

acción empresarial

Jacques Bulchand y Santiago Melián
retratan las fortalezas de un sistema económico que está transformando el mundo de los negocios.



LA REVOLUCIÓN DE LA ECONOMÍA COLABORATIVA



79 Homo Sapiens Economicus



acción empresarial

Jacques Bulchand y Santiago Melián
retratan las fortalezas de un sistema económico que está transformando el mundo de los negocios.



LA REVOLUCIÓN DE LA ECONOMÍA COLABORATIVA



79 Homo Sapiens Economicus



#EconomíaColaborativaLibro

Uno de los sectores que más rápidamente está creciendo en todo el mundo es el de la economía colaborativa. Un nicho de mercado que gracias a internet y a las nuevas formas de consumo ha logrado un éxito sin precedentes. ¿La clave? Dar con una idea tan simple como eficaz: ofrecer diferentes formas de intercambio de bienes o servicios en distintas plataformas digitales. Solo por poner un ejemplo, en estos momentos el portal Airbnb comercializa más habitaciones y tiene más pernотaciones y presencia en países, destinos y ciudades que cualquier cadena hotelera en el mundo, aun habiendo sido fundado en 2008.

A pesar del origen común de los distintos modelos que conviven en la economía colaborativa, es difícil definir una forma única de intercambio, ya que son diversas las maneras y los fines a la hora de compartir estos bienes, servicios o contenidos. Justo para eso nace este libro. Para definirlos y aclararlos.

De la mano de Jacques Bulchand y Santiago Melián, dos grandes expertos del sector y profesores de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, se dan las respuestas a las preguntas que cualquiera podemos hacernos. «Con este texto queremos que quien dude si tiene algo que ofrecer en la economía colaborativa y a cambio de qué o si estaría satisfecho trabajando en ella, salga de dudas», dicen.



79 Homo Sapiens Economicus



Jacques Bulchand y Santiago Melián

79 Homo Supremus Economicus



LA REVOLUCIÓN DE LA
ECONOMÍA COLABORATIVA



MADRID BARCELONA BOGOTÁ
MÉXICO D.F. MONTERREY BUENOS AIRES
LONDRES NUEVA YORK SAN FRANCISCO SHANGHAI

Dedicatoria

A Lo, por esas horas de silencio y tranquilidad, sin las cuales este libro no habría visto nunca la luz.

A Litol por su paciencia y apoyo.

A Pitsu, por haber aportado aire fresco durante todo el proceso.

A Juan Ferrer, por obligarnos a ser más valientes y atrevidos en la redacción.

A Fernando Sáenz, por su lectura minuciosa y por sus aportaciones en forma de gráficos y otros contenidos, que ayudaron a enriquecer el documento, además de por su ayuda en la difusión.

A Freya, por haber renunciado a parte de su verano y días de asueto para leer una versión inicial de esta obra y darnos sus valiosas aportaciones.

A Desiderio, por sus múltiples sugerencias de páginas y modelos de negocio a incorporar al texto.

A José Luis Saavedra, por forzarnos a ir un poco más allá y a reflexionar sobre el futuro de la tendencia que estábamos describiendo.

A Eva, por ser la primera compradora y por sus sugerencias de mejora.

A Fernando Gallardo, por su dedicación al concepto y su ayuda en la difusión del libro.

A Cristina Suárez, Jorge Boedo y Luci, por sus puntualizaciones y confianza en el producto final.

También queremos agradecer a la Fundación Universitaria de Las Palmas y a William Secín, S.L. su colaboración.

Y, por supuesto, las últimas pero no por ello menos importantes, a nuestras familias, por su apoyo y colaboración.

ÍNDICE

PORTADA

CONTRAPORTADA

DEDICATORIA

PRESENTACIÓN

PARA QUIÉN ES ESTE LIBRO

1. INTRODUCCIÓN. EL ORIGEN DE LA ECONOMÍA COLABORATIVA

2. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS Y TIPOS DE ECONOMÍA COLABORATIVA

1. Terminología

Consumo colaborativo

[Economía colaborativa](#)

[Economía compartida \(sharing economy\)](#)

[Economía de los pares \(peer economy\)](#)

[Economía de las plataformas \(platform economy\)](#)

[Economía del pequeño encargo o de los bolos \(gig economy\)](#)

[Economía bajo demanda \(on-demand economy\)](#)

[Economía social](#)

[Economía del bien común](#)

[Economía circular](#)

[Ciudades colaborativas](#)

Conocimiento compartido

Lo que no se incluye en las definiciones vistas

2. Tipos de economía colaborativa

3. LA ECONOMÍA COLABORATIVA EN LOS SECTORES ECONÓMICOS

1. El turismo colaborativo

Alojamiento turístico en casas y apartamentos

Otros alojamientos

Experiencias turísticas

Comer en casa de alguien

Planificador de viajes con la economía colaborativa

[2. La economía colaborativa en el sector del transporte y la movilidad](#)

[3. La economía colaborativa en el sector financiero](#)

[Préstamos y divisas](#)

[Financiación colectiva \(crowdfunding\)](#)

[Monedas P2P: el bitc in y el blockchain](#)

[Monedas sociales](#)

[4. La economía colaborativa en el sector de la moda y el lujo](#)

[5. La economía colaborativa y el equipamiento infantil y juguetes](#)

[6. La economía colaborativa y la educación](#)

