones horarias e incluso hay trayectos en los que no se establece una conexión de transporte público. Con plataformas como *Blablacar* esto ha cambiado. Con tan solo seleccionar el día en que quieres realizar el viaje y el lugar de salida y llegada, puedes ver todas las ofertas que existen del

trayecto seleccionado y que seguramente sean más flexibles de las que ofrece por ejemplo un autobús de línea.

- c. Carsharing: consiste en alquilar automóviles de manera temporal, que puede ser por minutos, horas o días. De esta manera las personas que utilizan este servicio pueden gozar del uso del coche sin tener que gastar su tiempo y dinero en repostar o pasar la ITV. En este caso, el carsharing se divide en dos ramas ya que el alquiler puede ser entre particulares (p2p) o por parte de empresas. La ventaja de las compañías es que suelen contar con una escuadra de coches híbridos o eléctricos que contribuyen a la reducción de la huella ecológica. Plataformas de carsharing p2p serían *Getaround* y *Socialcar* y de carsharing b2c (business to consumer) serían *Zity* y *Car2go*.
- C. Actividades culturales y experiencias turísticas: en este grupo se pueden incluir visitas organizadas con personal local con un enfoque más social en la que la contraprestación no es obligatoria. Algunos ejemplos son : *ToursByLocals* y *Xmigrations*.
- D. Experiencias gastronómicas: entre estas actividades está por ejemplo asistir como comensal a un domicilio particular con la posibilidad de participar también en la adquisición y elaboración de los productos. Algunos ejemplos de plataformas que ofrecen este servicio son *Eatwith* y *Meal Sharing*. Al igual que ha pasado con los otros ámbitos, las principales características de este servicio (el intercambio cultural y el ahorro de recursos) han sido relegadas a modelos profesionalizados con ánimo de lucro. Un ejemplo de ello sería *Deliveroo*, el cual lleva a domicilio la comida de los restaurantes mediante los “riders”(repartidores que se trasladan en bici).

Una vez repasado el concepto de economía colaborativa, su origen y desarrollo, podemos hacernos una mejor idea de lo que trata este modelo colaborativo y se puede resumir en la siguiente tabla en la cual se observan las diferencias que supone la economía colaborativa respecto a la economía tradicional.

Tabla 1. Diferencias entre la economía convencional y economía colaborativa

Economía convencional	Economía colaborativa
Consumo masivo	Consumo responsable y sostenible
Centrado en el yo	Centrado en el nosotros
Foco en la propiedad individual	Foco en la accesibilidad y disfrute del bien o servicio
Centralización	Distribución
Competición	Colaboración
Global	Local
Centrado en la empresa	Centrado en las personas
Consumidor	Productos
Publicidad	Comunidad
Crédito	Reputación
Dinero	Valor
B2B (<i>Business to Business</i>)	P2P (<i>Peer to Peer</i>)

Fuente: Cañigüeral (2014)

De acuerdo con la tabla, el centro de la economía colaborativa es lo social, es decir, las uniones personales como pueden ser las comunidades, la sostenibilidad, la distribución y la colaboración. Todo lo contrario que en la economía convencional en la cual lo más importante sería la búsqueda de beneficio propio y la competitividad.

5.- TIPOS DE ECONOMÍA COLABORATIVA

El auge de la economía en los últimos años está claro que viene marcado por el avance de las nuevas tecnologías las cuales nos permiten estar interconectados. En pleno desarrollo, los límites entre los distintos tipos de economía colaborativa aún son difusos, además de poder establecer distintas clasificaciones. En base a su finalidad, podemos establecer estas categorías:

5.1. Finanzas colaborativas

Este tipo surge principalmente por la limitación de los bancos para conceder créditos. Se basa en la colaboración para financiar un proyecto. Una o varias personas proponen un proyecto y buscan financiación para poder ponerlo en práctica; entonces, los financiadores interesados, aportan un capital, bien de manera desinteresada o a cambio de alguna retribución. La tabla 2 recoge los principales tipos.

Tabla 2. Tipos de finanzas colaborativas

Tipo	Descripción	Ejemplo
Portales de préstamos sociales	Intermedian entre quienes ponen y piden dinero a tipo de interés bajo.	<i>Loan Book</i> : este negocio permite a las PYMEs ser financiadas por inversores privados en lugar de acudir a un banco tradicional. ¹⁰
Sitios de ahorros sociales	El usuario comparte su objetivo y la comunidad lo ayuda a llegar a su meta mediante recomendaciones, apoyo e incluso colaborando en la causa.	
Microcréditos	Sirven para canalizar miles de millones de euros en favor de los más necesitados.	
Crowdfunding	Consiste en publicitar una idea en una comunidad con inversores. Un mismo proyecto puede tener varios inversores distintos. La recompensa por esa inversión puede ser un regalo (reward based crowdfunding), participaciones en la futura empresa (equity crowdfunding) o se puede solicitar un préstamo a devolver en	<i>“Kickstarter es una plataforma global de crowdfunding que conecta a artistas, músicos, cineastas, diseñadores y otros creadores con los recursos y el apoyo necesarios para hacer sus ideas realidad”</i> . ¹¹

¹⁰ <https://www.loanbook.es/>

¹¹ <https://www.kickstarter.com/about?ref=global-footer>

	un tiempo determinado pero con intereses más bajos que un banco tradicional (crowdlending)	
--	--	--

Fuente. Elaboración propia

5.2. Consumo colaborativo

Este tipo de consumo, al contrario que el tradicional, supone un mayor aprovechamiento y optimización de los recursos. Para que esto sea posible, se han creado múltiples plataformas que ponen en contacto a personas que necesitan un servicio con personas que lo ofrecen. Estos servicios van desde el transporte hasta el alojamiento pasando por productos de segunda mano como una videoconsola. Este tipo se diferencia también de los demás ya que no pertenece a un sector económico específico sino que abarca varios y debido a su gran envergadura se clasifica en tres tipos que se muestran en la tabla 3.

Tabla 3. Tipos de consumos colaborativos

Tipo	Descripción	Ejemplo
Sistema de producto	Consiste en iniciativas en las que lo importante es el acceso, no la propiedad, por ejemplo el alquiler de coches durante un corto periodo, posible gracias a determinadas plataformas.	<i>Socialcar</i> es una web que actúa de intermediario entre personas que ofrecen su coche por un tiempo determinado y personas que deseen alquilar un coche por horas o días a cambio de dinero. La ventaja que ofrece es la aseguración tanto de las personas que alquilan el servicio como de los coches que son utilizados.
Sistemas de redistribución	Consiste en ampliar la vida útil de los bienes, de manera que las personas que los necesitan los compran a otras que ya no les dan uso. Aparte de la posibilidad de comprar (a un precio más bajo ya que son bienes de segunda mano), también puede ser mediante donaciones o mediante el trueque en el que se produce un intercambio.	<i>Wallapop</i> es una app en la que cualquier persona puede poner a la venta un bien o servicio. Desde coches hasta ropa pasando por televisores. La persona que ofrece el producto elige un precio al que venderlo. A cambio Wallapop se lleva un 10% de comisión.
Sistemas colaborativos	En este sistema, lo que se comparte son bienes menos tangibles, como el tiempo y las habilidades. Se intercambian servicios en unidad de tiempo en	<i>Banco de tiempo de Las letras</i> : en él se ofrecen variadas actividades de la mano de los socios. Rutas guiadas por el barrio de las letras de Madrid, charlas de filosofía,

	vez de por unidades de dinero. Para ello existen bancos de tiempo en el que ponen en contacto a las personas que desean realizar estos intercambios	un mercadillo de reciclaje etc. A parte de los socios, también colaboran algunas entidades como El Mercado Social de Madrid y las Bailanderas (una cooperativa de mujeres que fabrican cerveza) ¹²
--	---	---

Fuente. Elaboración propia

5.3. Conocimiento abierto

Este tipo de actividad económica consiste en perfiles que comparten información o conocimientos propios (normalmente de forma altruista) para que otras personas puedan acceder a ello a través de webs o aplicaciones.

Los MOOC (massive open online course), son cursos académicos online gratuitos. Estos cursos están respaldados por múltiples universidades, algunas muy prestigiosas como puede ser Harvard. En los últimos años están causando una auténtica revolución académica y su demanda está imparable.

Uno de los ejemplos es *Miríada X*; esta página ofrece casi 700 cursos de múltiples disciplinas; todos ellos gratuitos y en castellano (con la posibilidad del portugués y el inglés también). Al acabarlos, existen dos tipos de certificados, el de participación otorgado tras realizar el 75% de los módulos del curso y el de superación que se entrega al haber constituido el 100% del curso. Esta plataforma se creó de la mano del Banco Santander y Telefónica los cuáles a través de la plataforma Universia quisieron conectar distintas universidades iberoamericanas. Hoy en día cuenta con 4.071.483 alumnos matriculados.¹³

5.4. Producción colaborativa

En este caso, se pone en contacto a personas con el objetivo de crear un proyecto conjunto, normalmente relacionado con las nuevas tecnologías. Es utilizado sobretodo en proyectos que necesiten a especialistas de variados ámbitos. Los proyectos que más se han llevado a cabo siguiendo este modelo están relacionados con arquitectura, diseño e ingeniería industrial. Hay cientos de ejemplos, algunos de los más conocidos son *Linux* (un sistema operativo informático) y *wikipedia* (una enciclopedia on-line abierta) sin embargo hay otros menos conocidos como *SETI@home* (un proyecto que busca vida extraterrestre) o *community*

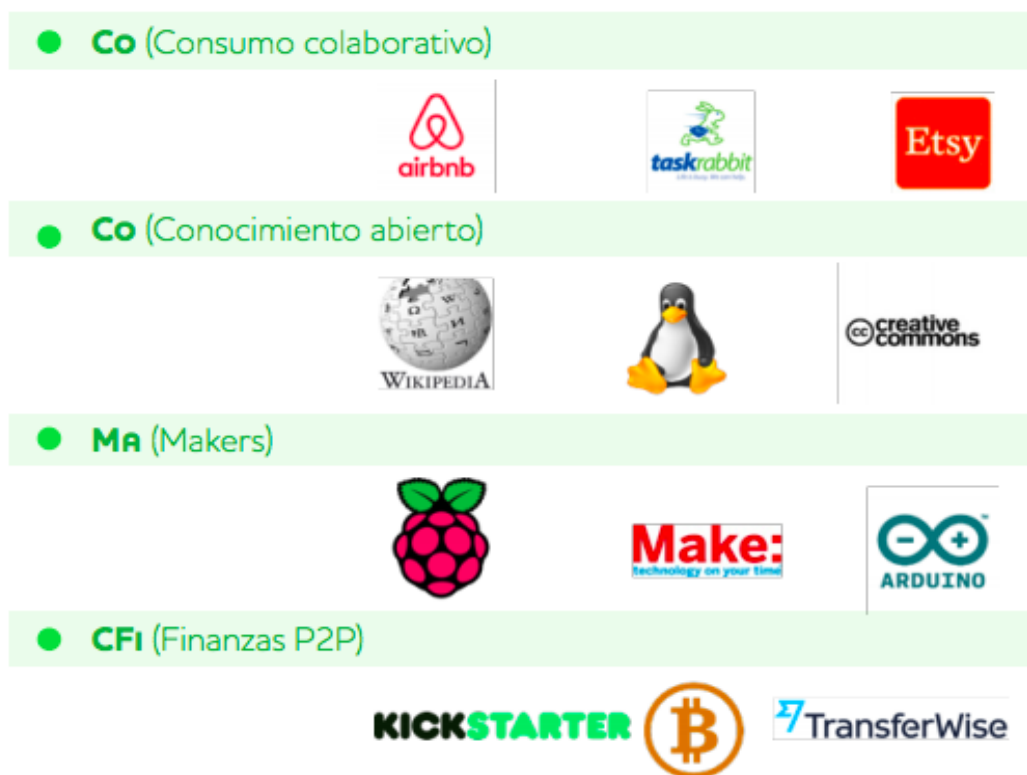
¹² <https://drive.google.com/file/d/16qlO8QQYBE5Akst-5jngDgy5KT0GiB0d/view>

¹³ <https://miriadax.net/nuestros-numeros>

garden (producir alimentos como frutas u hortalizas en colaboración con otras personas para posteriormente compartir lo obtenido).

