



Trabajo Fin de Máster

Economía colaborativa: definición,
características, retos y oportunidades

Autor/es

Lina María Hurtado V.

Director/es

Carmen Berné
Carmen Marcuello

Facultad de Economía y Empresa
2018-2019

AGRADECIMIENTO

En primer lugar quiero agradecer a mis directoras del trabajo de fin de máster, Carmen Marcuello y Carmen Berné, por su dedicación, apoyo y confianza en mí. Asimismo, agradezco al resto de profesores que me han guiado y enseñado durante esta etapa académica.

Gracias también a mi esposo, padres, hermano y a toda mi familia por sus consejos, comprensión y por ser mi constante motivación durante este año lejos de ellos.

Finalmente, mi agradecimiento infinito a Dios porque sin él nada de esto habría sido posible, por permitirme cumplir este sueño académico y ser mi guía en todo momento.

A todos muchas gracias.

RESUMEN

Desde la constante evolución tecnológica, el fenómeno de la economía colaborativa representa grandes retos a la construcción teórica de su misma definición. La ausencia de consenso con respecto a la definición del término es abordada en este documento desde tres entes principales: la literatura académica, el sector de la economía colaborativa y el aporte institucional. Mediante una revisión de la literatura estas tres perspectivas son analizadas y sus respectivas aportaciones se examinan desde la conceptualización del fenómeno, las características planteadas y los retos y oportunidades que cada ente analizado presenta. Finalmente, se propone una visión integradora a partir de la comparación de las tres aportaciones y las evidencias encontradas en la bibliografía revisada.

INDICE

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN.....	6
1.1 PRESENTACIÓN DEL TRABAJO.....	6
1.2 OBJETIVOS DEL ESTUDIO	7
1.3 METODOLOGÍA	8
CAPÍTULO II. ECONOMÍA COLABORATIVA EN LA LITERATURA	9
2.1 EVOLUCIÓN DEL CONCEPTO	9
2.2 PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS	12
Plataformas.....	12
Sostenibilidad.....	13
2.3 RETOS Y OPORTUNIDADES	14
CAPÍTULO III. ECONOMÍA COLABORATIVA EN EL SECTOR	16
3.1 ECONOMIA COLABORATIVA: AUTODEFINICIÓN DEL SECTOR	16
3.2 PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS	18
Plataformas.....	18
Relaciones entre Pares.....	19
Flexibilidad y Dinamismo.....	19
3.3 RETOS Y OPORTUNIDADES	20
CAPÍTULO IV. TRATAMIENTO DE LA ECONOMÍA COLABORATIVA POR LA UNIÓN EUROPEA	22
4.1 PERSPECTIVA INSTITUCIONAL DEL TÉRMINO	22
4.2 PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS	23
Uso compartido	23
Plataformas.....	23
Relaciones entre pares.....	24
4.3 RETOS Y OPORTUNIDADES	24
CAPÍTULO V. PARALELISMOS DEL TÉRMINO	26

5.1 DEFINICIÓN	27
5.2 PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS	28
5.3 RETOS Y OPORTUNIDADES	29
5.4 COMPARACIÓN DE LAS TRES PERSPECTIVAS	30
CAPÍTULO VI. CONCLUSIONES Y LIMITACIONES	31
BIBLIOGRAFÍA	33

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

1.1 PRESENTACIÓN DEL TRABAJO

El fuerte avance de las tecnologías de la información y la comunicación, internet, la creación de redes sociales y aplicaciones para la innovación han impulsado la aparición de nuevas formas de satisfacer las necesidades de los individuos a través de nuevos modelos de negocio. Los avances en tecnologías sociales irrumpieron radicalmente las comunicaciones, el marketing y la atención al cliente, y gracias a ello los clientes ahora compran productos y los comparten entre sí (Owyang et al., 2013).

Con ello, el actual entorno económico ha sido el escenario en el que se ha desarrollado el fenómeno conocido como economía colaborativa (Picazo, M. T. M., & Ramírez, M. S. C., 2016). La economía colaborativa es utilizada en algunos casos sin distinción de términos como: economía compartida, consumo colaborativo y comercio entre pares (Grifoni, P. et al., 2018), haciendo referencia de éste como un modelo económico eficiente asociado a aspectos como la confianza, la participación voluntaria de los individuos, la redistribución de los bienes usados o adquiridos entre otros.

Se cree que la aparición de este fenómeno también está impulsada por las presiones económicas y sociales como consecuencia de la crisis económica de 2008, donde gracias al desarrollo de las tecnologías digitales se abrió paso a nuevas oportunidades donde las personas han podido monetizar sus habilidades y utilizar adecuadamente los recursos subutilizados (Grifoni, P. et al., 2018). Así mismo, en la literatura previa no se encuentra un conceso sobre la definición del término “*Economía Colaborativa*” y su desarrollo académico, si bien en los últimos años ha venido ganando importancia, su definición parece implicar el uso de varios términos similares en los que no se establecen diferencias conceptuales que permitan aislar el concepto y establecer una propuesta consensuada acerca de su definición.

A lo anterior, se suma el creciente auge de plataformas digitales de intercambio de bienes y servicio entre pares. Entidades representantes del sector como Sharing España, La Tribu Colaborativa y Consumo Colaborativo, han aportado estudios y propuestas por medio de las cuales la economía colaborativa es desarrollada y parametrizada desde su definición y el funcionamiento de las plataformas que la hacen posible. Por su parte Sharing España tiene como objetivo analizar y divulgar el impacto que estas nuevas

economías y los modelos basados en plataformas tienen en el desarrollo socioeconómico y en la sostenibilidad (Sharing España, 2019).

La comisión Europea reconoce que en un entorno de rápidos cambios en la manera en que se prestan y consumen numerosos servicios y activos, la economía colaborativa, presenta un complejo ecosistema de servicios a la carta y utilización temporal de activos basado en el intercambio a través de plataformas en línea, además, argumentan que la economía colaborativa da lugar a una mayor variedad donde elegir y a precios más bajos para los consumidores, brinda oportunidades de crecimiento a las empresas emergentes innovadoras, al mismo tiempo que aumenta el empleo y beneficia a los empleados, al permitir horarios más flexibles, que van desde microempleos no profesionales hasta el emprendimiento a tiempo parcial. Así mismo los recursos pueden utilizarse de manera más eficiente, con lo que aumentan la productividad y la sostenibilidad.

Finalmente, de todo lo anterior se argumenta que el avance de este denominado sector no ha sido reflejado en la literatura debido a su rápida introducción en la práctica. Desde la rápida evolución tecnológica y la constante introducción de nuevas plataformas de intercambio se evidencia una diferencia entre lo que la literatura ha logrado construir en el desarrollo teórico de la economía colaborativa y lo que en la realidad se plantea sobre este fenómeno. De ahí, que sea necesaria la investigación de las diferentes aportaciones que permitan reducir la brecha existente entre lo académico y lo práctico en su aplicación y construcción teórica.

1.2 OBJETIVOS DEL ESTUDIO

Como se ha comentado en el apartado anterior de presentación, el objetivo general de este trabajo de investigación se pretende clarificar el estado actual de la Economía colaborativa a partir de tres entes: el reflejo del avance en la literatura académica, la delimitación que el propio sector hace de sí mismo y la reacción institucional, desde la Unión Europea ante este nuevo sector.

Desde este objetivo general, se plantean objetivos concretos de investigación, como sigue:

- La evolución del término hasta el momento actual
- Las principales características que lo distinguen

- Los retos y oportunidades que tiene este fenómeno económico

Finalmente, se busca el aporte de una construcción propia del término de Economía colaborativa.

1.3 METODOLOGÍA

Una revisión de la literatura previa y relevante es una característica esencial de cualquier proyecto académico, crea una base firme para el avance del conocimiento, facilita el desarrollo de la teoría y cierra áreas donde existe una gran cantidad de investigación. (Webster, J., & Watson, R. T. 2002). Además, la evolución en el campo de investigación se ha ido encaminando a enlazar las aportaciones académicas y prácticas en la búsqueda de explicaciones más amplias y aplicables al desarrollo de estrategias empresariales. A lo anterior, Burton et al. (2017) destacan el valor de los talleres académico-profesionales para enfocar la investigación académica en áreas de importancia y que los profesionales generen impacto.

Por otro lado, desde el papel que juega la teoría institucional se argumenta que las instituciones representan estructuras codificadas y reglas explícitas que moldean la interacción entre los miembros de la sociedad (Fuentelsaz, L. et al., 2015). En este sentido se esperaría que la influencia institucional en la economía colaborativa implique parámetros o reglas en las interacciones entre los miembros que hacen parte de las plataformas, además estos parámetros están definidos como reglas políticas, económicas y regulativas (North, 1990).