[7. La economía colaborativa en el sector servicios](#)

[Seguros colaborativos](#)

[Trabajo](#)

[Compra venta de energía entre particulares](#)

[8. La economía colaborativa en el sector de la alimentación](#)

[9. La economía colaborativa en el alquiler y compartición de bienes y servicios](#)

[10. Espacio físico para tareas profesionales](#)

[11. Ventas entre particulares](#)

[12. Las empresas como clientes en la economía colaborativa](#)

[13. Bancos de tiempo](#)

[14. Metasistemas de economía colaborativa](#)

[Sistemas para crear plataformas](#)

[Comparadores de economía colaborativa](#)

[Sistemas de ayuda a la gestión en la economía colaborativa](#)

[Asociacionismo entre freelancers o trabajadores de la economía colaborativa](#)

[Consolidadores de reputación](#)

4. CIFRAS DE LA ECONOMÍA COLABORATIVA

[1. Cifras relativas a las plataformas](#)

[2. Cifras relativas al número de usuarios](#)

[3. Impacto económico](#)

5. LOS CONSUMIDORES

[1. Seguridad en el uso de la economía colaborativa](#)

[2. Por qué usan los consumidores las plataformas de economía colaborativa y](#)

principales barreras encontradas

3. Perfil del consumidor en la economía colaborativa

4. Problemas en el uso de la economía colaborativa

6. TRABAJO Y FORMACIÓN

1. ¿Es trabajo lo que se hace en la economía colaborativa?

El criterio del lucro

El punto de vista económico

Conclusión

2. El mercado de trabajo en la economía colaborativa: el mercado laboral digital

3. Tamaño del mercado laboral digital

4. Estatus de los trabajadores

5. Una nueva forma de trabajar: inconvenientes y ventajas

Inconvenientes

Ventajas

6 Impacto del mercado laboral digital en el mercado de trabajo

7. Competencias para trabajar en la economía colaborativa

8. Mejoras al trabajo que se realiza en la economía colaborativa

7. CAMBIOS SOCIALES Y MEDIOAMBIENTALES

1. Las empresas en la economía colaborativa

2. La flexibilidad del modelo de la economía colaborativa

3. Impacto de la economía colaborativa en el entorno geográfico

[Los territorios y la vivienda vacacional](#)

[Los hoteles y la vivienda vacacional](#)

[4. Revisitando el aplanamiento mundial](#)

[5. La economía colaborativa y la sostenibilidad](#)

[6. La economía colaborativa y la distribución de riqueza](#)

[7. Adopción por la economía tradicional de modelos de la economía colaborativa](#)

[8. ¿Economía colaborativa para todos?](#)

8. EL NEGOCIO EN LA ECONOMÍA COLABORATIVA

[1. Fijación de precios](#)

[Dejar hacer \(Laissez-faire\)](#)

[Ayudando en la fijación del precio](#)

La plataforma fija el precio

2. El recorrido del dinero

3. La dimensión de las plataformas de la economía colaborativa

4. Modelos de ingresos de las plataformas de la economía colaborativa

5. Empresas que se comercializan en la economía colaborativa

6. Rentabilidad para el particular

7. Ética y economía colaborativa

8. Particulares en la economía colaborativa

9. REGULACIÓN Y FISCALIDAD

1. Opciones para regular la economía colaborativa

2. Legalidad de las actividades de la economía colaborativa

La responsabilidad de las plataformas

3. Fiscalidad en la economía colaborativa

Tributación de la plataforma

Tributación del prestador del servicio

Economía colaborativa y economía sumergida

4. Regulaciones por tipo de perfil

5. Restricciones a la implantación de la economía colaborativa, consecuencias y recomendaciones

10. TENDENCIAS DE FUTURO Y CONCLUSIONES

1. Tendencias de futuro

2. Conclusiones

Lo bueno de la economía colaborativa

Lo no tan bueno de la economía colaborativa

Los retos de la economía colaborativa

3. Escenarios futuros de la economía colaborativa

4. Conclusión final

BIBLIOGRAFÍA

ÍNDICE DE EMPRESAS Y PLATAFORMAS COLABORATIVAS

ÍNDICE DE ASOCIACIONES

NOTAS

JACQUES BULCHAND Y SANTIAGO MELIÁN

PÁGINA LEGAL

PUBLICIDAD LID EDITORIAL

PRESENTACIÓN

En un tema que en ocasiones genera una cierta controversia, como el de la economía colaborativa, creemos conveniente aclarar, antes de empezar, que como autores de este libro no somos ni pro, ni antieconomía colaborativa. Como investigadores universitarios, nos hemos intentado acercar al tema de la forma más objetiva posible.

En algunos casos, ya hemos sido usuarios de servicios de la economía colaborativa. En otros, aún no, porque todavía no están disponibles en la zona geográfica en la que vivimos o porque no nos ha apetecido usarlos, simple y llanamente.

Por tanto, el hecho de que escribamos este libro no significa que seamos defensores de la economía colaborativa. La vemos como un fenómeno de proporciones gigantescas, que ha llegado para quedarse y que requiere un debate reposado y razonado. Tras analizarla, entendemos que resulta necesaria una nueva regulación que contemple sus particularidades, que sea flexible en el tiempo e inteligente en su despliegue, a la altura de los retos que plantea. Esperamos que este libro contribuya al debate.