La siguiente figura muestra las plataformas más importantes de cada tipo de economía colaborativa:

Figura 2. Tipos de economía colaborativa



Fuente: Alonso Coto, Manuel Ángel y Miranda Falces, Adrián (2016)

6.- VENTAJAS E INCONVENIENTES DEL NUEVO MODELO

A continuación voy a exponer las distintas ventajas e inconvenientes del modelo de economía colaborativa. Algunas de las ventajas son:

- **Optimización de los recursos:** como se ha mencionado anteriormente, una de las cosas más positivas de este tipo de consumo es que, por ejemplo, se alarga más la vida de los bienes como por ejemplo una bicicleta adquiriendo productos de segunda mano. Otro de los ejemplos de optimización es compartir un viaje largo y llevar un coche con cinco pasajeros que cinco distintos coches con tan solo un pasajero.
- **Reducción de la contaminación** al no tener la necesidad de producir tantos productos.
- **Distribución horizontal del beneficio:** al hacer uso de estos bienes y servicios de manera colaborativa, solo se interactúa entre los particulares y como consecuencia se recurre en menor medida a las grandes corporaciones capitalistas, por lo que estas se pueden ver afectadas y reducir su riqueza, lo que provocaría una reducción de la desigualdad, algo muy positivo y necesario. Hoy en día todavía no es notorio, sin embargo, si el empleo de estos consumos sigue aumentando al ritmo que lo ha estado haciendo en los últimos años, es posible que esta reducción de la desigualdad se haga realidad.
- **El ahorro,** los productos de segunda mano casi siempre los adquirimos por un precio menor que los productos nuevos (con algunas excepciones como las viviendas).
- Este ahorro provoca el **aumento de la capacidad adquisitiva** de las familias por lo que tendrán más dinero para invertirlo en distintos fines a los anteriores y el nivel de bienestar será mayor.
- La economía colaborativa no solo recoge la compra-venta de productos de segunda mano, sino que hay muchos proyectos que no serían posibles si no fuera gracias al crowdfunding o al desarrollo colaborativo los cuales han sido mencionados anteriormente. Esto empuja a un **mayor desarrollo del emprendimiento** y a que el avance sea más rápido.
- **Mayor libertad para los usuarios:** los participantes tienen la posibilidad de recurrir a estos servicios a un coste menor y además con mayor facilidad de pago ya que la mayoría de las transacciones se hacen a través de internet y no suele haber malentendidos. Además los que prestan el servicio salen también beneficiados al haber aprovechado su recurso de una manera más eficiente.

Sin embargo, a pesar de tener grandes ventajas, la economía colaborativa también conlleva algunos inconvenientes:

- El hecho de que se reutilicen los bienes, es algo positivo pero en algunos casos puede ser desfavorable para algunas personas, por ejemplo para las empresas que se verán obligados a disminuir la producción por una menor demanda, lo que puede provocar una **reducción de la plantilla**.
- **Escasa protección al consumidor**, muchas de estas plataformas tan solo funcionan de intermediarios entre la persona que ofrece un bien o servicio y el consumidor, por lo que no aseguran que el vendedor vaya a cumplir las normas y las responsabilidades de forma correcta. Por lo que deberían contar con algunas medidas que asegurasen una responsabilidad legal como garantía. Una alternativa que existe de momento, son las opiniones de los usuarios. Por ejemplo en *Blablacar*, tras haber realizado un viaje, se puede publicar una opinión (si eres el pasajero, sobre el conductor y si eres el conductor, sobre el pasajero) y de esta manera, a la hora de elegir con quién vas a compartir largas horas de viaje, puedes guiarte por los comentarios que dejan los usuarios.
- **Incumplimiento de las normativas**, por ejemplo, el caso de los VTC y los taxis: mientras que los taxistas deben pagar licencias, impuestos, tasas y costear inspecciones técnicas para ejercer su profesión, los conductores de VTC, sortean sin problemas todas esas condiciones. Además parte del beneficio de los taxistas, va a parar a la ciudad mientras que el beneficio de los VTC va directo a la compañía sin tener que pagar ninguna tasa local.

Lo mismo pasa con los intermediarios entre comensal y cocinero y las empresas turísticas de este tipo. Y no es que estén infringiendo normas, es que existen vacíos legales. Hay bastantes pleitos abiertos por todo el mundo pero hasta el momento se manejan en una ambigüedad legal. La respuesta del Estado es que solo actúan como intermediarios por lo que no se hacen responsables de, por ejemplo, si un conductor profesional solo coge el coche para transportar a otras personas o si lo hace porque está dentro de sus planes ese viaje. Por otro lado, casos como *Airbnb* eluden las normas para sacar un mayor beneficio (al eludir algunos impuestos en los lugares en los que actúan) y lo presentan como una innovación.

- El **alcance de su ánimo de lucro**: Algunos ejemplos como *Couchsurfing* o *Airbnb* empezaron siendo no lucrativas y con el paso del tiempo según han ido ganando fama, han acabado erosionando el modelo tradicional capitalista y ahora son dos empresas

millonarias. Por ello se les denomina a los de carácter desinteresado como puros y a los que sacan provecho económico se les denomina de carácter comercial. Según Tom Slee, autor del libro “*Lo tuyo es mío: contra la economía colaborativa*”, habría sido un fracaso a la hora de desafiar los modelos económicos actuales. No estuvieron a la altura de los ideales de sostenibilidad y comunidad ante el foco de beneficios económicos.

Puede que en realidad, estas nuevas empresas no sean tan revolucionarias como parecen, algunos expertos afirman que representan la segunda generación de empresas de la era digital y que están llevando un proceso de transformación similar al que llevaron las anteriores empresas como *Google* o *Facebook*. Y es que, al igual que en la economía colaborativa, el objetivo de la creación de estas multinacionales fue modesto. Por ejemplo Mark Zuckerberg fundó *Facebook* con la idea de hacer posible la relación y comunicación de estudiantes mediante internet y sin embargo, hoy en día se encuentra en el puesto número 6 del ranking mundial de empresas con mayor capital bursátil (2019)¹⁴.

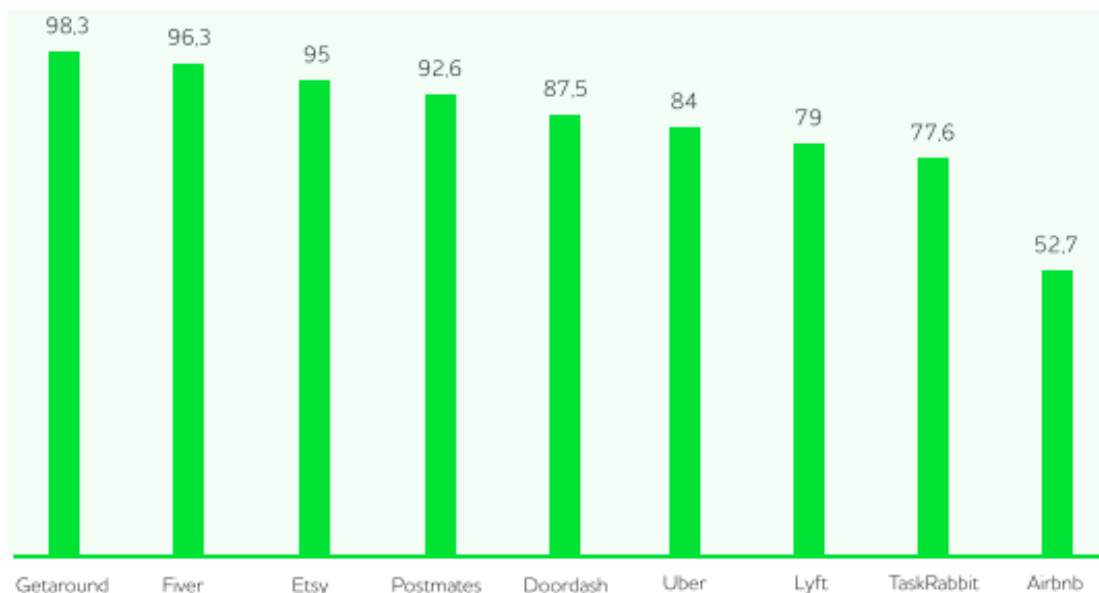
- Su **condición contributiva o parasitaria de la economía**: estas empresas como por ejemplo *Uber* aportan un PIB mucho más bajo que las empresas tradicionales, y mientras unos abogan a que de seguir así, habrá problemas por deficiencias en el PIB, otras señalan que es una contradicción, ya que con la economía colaborativa se fomenta que los productos se aprovechen más de lo que se suele hacer y argumentan que contribuyen a optimizar la eficiencia del mercado, “si la gente está dispuesta a pagar por un servicio, será porque le aporta valor”.
- **La precarización**: detrás de este modelo innovador, se esconden muchas empresas que aprovechan la falta de regulación para lograr un gran enriquecimiento y a la vez seguir dando una imagen de renovación. Los prestadores de servicios suelen actuar de dos maneras a cual peor: está la opción de no cotizar, con la que se gana poco y de forma ilegal, la segunda opción es cotizar en forma de falso autónomo los cuales se pegan palizas trabajando para cobrar sueldos ridículos además de encontrarse desprotegidos. En caso de contrariedades, son ellos los que asumen los riesgos. Por ejemplo los riders de *Deliveroo* trabajan en pésimas condiciones teniendo una alta probabilidad de sufrir accidentes y los propietarios de los apartamentos de *Airbnb* tienen frecuentes problemas con la Hacienda. De esta manera este tipo empresas salen

¹⁴ <https://economipedia.com/definiciones/empresas/empresas-mas-grandes-del-mundo-2019.html>

muy beneficiadas a costa de los trabajadores precarizados y los negocios honestos que no son capaces de competir por los precios tan bajos.

El siguiente gráfico muestra el porcentaje de trabajadores que cobran menos de 450 € al mes en algunas importantes plataformas de economía colaborativa. Los datos recogidos son bastante reveladores ya que por ejemplo en *Getaround* el 98.3 % de los trabajadores cobra menos de esa cantidad con lo que se podría poner de manifiesto la precarización que sufren sus trabajadores. En el otro extremo del gráfico se encuentra *Airbnb* en la cual el 52% de sus trabajadores cobra menos de 450€, en este caso, la cifra es menos alarmante, pero aún así, que más de la mitad de los asalariados reciba esa cantidad sigue siendo una cantidad importante que habría que reducir.

Gráfico 7. Porcentaje de trabajadores de plataformas de economía colaborativa que ganan menos de 500 dólares (442,72 euros) al mes.



Fuente: Earnest, 2017

- Las **lagunas existentes en su regulación laboral** y marco legal que apuntan hacia la precariedad de los trabajadores: ¿los trabajadores de *Uber* son de la empresa o son autónomos? ¿Cómo debe regularse la remuneración de quienes se ofrecen en portales web para hacer algún trabajo? ¿Alguien controla que estén dados de alta en la seguridad social? La más inquietante: ¿los puestos de trabajo que destruyen las empresas inscritas en este modelo económico están destinados a ser sustituidos por trabajos precarios?. Este tipo de trabajos nacieron para adquirir una fuente de ingresos

extra; ¿qué pasa cuando optar por alguna de estos trabajos no es una elección libre sino la única opción de ingresos viable que encuentra una persona? La versión idílica queda desplazada por la de un trabajador precario y explotado. Para las empresas, es todo un beneficio: no tienen que pagar sueldos, cotizaciones ni gastos de las personas que prestan unos servicios por los que ellas se llevan un beneficio. Su respuesta es que tan solo son los intermediarios.

A medida que crecen, las empresas van imponiendo normas a los microempresarios y si estos las infringen se lavan las manos alegando que ellos son trabajadores autónomos. En uno de estos casos, la justicia británica, obligó a *Uber* a contratar a los conductores que operaban como autónomos para que tuvieran derecho a adquirir el salario mínimo y a disfrutar de días festivos y vacaciones pagadas. Esta medida, sería una de las posibles regulaciones para este tipo de economías, y en un futuro puede que en vez aplicarse en un caso concreto, sea algo obligatorio por ley.

- **Rechazo por parte de civiles:** Las ciudades más visitadas, se están llenando de turistas que en vez de alojarse en hoteles, acuden a plataformas como *Airbnb*, donde consiguen alquilar apartamentos por días a precios mucho más asequibles. Los propietarios de estos pisos, obtienen mucho más beneficio alquilando por semanas que mensualmente, lo que causa mucha competencia para los establecimientos turísticos y acarrea consecuencias negativas para los vecinos como el aumento de ruido, la mutación en los comercios del barrio por bares y tiendas de regalo y la subida desmesurada de los alquileres.