Tres perspectivas fueron presentadas como áreas fundamentales para la construcción de conocimiento alrededor de un tema de investigación. Desde las aportaciones de diferentes autores se fundamenta el análisis propuesto en este trabajo. Por lo tanto, en este documento se emplea un análisis comparado entre la literatura académica, el propio sector y finalmente las instituciones para así proponer una base teórica que amplíe el estado del conocimiento actual.

CAPÍTULO II. ECONOMÍA COLABORATIVA EN LA LITERATURA

2.1 EVOLUCIÓN DEL CONCEPTO

La economía colaborativa ha estado presente en las sociedades desde hace mucho tiempo, antes de la llegada de las plataformas de internet la gente ya estaba prestando o alquilando bienes a otros, compartían con familiares y amigos porque eran conocidos y confiaban en contactos sociales. (Frenken y Schor, 2017). El concepto de economía colaborativa o “*sharing economy*” ha emergido en los últimos años como un nuevo modelo económico con características singulares en las que se plantean nuevas oportunidades de negocio ofrecidos a menudo por particulares.

Pese a ello, es a comienzos del siglo XXI con la evolución de las nuevas tecnologías cuando el concepto empieza a tomar fuerza en la sociedad, interviniendo en una gama amplia de actividades que incluyen ámbitos de consumo, producción, financiación educación e incluso la gobernanza (Económico, C., & Europeo, S.), despertando así el interés de académicos y profesionales. La popularidad internacional de este fenómeno se debió a dos publicaciones distintas presentadas en 2010, primero con el libro de la escritora Lisa Gansky titulado *The Mesh: Why the Future of Business Is Sharing* y segundo con el libro *What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption* escrito por Rachel Botsman y Roo Roogers. En ellos, los autores presentaron nuevos modelos de negocio novedosos en las que las necesidades de los consumidores eran atendidas gracias al aprovechamiento del desarrollo tecnológico, así como argumentaciones basadas en que habrían varias formas de redistribución de recursos entre individuos, considerando un modo de consumo alternativo que ofrece valor con menos costo. Finalmente, argumentan un desarrollo de mayor conciencia de gastos así como un nivel más ingenioso por parte de los consumidores en respuesta a la recesión económica.

Aunque existe cierta escasez de investigaciones de corte académico que aborden este fenómeno económico de los últimos años y ello obligue a acudir a fuentes no tan fiables para obtener una imagen más cercana de este modelo (Díaz Foncea, M. et al., 2016), encontramos también que la literatura académica no tiene un consenso con respecto a la definición de "economía colaborativa" (Kumar et al. 2018) y su relación con el

concepto de valor al cliente aún no ha sido investigado; sumado a ello, vemos que la mayoría de los estudios sobre la economía colaborativa son conceptuales que carecen de exámenes empíricos (Zhang, et al. 2019). De lo anterior se debe reconocer que en los últimos años son cada vez más los estudios que buscan aportar en la construcción del concepto y su evaluación empírica.

La literatura revisada presenta definiciones desde el 2007 del término Economía Colaborativa. Russel Belk (2007, 2010) establece la actividad de compartir como un comportamiento necesariamente altruista, no recíproco, oponiéndose al materialismo y al individualismo posesivo, y enfatizando el aprendizaje cultural detrás de estos. Luego Stevenson (2010) lo define como un sistema económico en el que los activos o servicios se comparten entre particulares, ya sea de forma gratuita o por una tarifa, generalmente a través de internet. Botsman y Rogers (2010), explican que economía colaborativa corresponde a actividades como compartir, intercambiar, prestar, alquilar y regalar, redefinido a través de la tecnología y las comunidades de iguales, cambiando qué y cómo consumimos, todo ello impulsado en gran medida por los impactos de sostenibilidad esperados, las presiones económicas y sociales.

Por su parte John N. (2012) argumenta que se trata de concepto que incorpora una amplia gama de prácticas distributivas y comunicativas [que conlleva] un conjunto de connotaciones positivas para hacer con nuestras relaciones con los demás y una asignación de recursos más justa. Así mismo, Anderson et al. (2013) la define como una actividad basada en el mismo nivel de obtener, dar o compartir el acceso a bienes y servicios, coordinada a través de servicios en línea basados en la comunidad. Por su parte Russell Belk en 2014 conceptualiza este fenómeno como la adquisición y distribución de un recurso por una tarifa u otra compensación y llegando más al detalle Juliet Schor en el mismo año, presenta a la economía colaborativa como una gama de plataformas digitales y actividades fuera de línea centradas en el concepto altamente discutido de compartir, introduciendo el término "stranger sharing". En esta misma línea, Matofska, (2014), aclara que son plataformas en línea que ayudan a las personas a compartir el acceso a activos, recursos, tiempo y habilidades.

Wosskow (2014), conceptualiza a la economía colaborativa como un sistema económico basado en compartir activos o servicios subutilizados, gratis o por una tarifa, directamente de individuos, y Koopman et al. (2015) como el alquiler de algo que un usuario no está utilizando, como un automóvil, una casa o una bicicleta, a un extraño a

través de un servicio de igual a igual. Un año más tarde, Berg & Fawn (2016) argumentan que se trata de redes de individuos que se proveen bienes y servicios entre sí a un costo menor que el de obtenerlos a través de las corporaciones. Por su parte Hamari et al. (2016) establecen a la economía colaborativa como un ecosistema socioeconómico construido alrededor del intercambio de recursos humanos y físicos. Finalmente, Grifoni, P. et al. (2018) argumentan que se trata de la oportunidad para monetizar habilidades y utilizar adecuadamente los recursos subutilizados, y que su novedad reside en aprovechar las posibilidades que ofrece la computadora.

En las diferentes definiciones halladas en la literatura los autores coinciden en el uso de la palabra “compartir” como elemento fundamental en la construcción de su propio aporte teórico alrededor del término economía colaborativa. En definitiva, este fenómeno suma esfuerzos para contribuir al bienestar de la sociedad con actividades basadas en compartir o intercambiar bienes y servicios tanto de forma gratuita como por el pago de alguna tarifa. De manera paralela, el aporte de la tecnología en el desarrollo conceptual del término también es muy popular en la literatura existente. Lo anterior corrobora el hecho de que la tecnología ha tenido un papel muy importante como impulsor de la innovación necesaria en la interacción de los usuarios.

Queda claro que no existe una definición estándar o puntual para la economía colaborativa a pesar de los esfuerzos realizados, a lo que sí se podría apuntar es a que su expansión entre la sociedad se debe fundamentalmente a factores tecnológicos, intereses sociales del consumidor y flexibilidades en el intercambio de bienes. De lo anterior que el rediseño del intercambio a través de internet ha favorecido en gran medida la interacción entre individuos dispuestos a comercializar bienes y servicios infrautilizados por beneficios monetarios y no monetarios. En su investigación, Böckmann (2013) identificó las fuerzas que dieron lugar al fenómeno de la economía colaborativa y propuso tres categorías de factores sociales, económicos y tecnológicos. Primero argumenta que las fuerzas sociales consisten en la creciente densidad de población, el impulso de la sostenibilidad, el deseo de comunicación y el altruismo generacional. Luego, las fuentes inactivas, la flexibilidad financiera, el acceso sobre la propiedad y la entrada de fondos de capital de riesgo constituyen las fuerzas económicas y finalmente las redes sociales, los dispositivos móviles y los sistemas de pago son los factores tecnológicos que impulsan rápidamente la economía colaborativa (Böckmann, 2013).

2.2 PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS

La literatura académica ofrece características particulares del fenómeno de la economía colaborativa, destacando de ésta que entre sus rasgos más distintivos podrían considerarse: a) el necesario uso de internet; b) la interconexión en red de personas y/o activos; c) el acceso al uso de activos tangibles e intangibles desaprovechados; d) el logro de interacciones significativas y la confianza; y e) el carácter abierto, inclusivo y global (STOKES et al., 2014). De acuerdo a lo anterior, destacamos lo siguiente:

Plataformas

Si bien la literatura manifiesta que la economía colaborativa ha estado presente en la sociedad desde nuestros antepasados, no se puede dejar de lado que el auge de estas actividades económicas se deben principalmente a las nuevas tecnologías Web 2.0 recientemente disponibles, que permiten crear vínculos de confianza y colaboración con desconocidos gracias a que los usuarios pueden generar el contenido publicado en sitios web (Guttentag, 2015; Armas, R. J. et al., 2014). Para Botsman & Rogers (2010) académicos pioneros en el tema, “*la eficiencia de internet, combinada con la capacidad crear confianza entre extraños ha creado un mercado de intercambios eficientes entre productor y consumidor, prestador y prestatario, y entre vecino y vecino, sin intermediarios*”, lo cual reitera su importancia en el desarrollo y auge de este fenómeno.