PARA QUIÉN ES ESTE LIBRO

Este libro está orientado a todos aquellos que quieran entender el fenómeno de la economía colaborativa. Qué es; qué tipos de economía colaborativa hay; su relación con otros términos como el de la economía compartida (sharing economy), la economía de los pares (P2P economy o peer-economy) y el consumo colaborativo; las razones por las que usamos la economía colaborativa y cómo funciona; los temas normativos, legales y fiscales asociados. En definitiva, trata de ser una obra que aglutine todo lo que hasta ahora sabemos sobre la economía colaborativa.

Un tópico en evolución

Este libro trata uno de los sectores que más rápidamente está creciendo y evolucionando en los últimos años. Por ello, y en primer lugar, resulta casi imposible garantizar que en el mismo hayamos abordado todas las facetas existentes y que todos los datos que aquí figuren estén completamente actualizados. Cualquier sugerencia de mejora, advertencia sobre errores, nuevos posibles contenidos para futuras versiones y cualquier crítica constructiva será más que bienvenida.

Sobre los ejemplos mencionados

Creemos importante recalcar que, de cada uno de los temas tratados en este libro, hay cientos de páginas y plataformas que abordan dichos temas con enfoques en muchos casos parecidos. Por lo tanto, sería imposible nombrar todas estas webs existentes en cada uno de los apartados. Ante esa tesitura, en cada caso hemos optado por elegir alguna o algunas páginas web, bajo criterios

subjetivos, de lo que consideramos más representativos en cuanto a presencia en los medios, antigüedad de la página, transacciones realizadas en la misma, existencia en lengua castellana, etc. Solo podemos garantizar que son todas las que están (si entre la inclusión en el libro y la publicación del mismo algunas de ellas no han cerrado), pero no están todas la que son.

En este sentido, este libro no ha sido realizado con la aportación económica, ni mediante algún otro tipo de colaboración, de ninguna de estas webs. Por tanto, lo que en ningún caso hemos utilizado es un criterio sesgado intentando promocionar una página u otra.

Cómo leer el libro

En la medida de lo posible, hemos intentado estructurar cada sección o capítulo de forma comprensible y a la vez independiente, de manera que el lector pueda ir saltando y leyendo los distintos apartados sin mayor problema. A pesar de ello, no siempre lo hemos logrado y en ocasiones hemos tenido que hacer referencias a temas mencionados en otros capítulos. En cualquier caso, creemos que el lector que no conozca en profundidad la economía colaborativa podrá comprender mejor este texto asumiendo, de forma imaginaria, cualquiera de los roles importantes en la economía colaborativa: el consumidor, el proveedor, el trabajador tradicional, las empresas afectadas, o las instituciones reguladoras.

Preguntas como: ¿tengo algo que ofrecer en la economía colaborativa? y ¿a cambio de qué?, ¿estaría satisfecho trabajando en la economía colaborativa?, ¿qué pensaría si fuera un profesional de un sector que se ve afectado por la economía colaborativa?, ¿encontraría yo este servicio en la economía colaborativa?, ¿qué ventajas e inconvenientes tiene respecto a un servicio equivalente de la economía tradicional?, y si yo fuera el regulador, ¿pondría normas que delimitaran su funcionamiento? pueden ayudar a comprender las múltiples facetas que definen esta economía digital.

Pensamos que no resultará difícil adoptar este enfoque durante la lectura, ya que como se verá, a fecha de hoy, la economía colaborativa está basada en los individuos. Por otra parte, también puede resultar más entretenido y ayudar a formarse una opinión en los aspectos más críticos.

**INTRODUCCIÓN.
EL ORIGEN DE
LA ECONOMÍA
COLABORATIVA**

La colaboración directa entre personas buscando un beneficio mutuo siempre ha existido. Probablemente, el caso más conocido y antiguo sea el del trueque. No obstante, ha sido el avance tecnológico lo que ha hecho que a esta colaboración se la etiquete de economía, al haber multiplicado por varios órdenes de magnitud su presencia e influencia.

Históricamente, las innovaciones tecnológicas importantes (por ejemplo, la máquina de vapor, la electricidad) siempre han generado un impacto en la economía, teniendo como consecuencias la creación de nuevas actividades empresariales, hábitos de consumo, ocupaciones profesionales y contenidos de trabajo. Ahora nadie duda de que las tecnologías de la información y las comunicaciones (en adelante, TIC) e internet han revolucionado la sociedad, la economía e incluso las personas.

En este contexto, uno de los resultados de la expansión de Internet ha sido la emergencia de la economía colaborativa. Si bien en la actualidad estamos empezando a percibir algunos de los efectos de esta economía, autores como Rifkin (2014) pronostican que el cambio que se va a producir es de un calado con pocos precedentes en la historia de la humanidad. Él indica que el auge del internet de las cosas (internet of things, IoT) y del coste marginal cero (la capacidad de producir unidades adicionales de bienes y servicios casi sin coste) dará lugar a un nuevo paradigma económico que él denomina «el procomún colaborativo».

La economía colaborativa acoge diferentes formas de intercambio de bienes o servicios basadas en plataformas alojadas en internet. Estas formas de intercambio cubren un amplio espectro, desde los casos en que compartimos por el mero placer de hacerlo hasta los casos en los que sobre todo buscamos el

beneficio económico.