7.- OTROS ASPECTOS DE INTERÉS DE LA ECONOMÍA COLABORATIVA

Consideramos interesante incluir una reflexión sobre la regulación de este modelo económico. Debido a su corta existencia, este tipo de economía no cuenta con apenas regulación. Los expertos de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia indican que de momento es mejor no imponer regulaciones, es preferible esperar para ver con el tiempo su desarrollo y sus posibles fallos y a partir de ahí, intentar corregirlos mediante la regulación con leyes y normas, siempre poniendo por delante el interés común de los consumidores al de los empresarios.

De momento en España, los casos que ha habido en contra de estas nuevas plataformas, han sido juzgados de manera independiente, y sus sentencias son exclusivas para cada caso en concreto. No obstante, Francia sí que ha sido más tajante en este aspecto. Ha impuesto que dentro de los ámbitos de alquiler de coche o viviendas, los usuarios que reciban una determinada cantidad de ingresos deberán darse de alta en la seguridad social. Además, en París, es obligatorio que se graven las estancias en las viviendas que ofrecen estas plataformas. Lo cual ha sido una reforma muy demandada que elimina una de las ventajas más criticadas por los sectores tradicionales de la economía colaborativa.

Otra de las razones por las que establecer una regulación es complicado, se debe a la imprecisión del término de economía colaborativa. El Comité de Empleo y Asuntos Sociales del Parlamento Europeo se pronunció sobre la importancia de la regulación de estas plataformas. Y algo que resulta fundamental dentro del consumo colaborativo, es la necesidad de distinguir entre profesionales y no profesionales para poder clasificar las actividades según sean trabajo y o no lo sean.

Hecha esta breve reflexión sobre la ausencia de normativa reguladora en lo que a la economía colaborativa se refiere, nos preguntamos cómo ha recibido el conjunto de empresas tradicionales a este nuevo competidor.

Como ya ha sido mencionado, la rápida e inesperada expansión de la economía colaborativa ha sido una de las causas de las reacciones por parte de las empresas tradicionales a las cuales ha pillado por sorpresa este fenómeno al cual tachan como competencia desleal e ilegal.

Lo ideal para la sociedad en general, sería que la aparición de este nuevo mercado sirviera como “aguijón” para la general modernización y puesta al día, en beneficio de la industria y de los consumidores, por ello, algunas de las empresas tradicionales han decidido seguir el

camino de la economía colaborativa mientras que otros sectores tradicionales no han podido o querido adaptarse:

- Frente a su inevitable auge, algunas empresas han optado por adaptarse siguiendo determinadas ventajas que supone esta nueva economía, como puede ser: precios más asequibles, ajustarse más a las preferencias de los consumidores, incluir mayor flexibilidad y accesibilidad o inspirar más confianza.

Algunas empresas de coches como BMW han decidido seguir un modelo parecido a lo que ofrece por ejemplo *Getaround*, plataforma que pone en contacto a particulares que ofrecen su coche por días o por horas con usuarios que lo quieran alquilar. De esta manera BMW ha puesto en alquiler por periodos cortos de tiempo, alguno de sus nuevos vehículos para que los potenciales clientes los puedan probar, de forma que además de ofrecer un servicio y ganar dinero por ello, también funciona como publicidad reforzando así su marca.

- Sin embargo, los grandes perjudicados en este caso son los pequeños productores que expresan su queja por la baja proporción de ingresos que les corresponde por euro vendido en tienda a causa de los impuestos y de la parte que se quedan los mayoristas, los minoristas, los transportistas etc, cuando estas nuevas empresas están exentas de muchos de estos costes extras. A diferencia de las grandes corporaciones, las pequeñas empresas no se pueden permitir bajar el precio de sus productos o invertir grandes cantidades en promoción.

8.- IMPACTO DE LA ECONOMÍA COLABORATIVA

En este capítulo voy a analizar la importancia económica que tiene este modelo de economía en la actualidad en varios niveles, utilizando para ello diferentes indicadores

8.1. A nivel mundial

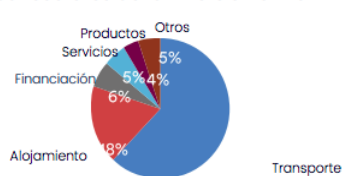
Voy a intentar mostrar la situación actual de la economía colaborativa a nivel global a partir de unos gráficos representativos de las principales variables macroeconómicas y empresariales.

En la siguiente figura podemos observar la tendencia que ha seguido la economía colaborativa en los últimos años que desde luego, es ascendente y sigue un crecimiento exponencial que de momento parece no tener fin. Tal y como se manifiesta en la figura de AECOC *innovation hub* (2017), se prevé que para 2025 el PIB causado por la economía colaborativa ascienda a 335000 millones de euros.

Figura 3. Tendencia de la economía colaborativa

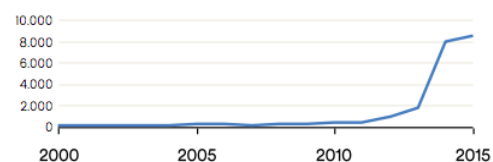


Distribución por sectores de la inversión entre 2000 y 2015



El gráfico muestra el reparto de las inversiones en economía colaborativa entre 2000 y 2015 por sectores, donde transporte y alojamiento representan el 80% del total

Evolución de la inversión en plataformas de economía colaborativa (M USD)

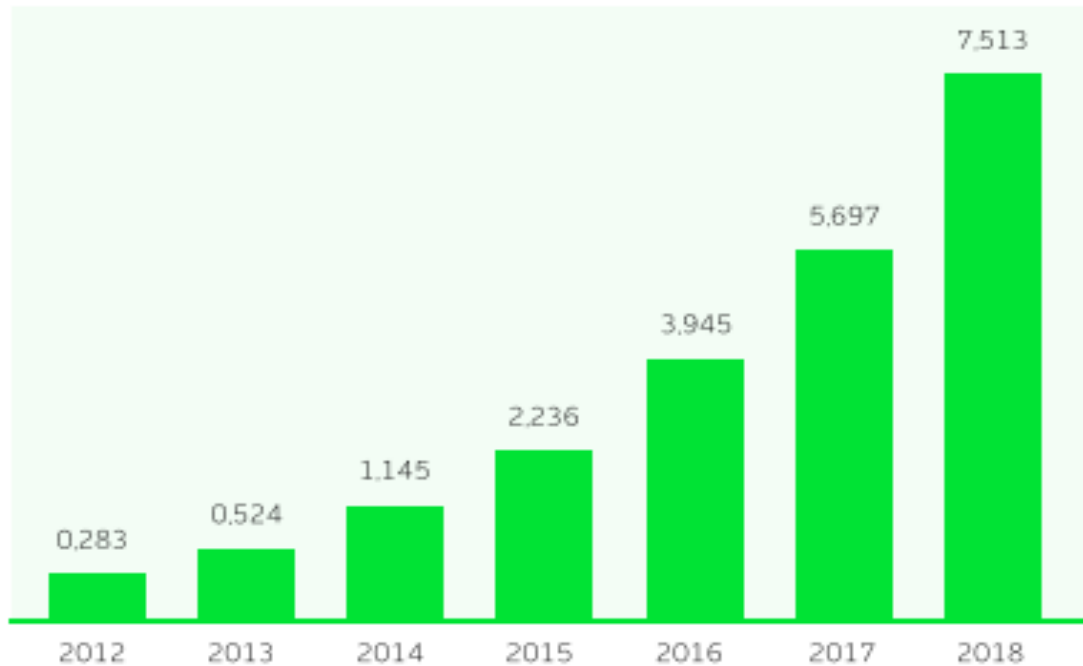


La evolución de las iniciativas relacionadas con la economía colaborativa ha sido especialmente notable en los dos últimos años, donde se pasó de los 1.820M USD en 2013 a los 8.489M USD en 2015

Fuentes: El Mundo, Nielsen, CNMC, Adigital , PWC, MIT, Parlamento Europeo

El siguiente gráfico presenta el total de ingresos producidos gracias al modelo colaborativo en china desde el año 2012 al año 2018.

Gráfica 8. Ingresos del modelo colaborativo en China años 2012-2018 ¹⁵



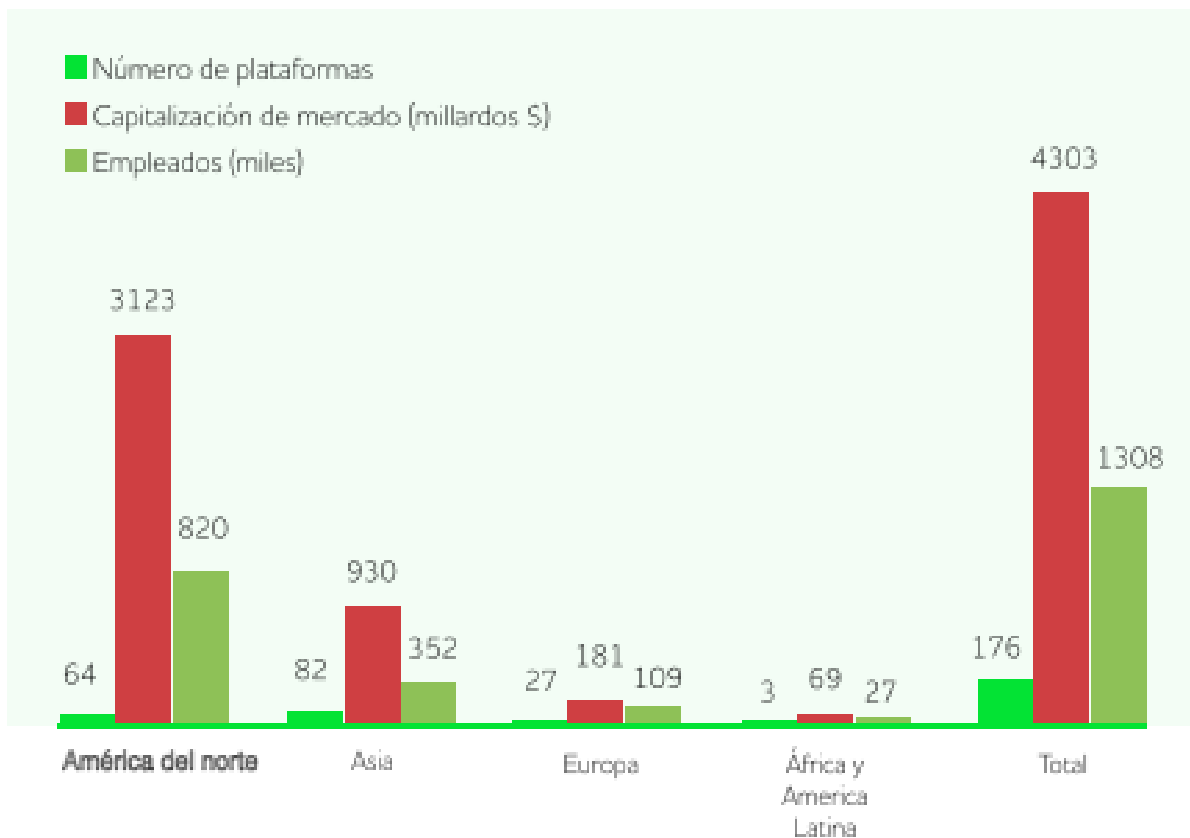
Fuente: iiMedia Research (2018)

China es un claro ejemplo de lo que está sucediendo con este tipo de economía, y es que en tan solo seis años, los ingresos obtenidos de estas plataformas han pasado de 0,283 trillones a unos notables 7513 trillones de Yuan. El equivalente en euros sería pasar de 0,037 trillones a 976,46 trillones de euros.

La siguiente gráfica muestra y compara entre distintas regiones el número de plataformas colaborativas, la capitalización en el mercado de estas y el número de trabajadores contratados por los negocios colaborativos.

¹⁵ Expresado en trillones de Yuan renminbi chinos. Ésta es la moneda oficial de la República Popular China y es emitida por el Banco Popular Chino. El yuan es la unidad básica del renminbi.

Gráfica 9. Número, capitalización y empleados de negocios colaborativos por áreas (2016)



Fuente: Global Platform Survey. The Center for Global Enterprise (2015)

Analizando los datos mostrados en el gráfico anterior, llama la atención que pese a la gran prosperidad de estas empresas, los puestos de trabajo que generan no sean voluminosos. Esta particularidad se da bastante en las empresas tecnológicas que a diferencia de los sectores tradicionales, crean pocos empleos. Y si a esto se le suma que las empresas colaborativas suelen proporcionar bajos ingresos a sus usuarios, da como resultado un gran beneficio para los sectores colaborativos a los que se les atribuye el término “extractivo”.