Precisamente, esta evolución tecnológica de los últimos años ha dado lugar a un cambio sísmico en el espíritu empresarial, permitiéndole a la economía colaborativa prosperar total o parcialmente en el mundo virtual (Cormode & Krishnamurthy, 2008; Davis et al., 2011; Kiskis, 2011), rediseñando así el intercambio entre los individuos y abriendo paso a nuevas prácticas económicas que tienen en común algún grado de participación u organización colectiva en la provisión de bienes y servicios (Opciones, 2013).

De esta manera, se fortalece la entrada de nuevos modelos de negocio en los que la interacción entre la comunidad se ve modificada gracias a internet y diferentes plataformas en línea que ayudan a las personas a compartir el acceso a activos, recursos, tiempo y habilidades (Matofska, 2014). Cabe resaltar, que la literatura encontrada también pone en evidencia la resistencia de algunos autores frente a este tipo de plataformas, proponiendo distintas alternativas ante las fallas consideradas en estos modelos de intercambio. Trebor Scholz por su parte presenta una alternativa

denominada “plataforma cooperativismo” haciendo énfasis en lo que se conoce como propiedad destacando que todos son propietarios y que es necesario fomentar un gobierno democrático que revitalice una economía en línea solidaria (Scholz, T., 2016).

Sostenibilidad

La economía colaborativa es un fenómeno atribuido a factores socio-culturales y económicos (CNMC, 2016), con impactos de tipo social dado el enriquecimiento de las relaciones, el mejoramiento de la utilización de los recursos, la concientización digital, los beneficios ambientales y la sostenibilidad caracterizada por el aprovechamiento de los bienes y servicios infrautilizados; adicionalmente permite un enfoque más sostenible para los negocios, trayendo consigo la creación de nuevas oportunidades de empleo (Grifoni, P. et al., 2018; Botsman, R., & Rogers, R, 2011).

El ahorro de tiempo y dinero son factores relacionados con la eficiencia, sobre todo cuando el individuo es impulsado por las presiones económicas y sociales, es decir, en situaciones de recesión económica son más conscientes de sus gastos y tratan continuamente de ser más ingeniosos (Botsman, R., & Rogers, R, 2010; Owyang, 2013; Gansky, 2010). La economía colaborativa tiene la capacidad de aliviar los problemas sociales como el hiper-consumismo, la contaminación y la pobreza mediante la reducción del coste de la coordinación económica dentro de las comunidades (Hamari et al., 2016).

Los defensores del concepto construyen su visión sobre la promesa de un mayor poder y participación de las personas, la conexión social, la eficiencia de los recursos y el ahorro de dinero (véase, por ejemplo, Botsman y Rogers, 2010; Botsman, 2013; Stokes et al., 2014; Wagner y Kuhndt, 2015; OuiShare, 2015; Shareable, 2015^a), características que reflejan su naturalidad revolucionaria que incluso en opinión de algunos expertos reemplazará al capitalismo y al socialismo que caracterizaron el siglo XIX.

En línea a lo anterior, este modelo se basa en actividades económicas informales que incluyen transacciones con consumidores, tales como intercambio, alquiler, reventa, copropiedad, préstamos y donaciones (With et al., 2013), en los que se destacan diferentes objetos representativos para el intercambio como recursos físicos como automóviles (Andersson et al., 2013), recursos digitales como archivos de computadora (Benkler, 2004) y bienes intangibles como experiencia (John, 2013). En estas transacciones las plataformas digitales aunque no se consideran esenciales para el auge

de este fenómeno sí han cumplido un papel significativo en la motivación para participar en la nueva economía, creando nuevos mercados que expanden el volumen de comercio y aumentan el poder de compra (Schor, J. 2014).

2.3 RETOS Y OPORTUNIDADES

La economía colaborativa es un fenómeno económico con un fuerte auge en los últimos años dado que ha supuesto una importante innovación en los modelos de negocio tradicionales gracias a la evolución tecnológica como internet y las TIC, con ello también la sociedad ha modificado la relación con extraños ya que con las nuevas plataformas las prácticas de colaboración se han extendido entre personas que no se conocen y que no tienen amigos o conexiones en común, formando relaciones más informales y menos duraderas, lo que incluso se ha denominado como “stranger sharing” Schor, J. (2014)

Los valores promovidos en sus origines como el ahorro de dinero, la experiencia, las relaciones con extraños, la reducción del hiperconsumismo, los efectos ambientales, el uso eficiente de los recursos disponibles, entre otros, han puesto sobre la mesa lo que los estudiosos consideran una de sus principales dificultades: conceptualizarlo. Como se indicó en un documento de posición reciente publicado por cuatro organizaciones de consumidores europeas, “*aunque se ha escrito mucho sobre la promesa de compartir y la economía colaborativa y sus beneficios potenciales, es un área en gran parte poco investigada y relativamente poco se sabe sobre su verdadero impacto*”.

Sumado a ello, la escasa o nula regulación al descontrolado crecimiento de nuevos modelos de negocio ha aumentado la crisis de la economía colaborativa ante sus detractores que consideran infundadas sus promesas iniciales y más una excelente herramienta de marketing que conserva la apariencia colaborativa en su etiqueta, Opciones (2013).

El escritor y profesor activista Trebor Scholz es uno de los principales críticos y analistas de la economía colaborativa a la que describe como “*el auge de un sector de servicios con bajos salarios, la desigualdad económica, el desmoronamiento de los derechos de los trabajadores*” (Scholz, 2016), y presenta tres inconvenientes derivados de su actuación en el siglo XXI:

- Terribles condiciones de trabajo. Las corporaciones cuentan con un gran número de trabajadores que participan en la creación de la demanda, pero a los cuales las corporaciones consideran “no trabajadores”.
- La economía colaborativa es una manera de que la clase media educada tenga la posibilidad de obtener ingresos suficientes para llegar a fin de mes, separándoles de lo que podría ser un trabajo más cualificado.
- El marco regulatorio no es adecuado: muchas empresas operan ilegalmente, no esperando a que se resuelva en el tiempo. No sólo esto, sino que utilizan de manera estratégica esta falta de regulación para facilitar su propio crecimiento y creando a su vez una competencia desleal.

Si bien se puede argumentar que los participantes en la economía colaborativa están experimentando aumentos en el bienestar del consumidor por precios más bajos y más variedad, no se puede desconocer que la desigualdad económica impulsada por la dinámica del proveedor es probable que aumente (Koen Frenken, Juliet Schor, 2017).

Es un hecho que la economía colaborativa ha supuesto una revolución que llegó para quedarse, por lo que es importante que se afronten estos dos retos tan importantes: La conceptualización del término y la regulación específica que mitigue una aproximación al fracaso.

Respondiendo a estas necesidades (Hamari et al. 2016) investigan las motivaciones de las personas para participar en economía colaborativa, emplean datos de encuestas recopilados de personas registradas en un sitio de Economía Colaborativa y encuentran que su participación está motivada por muchos factores, como la sostenibilidad, el disfrute de la actividad y los beneficios económicos. Por su parte, (Schor, (2016), estudió iniciativas sin fines de lucro y con fines de lucro en la "economía colaborativa", analizando las novedades del sector y cómo se acumulan los reclamos de los detractores y defensores, argumentando que si bien las compañías con fines de lucro pueden estar "actuando mal", estas nuevas tecnologías de actividad económica de igual a igual son herramientas potencialmente poderosas para construir un movimiento social centrado en

prácticas genuinas de intercambio y cooperación en la producción y consumo de bienes y servicios.

Por otro lado y con un aporte empírico, (Zervas, et al. 2017) usando un conjunto de datos con todos los listados de Airbnb en Texas y un panel de ingresos fiscales trimestrales de una década para todos los hoteles de Texas, estiman el valor del impacto material de Airbnb en los ingresos de los hoteles y de esta manera identificar en qué medida las estadías de Airbnb sirven como sustitutos de las estadías en hoteles. Sus resultados sugieren que un aumento del 1% en las listas de Airbnb en Texas da como resultado una disminución de 0.05% en los ingresos trimestrales de los hoteles, una estimación compuesta por el rápido crecimiento de Airbnb.

Finalmente, (Cohen & Kietzmann, (2014), usando la teoría de la agencia, discuten sobre los modelos de negocios de movilidad compartida existentes con la intención de revelar la relación óptima entre los proveedores de servicios (agentes) y los gobiernos locales (directores) para lograr el objetivo común de la movilidad sostenible. En ello, sus hallazgos sugieren que los modelos privados o públicos están llenos de conflictos, y argumentan que estos objetivos de desarrollo sostenible serán alcanzables en la medida en que los modelos de negocio se basen en el mérito y así contrarrestar los problemas de agencia.