Más concretamente, podemos enmarcar el origen de la economía colaborativa en una serie de tendencias que han confluído en el tiempo:

Tecnología. El ya mencionado auge de la tecnología, en todas sus facetas es, probablemente, uno de los principales impulsores de la economía colaborativa. Desde el uso habitual de ordenadores en distintos ámbitos, la popularización y alcance de internet, las redes sociales y, por supuesto, la generalización del teléfono móvil.

Sostenibilidad. El interés global por la sostenibilidad como uno de los impulsores de la economía colaborativa (menor consumo de recursos, menor huella de carbono, aprovechamiento de activos infrautilizados, compartición, etc.) suele ser citado como uno de los impulsores del fenómeno. Aunque podemos estar de acuerdo en parte con esta afirmación, entendemos que la relación entre la economía colaborativa y la sostenibilidad no es tan directa o evidente como a veces parece.

Activos infrautilizados. Relacionado con el punto de la sostenibilidad, podemos afirmar que la existencia de activos infrautilizados de todo tipo debido, principalmente, al aumento del nivel de vida y a la disminución de los costes de producción de muchos bienes, han causado la existencia de una gran cantidad de activos infrautilizados, tales como coches, bicicletas y juguetes infantiles, entre otros muchos.

Confianza. No creemos que sea correcto decir que, globalmente, estemos en una era de mayor confianza entre las personas. Al contrario, probablemente sería correcto afirmar lo contrario. Lo que sí es cierto es que la tecnología ha permitido crear mecanismos para facilitar la confianza entre desconocidos. Nos

referimos, principalmente, a los sistemas de valoración. Este tema será tratado en un capítulo del presente libro dedicado a las razones por las que las personas utilizan la economía colaborativa.

Crisis. Se suele mencionar la crisis global que se produjo a finales de la primera década del siglo como una de las causas del auge de la economía colaborativa. No coincidimos totalmente con esta visión o, al menos, pensamos que su impacto en el crecimiento de este tipo de intercambios sea algo menor de lo que en ocasiones se le atribuye.

Emprendimiento, capital riesgo y la búsqueda de unicornios. En el ámbito empresarial se entiende como unicornio una empresa con un valor mayor de mil millones de dólares. Desde hace un par de décadas vivimos una época de un auge del emprendimiento y la existencia de capital riesgo, dispuesto a invertir grandes cantidades de dinero en la búsqueda de los citados unicornios, aun a costa de soportar pérdidas multimillonarias durante muchos años. Creemos que el tamaño global de muchas de las plataformas que operan en la economía colaborativa tiene su origen en este tipo de dinámicas de los mercados de capital.

A pesar del origen común de los distintos modelos que conviven bajo el paraguas de la economía colaborativa, es difícil definir una forma única de intercambio propia de la misma, ya que además de la distinta finalidad de la relación, existen diferentes maneras de intercambiar o compartir estos bienes, servicios o contenidos. Por ejemplo, la plataforma puede intervenir o no en el precio del intercambio, o los proveedores de los servicios pueden ser analizados y evaluados en mayor o menor medida antes de formar parte de la plataforma o durante su vinculación con la misma. No obstante, existen puntos comunes a todas estas maneras actuales de consumo. Estos, junto con las diferencias existentes, se tratarán en este libro.

A su vez, estas formas de colaboración, trabajo y consumo propiciadas por internet, que ya se iniciaron de forma rudimentaria en el siglo XX, pero que son un desarrollo propio del siglo XXI, trascienden al mero intercambio comercial. Tienen importantes efectos en aspectos como la economía local, el emprendimiento, los negocios tradicionales, el trabajo y su regulación, y las competencias requeridas a los trabajadores. Estas cuestiones también serán expuestas en las secciones que siguen a esta introducción.

Las dimensiones que ha alcanzado la economía colaborativa demandan un estudio de la misma, así como organizar el conocimiento en torno a los aspectos que mejor la representan. Solo por poner un ejemplo, en estos momentos el portal Airbnb afirma que ya comercializa más habitaciones y tiene más pernoctaciones y presencia en países, destinos y ciudades distintas que cualquier cadena hotelera en el mundo, a pesar de haber sido fundado en 2008. De forma más concreta, Goudin (2016) estima a nivel teórico que el potencial de esta economía podría ser de casi 600 mil millones de euros en Europa, basando sus cálculos en la infrautilización de recursos (humanos y materiales) que existe actualmente y que esta economía permitiría aprovechar. Abundaremos sobre estas cifras en uno de los capítulos del presente libro.

Resulta muy difícil de prever, en general, hasta qué punto transformará la economía colaborativa a los individuos, a las empresas y a la sociedad. Si se acaban generalizando algunas de las tendencias que estamos viendo en estos primeros años de desarrollo del fenómeno, podríamos encontrarnos en una nueva sociedad, con repercusiones similares a las causadas por la Revolución Industrial o por la revolución digital.

Podríamos llegar a una sociedad en la que la propiedad de los bienes cada vez sea menos relevante, ya que en la gran mayoría de los casos utilizaremos servicios cuando los necesitemos (en vez de comprar un coche, utilizamos uno, con o sin conductor y pagamos la tarifa por su uso). Una sociedad en la que las empresas sean cada vez menos relevantes a medida que son los individuos o pequeños grupos de individuos los que fabrican bienes y producen servicios,

actuando la tecnología como conector.