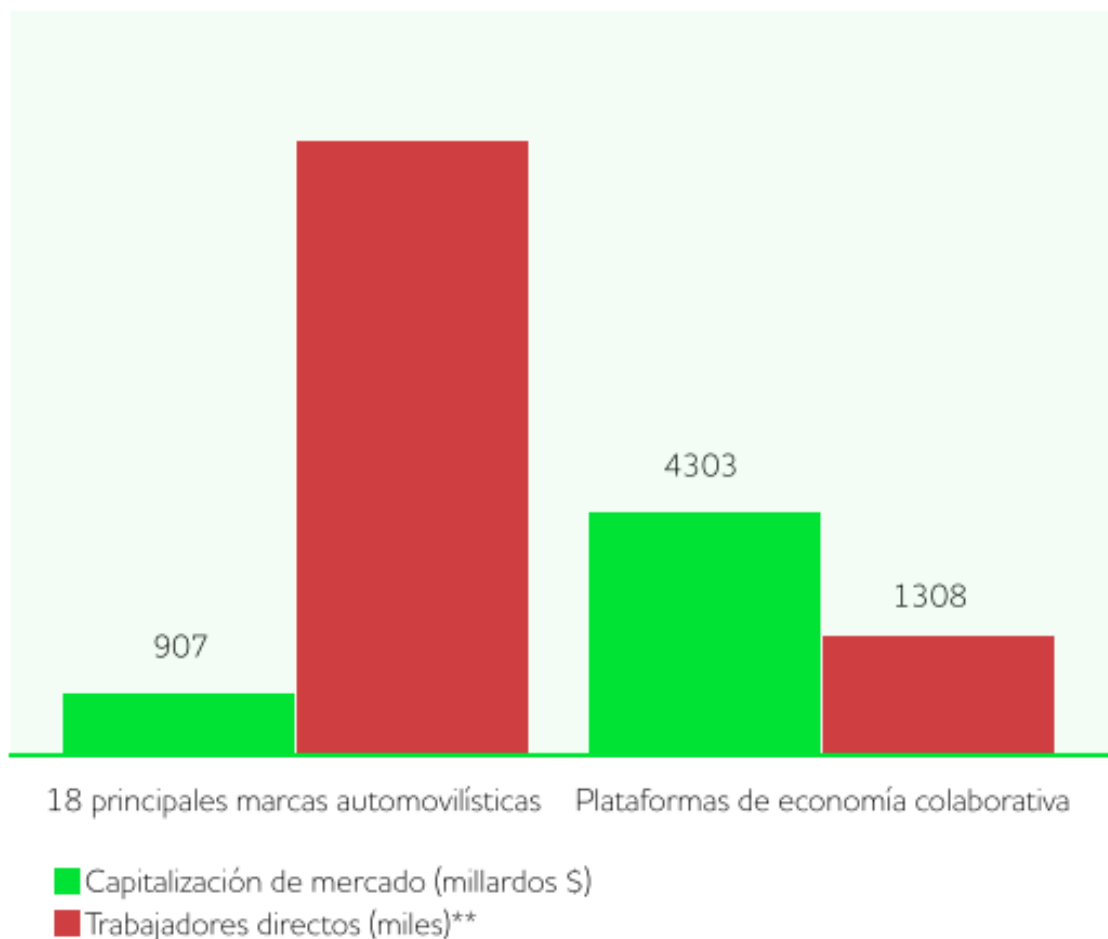
A pesar de ello, según la Agenda Europea este nuevo modelo colaborativo puede convertirse en algo positivo que contribuya al crecimiento de la Unión Europea siempre que se utilice con responsabilidad. Se estima que la distribución de ganancias de la economía colaborativa en Europa aumentará, para 2017, en torno al 60% con respecto al año anterior, logrando un total de 27 millones de reparto de ingresos.

Por otro lado, sorprende también la diferencia entre unos lugares y otros, mientras que América del Norte cuenta con 2820 mil millones de euros de capitalización en tan solo 64 plataformas, África y América Latina solo suman tres plataformas y una capitalización de 62 mil millones de euros. Asia se encuentra en el segundo puesto aunque por una más que inmensa diferencia respecto a Norteamérica, Asia tiene una capitalización de 840 mil

millones de euros y su número de plataformas es 82, dato que llama bastante la atención ya que Asia posee casi 20 plataformas más que Norteamérica y por el contrario su capitalización representa menos de un tercio de la de América del Norte. Esta peculiaridad se debe a la concentración de estas plataformas como explicaré a continuación a través del gráfico 13.

La siguiente gráfica establece una comparación de la capitalización de mercado entre las 18 principales marcas automovilísticas y las empresas de economía colaborativa.

Gráfica 10. Capitalización marcas automovilísticas y de la economía colaborativa¹⁶



Fuente: Global Platform Survey, The Center for Global Enterprise (2015), <http://www.pistonudos.com> y Organización Internacional de Constructores de Automóviles (OICA).

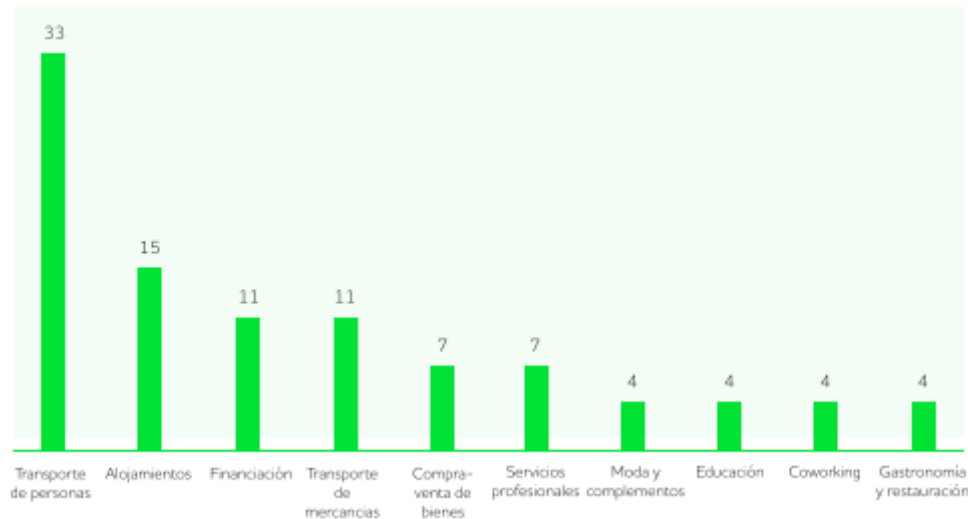
Para ver más claro la escasez de puestos de trabajo que genera este tipo de economía, en este gráfico es comparado con las 18 principales marcas automovilísticas. Respecto a los trabajadores, las marcas automovilísticas sobrepasan a las empresas colaborativas por una

¹⁶ Expresado en millardos de dólares.

gran diferencia. Sin embargo, en el caso de la capitalización, la economía colaborativa supera por más 2,68 mil millones de euros a las empresas del sector automovilístico.

La siguiente gráfica muestra en porcentaje la distribución de los usuarios de la economía colaborativa en los distintos sectores de mercado.

Gráfica 11. Usuarios de economía colaborativa a nivel mundial por sector de mercado¹⁷



Fuente: The ostelea school of tourism & hospitality a partir de datos de EAE Business School y Statista (2016)

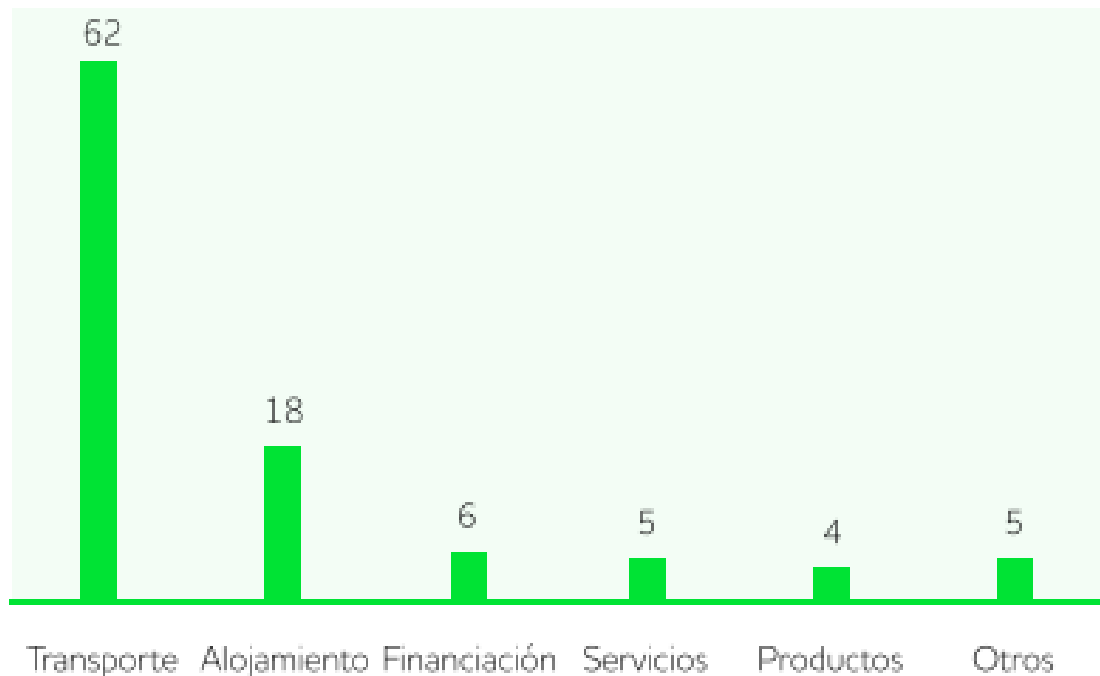
En el gráfico 11 podemos observar que el sector de transporte (33%) supera con un gran margen a los demás sectores, incluso al que se sitúa en segundo lugar que es el sector de alojamientos (15%) y que representa menos de la mitad que el de transporte. No obstante si tenemos en cuenta la trayectoria de esta economía puede que según avancen los años, este modelo de economía se desarrolle más en los demás sectores y lleguen a ser más equitativos.

La siguiente gráfica presenta el porcentaje de la distribución por sectores de la inversión en las empresas de economía colaborativa a nivel mundial entre los años 2000 y 2015.

Gráfica 12. Inversión por sectores en empresas de economía colaborativa años 2000-2015¹⁸

¹⁷ Datos en porcentaje

¹⁸ Datos en porcentaje

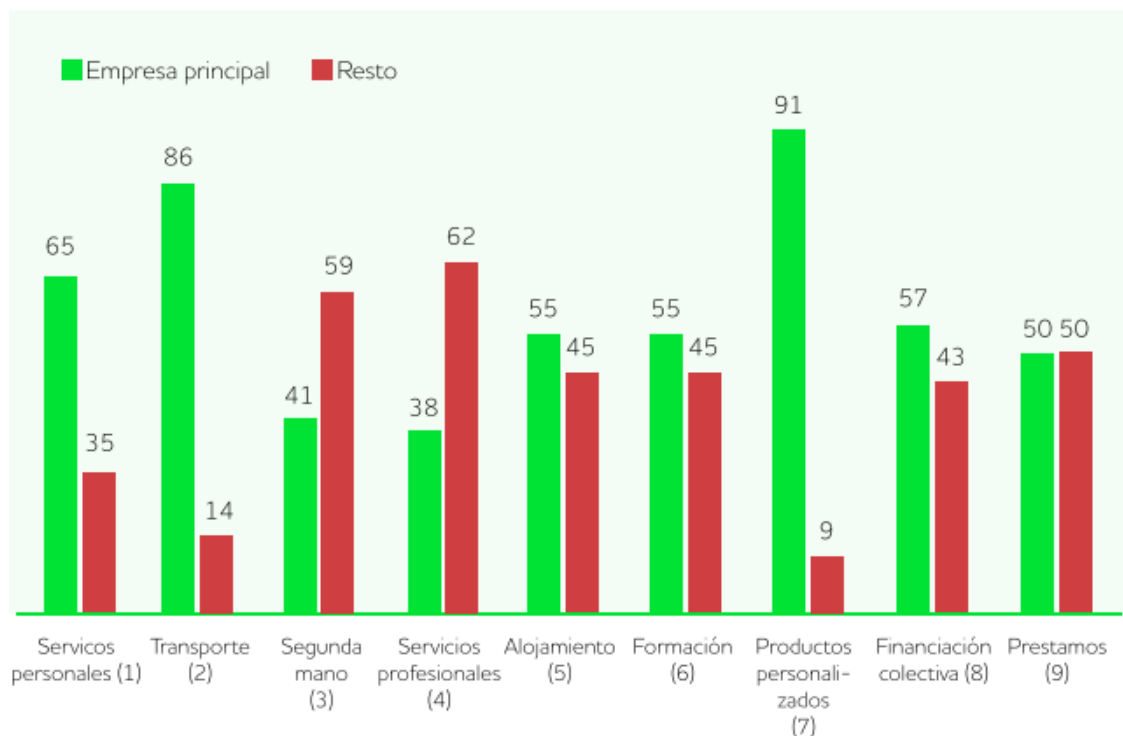


Fuente: The ostelea school of tourism & hospitality a partir de datos de EAE Business School y Statista (2016).