CAPÍTULO III. ECONOMÍA COLABORATIVA EN EL SECTOR

3.1 ECONOMIA COLABORATIVA: AUTODEFINICIÓN DEL SECTOR

Las definiciones propuestas en diferentes investigaciones acerca del fenómeno actual de la economía colaborativa hacen comprensible la presencia del ámbito comunitario y participativo dentro de ella, las cuales representan una aportación añadida a la simple reducción de los costes de transacción planteada (Furchtgott – Roth, 2016). Una de las externalidades positivas que aporta al funcionamiento de la economía colaborativa es la construcción de comunidades e individuos empoderados mediante el uso de tecnologías

colaborativas reforzadas por las redes descentralizadas, los marketplaces y las plataformas, provocando cambios en la forma en que viven, trabajan, financian y consumen las sociedades (Díaz Foncea et al., 2016; Consumo colaborativo.com, 2018).

Una definición básica de economía colaborativa es “un movimiento que engloba nuevas prácticas económicas que tienen en común algún grado de participación u organización colectiva en la provisión de bienes y servicios” (Opciones, 2013), donde gracias al aporte tecnológico de los últimos años se han visibilizado organizaciones y personas con intenciones de compartir que han modificado la manera de vivir de la sociedad (latribucolaborativa.com, 2019).

Para Sharing España (SHES) la economía colaborativa representa “la aparición de nuevos modelos empresariales y de consumo en los que gracias a las nuevas tecnologías se accede a bienes y servicios más eficientes y participativos basados en la comunidad y la confianza, así como en la oferta basada en el acceso al bien improductivo en contraposición a su adquisición; combinación que unas veces puede basarse en una relación entre iguales (P2P) o bien en la puesta a disposición por parte de una empresa al acceso por los usuarios de bienes bajo demanda cuando les resulte más conveniente (B2P)” (SHES, 2016).

La economía colaborativa en el sector es vista de una manera optimista, como una oportunidad económica donde se plantea una forma de consumo más sostenible y un camino hacia una economía descentralizada y equitativa (Gruszka, 2017). En este sentido las plataformas más populares de economía colaborativa coinciden en que el uso eficiente de los recursos permite un crecimiento sostenible a largo plazo. Por ejemplo, Blablacar, se define como la red social líder en el mundo que conecta conductores con pasajeros para viajar en coche compartido, referente del “Consumo Colaborativo” en movilidad, movimiento cada vez más presente por el cambio de mentalidad respecto a los hábitos de consumo. Su plataforma pone en contacto a personas que quieren realizar un trayecto común y coinciden para hacerlo el mismo día compartiendo los gastos. Argumenta que limita la aportación máxima que pueden solicitar los conductores de tal manera que no se superen los gastos y así conservar su carácter colaborativo y no convertirse en un modelo de negocio tradicional (Blablacar, 2019a).

Airbnb otra de las grandes plataformas de economía colaborativa se describe a sí mismo como “una comunidad global de viajeros que permite planear viajes mágicos de

principio a fin, incluyendo dónde te hospedes, las actividades que realiza y la gente que conoces" (Airbnb, 2018a). En esencia es una plataforma en línea a través de la cual millones de personas en todo el mundo pueden abrir y monetizar sus espacios. En otras palabras, Airbnb proporciona una experiencia en la que los viajeros pueden conocer otra parte de los destinos que visitan a través de actividades únicas organizadas por personas locales (Airbnb 2018a). De esta forma, Botsman y Rogers (2010a), apoyan el posicionamiento de Airbnb como parte de un estilo de vida colaborativo en el que gente con los mismos intereses y necesidades conectan para intercambiar activos intangibles como tiempo, espacio, habilidades y dinero.

La consulta de las diferentes perspectivas y argumentos de representantes del sector de la economía colaborativa implica una aportación consensuada con respecto a su definición y específicamente a lo que en términos generales se considera como la conceptualización de este fenómeno. De este modo, por parte del sector se explica que la economía colaborativa es una oportunidad económica donde se plantea una forma de consumo más sostenible y un camino hacia una economía descentralizada y equitativa de bienes y servicios más eficientes y participativos. Todo en presencia del ámbito comunitario, incluyendo cambios en la forma en que viven, trabajan, financian y consumen las sociedades.

3.2 PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS

Más allá de la denominación, cuatro elementos característicos se repiten en la mayoría de las definiciones aportadas por el sector:

Plataformas

Una plataforma digital actúa como intermediaria, facilitando la utilización, el intercambio o la inversión de bienes o recursos, entre iguales (particulares o empresas), o entre particulares y empresas, con o sin contraprestación económica. Los servicios de la economía colaborativa comparten el hecho de estar instrumentados sobre plataformas online en las que el acceso a dichas plataformas se realiza mediante una aplicación de móvil o tableta (Àlex Ruiz, 2018). Algunos ejemplos ya tradicionales como el alquiler de viviendas entre particulares (Airbnb o Couchsurfing), prácticas como el carpooling

(Blablacar o Amovens), el crowdfunding (Goteo, Verkami) o la compra-venta y alquiler de objetos de segunda mano (EBay, Wallapop o Relendo).

El hecho de estar en línea las convierte en sitios en los que millones de personas en todo el mundo pueden abrir y monetizar sus espacios y/o recursos propios. Sin embargo, en sí misma la actividad de la plataforma es la de intermediación propia de un prestador de servicios de la sociedad de la información y no constituye en su totalidad el modelo de economía colaborativa, asegura el estudio de la Asociación Española de la Economía Digital (Adigital) y Sharing España.

Relaciones entre Pares

Tal y como lo define el diccionario de la real academia española RAE el término “par” se refiere a *Igual o semejante totalmente* (RAE, 2019). Así mismo, Un grupo de pares es un grupo primario, por lo general informal, de personas que comparten un estatus igual o similar, que por lo general poseen aproximadamente la misma edad y tienden a circular e interactuar con el mismo conjunto social, (Wikipedia, 2019). Estas relaciones cuentan con la presencia del ámbito comunitario y participativo dentro de ella, sus miembros ofrecen bienes y servicios más eficientes y participativos basados en la comunidad y la confianza.

En el sector se explica que en sus plataformas participa gente con los mismos intereses y necesidades, que se conectan para intercambiar activos intangibles como tiempo, espacio, habilidades y dinero. Además, señala la Comisión Europea que los particulares que ofrezcan servicios entre pares de manera ocasional a través de plataformas colaborativas no deben ser tratados automáticamente como prestadores de servicios profesionales. Por la tanto, el establecimiento de igualdad de condiciones es además de una característica de las plataformas, una característica de la economía colaborativa partiendo de lo que se encuentra expuesto por los miembros más populares del sector.

Flexibilidad y Dinamismo

Hace años, un estudiante que anunciaba dar clases de repaso en el tablón de anuncios de su universidad ya participaba de la economía colaborativa. Hoy en día, aunque aún se pueden ver este tipo de anuncios las plataformas digitales han desplazado al corcho como punto de encuentro entre proveedores y usuarios y se han convertido en un modelo de negocio. Es precisamente esta evolución lo que ha llevado a la economía

colaborativa a convertirse en una fuente de intercambio de productos o servicio caracterizada por su flexibilidad. La capacidad de adquirir bienes o intercambiar servicios desde cualquier lugar del mundo o zona horaria brinda un carácter dinámico a este fenómeno en el que las personas se conectan en plataformas virtuales creando vínculos temporales en los que la negociación se lleva a cabo en diferentes zonas geográficas y al mismo tiempo factores como el precio o las garantías son establecidas por si mismos en el mismo instante del proceso de intercambio. Por ejemplo, Airbnb permite a los dueños de los espacios establecer los precios que desean y las condiciones son pactadas directamente con el adquiriente del servicio. La plataforma se convierte en el puente que permite a los partícipes establecer de manera independiente las condiciones de su negociación. De la misma manera, Blablacar funciona como red social a nivel mundial y sus miembros se pueden conectar a cualquier hora del día y desde cualquier parte del mundo siendo el tiempo, el lugar y los precios definidos independientemente en cada transacción e interacción entre las personas.

Finalmente, Àlex Ruiz (2018), argumenta que si se dan estos cuatro aspectos combinados (porque de forma individual los elementos se encuentran en otras formas de hacer negocios) es probable que estemos en presencia de un fenómeno nuevo denominado economía colaborativa.