Pero, ¿se acabarán generalizando estas tendencias? ¿O poco a poco la economía colaborativa se acabará diluyendo y pasará a formar parte de las estructuras económicas consolidadas y existentes? Es complejo dibujar un escenario con tantas variables desconocidas aún. Lo que sí parece claro es que el futuro se presenta más apasionante que nunca.

**DEFINICIÓN DE
TÉRMINOS Y TIPOS
DE ECONOMÍA
COLABORATIVA**

Para empezar, creemos necesario aclarar qué es la economía colaborativa y hacer referencia a un amplio abanico de términos que también se suelen utilizar para denominar a una variopinta gama de fenómenos. En ocasiones, estos términos se usan como si fueran sinónimos, lo cual creemos que es un error.

Recientemente, Cheng (2016) llevó a cabo una revisión de las publicaciones realizadas sobre economía colaborativa. Uno de sus hallazgos es la existencia de definiciones diferentes pero que, a la vez, tienen ciertos elementos comunes. El autor comenta que, aunque su origen está asociado a iniciativas no lucrativas (por ejemplo, la plataforma Couchsurfing en la que el alojamiento no conlleva un pago por parte del visitante), la economía colaborativa ha evolucionado hasta ser un gran modelo de negocio que comparte mercado con otras actividades empresariales, como ocurre, por ejemplo, con Airbnb y los hoteles.

En la misma línea, Eckhardt y Bardhi (2015) exponen que compartir es una forma de intercambio social entre individuos que se conocen y que no implica un beneficio económico. Por tanto, los intercambios realizados en plataformas como Uber y Airbnb, no son un proceso de compartición, sino un intercambio económico con valor utilitario más que social. Los autores prefieren llamar a este último tipo de intercambio economía de acceso. Por tal se refieren al hecho de que la misma permite, en vez de la propiedad, acceder temporalmente a un bien por motivos de conveniencia y de coste.

En cualquier caso, ya en la introducción expusimos que la economía colaborativa engloba diferentes formas de intercambio y relación entre personas, unas más parecidas entre sí y otras más diferentes. Estas modalidades de intercambio pueden asimilarse más a un proceso de compartición o, alternativamente, a un intercambio económico. Partiendo de que siempre hay

una plataforma tecnológica intermediadora, Botsman y Rogers (2010) y Stokes et al. (2014) proponen las siguientes posibilidades:

Consumo colaborativo. Intercambio de bienes y servicios entre personas. El intercambio puede consistir en la venta, trueque, alquiler, o préstamo y puede ser gratuito, de pago monetario o basado en un acuerdo entre las partes. Aquí se incluyen la mayor parte de los portales más conocidos.

Producción colaborativa. Personas o grupos que comparten conocimiento y herramientas para conseguir de forma rápida prototipos y una producción descentralizada.

Aprendizaje colaborativo. Personas que comparten y difunden conocimiento basándose en la web y en las tecnologías digitales.

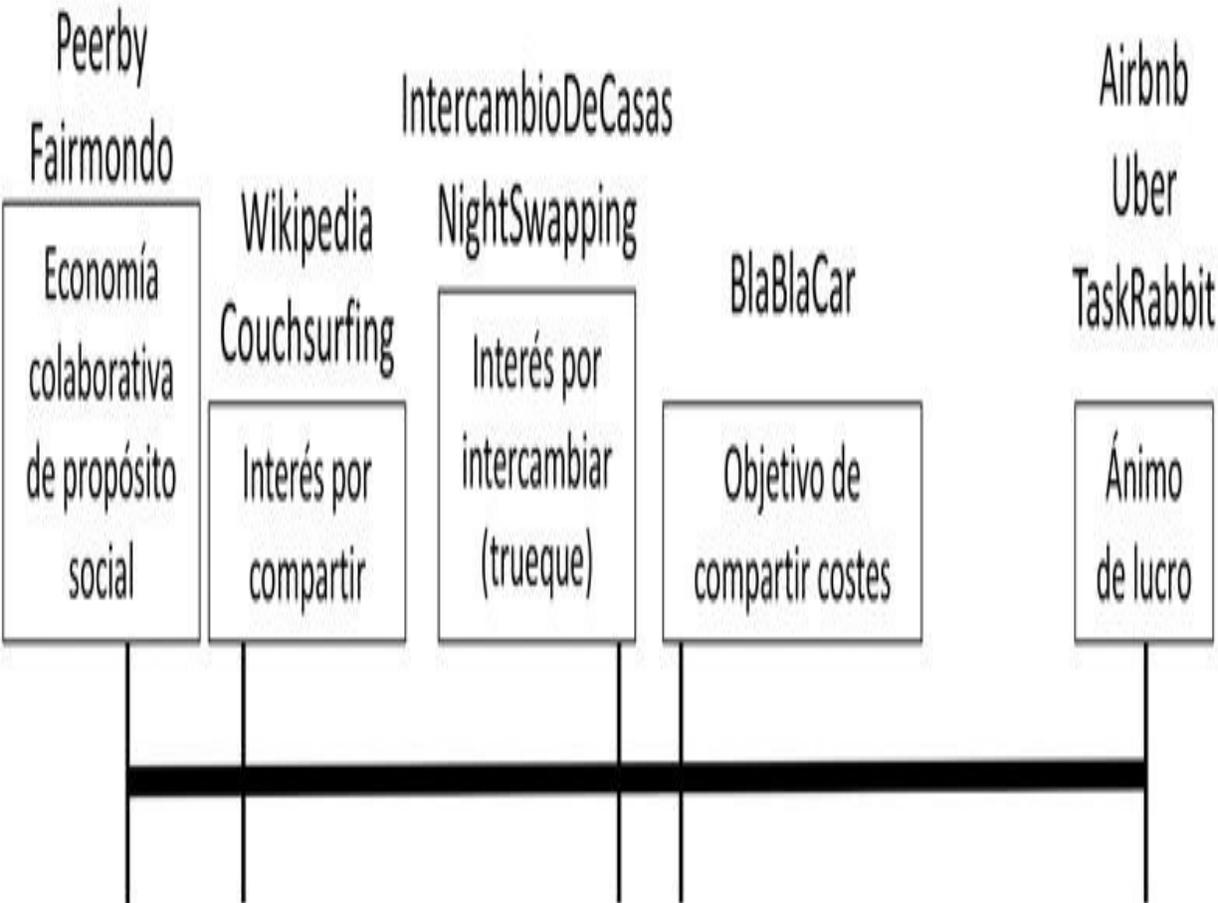
Finanzas colaborativas. Iniciativas de crowdfunding o financiación colectiva (basadas en el endeudamiento o en la propiedad), prestamos entre particulares, o sistemas alternativos de moneda.