De acuerdo con el gráfico anterior, la inversión sigue el mismo camino que el de los usuarios aunque es incluso más dispar llegando a invertir el 62% en tan solo el sector transporte situando así al sector alojamiento con el 18% y a los demás sectores representando cada uno alrededor del 5% de las inversiones.

El siguiente gráfico muestra la concentración de los usuarios de las principales empresas de economía colaborativa en los distintos sectores de mercado.

Gráfica 13. Porcentaje de usuarios de economía colaborativa por sectores



Fuente: Owyang, Jeremiah y Samuel, Alexandra (2015). (1) Craigslist, (2) Uber, (3) Ebay, (4) Airbnb, (5) Airbnb, (6) Khan Academy, (7) Etsy, (8) Kickstarter, (9) Kiva.

Al hablar de economía colaborativa podríamos hablar de un mercado de competencia monopolística en el cual hay muchas empresas que ofrecen estos servicios colaborativos y sin embargo existen determinadas empresas que son las que tienen la mayor parte de la cuota de mercado. El gráfico muestra claramente esta situación en la que excepto el sector de segunda mano, el de servicios profesionales y el de préstamos (en el cual está equiparado), tan solo la empresa principal supera al resto de empresas de su sector.

A continuación vamos a estudiar más a fondo a las dos compañías de economía colaborativa más populares: *Uber* y *Airbnb*.

UBER

Uber es una compañía estadounidense que ofrece la conexión entre un individuo que quiere realizar un viaje normalmente corto (sin salir de la ciudad) y una persona dispuesta a ofrecer el servicio (un conductor que en España necesita tener una licencia VTC).

Uber es, con diferencia, la cabeza de las plataformas colaborativas: su valor de mercado en 2015 era de 44700 millones de euros: cerca del doble que la siguiente, *Airbnb* y diez veces por encima de la tercera empresa del sector en capitalización: *Wework*.

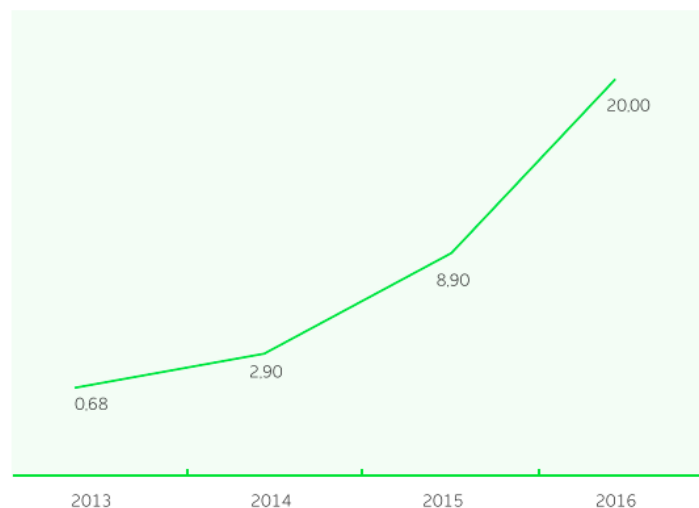
El veloz incremento de su valor de mercado ha ido avanzado al mismo ritmo que el aumento de sus ingresos: de 0,54 billones de euros en 2013 a 18 billones en 2016.

De igual forma, a pesar de estos ingresos parece que la compañía incurre todavía en pérdidas. La madurez del sector y la dificultad para generar beneficios netos ponen en riesgo el futuro de este negocio a más largo plazo.

Los usuarios de *Uber* en Estados Unidos tienen estas características:

- Sexo: el 48% son mujeres frente al 52% que son hombres
- Entorno: el 48% procede de un entorno suburbano, un 46% de un entorno urbano y el 6% del medio rural.
- Edad: el 37% lo representan los usuarios de entre 16 y 24 años, tras ellos, el otro grupo de edad que más lo utiliza es el de los 25 a los 34 años que representa un 28%¹⁹.

Gráfica 14. Ingresos de *Uber* en billones de dólares



Fuente: Bloomberg, 2016

Uber además, ha sido noticia por sus enfrentamientos con el sector del transporte regulado, especialmente con el taxi. Este sector ha acusado reiteradamente a *Uber* de competencia desleal, debido a que los conductores de *Uber* no actúan siguiendo las rigurosas regulaciones y condiciones impuestas al sector del taxi. Tras la presión recibida y la insuficiente regulación, en algunos países como Dinamarca o Hungría la actuación de *Uber* ha sido prohibida.

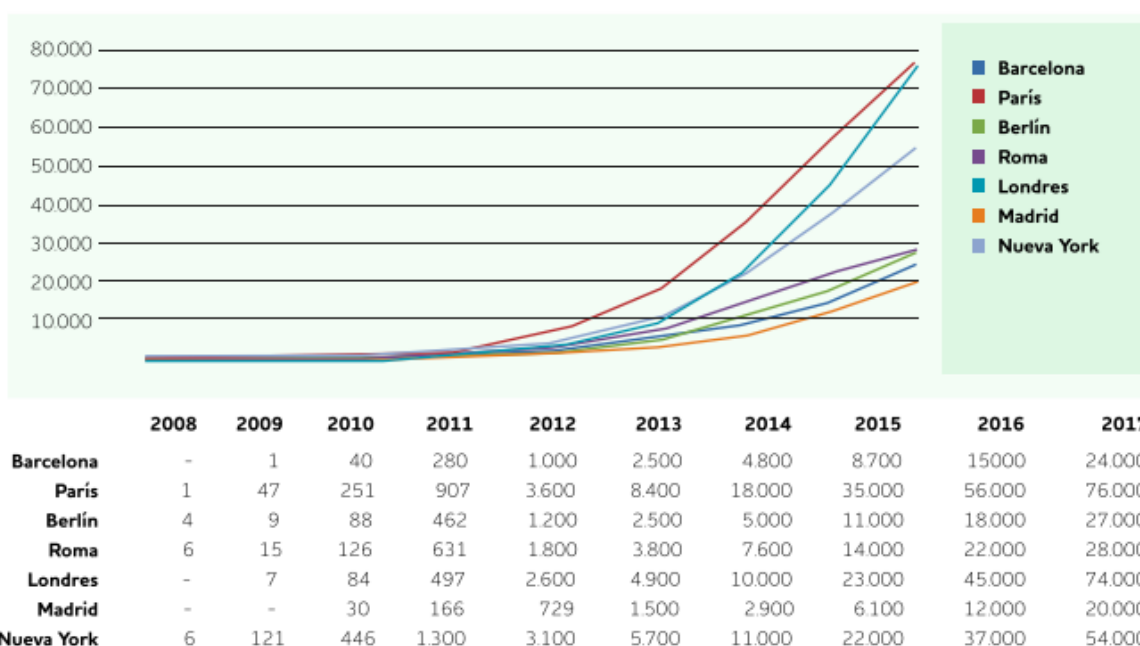
¹⁹ <https://www.reasonwhy.es/actualidad/uber-datos-secreto-exito-vtc>

AIRBNB

Airbnb es una plataforma que permite poner en alquiler por días o semanas las viviendas de particulares de manera que los demás usuarios puedan alojarse en ellas. Se suele utilizar cuando se va de viaje, en vez de alojarse en un hotel, se hace en una vivienda de *Airbnb* y suele suponer un coste bastante inferior.

La siguiente gráfica presenta el número de alojamientos turísticos en las principales ciudades publicados en *Airbnb* en el periodo de 2008 a 2017 (incluye completos, habitaciones sueltas y compartidas).

Gráfica 15. Alojamientos turísticos publicados en *Airbnb* (2008 - 2017)

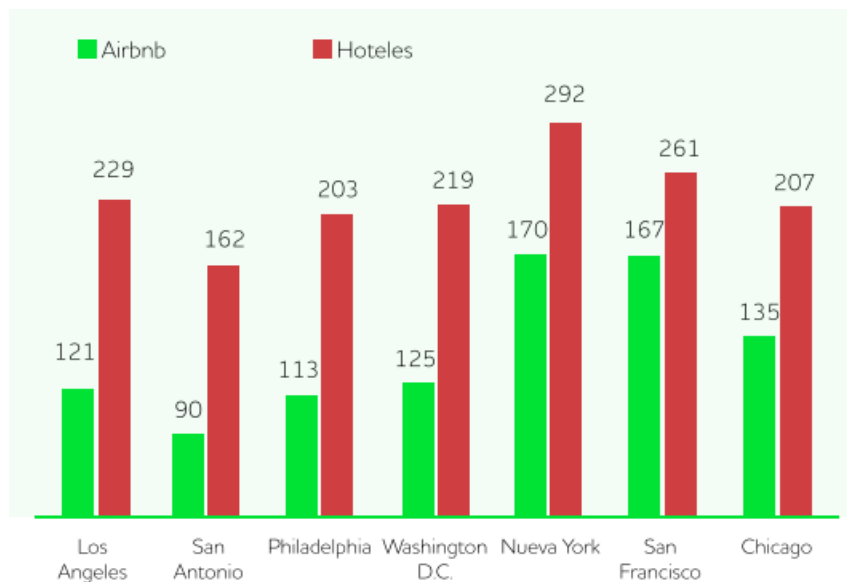


Fuente: Airdna, 2017

La ciudad más destacada es París, desde el 2012 al 2017 ha sido la ciudad con más números de alojamientos. Tras ella destaca Londres la cual ha ido creciendo poco a poco pero ya en el 2017 se encuentra bastante cerca del número de París. En tercer lugar se sitúa Nueva York que fue la ciudad que antes comenzó a desarrollar esta nueva forma de viajar. Del 2008 al 2011 fue la ciudad con más viajeros alojados en apartamentos de *Airbnb*.

La gráfica 16 muestra el promedio del precio que cuesta pasar una noche en un alojamiento de *Airbnb* en comparación con lo que cuesta en los hoteles convencionales de varias ciudades estadounidenses.

Gráfica 16. Media de precio/noche entre *Airbnb* y hoteles en algunas ciudades.



Fuente: Slice Intelligence (2016)

Como se ha mencionado en varias ocasiones, una de las grandes ventajas de la economía colaborativa es la reducción de costes, que se ve perfectamente con este ejemplo ya que en algunas ciudades como Los Ángeles o Philadelphia, utilizando *Airbnb* se puede reducir casi a la mitad el coste de alojamiento.

No obstante, al igual que Uber, *Airbnb* ha tenido también problemas con la ley especialmente ante el incremento tan fuerte de su oferta:

La siguiente tabla presenta el número total de los alojamientos que *Airbnb* ha ofrecido y el número total de los que no han sido autorizados.