3.3 RETOS Y OPORTUNIDADES

Desde el punto de vista del sector, el intercambio de bienes y servicios depende casi en su totalidad del funcionamiento de las plataformas digitales. Estos marketplaces se convierten en el factor que traza las fronteras de la economía colaborativa y por ende de las compañías que la conforman. De acuerdo a Sharing España y Adigital en su informe *Los modelos colaborativos y bajo demanda en plataformas digitales*, “La actividad de la plataforma es la de intermediación propia de un prestador de servicios de la sociedad de la información” además, esta actividad permite que sean los usuarios los que puedan llevar a cabo las transacciones de economía colaborativa. Entonces, si bien las plataformas no son en sí mismas la economía colaborativa como tal, desde su naturaleza como tecnología de la información, reducen las asimetrías de información y los costes de transacción de los bienes y servicios intercambiados o compartidos.

La flexibilidad y los bajos costos de coordinación, son características intrínsecas en las plataformas digitales y a su vez hacen parte de las características de la economía

colaborativa. El compartir estas cualidades integra ambas definiciones al punto que la flexibilidad y las oportunidades provenientes de la tecnología de la información limitan el alcance de las relaciones establecidas por los participantes de la economía colaborativa. Por lo tanto, todos los modelos colaborativos o bajo demanda están basados en una plataforma intermediaria que puede ser una empresa con ánimo de lucro y que es perfectamente compatible con que la actividad que tiene lugar en dicha plataforma sea colaborativa o bajo demanda (Rodríguez, S., 2017)

El alcance de la economía colaborativa también está definido desde las transacciones, específicamente en la confianza depositada por ambas partes en la negociación. En este sentido, el hecho de que físicamente el adquiriente y el oferente de un producto o servicio se encuentren posiblemente a miles de kilómetros de distancia, que tal vez provengan de culturas diferentes y que la percepción del intercambio sea distinta son factores que intervienen en la capacidad de difusión de la economía colaborativa. Por ejemplo Airbnb entendiendo que es fundamental que desde la plataforma se pueda percibir que en ella los demás usuarios son confiables, establece políticas de seguridad y confianza entre las que se destacan la implementación de sistemas de predicción y de aprendizaje automático para evaluar cientos de indicios inmediatamente y, así, detectar e investigar actividad fraudulenta antes de que se produzcan las reservas. Así mismo usan exámenes de antecedentes de huéspedes y anfitriones e incluso ofrecen talleres de capacitación en seguridad con anfitriones y expertos locales. Por su parte, Uber, cuenta con un sistema por medio del cual los conductores de Uber en los EE. UU deben pasar una verificación de varios puntos, en la que se revisan sus antecedentes penales y de conducción, para poder realizar viajes con la aplicación.

En resumen, las plataformas, además de prestar el espacio de intercambio también establecen políticas de seguridad por medio de las cuales se busca brindar un sitio confiable en el que todos los miembros de cada comunidad sientan confianza en las transacciones realizadas. El nivel de confianza que se transmite en las plataformas dictamina también la cantidad de usuarios y transacciones que se hacen en cada una de ellas (las políticas de seguridad existentes parecen responder a la necesidad de sentir esa confianza) y en ultimas su éxito estaría determinado también por la confiabilidad que transmiten a los usuarios. El alcance de la economía colaborativa estaría limitado la necesidad de seguridad en las negociaciones entre sus usuarios.

CAPÍTULO IV. TRATAMIENTO DE LA ECONOMÍA COLABORATIVA POR LA UNIÓN EUROPEA

4.1 PERSPECTIVA INSTITUCIONAL DEL TÉRMINO

La economía colaborativa ha venido ganando importancia como factor innovador en la generación de empleo y crecimiento económico (Comisión Europea, 2019). En su comunicación titulada “Una Agenda Europea Para la Economía Colaborativa” (COM/2016/0356 final de 2 de Junio de 2016), la comisión europea define el término «economía colaborativa» como modelos de negocio en los que se facilitan actividades mediante plataformas colaborativas que crean un mercado abierto para el uso temporal de mercancías o servicios ofrecidos a menudo por particulares. Este fenómeno que trasciende las fronteras sectoriales y transforma la conducta de los consumidores, tiene la capacidad de descentralizar el capital y eliminar las relaciones adicionales entre empleador y empleado, lo que afecta de manera manifiesta las rentas del trabajo, la protección social y la distribución de los ingresos, sin embargo, representa un aporte esencial para el aprendizaje automático y la inteligencia artificial (Sanders et al., 2018).

El consejo económico y social reconoce a la economía colaborativa como un fenómeno de prestación de servicios en el que se expone a los proveedores de servicios o bienes a nuevos tipos de riesgos e incertidumbre. Lo que implica la necesidad de que en las plataformas de comercio electrónico se fomente la confianza y la estabilidad de las relaciones en el mundo digital.

Por su parte, CESE (Comité Económico y Social Europeo) en su dictamen titulado “La economía colaborativa y la autorregulación” (2016/C 303/05 de 25 de mayo de 2016) adopta la definición de economía colaborativa de Botsman & Rogers en la que argumenta que es un sistema económico basado en el uso compartido de bienes o servicios infrautilizados, de forma gratuita o mediando un precio, directamente por particulares, a través de plataformas en línea. En su dictamen CESE excluye del concepto de economía colaborativa las siguientes prácticas o entidades: la puesta en común de productos alimenticios o bienes de consumo perecederos, las mutualidades y cooperativas, el emprendimiento social, las actividades caritativas, la economía a la carta, la economía de la funcionalidad (más vinculada a la economía circular), la mera intermediación.

4.2 PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS

Desde las instituciones se distingue el aporte que hace el Comité Económico y Social Europeo (CESE) en su dictamen titulado “La economía colaborativa y la autorregulación” (2016/C 303/05 de 25 de mayo de 2016) donde se propone delimitar el ámbito propio y específico de la economía colaborativa en sus distintas facetas, enunciando las características que la distinguen de las demás prácticas económicas de mercado. A continuación el desarrollo de cada una de dichas características:

Uso compartido

Diferentes instituciones como el Comité Económico y Social Europeo (CESE) y el Centro Internacional de Investigación e Información Sobre la Economía Pública, Social y Cooperativa (CIRIEC) aportan a la construcción de lo que en economía colaborativa significa el uso compartido y así mismo las características que tiene en las plataformas digitales. Este concepto es una forma de economía colaborativa en la que se comparten distintos bienes sin necesidad de pago (Monzón, J., & Chaves, R., 2017). El uso compartido se presenta como la característica dominante; a diferencia de la economía tradicional la práctica de la economía colaborativa no conduce a la propiedad de bienes ni a su copropiedad, CESE (2016). Esta ausencia de títulos de propiedad se traduce en espacios cuyas relaciones entre sus usuarios estarían centradas en un ecosistema socioeconómico en el que se comparte la creación, producción, distribución, comercio y consumo de bienes y servicios entre diferentes personas y organizaciones (Alfonso Sánchez, R., 2016).

Plataformas

Desde las instituciones se reconoce que es fundamental la intervención de una plataforma que ponga en contacto, en particular por medios electrónicos (un navegador o una aplicación), a una pluralidad de bienes o servicios con una pluralidad de usuarios. El uso de estas plataformas digitales para conectar grupos distribuidos de personas les permite intercambiar, compartir recursos o colaborar de diferentes maneras. (Cooperatives Europe-LAMA, 2016).

Relaciones entre pares

CESE en su dictamen titulado “La economía colaborativa y la autorregulación” (2016/C 303/05 de 25 de mayo de 2016) argumenta que se considera esencial que en la economía colaborativa las partes finales sean primordialmente «pares» (P2P) y nunca relaciones contractuales (B2C). Es crucial que, independientemente si se trata de personas físicas o jurídicas, lo que debe asegurarse es que hagan de esa colaboración su objeto comercial. De igual manera reconocen que siempre existe la posibilidad de que entre «pares» se pueda crear todo un «negocio».

Si bien, en la economía colaborativa existe una relación contractual, este tipo de relación podría ser más compleja debido a la existencia de una entidad que gestiona la plataforma. A diferencia de la economía tradicional en donde se trata de la relación de la empresa con los clientes, en este tipo de negocio la relación se hace entre pares y cuenta con un gestor al que finalmente se le reconoce sólo hasta este punto. Este tipo de negocio requiere una triangulación contractual compleja que se traduce en las relaciones contractuales entre el poseedor del bien o el prestador del servicio con la entidad que gestiona la plataforma; entre el usuario y el intermediario de la transacción en la plataforma, en su caso mediante un precio; y entre los usuarios de la plataforma entre sí para el uso de que se trate (CESE 2016/C 303/05 de 25 de mayo de 2016).

4.3 RETOS Y OPORTUNIDADES

Las instituciones también aportan un punto de vista interesante con respecto el alcance de la economía colaborativa en la actualidad. En este estudio se profundiza sobre los aspectos jurídicos y legales que desde las instituciones son analizados. CESE (2016/C 303/05) define que como cualquier otra actividad que ponga en relación a personas con sus propios intereses, en ocasiones enfrentados, la economía colaborativa debe regirse por el Derecho y la regulación normativa de los intereses de que se trate. Por lo tanto, dictaminan que se debería considerar, poco sería la posición de quienes pretenden que la economía colaborativa sea una zona «sin ley» en la que impere la libertad sin ninguna barrera ni obligación, basada exclusivamente en la confianza y la bondad natural.