Gobierno colaborativo. Sistemas y herramientas para gestionar de manera descentralizada y participativa una comunidad.

En cada una de las anteriores cinco manifestaciones de la economía colaborativa, puede haber iniciativas que realmente consisten en un proceso de compartición de recursos y otras que lo que pretenden es un intercambio económico. En la figura 2.1 hemos representado distintos modelos de portales de la economía colaborativa en un continuo que va desde el mero hecho de compartir,

denominado economía colaborativa de propósito social por la Comisión Europea (2016c), hasta el puro intercambio económico con ánimo de lucro. En medio de estos extremos hemos situado a las interacciones que buscan compartir los costes de una actividad y los intercambios basados en el trueque. Somos conscientes de que no siempre es fácil situar a una plataforma en este continuo y que muchas de ellas realmente pertenecen a varias de las categorías que se muestran en la figura.

Figura 2.1. Espectro de plataformas en la economía colaborativa



Interés lucrativo →

← Interés social

Partiendo de lo descrito hasta ahora, en este libro definiremos la economía colaborativa de la siguiente manera:

Es la venta, intercambio o cesión de productos o servicios, principalmente por p

Dicho de otra forma, a nuestro juicio hay siete P que definen la economía colaborativa:

Son los Particulares...

...los que Producen...

...usando medios Propios...

...y ponen a disposición de sus clientes productos y servicios mediante Plataformas tecnológicas...

...logrando, dado el caso, ocupaciones principalmente a tiempo Parcial...

...sin alcanzar el tamaño de una Pyme...

y manteniendo el Poder en la toma de decisiones.

Dado el continuo cambio que caracteriza a la economía y sociedad actuales, puede ser un poco precipitado pedir que un intercambio cumpla todos los requisitos anteriores para calificarlo de economía colaborativa. No obstante, entendemos que en la medida que los cumpla será más representativo de lo que

en estos momentos ocurre en este ámbito.

Por ejemplo, en Airbnb, HomeExchange y Couchsurfing las personas ceden sus casas o habitaciones usando una plataforma tecnológica que conecta al anfitrión con el huésped. No obstante, como se comentará más adelante, la primera implica un intercambio económico, la segunda se basa en el trueque, y en la tercera se comparte sin esperar nada a cambio. Siguiendo el mismo modelo, en Uber, también mediante una plataforma tecnológica, las personas ofrecen el servicio de transporte de pasajeros en sus vehículos particulares, y en TaskRabbit las personas ofrecen sus habilidades y conocimientos para llevar a cabo, sobre todo, tareas físicas.

La definición anterior nos vale para distinguir lo que engloba la economía colaborativa frente a otros modelos económicos existentes:

Las personas son las que actúan como proveedores. Tradicionalmente, la mayoría de los fabricantes de productos y los prestadores de servicios han sido empresas. En el modelo de la economía colaborativa son las personas, y no las empresas, las protagonistas del proceso. No obstante, el desarrollo de la economía colaborativa ha evidenciado que algunas empresas se han incorporado a las plataformas de intermediación.

Por tanto, en ocasiones, hay empresas que aprovechan las plataformas de la economía colaborativa para vender sus productos o servicios. Por ejemplo, es posible que una empresa fabrique productos con apariencia artesanal y utilice Etsy como canal de comercialización; o que una agencia inmobiliaria utilice Airbnb para alquilar sus apartamentos. En general, consideraremos que, aunque las plataformas correspondientes sí son plataformas de economía colaborativa, estos casos específicos de ventas por parte de las empresas quedarían fuera de la definición de economía colaborativa.