Tabla 4. *Airbnb* sobrepasa el número de viviendas turísticas autorizadas en Barcelona

	Vivienda completa	No autorizadas
Vivienda completa	9.938	539
Habitación propia*		9.053
Habitación compartida*		194
Total	9.939	9.786
	19.725	

Fuente: Airdna, Reg. Turismo Cataluña Eurostat, INE, Turismo local, El Mundo, 2016

*De las habitaciones propias y compartidas son todas no autorizadas porque la legislación solo permite a *Airbnb* ofrecer viviendas completas

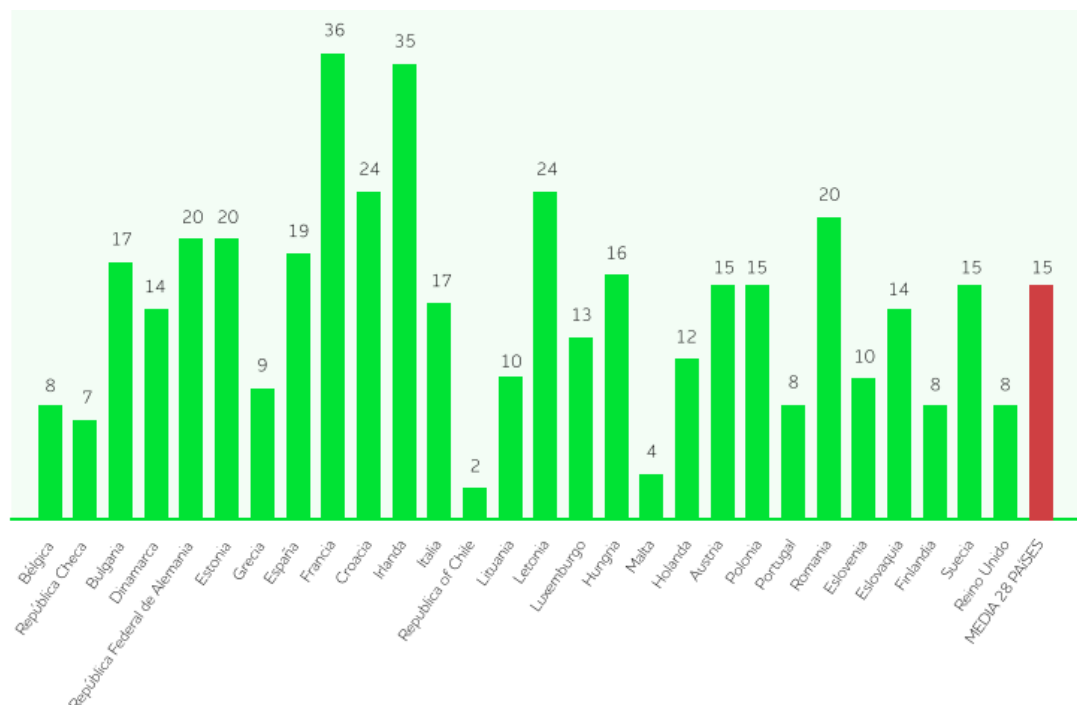
En el año 2016 *Airbnb* sobrepasó su limitación en la oferta de alojamientos de manera que superó la oferta límite que tenía establecida con más de 9786 viviendas completas, habitaciones propias o compartidas. A pesar los juicios y sanciones que hubo por estos incidentes, *Airbnb* a día de hoy (2020) sigue actuando en la ciudad catalana aunque con algunas restricciones.

8.2. A nivel europeo

A continuación se van a mostrar algunos datos recogidos sobre la economía colaborativa en forma de tablas, gráficos y figuras a nivel europeo.

El siguiente gráfico muestra el porcentaje de uso de las plataformas colaborativas que experimentó cada país de la Unión Europea en 2016.

Gráfica 17. Uso de las plataformas colaborativas en la Unión Europea (2016)



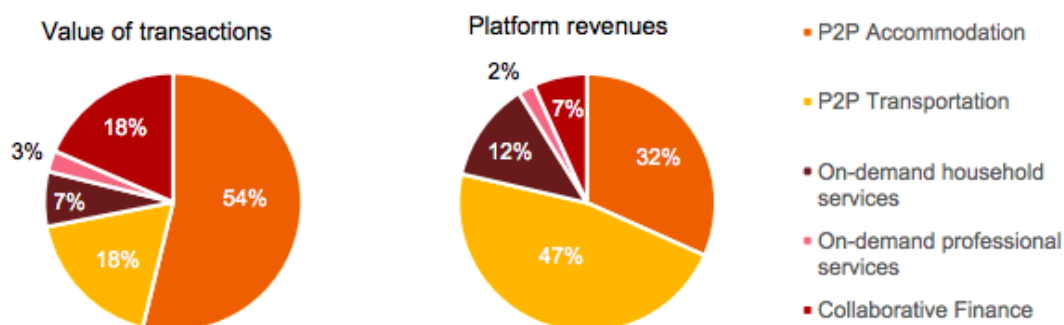
Fuente: Comisión Europea (2016)

Dentro de la Unión Europea los dos países que más destacan son Francia e Irlanda con el 36% y el 35% respectivamente. En tercer lugar se sitúa Letonia con un porcentaje del 24%. El uso de estas plataformas en España supone el 19% lo cual le sitúa por encima de la media europea que está en el 15%.

Como puede verse en la gráfica 18, el sector colaborativo que cuenta con un mayor valor de transacciones es el del alojamiento con un 54% , detrás de él, el sector del transporte y el de las finanzas colaborativas, representan cada uno 18 % de los valores de transacción. El sector con menos valor es el de la demanda de servicios profesionales que está representado con el 3%. Respecto a los ingresos hay algunas diferencias, el sector que más ingresos origina es el del transporte con el 47% de los ingresos de la economía colaborativa, le sigue por detrás el sector del alojamiento con el 32%. Los ingresos de las finanzas colaborativas son menores de lo que representan el valor de sus transacciones representando así sus ingresos tan solo el 7%. Al igual que en el caso del valor de las transacciones, el sector que menos representación tiene es el de la demanda de servicios profesionales con un 2%.

La gráfica 18 presenta el porcentaje de ingresos y de valores de transacción de los diferentes sectores colaborativos en Europa en el año 2015.

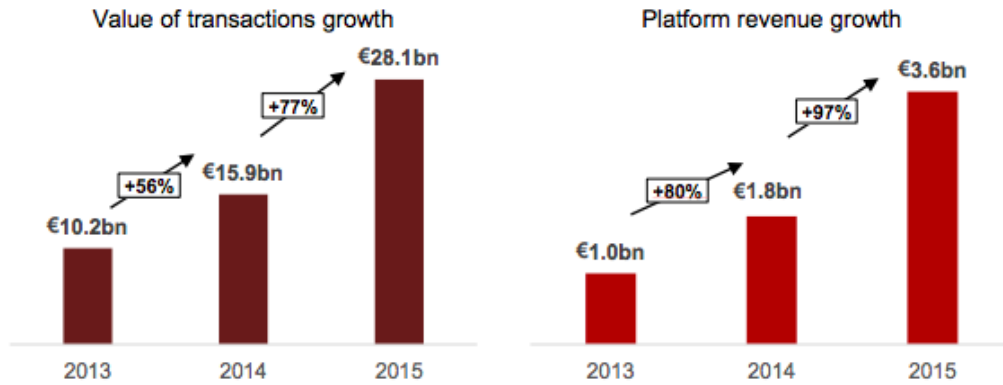
Gráfica 18. Ingresos y valores de transacción de las plataformas de economía colaborativa



Fuente: PwC analysis

En el gráfico 19 se muestra al igual que en el gráfico 18 la situación de los ingresos y los valores de las transacciones de la economía colaborativa en Europa, pero esta vez en relación con el crecimiento que como puede apreciarse en tan solo un año (de 2014 a 2015) aumentan de 1.8 billones de € a 3.6 billones de € lo que supone una subida del 97%.

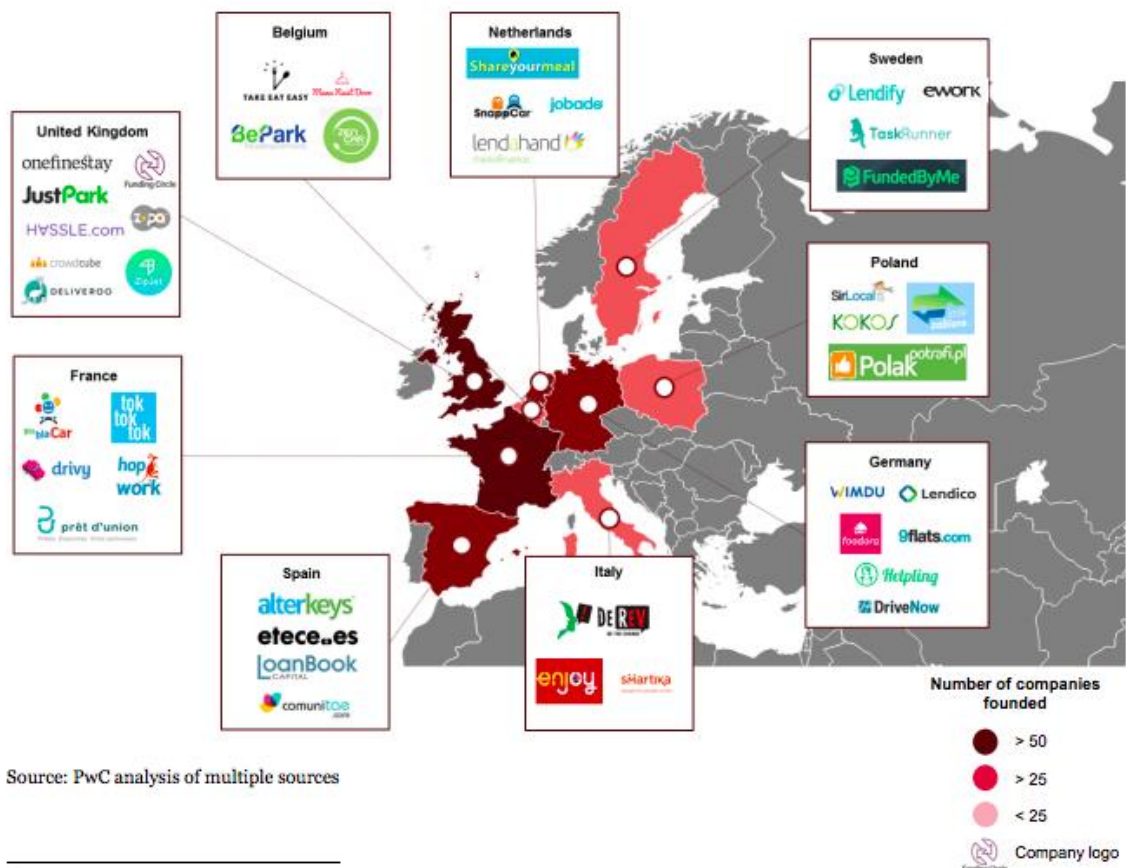
Gráfica 19. Crecimiento de ingresos y valores de transacción facilitados por las plataformas de economía colaborativa en Europa (2013 - 2015)



Fuente: PwC analysis

En la siguiente imagen, se representa el país de origen de las principales plataformas europeas:

Figura 4. Origen de organizaciones de economía colaborativa en Europa



Source: PwC analysis of multiple sources

Fuente: PwC analysis de varias fuentes

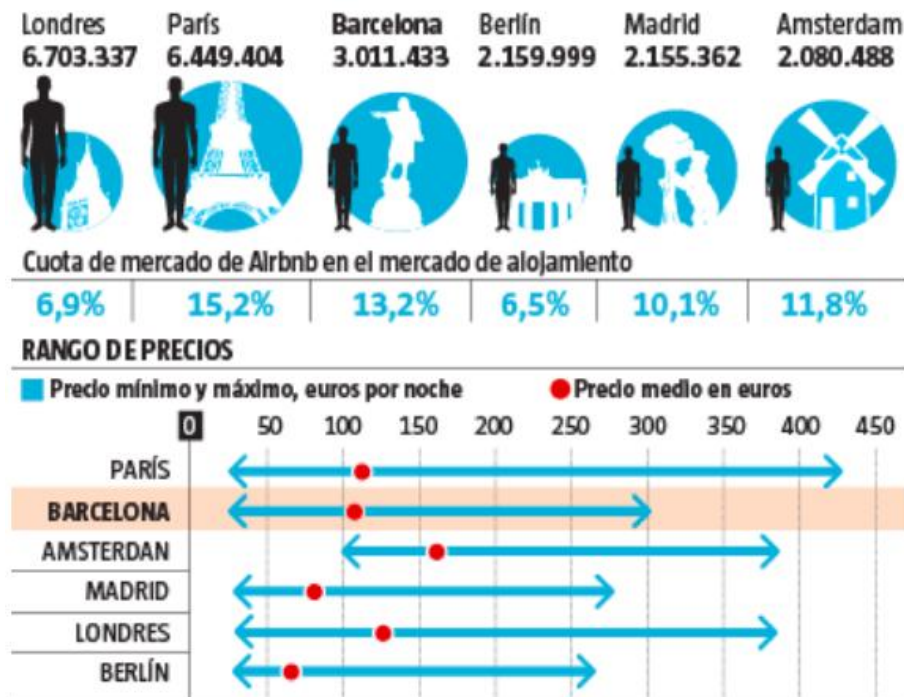
De acuerdo con el estudio realizado por PwC analysis (2016) se estima que tan sólo en nueve países europeos se han fundado ya más de 275 organizaciones de economía colaborativa. En sus resultados destacan Reino Unido y Francia que lideran el camino habiendo fundado más de 50 organismos de economía colaborativa. Tras ellos se encuentran España, Alemania

La economía colaborativa
Carla Romero

y los Países Bajos que desarrollaron más de 25 organizaciones colaborativas y en tercer lugar están Italia, Suecia, Polonia y Bélgica que cuentan con menos de 25 organizaciones colaborativas fundadas.