Es así como se entiende que el marco jurídico y legal que se construya alrededor de la economía colaborativa y el alcance de las plataformas por medio de las cuales se establecen las relaciones, delimitaría los alcances de este fenómeno y las normas que

rijan su funcionamiento serían las herramientas por las que, políticamente, se restrinja de cierta manera, los alcances comerciales de este tipo de negocio. A lo anterior, en el Dictamen del Comité Económico y Social Europeo sobre el tema “Autorregulación y corregulación” (2015/C 291/05) concluyen que si bien la autorregulación y la corregulación son mecanismos, espontáneos o inducidos, para regular los intereses económicos y sociales o las relaciones y prácticas comerciales de los distintos agentes económicos (partes interesadas), este reconocimiento no debe trascender al hecho de que no representan una alternativa, del derecho positivo (hard law).

En este sentido CESE dictaminó que un marco regulatorio debería abarcar los siguientes ámbitos fundamentales:

- a) La protección de los derechos de todos los socios que intervienen en la economía colaborativa, en especial las disposiciones sobre las cláusulas abusivas, las prácticas comerciales desleales, la salud y la seguridad y el comercio electrónico.
- b) La protección de los datos y la privacidad de los intervenientes (tracking and profiling), que garantice la portabilidad de sus datos.
- c) El Derecho de la competencia, en la medida en que este tipo de actividades compita en el mercado con empresas que persigan idénticas finalidades y actividades, y en la medida en que deba garantizar una competencia leal.
- d) Legislación fiscal, ya que los beneficios de estas actividades no pueden quedar exentos de una tributación adecuada, a fin de luchar contra el fraude y la evasión fiscal.
- e) La responsabilidad de las plataformas en los negocios, en función de los servicios que presten y de su nivel de intervención en los negocios que se concreten a través de ellas, y garantía del respeto de la legalidad de sus ofertas.
- f) Su repercusión en el mercado laboral y en la propia definición del concepto y las formas de trabajo en el entorno digital.
- g) La protección de los trabajadores afectados, distinguiendo las situaciones de los trabajadores que no mantienen una relación laboral efectiva con la plataforma, protegiendo a estos últimos de acuerdo con los principios aplicables a los trabajadores autónomos, y aplicando los principios de protección de los trabajadores a aquellos que puedan considerarse en efecto trabajadores por

cuenta ajena, en particular en el caso de los «falsos» autónomos o del trabajo precario.

- h) La protección de los derechos e instrumentos sociales de los trabajadores, como el derecho de asociación, el derecho de huelga y el derecho a la negociación colectiva y al diálogo social.
- i) La protección de los modelos sociales y de la capacidad de los Estados miembros para mantener de forma sostenible esos modelos en el futuro.
- j) La dimensión ambiental, con vistas a controlar el impacto ambiental de la economía colaborativa y prevenir sus repercusiones negativas.
- k) Los derechos de autor y de propiedad intelectual.

Los límites se pueden entender desde la autorregulación y su reconocimiento por parte de la UE desde CESE y por otro lado desde los ámbitos que el mismo CESE define como fundamentales al establecer las necesidades de marco jurídico que debe delimitar la frontera de la economía colaborativa. Sin embargo, CESE también reconoce que no es su intención establecer una norma y dejar en segundo plano el carácter auto regulativo de este tipo de negocio que ellos mismos reconocieron. Por lo tanto el CESE declaró, en su dictamen antes citado, que la UE debe: «definir claramente los parámetros que determinan su reconocimiento, los principios por los que deben regirse y sus límites». Esta doctrina se aplica plenamente al caso de la economía colaborativa, que no debe quedar al margen de ella.

Finalmente, se entiende que en la medida que los promotores de modelos de negocio en la economía colaborativa busquen un reconocimiento jurídico por parte de las instituciones, sus modelos de autorregulación deben estar enmarcados en el ámbito jurídico propuesto por CESE y garantizar que las partes que intervienen no se afecten o se vean afectadas en cualquiera de los aspectos enlistados anteriormente.

CAPÍTULO V. PARALELISMOS DEL TÉRMINO

En este apartado se examinarán los tres aspectos estudiados desde cada uno de los ámbitos involucrados en la construcción de conocimiento alrededor de la economía

colaborativa. En este sentido se hará un análisis desde una visión integradora de la literatura, sector e instituciones.

5.1 DEFINICIÓN

En primera instancia, desde la propuesta de la literatura se establece que la economía colaborativa son todas aquellas actividades como compartir, intercambiar, prestar, alquilar y regalar, redefinido a través de la tecnología y las comunidades de iguales, cambiando qué y cómo consumimos, todo ello impulsado en gran medida por los impactos de sostenibilidad esperados, las presiones económicas y sociales. Por su parte, las empresas y organizaciones del sector definen a este fenómeno como una oportunidad económica donde se plantea una forma de consumo más sostenible y un camino hacia una economía descentralizada y equitativa de bienes y servicios más eficientes y participativos. Finalmente, las instituciones argumentan que son modelos de negocio en los que se facilitan actividades mediante plataformas colaborativas que crean un mercado abierto para el uso temporal de mercancías o servicios ofrecidos a menudo por particulares.

Desde su definición cada uno de los tres ámbitos estudiados aporta rasgos particulares con respecto a lo términos utilizados y el grado de motivación con el que se aborda el concepto. Desde la literatura se evidencia una intención de incluir todas las posibles transacciones que se pueden realizar; esto seguramente respondiendo a la constante búsqueda de identificar todos los factores que intervienen en ella e intentar explicar la mayor cantidad de variación de los posibles efectos sobre la sostenibilidad. Luego, el sector por medio de las aportaciones de las organizaciones más importantes se centra mucho más en los beneficios de la económica colaborativa, resaltando que se trata de una oportunidad y un camino hacia una economía descentralizada y equitativa. De esto se reconoce una aportación a las ventajas que se pueden desarrollar de un modelo de economía colaborativa. Sin embargo, este entusiasmo no debe ser entendido como factibilidad sino más bien como una fuente de aportación al conocimiento sobre este fenómeno. Por último de las instituciones, comentar que argumenta una definición más neutra y por medio de la cual se evidencia una búsqueda de delimitar sus fronteras y no dejar ningún elemento que se involucre en el proceso de transacciones por fuera del funcionamiento como tal de los modelos de economía colaborativa.

5.2 PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS

Académicamente, se describen como las características principales de la economía colaborativa el necesario uso de internet, la interconexión en red de personas y/o activos, el acceso al uso de activos tangibles e intangibles desaprovechados, el logro de interacciones significativas, la confianza y el carácter abierto, inclusivo y global. Además se argumenta que la economía colaborativa tiene la capacidad de aliviar los problemas sociales como el hiper-consumismo, la contaminación y la pobreza. Luego, el sector de la economía colaborativa, en primera instancia reconoce que es primordial el hecho de estar instrumentados sobre plataformas online en las que el acceso a dichas plataformas se realiza mediante una aplicación de móvil o tableta. De esta forma, estas plataformas implicarían un ámbito comunitario y participativo en las que sus miembros ofrecen bienes y servicios más eficientes basados en la comunidad y la confianza. Finalmente, se caracteriza por tener un carácter dinámico a el que las personas crean vínculos temporales en los que la negociación se lleva a cabo en diferentes zonas geográficas. En tercer lugar, el aporte institucional da prioridad al uso compartido explicando que en las prácticas de económica colaborativa no implica la propiedad de bienes ni a su copropiedad y por ende las plataformas digitales se usan para conectar grupos distribuidos de personas, lo que les permite intercambiar, compartir recursos o colaborar de diferentes maneras. Además, especifican que independientemente si se trata de personas físicas o jurídicas, lo que debe asegurarse es que hagan de esa colaboración su objeto comercial.

Desde los planteamientos de los tres ámbitos estudiados tienen en común que se reconocen a las interconexiones o redes de personas por medio del uso de plataformas como herramientas fundamentales y características explícitas de los modelos de economía colaborativa. Además, la confianza se usa en las tres aportaciones y de la misma manera se interpone como un requisito en el proceso de intercambio ineludible en el sentido que se reconoce como factor generador de cooperación y establecimiento sólido de relaciones comerciales en las que se beneficien las partes interesadas.