En este sentido, los informes de la Comisión Europea de junio de 2016

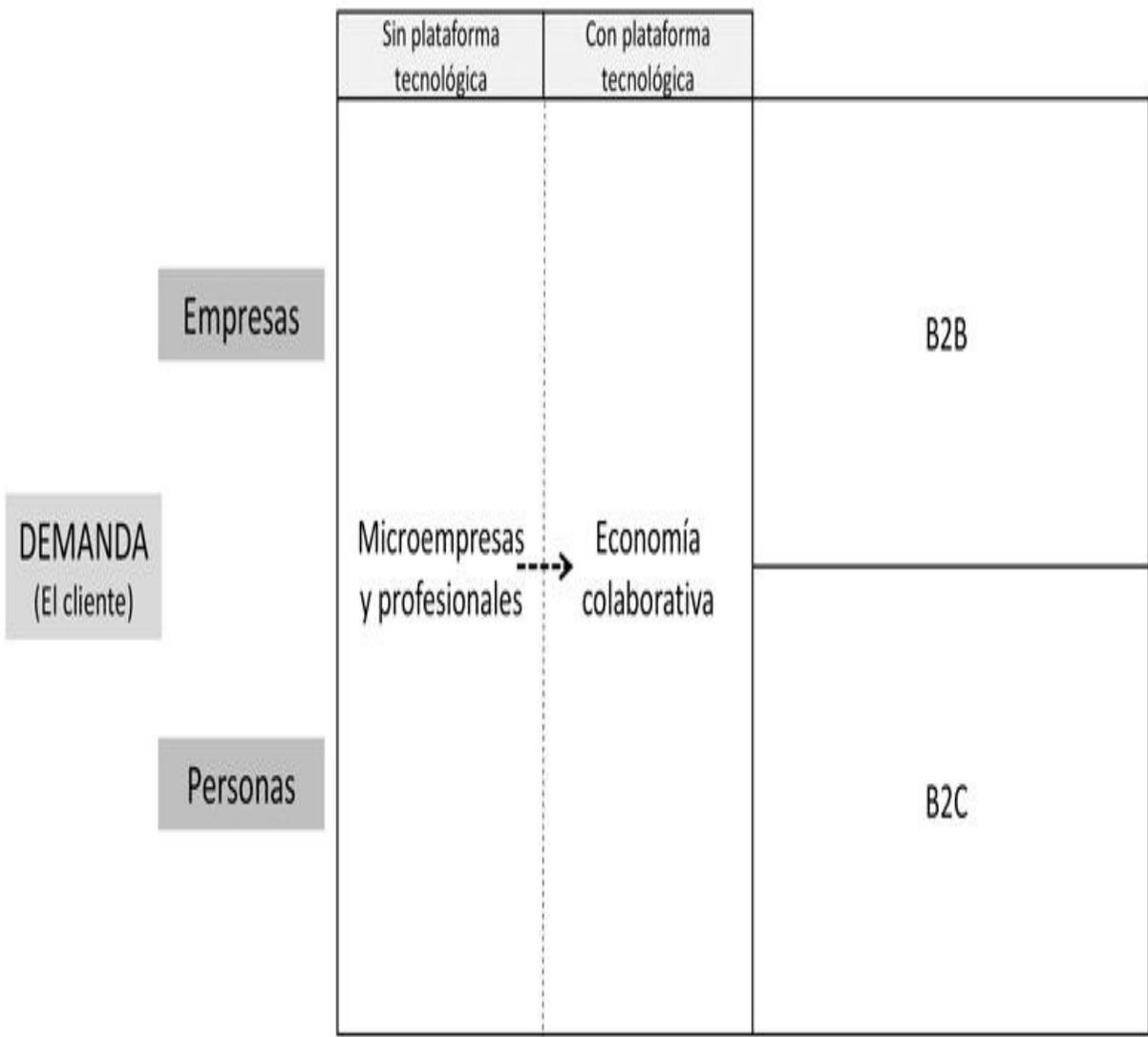
(Comisión Europea, 2016a,b[1]) incluyen en la definición de economía colaborativa, junto a las personas, a otros actores como los microemprendedores y los pequeños negocios. También Sundarajaran (2014) nombra estos últimos. En cualquier caso, se hace énfasis en dos grandes tipos de proveedores: amateurs y profesionales.

Plataformas tecnológicas de intermediación. Frente a un modelo clásico de conexión entre cliente y proveedor llevado a cabo físicamente, o a través de un medio digital para la comunicación directa (el correo electrónico o una página web de la persona que vende), en este caso hay un intermediario que crea una plataforma tecnológica en donde se agrupa y compara toda la oferta y se pone a disposición de los clientes.

¿Y sin tecnología no puede haber colaboración, podríamos preguntarnos? ¿Es que acaso los múltiples ejemplos históricos en los que las personas colaboraban antes de Internet no son modelos válidos de colaboración? Por supuesto que sí. Pero, a nuestro juicio, es la llegada de internet lo que causa el apalancamiento de estos modos de colaboración, lo que los multiplica exponencialmente y lo que permite que alcancen cotas e impactos nunca vistos, constituyendo lo que podríamos llamar una economía como tal. Los modelos previamente existentes de colaboración entrarían dentro de otros conceptos, como economía social o consumo colaborativo, que explicaremos a lo largo de este capítulo.

En la figura 2.2 se puede observar en qué ámbitos se sitúa actualmente la economía colaborativa.

Figura 2.2. Economía colaborativa en función de la oferta y la demanda



OFERTA
 El que ofrece los productos o servicios

Profesionales: Capacitación específica, continuidad temporal, actividad principal
Amateurs: Sin capacitación específica, discontinuidad temporal, actividad complementaria

La figura recoge, por una parte, las relaciones comerciales que todo el mundo conoce entre empresas (B2B) y entre empresas y personas (B2C). Por otra parte, están representadas las también relaciones tradicionales (sin plataformas tecnológicas) entre personas que actúan como proveedores (microempresas y profesionales) y personas y empresas como clientes. Finalmente, aparece la economía colaborativa que aglutina los intercambios basados en plataformas entre los individuos como proveedores y empresas u otros individuos como clientes. Esta economía no es un compartimento estanco, sino que sus actores también están presentes en la actividad económica tradicional (de ahí la línea discontinua que aparece en la figura). También hemos indicado con una flecha la tendencia de los pequeños emprendedores a usar la economía colaborativa como canal de comercialización.