La siguiente figura muestra la cuota de mercado de *Airbnb* en alojamiento y el rango de precios de alojamiento en las principales ciudades europeas.

Figura 5. Grandes mercados europeos de *Airbnb* (2017)



Fuente: Colliers, Ana Monell-La Vanguardia

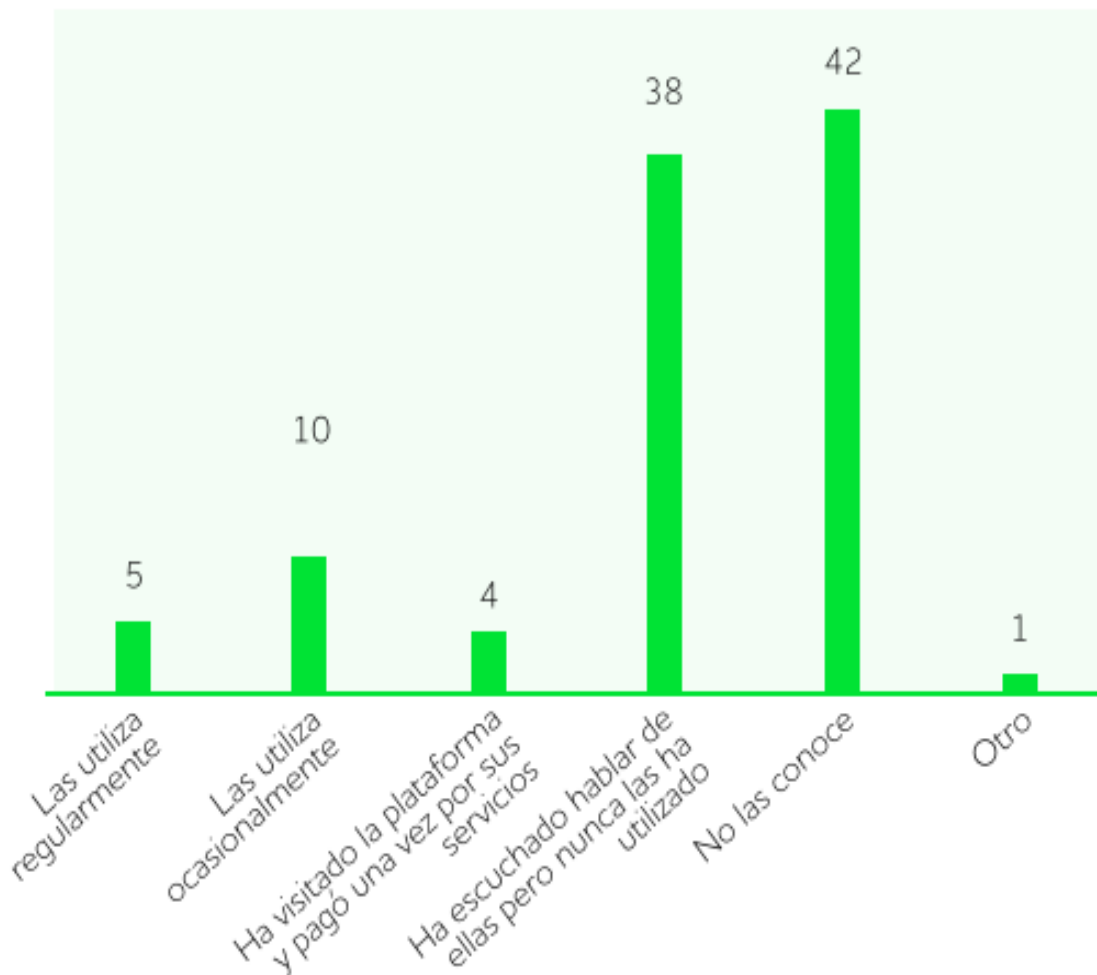
La ciudad europea en la que *Airbnb* tiene más presencia es Londres con más de 6 millones de euros seguida de París, que también cuenta con más de 6 millones y en tercer lugar, aunque muy alejada de sus anteriores se encuentra Barcelona con 3 millones. Si hablamos de cuota de mercado el orden cambia y es que quedaría en primer lugar París con un 15,2% de cuota de mercado, después iría Barcelona con un 13,2%, Amsterdam con el 11,8%, Madrid que representaría el 10,1% y tras Madrid, Londres con el 6,9% de cuota de mercado. La explicación de que Londres se sitúe primero en facturación y sin embargo quinto en cuota de mercado es simple, el precio medio por noche es superior en Londres y por eso, a pesar de tener menos cuota de mercado sus ingresos siguen siendo elevados.

8.3. A nivel nacional: España

A continuación se van a mostrar datos sobre la economía colaborativa en relación con España a través de gráficos y tablas.

La siguiente gráfica muestra el uso y conocimiento que experimentaban los españoles con las plataformas de economía colaborativa en 2016.

Gráfica 20. Distribución de los españoles según el nivel de conocimiento y uso de las plataformas colaborativas



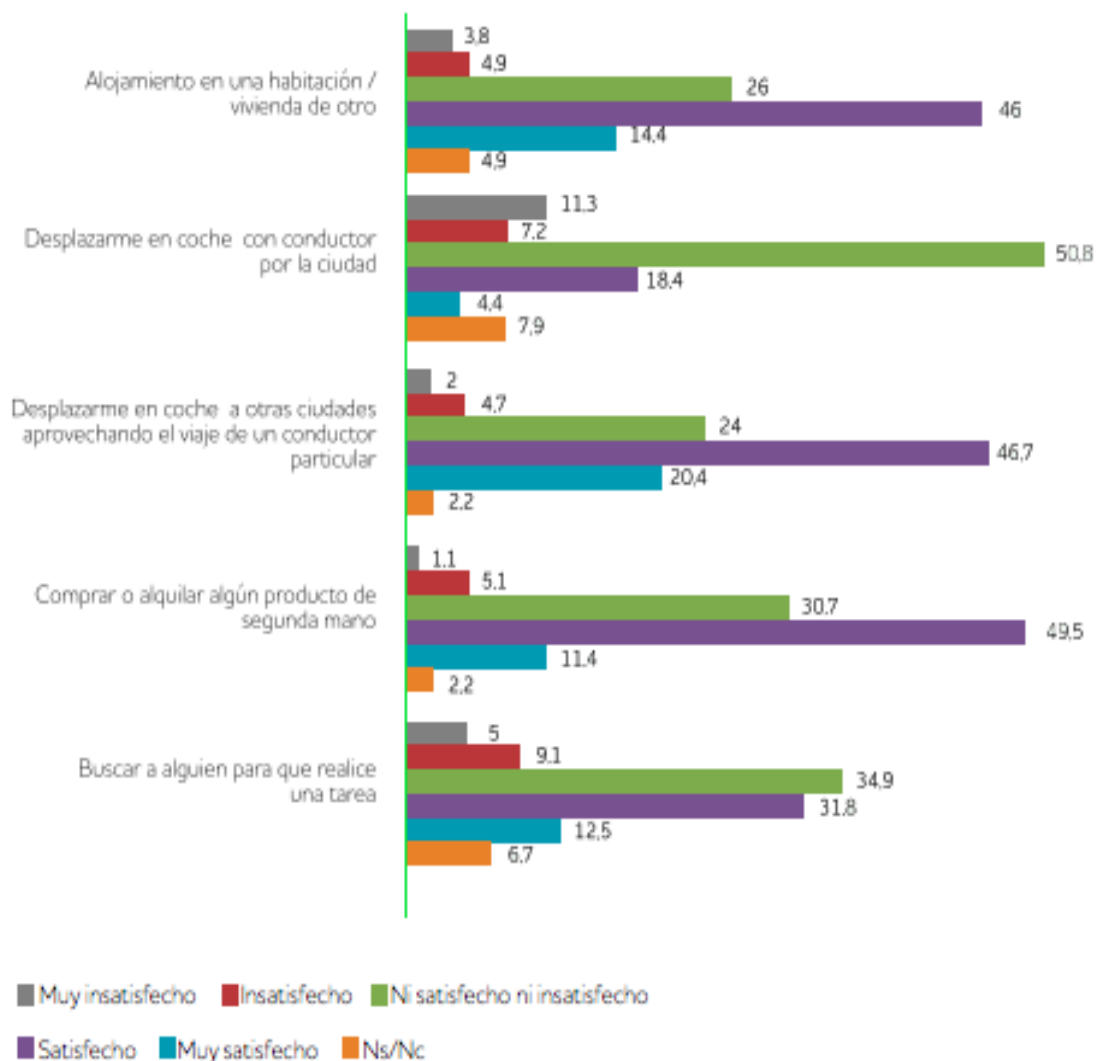
Fuente: Statista y Comisión Europea (2016)

En España la economía colaborativa aún está por desarrollar ya que el 42% de las personas han indicado no conocer este modelo. No obstante, desde 2016 que se hizo esta encuesta hasta 2018 la cosa ha cambiado. La asociación de fabricantes y distribuidores AECOC realizó en 2018 un estudio sobre el uso de estas plataformas en España y obtuvo como resultado que el 57% de los españoles ya había utilizado alguna plataforma de economía colaborativa en el último año²⁰. Esto supone un gran aumento ya que en 2016 tan solo un 5% las utilizaba regularmente y un 10% ocasionalmente mientras un 38% había escuchado hablar de ellas pero no las había usado.

El gráfico 21 muestra el grado de satisfacción con las prestaciones de las plataformas de economía colaborativa por parte de usuarios españoles.

²⁰ <https://www.libremercado.com/2018-02-07/el-57-de-los-espanoles-utiliza-plataformas-online-de-economia-colaborativa-1276613436/>

Gráfica 21. Satisfacción con la economía colaborativa en España. (Porcentaje)



Fuente: Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) (2016)

Si analizamos sector por sector observamos que en el del alojamiento la mayoría (46 %) ha quedado satisfecho con su estancia mientras que el porcentaje más bajo (3,8%) lo ha calificado de muy insatisfecho. Con estos resultados, se podría decir que con el 60,4%, la gente queda conforme tras el alojamiento frente al 19,3% que queda decepcionado.

Con este balance, podemos deducir que hay más posibilidades de realizar esta actividad y quedar satisfecho que de no quedarlo. En cuanto al sector del ridesharing más del 50% de los usuarios ha indicado “ni satisfecho ni insatisfecho”. Esto en gran medida puede deberse a que el servicio que ofrece este sector es efímero. Por ejemplo, cuando se contrata un *Cabify* para que te lleve de un lugar a otro de la ciudad, quizá el servicio no dure ni 15 minutos, lo cual es un tiempo muy reducido al que no se le da tanta importancia y que además cuenta con

muchos servicios sustitutivos como el taxi, el autobús, el metro etc. Respecto al carpooling, hay una amplia diferencia entre los satisfechos y muy satisfechos (67,1%) y los insatisfechos y muy insatisfechos (6,7%). Esto implica una buena reputación de este tipo de plataformas que a priori pueden suscitar desconfianza y sin embargo, gracias a las opiniones y valoraciones de los usuarios, se ha convertido en una opción muy a tener en cuenta entre los consumidores.

Por lo tanto, la evaluación general de estas plataformas es bastante positiva, las opiniones de los distintos sectores son similares, el carpooling es el que mejor valorado está de todos con un 67,1% de satisfacción. En el otro extremo se encuentra el ridesharing, con un volumen de insatisfacción del 18,5% aunque a pesar de ello el porcentaje sigue siendo bajo.