Una de las diferencias entre las tres aportaciones proviene desde la institucionalidad. La propiedad es expuesta como una característica inherente de la económica colaborativa y sobre este concepto se explica que al tratarse de la creación de vínculos temporales las relaciones entre las partes no implican la propiedad o la copropiedad desde este sentido

deben ser abordadas las interacciones entre los pares. Esta característica no se detalla desde la literatura o el sector, en estos ámbitos se argumenta más

5.3 RETOS Y OPORTUNIDADES

En términos generales la literatura presenta sus principales retos desde la misma definición del término. Lo anterior alineado con el objetivo de esta investigación y argumentado por la falta de consenso sobre su aportación a la sociedad, donde entiendo que proviene entre otros a los valores promovidos, la experiencia, las relaciones con extraños, la reducción del hiper-consumismo, los efectos ambientales, el uso eficiente de los recursos disponibles, han puesto sobre la mesa lo que en la investigación implica una dificultad clara para conceptualizar a la economía colaborativa.

Sin embargo, desde las aportaciones del sector, nuevamente se encuentra una visión más optimista, en la que se resaltan las cualidades de las relaciones en línea basadas en confianza y la promoción de bienestar social. Aun así, es importante reconocer que las aportaciones del sector están limitadas por la aplicabilidad de la economía colaborativa. En este sentido, los principales retos estarían en el diseño y configuración de sociedades establecidas en las aplicaciones por medio de las cuales las personas puedan no sólo continuar haciendo transacciones de bienes subutilizados o adquirirlos a un precio sin distorsión sino que en mayor medida consigan que estas relaciones sean más cercanas y que la confianza entre pares se establezca rápidamente y de manera estable. En términos generales, sus alcances son los que le brindan las aplicaciones y la capacidad de las mismas para crear comunidades de interacción en las que las cualidades de la economía colaborativa se desarrolle y mejoren con el tiempo.

Finalmente, en este documento se propone que en cuanto al rol institucional se espera que sirva como conexión entre las aportaciones del sector y la literatura. Por lo tanto, un contexto institucional fortalecido en el que se establezcan los alcances tanto de las aplicaciones como de las cualidades de la economía colaborativa significaría un tejido adecuado en el que las reglas de juego están claras y por ende se establecen parámetros bien definidos sobre los cuales las empresas creadas en este fenómeno y los participantes de las comunidades obtengan lo que se busca bajo las condiciones más justas. Por lo tanto, en la medida que los promotores de modelos de negocio en la economía colaborativa busquen un reconocimiento jurídico por parte de las

instituciones, sus modelos de autorregulación deben estar enmarcados en el ámbito jurídico establecido.

5.4 COMPARACIÓN DE LAS TRES PERSPECTIVAS

La siguiente tabla resume los principales puntos analizados en el presente documento para cada uno de los tres entes: la literatura académica, el propio sector y la institución desde la Unión Europea.

	Literatura	Sector	Institución (Unión Europea)
Definición	Uso de la palabra “compartir” como elemento fundamental. Se define a través de la tecnología y las comunidades de iguales, cambiando qué y cómo consumimos.	Oportunidad económica donde se plantea una forma de consumo más sostenible y un camino hacia una economía descentralizada y equitativa.	Modelos de negocio en los que se facilitan actividades mediante plataformas colaborativas que crean un mercado abierto para el uso temporal de bienes o servicios ofrecidos por particulares.
Características	Necesario uso de internet; sostenibilidad al aliviar problemas sociales como el hiperconsumismo, la contaminación y la pobreza.	Uso primordial de plataformas; carácter dinámico en el que se crean vínculos en cualquier zona geográfica.	El uso compartido no implica la propiedad de los bienes. Suma importancia a las plataformas digitales y a la relación entre pares.
Retos y oportunidades	Presenta su principal reto desde la misma definición del término. Existe una clara falta de	El diseño y configuración de sociedades establecidas en las aplicaciones.	Establecer parámetros bien definidos sobre los cuales las empresas creadas en

	consenso sobre su aportación a la sociedad.	Establecimiento de precios sin distorsión. Relaciones más cercanas y que la confianza entre pares se establezca rápidamente y de manera estable.	este fenómeno y los participantes de las comunidades obtengan lo que se busca bajo las condiciones más justas.
--	---	--	--

CAPÍTULO VI. CONCLUSIONES Y LIMITACIONES

En este trabajo se buscó la integración de tres entes principales con respecto a la definición de la Economía Colaborativa: El reflejo del avance en la literatura académica, la delimitación que el propio sector hace de sí mismo y la reacción institucional desde la Unión Europea ante este nuevo sector. Para ello se usaron tres principales objetos de análisis: el aporte a la definición del término, las características propuestas por cada uno de los entes y finalmente los retos y oportunidades que se encuentran desde cada perspectiva.

Desde el aporte de la literatura existente se evidencia que existen varias investigaciones previas en las que se busca definir y caracterizar el fenómeno. Lo anterior en línea con Kumar et al. (2018) quienes argumentan que la literatura académica no tiene un consenso con respecto a la definición de "economía colaborativa". Sin embargo, estos esfuerzos aún no compensan la evolución constante de la economía colaborativa debido al desarrollo tecnológico que implica nuevos escenarios y nuevas formas de interacción entre pares. De esta forma, estos avances en la economía colaborativa son más rápidos que la reacción de la academia y por lo tanto existe una brecha entre lo que plantea la realidad del fenómeno y lo que la literatura existente logra explicar de él.

Luego el propio sector de la economía colaborativa plantea una visión más optimista de lo que representa este fenómeno económico en la sociedad. Mediante el uso de las tecnologías se pueden desarrollar nuevos modelos de negocio y de consumo sostenible que brindan a la comunidad la posibilidad de rentabilizar distintas prácticas e interactuar en mercados en donde no existen distorsiones. En este sentido, el sector de

la economía colaborativa debería no sólo plantear la existencia de las plataformas digitales sino que debe involucrarse más a fondo con lo que significa en sí la relación entre pares y desde su desarrollo plantear modelos de intercambio en los que la misma plataforma promueva comportamientos éticos de sus participantes que en últimas creen un contexto de confianza y credibilidad. Finalmente, una integración de la tecnología con un criterio ético adecuado permitiría el crecimiento sostenible del sector y en consecuencia se lograría el objetivo de un bienestar social aportado por la existencia de nuevas prácticas económicas.

Finalmente, el aporte institucional plantea a la economía colaborativa como un sistema económico basado en el uso compartido de bienes y servicios infrautilizados que se da por medio de plataformas en línea. Desde instituciones como la Unión Europea se hace un reconocimiento del sector y se busca el establecimiento de una regulación que permita que este fenómeno siga en crecimiento pero que se contemplen las necesidades y derechos de todas las partes involucradas, incluyendo las nuevas formas de empleo provenientes de la economía colaborativa y las limitaciones que deben existir a los beneficios económicos procedentes del intercambio de bienes y/o servicios en las plataformas digitales. Así mismo, la parametrización de estas plataformas en el sentido del alcance que debería tener con respecto al uso de la información y los medios por los cuales se interactúa. Por lo tanto, su papel en este fenómeno está dado por la capacidad de limitar el alcance de esta nueva economía en la sociedad.

De todo lo anterior, se argumenta que la economía colaborativa representa un sector cuya característica principal es el uso de plataformas digitales por medio de las cuales se promueve el intercambio de bienes y servicios y al mismo tiempo se busca eliminar las imperfecciones del mercado. Todo ello enmarcado por un contexto institucional que brinda los parámetros y el alcance de este fenómeno económico en pro del bienestar social. Es necesario añadir que se requiere que la literatura académica y las instituciones contemplen el desarrollo de mecanismos de reacción flexibles a la evolución constante de la tecnología y de esta manera las argumentaciones y el desarrollo teórico alrededor de la economía colaborativa vayan a la par de su misma evolución.

Finalmente, la principal limitación de este trabajo ha sido la imposibilidad de establecer un vínculo con los representantes del sector. Esto debido a que sus aportaciones serían más detalladas y con un carácter más testimonial de lo que representa la economía colaborativa, permitiendo que desde el sector se contara con una contribución más

específica de lo que se espera de las plataformas de intercambio y de las “reglas de juego” provenientes de las instituciones. Sin embargo, esto deja una puerta a futuras investigaciones en las que por medio de un mayor acercamiento a los representantes del sector se establezcan las condiciones y factores que la investigación académica debe contemplar a la hora de generar conocimiento a partir del estudio y análisis del fenómeno.

BIBLIOGRAFÍA

Airbnb (2018a) About Us. Disponible en: <https://press.airbnb.com/es/about-us/> [último acceso diciembre 2018]

Airbnb (2018b) Fast Facts. Disponible en: <https://press.airbnb.com/es/fast-facts/> [último acceso diciembre 2018]

Àlex Ruiz (2018) La economía del sharing: de fenómeno emergente a pieza clave de la revolución digital. [En línea] CaixaBank Research. Disponible en: <https://www.caixabankresearch.com/2018-07-01-000000> [último acceso abril 2019]

Alfonso Sánchez, R. (2016). Economía colaborativa: un nuevo mercado para la economía social. CIRIEC-España, revista de economía pública, social y cooperativa, (88).

Armas, R. J. D., Taño, D. G., & Rodríguez, F. J. G. (2014). Airbnb como nuevo modelo de negocio disruptivo en la empresa turística: Un análisis de su potencial competitivo a partir de las opiniones de los usuarios. In Benidorm: XVIII Congreso AECIT.

Asociación Española de la Economía Digital (Adigital). Disponible en: <https://www.adigital.org/informes-estudios/los-modelos-colaborativos-demanda-plataformas-digitales/> [último acceso abril 2019]

Blablacar (2018a) About Us. Disponible en: <https://blog.blablacar.es/about-us> [último acceso abril 2019]

Böckmann, M. (2013). The Shared Economy: It is time to start caring about sharing; value creating factors in the shared economy. University of Twente, Faculty of Management and Governance.

Belk, R. (2007): Why Not Share Rather Than Own? The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science, 611(1), 126–140. -- (2010): Sharing. Journal of Consumer Research 36(5), 715–734.

Botsman, R. & Rogers, R. (2010a). Beyond Zipcar: Collaborative consumption. Harvard Business Review, 88(10), 30.

Rogers, R., & Botsman, R. (2010). What's mine is yours: the rise of collaborative consumption. HarperBusiness: New York, NY, USA.

Botsman, R., & Rogers, R. (2011). What's mine is yours: how collaborative consumption is changing the way we live (Vol. 5). London: Collins.

Burton, J., Nasr, L., Gruber, T., & Bruce, H. L. (2017). Advancing customer experience and Big Data impact via academic-practitioner collaboration. Journal of Services Marketing, 31(2), 142-147.

Cohen, B., & Kietzmann, J. (2014). Ride on! Mobility business models for the sharing economy. *Organization & Environment*, 27(3), 279-296.

COM (2016) 356 final, Bruselas 2.6.2016, Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones tituladas “Una agenda Europea para la economía colaborativa”

Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC). Resultados preliminares. Estudio sobre los nuevos modelos de prestación de servicios y la economía colaborativa [documento PDF]. Mar. 2016 [fecha de consulta: abril, 2019]. Disponible en:

<https://docs.google.com/document/d/1n65MjUaTmRLuZCqTIlqyWvobVqreR-iAzsz1mhxy2y0/edit?pref=2&pli=1>

CONSUMOCOLABORATIVO.com (2019). Definición de economía colaborativa. Disponible en:

<http://www.consumocolaborativo.com/concepto/introduccion/> [último acceso abril 2019].

Cooperatives Europe-LAMA (2016). «Cooperative platforms in a European Landscape: an exploratory study», Conferencia ISIRC, Glasgow.

Cormode, G., & Krishnamurthy, B. (2008). Key differences between Web 1.0 and Web 2.0. *First Monday*, 13(6).

Davis, M. M., Spohrer, J. C., & Maglio, P. P. (2011). Guest editorial: How technology is changing the design and delivery of services. *Operations Management Research*, 4(1-2), 1-5.

Díaz Foncea, M., Marcuello, C., & Montreal-Garrido, M. (2016). Economía social y economía colaborativa: encaje y potencialidades (No. ART-2016-104461).

Diccionario de la real academia española RAE (2019). Definición de “PAR” Disponible en: <https://dle.rae.es/?id=RorzeoZ|Rp05ibZ> [último acceso abril 2019].

Dictamen 2016 / C 303/05, del Pleno del Consejo Económico y Social Europeo, del 25/5/2016, sobre “La economía colaborativa y la autorregulación”.

Dictamen (2015/C 291/05) del Pleno del Consejo Económico y Social Europeo, del 25/5/2016, sobre “La economía colaborativa y la autorregulación”.

FURCHTGOTT-ROTH, H. (2016). «The Myth Of ‘Sharing’ In A Sharing Economy» Revista Forbes, 09/06/2016. Disponible en: <https://www.forbes.com/sites/haroldfurchtgottroth/%202016/06/09/the-myth-of-the-sharing-economy/> [último acceso abril 2019].

Gansky, L. (2010). *The mesh: Why the future of business is sharing*. Penguin.

Guttentag, D. (2015). Airbnb: disruptive innovation and the rise of an informal tourism accommodation sector. *Current issues in Tourism*, 18(12), 1192-1217.

Grifoni, P., D'Andrea, A., Ferri, F., Guzzo, T., Felicioni, M. A., Praticò, C., & Vignoli, A. (2018). Sharing Economy: Business Models and Regulatory Landscape in the Mediterranean Areas. *International Business Research*, 11(5), 62-79.

Gruszka, K. (2017). Enmarcando la economía colaborativa — Voces de contestación. *Innovación ambiental y transiciones sociales*, 23. 92-104.

Hamari, J., Sjöklint, M., & Ukkonen, A. (2016). The sharing economy: Why people participate in collaborative consumption. *Journal of the association for information science and technology*, 67(9), 2047-2059.

John, N. (2012): Sharing and Web 2.0: The Emergence of a Keyword. *New Media & Society*, 15(2), 167-182.

Kiskis, M. (2011). Entrepreneurship in cyberspace: what do we know?. Available at SSRN 1954553.

Kumar, V., Lahiri, A., & Dogan, O. B. (2018). A strategic framework for a profitable business model in the sharing economy. *Industrial Marketing Management*, 69, 147-160.

Latribucolaborativa.com (2019). Definición de economía colaborativa: <http://latribucolaborativa.com/la-tribu/> [último acceso abril 2019].

Matofska, B. (2014). What is the sharing economy? *The people who share*, 444.

MONZÓN, J., & CHAVES, R. (2017). Evolución reciente de la economía social en la Unión Europea. Centro Económico y Social Europeo (CESE), CIRIEC-International.

OPCIONES (2013). «Economías colaborativas». *Revista Opciones*, nº 44. [En línea] Disponible en <http://opcions.org/es/revista/44-economias-colaborativas> [último acceso abril 2019]

Owyang, J. 2013. “The Collaborative Economy: Products, Services and Market Relationships Have Changed as Sharing Startups Impact Business Models. To Avoid Disruption, Companies Must Adopt the Collaborative Economy Value Chain.” Altimeter. Disponible en <http://www.slideshare.net/Altimeter/the-collaborative-economy> [último acceso abril 2019]

Owyang, J., Tran, C., & Silva, C. (2013). The collaborative economy. Altimeter, United States.

Picazo, M. T. M., & Ramírez, M. S. C. (2016). Claves de la economía colaborativa y políticas públicas. *Economía industrial*, (402), 11-17.

Rodriguez, S. (2017). Los modelos colaborativos y bajo demanda en plataformas digitales. *Sharing España y Asociación Española de la Economía Digital*.

Sanders, A. K., Falcão, T., Haider, A., Jambeck, J., LaPointe, C., Vickers, C., & Ziebarth, N. (2018). *World Economic and Social Survey 2018: Frontier Technologies for Sustainable Development*.

Scholz, T. (2016). Platform cooperativism. Challenging the corporate sharing economy. New York, NY: Rosa Luxemburg Foundation.

Sharing España (SHES) 2016. Disponible en: <https://www.sharingespana.es/adigital-primer-estudio-economia-colaborativa/> [último acceso abril 2019].

Stevenson, A. (2010). *Oxford dictionary of English*. Oxford University Press.

Stokes, K., Clarence, E., Anderson, L., & Rinne, A. (2014). *Making sense of the UK collaborative economy* (pp. 1-47). London: Nesta.

Schor, J. (2016). Debating the sharing economy. *Journal of Self-Governance and Management Economics*, 4(3), 7-22.

Webster, J., & Watson, R. T. (2002). Analyzing the past to prepare for the future: Writing a literature review. *MIS quarterly*, xiii-xxiii.

Wikipedia (2019). Definición de “Grupo de pares” Disponible en: https://es.wikipedia.org/wiki/Grupo_de_pares [último acceso abril 2019].

Wosskow, D. (2014). *Unlocking the sharing economy: An independent review*. London: UK Department for Business, Innovation and Skills.

Zhang, T. C., Gu, H., & Jahromi, M. F. (2019). What makes the sharing economy successful? An empirical examination of competitive customer value propositions. *Computers in Human Behavior*, 95, 275-283.

Zervas, G., Proserpio, D., & Byers, J. W. (2017). The rise of the sharing economy: Estimating the impact of Airbnb on the hotel industry. *Journal of marketing research*, 54(5), 687-705.