La tabla 5 muestra algunos ejemplos de empresas colaborativas españolas:

Tabla 5. Ejemplos de plataformas colaborativas en España

	Función	Lugares donde opera	Usuarios	Logo
<i>Amovens</i>	Movilidad compartida: renting, carpooling y carsharing	España	Más de 1 millón y medio	 ²¹
<i>Glovo</i>	Conecta a particulares con restaurantes para hacer un pedido a domicilio transportado por los “glovers”	Principales ciudades de todo el mundo ²²	Más de 7 millones en todo el mundo	 ²³
<i>Cronoshare</i>	Conecta a clientes con profesionales capacitados que se encuentran en la misma zona y que ofrecen servicios como clases particulares o reparaciones.	España, Italia y Brasil	Más de 2 millones de usuarios registrados	 ²⁴

Fuente: Elaboración propia

²¹ <https://www.economista.es/gestion-empresarial/noticias/9683236/02/19/Amovens-cuadruplico-sus-ingresos-en-2018-y-gano-dinero-por-primera-vez-desde-su-fundacion.html>

²² <https://www.elperiodico.com/es/mas-emprendedores/20190304/glovo-100-ciudades-mundo-7335906>

²³ https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/d/d9/Logotip_de_Glovo.png

²⁴ <https://www.donempleo.com/img/logos/98449p.jpg>

9.- CONCLUSIÓN

La economía colaborativa muestra un gran abanico de opciones para desarrollar actividades que contribuyan a crear una mejor comunidad social, a reducir el impacto negativo en el medioambiente etc. En contraposición también cuenta con otros aspectos negativos como la precarización del empleo lo que se conoce como “uberización” entre otras. No obstante, la realidad es que es demasiado temprano para poder intuir lo que va a ocurrir con este nuevo modelo. Es verdad que ya se han realizado múltiples estudios y se han obtenido datos que revelan el crecimiento exponencial de este tipo de empresas, pero a la vez, hay muchas de ellas que pese a experimentar un gran crecimiento, continúan teniendo pérdidas y si eso no deja de ocurrir este modelo sería insostenible. Otro de los aspectos que habría que resolver para que fuera sustentable es su regulación, ya que de momento es muy escasa y existen muchos vacíos legales que habría que cerrar para que estas plataformas trabajen con normalidad y ejerzan una competitividad honesta.

Por otra parte, si estas plataformas continúan creciendo al ritmo en que lo hacen en la actualidad, es posible que las empresas tradicionales y el modelo de economía actual comenzaran a desaparecer o a ser menos relevantes. En el caso de que esto sucediera, surgiría un gran interrogante: ¿qué supondría la ausencia de la propiedad privada? Y es que está claro que si esto ocurre, tendría unas consecuencias bastante notorias ya que hoy en día prácticamente el mundo entero gira en torno al principio de la propiedad privada, esencia del capitalismo y sería difícil imaginar el hecho de vivir sin propiedad privada.

A partir de esta pregunta, surgen algunas otras como: ¿Influiría la no propiedad en las libertades individuales y en la privacidad? Los derechos individuales han sido un motivo por el cual las personas han luchado en múltiples ocasiones a lo largo de la historia. Los derechos individuales están estrechamente relacionados con la privacidad y es que ambos son algo imprescindible para la sociedad. Aunque en los últimos años, con el uso de internet y de las redes sociales, se están volviendo a reducir y parece no importarle a casi nadie. Asimismo, esto podría provocar también una pérdida de identidad ya que nuestras pertenencias forman parte de nuestra personalidad y puede que sin ellas nos sintamos algo perdidos.

Tras finalizar el estudio de la economía colaborativa he podido entender los aspectos generales del concepto y a la vez han aparecido muchos interrogantes nuevos sobre lo que podría pasar si esta economía se siguiera desarrollando al ritmo en que lo está haciendo. Creo

que la economía es algo que hay que tener en cuenta como una opción más a la hora de invertir el dinero, no obstante lo principal es informarse. Como hemos visto, la economía colaborativa tiene sus ventajas y desventajas y esta es una de las cosas que más me ha aportado ya que viendo todos estos aspectos con los que cuenta la economía colaborativa uno se replantea la forma en que compra o contrata bienes y servicios. Personalmente, la próxima vez que use tanto estas plataformas como las tradicionales tendré más en cuenta características como las condiciones en las que trabajan sus empleados y haré uso de las que estén dentro de un marco legal y moral.

A la hora de elaborar el proyecto me he encontrado con algunos problemas. El hecho de que la economía colaborativa sea algo “nuevo” implica varias cosas. Para empezar, el propio concepto de economía colaborativa aún no es preciso y sus fronteras no están del todo delimitadas por lo que establecer una definición y abarcar todo lo que es la economía colaborativa es complicado. En segundo lugar, al estar a la orden del día supone que continuamente sea un tema visible en artículos de prensa y revistas lo que conlleva un exceso de información que muchas veces cuenta con errores al hablar de la economía colaborativa. En tercer lugar, los datos recogidos todavía no son del todo esclarecedores, de momento, el modelo colaborativo está en la etapa de despegue por lo que para hacer un análisis exhaustivo y ver realmente su tendencia a lo largo de los años habría que esperar más tiempo y evaluarlo a largo plazo.

10.- BIBLIOGRAFÍA

- Mary Meeker (2019) *Internet Trends*
- Manuel G. Pascual (2017) *La economía colaborativa y el futuro del capitalismo.*
- José María López Jiménez (2017) *La economía colaborativa y la titularidad de los medios de producción.*
- María Palacios Sanchís (2019) *Economía colaborativa: el caso de Airbnb.* Universidad de Valladolid
- D.C.S. (09/02/2020) ¿Cuántos patinetes caben en nuestras calles? *El País.*
- Lucía Aragüez Valenzuela (2019) *Comentario a la Agenda europea para la economía colaborativa y su importancia en el mundo laboral tendente a la digitalización.*
- Sandra López Letón (06/10/2019) Usuarios de todo, dueños de nada. *El País*
- AECOC Innovation hub (2017) *Plataformas y economías colaborativas.*
- Amycos (2015) Me pregunto, ¿qué es... la economía colaborativa?
- J. Cruz Villalón (2017) *Las transformaciones de las relaciones laborales ante la digitalización de la economía.* Universidad de Sevilla.
- C. Otto (23/07/2018). La gran mentira de la nueva economía: prometieron innovación y trajeron miseria. *El confidencial.*
- Lena K Samuelsson, Ann Axelsson y Mari Vonen, *Vibbo* (2017) *Second Hand Effect.*
- John H.N. Fisher and Jennifer Caldwell, Common sense media (2016) *Technology addiction.*
- Guillermo Máynez y María Gutiérrez (marzo, 2016) *Matchmaking: el surgimiento de la economía colaborativa.*
- Robert Vaughan and Raphael Daverio, PwC UK (2016) *Assessing the size and presence of the collaborative economy in Europe.*
- TimeLab (enero 2019) *Banco de Tiempo de Las Letras.*
- Nataly Suárez García (19/12/2016) *Economía colaborativa.* Universidad de Valladolid
- Andrés Sevilla (21/02/2019) Empresas más grandes del mundo 2019. *Economipedia.*
- Dr. Albert Beltran i Cangròs (2018) *Plataformas de economía colaborativa: una mirada global.* Centro de Investigación, Divulgación e Innovación en Turismo (IDITUR)
- ReasonWhy (08/02/2019) Uber en datos: el secreto del éxito de las VTC.

- LM/Agencias (07/02/2018) El 57% de los españoles utiliza plataformas online de economía colaborativa. *Libremercado*.
- ElEconomista.es (06/02/2019) Amovens cuadruplicó su volumen de negocio en 2018, hasta los 50 millones de euros.
- J. M. B. (04/03/2019) Glovo continúa con su expansión y ya está presente en 100 ciudades de todo el mundo. *elPeriódico*.

11.- WEBGRAFÍA

- Miríada X (2020). Recuperado de <https://miriadax.net/nuestros-numeros>
- Loan Book (2020). Recuperado de <https://www.loanbook.es/>
- Kickstarter (2020). Recuperado de <https://www.kickstarter.com/about?ref=global-footer>

12.- ÍNDICE DE TABLAS, GRÁFICOS Y FIGURAS

12.1. Tablas:

- ❑ Tabla 1. Diferencias entre la economía convencional y economía colaborativa - Cañigüeral (2014).
- ❑ Tabla 2. Tipos de finanzas colaborativas - Elaboración propia (2019).
- ❑ Tabla 3. Tipos de consumos colaborativos - Elaboración propia (2019).
- ❑ Tabla 4. Airbnb sobrepasa el número de viviendas turísticas autorizadas en Barcelona - Airdna, Reg. Turismo Cataluña Eurostat, INE, Turismo local, El Mundo, 2016.
- ❑ Tabla 5. Ejemplos de plataformas colaborativas en España - Elaboración propia (2020).

12.2. Gráficas:

- ❑ Gráfica 1. Número de usuarios de internet (millones) - Internet World Stats, 2017.
- ❑ Gráfica 2. Factores que influyen la participación en la economía colaborativa en Europa - encuesta internacional ING “The Sharing Economy 2015” (Julio 2015).
- ❑ Gráfica 3. Parque de vehículos de alquiler y gasto en vehículos en propiedad - Asociación Española de Renting de Vehículos y Anfac. (2019).
- ❑ Gráfico 4. Dispositivos usados para las reservas de viajes - Roselló, V (2018) Hábitos turísticos ¿Cómo viajan los Millennials?.
- ❑ Gráfico 5. Motivos de los usuarios para usar estos modelos colaborativos con respecto al alojamiento en una vivienda de un particular - Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) (2016).
- ❑ Gráfico 6. Motivos de los internautas para emplear medios de economía colaborativa en el ámbito del transporte a otras ciudades aprovechando el viaje que va realizar un conductor particular - Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) (2016).
- ❑ Gráfico 7. Porcentaje de trabajadores de plataformas de economía colaborativa que ganan menos de 500 dólares (442,72 euros) al mes. - Earnest, 2017.
- ❑ Gráfica 8. Total de ingresos del modelo colaborativo en China en el periodo de 2012 a 2018 (en trillones de Yuan renminbi chinos) - iiMedia Research (2018).

- ❑ Gráfica 9. Número, capitalización de mercado y empleados de negocios colaborativos por áreas (2016) - Global Platform Survey. The Center for Global Enterprise.
- ❑ Gráfica 10. Comparación de la capitalización de mercado de las 18 principales marcas automovilísticas y de la economía colaborativa (millardos de dólares). - Global Platform Survey, The Center for Global Enterprise (2015), <http://www.pistonudos.com> y Organización Internacional de Constructores de Automóviles (OICA).
- ❑ Gráfica 11. Distribución de los usuarios de economía colaborativa a nivel mundial por sector de mercado en porcentaje - The ostelea school of tourism & hospitality a partir de datos de EAE Business School y Statista (2016).
- ❑ Gráfica 12. Distribución por sectores de la inversión en las empresas de economía colaborativa a nivel mundial entre los años 2000 a 2015 en porcentaje - The ostelea school of tourism & hospitality a partir de datos de EAE Business School y Statista (2016).
- ❑ Gráfica 13. Concentración de empresas de economía colaborativa. Porcentaje de usuarios de las principales plataformas - Owyang, Jeremiah y Samuel, Alexandra (2015).
- ❑ Gráfica 14. Ingresos de *Uber* en billones de dólares - Bloomberg, 2016.
- ❑ Gráfica 15. Número de alojamientos turísticos en las principales ciudades, publicitados en Airbnb en el periodo 2008-2017 - Airdna, 2017.
- ❑ Gráfica 16. Diferencia promedio precio/noche entre Airbnb y hoteles en algunas ciudades estadounidenses - Slice Intelligence (2016).
- ❑ Gráfica 17. Porcentaje de uso de las plataformas colaborativas en la Unión Europea por país (2016) - Comisión Europea (2016).
- ❑ Gráfica 18. Porcentaje de ingresos y valores de transacción facilitados por las plataformas de economía colaborativa en Europa (2015) - PwC analysis.
- ❑ Gráfica 19. Crecimiento de ingresos y valores de transacción facilitados por las plataformas de economía colaborativa en Europa (2013 - 2015) - PwC analysis.
- ❑ Gráfica 20. Distribución de los españoles según el nivel de conocimiento y uso de las plataformas colaborativas - Statista y Comisión Europea (2016).
- ❑ Gráfica 21. Satisfacción con las prestaciones de la economía colaborativa en España. - Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) (2016).

12.3. Figuras:

- ❑ Figura 1. Los impactos económicos del uso compartido de viviendas en todo el mundo según *Airbnb - Airbnb* (2017).
- ❑ Figura 2. Tipos de economía colaborativa - Alonso Coto, Manuel Ángel y Miranda Falces, Adrián (2016).
- ❑ Figura 3. Tendencia de la economía colaborativa - El Mundo, Nielsen, CNMC, Adigital , PWC, MIT, Parlamento Europeo (2017).
- ❑ Figura 4. Origen de organizaciones de economía colaborativa en Europa - PwC analysis de varias fuentes.
- ❑ Figura 5. Grandes mercados europeos de *Airbnb* (2017) - Colliers, Ana Monell-La Vanguardia.