Además de las dos características anteriormente citadas (que los proveedores son básicamente individuos, y no organizaciones, y que se usan plataformas digitales para la conexión), hay otros rasgos inherentes a la economía colaborativa:

Presencia de valoraciones previas. En las plataformas suele haber valoraciones de clientes que han comprado los productos o experimentado los servicios previamente. Estas valoraciones tienen una doble utilidad:

Por una parte, reducen la asimetría de información que caracteriza a la economía colaborativa, en comparación con la economía tradicional, ya que los consumidores no tienen otras referencias que, en algunos casos, sí pueden encontrar en la economía fuera de internet (por ejemplo, las instalaciones de la empresa, la apariencia física de los trabajadores, los recursos con los que cuenta, etc.). Esta reputación en línea del proveedor ayuda a los nuevos clientes a elegir entre los productos y servicios ofertados y se convierte en un elemento clave en el proceso de intercambio.

Por otra parte, la recomendación de los clientes se convierte en uno de los principales motores de expansión de la economía colaborativa, ya que atrae

consumidores de intereses y gustos similares hacia ofertas diversas.

La oferta excede ampliamente a la demanda. En muchos casos se trata de servicios o de productos que mucha gente puede producir. Por ello, la oferta disponible en este tipo de plataformas suele ser bastante amplia, encontrando una parte significativa de la oferta que tiene escasa o nula demanda, tal y como detallaremos más adelante. Se producen, asimismo, con cierta rapidez, procesos de especialización diferencial de la oferta que permiten la microsegmentación y ajustes muy finos con la demanda de tipos de clientes con necesidades y deseos específicos (un modelo tipo larga cola).

En general, es una ocupación a tiempo parcial. Por lo menos hasta ahora, la economía colaborativa no es una ocupación laboral a tiempo completo. Aunque la evidencia es limitada, parece que la mayor parte de los proveedores en la economía colaborativa tienen o necesitan otra u otras ocupaciones profesionales para generar los ingresos suficientes para vivir. En este sentido, la economía colaborativa es frecuentemente elegida como una fuente de ingresos complementarios. Por otra parte, existen casos de trabajadores en la economía colaborativa que realizan varias actividades distintas, pertenecientes a la economía colaborativa, a lo largo de un mes, incluso a lo largo del día, de cara a generar, con el conjunto de estas, unos ingresos razonables. Por ejemplo, conducen un coche para una plataforma tipo Uber, alquilan una habitación de su casa a través de Airbnb y sirven como guías turísticos a través de ToursBylocals.

El cuadro 2.1 resume la información básica sobre la actividad que se realiza en la economía colaborativa.

Cuadro 2.1. Caracterización de la economía colaborativa

■

Definición	Venta, intercambio o cesión de productos o serv
Características	<ul style="list-style-type: none">• El proveedor es un individuo.• Conexión entre
Ejemplos más representativos	Alquiler de viviendas: Airbnb. Transporte de p:

■

Cada vez es más complejo afirmar que una plataforma actúa, o no, en el ámbito de la economía colaborativa. El motivo más frecuente suele ser encontrar que, dentro de la misma plataforma, existen distintos tipos de prestación de servicios, algunos de los cuales sí cumplen con las características para ser considerados como un intercambio colaborativo, mientras que otros no.

Por ejemplo, si tomamos el caso de Airbnb veremos que dentro de una misma plataforma encontramos muchos tipos de anfitriones y alquileres. De esta manera, podemos clasificar los casos de alquiler ofertados en Airbnb en las siguientes categorías:

Anfitrión de habitaciones. Alquila una o varias habitaciones de su vivienda habitual. Es decir, reside en la misma vivienda en la que alquila habitaciones. La lógica señala que podría tener como principal objetivo el de compartir los gastos de la vivienda, con un modelo cercano al de BlaBlaCar. Es, por ello, una modalidad que realmente podríamos denominar colaborativa.

Anfitrión ocasional. Alquila su vivienda habitual cuando está fuera de la misma, por ejemplo, durante sus vacaciones. Hay que tener en cuenta que algunas ciudades están empezando a permitir únicamente este tipo de anfitriones en el caso de viviendas completas, fijando un límite en 60 días para el caso de Ámsterdam o 90 días para el caso de Londres, al menos si se quiere hacer sin poseer una licencia específica. Es un caso que encaja muy bien en el concepto original de la economía colaborativa, en lo referido a sacar provecho de un recurso particular ocioso, por lo que también entendemos que es correcto encuadrarlo en el concepto de colaborativo tal y como se ha definido.

Anfitrión de pensión. Es un caso similar al del anfitrión de habitaciones, pero con la diferencia de que el anfitrión no vive en la vivienda que alquila por habitaciones; él vive en otro lugar, normalmente cercano a la vivienda en

alquiler. Sería un modelo menos colaborativo que los dos anteriores, más centrado en el rendimiento económico.

Anfitrión de segunda residencia. Se trata de un caso muy similar al anterior: dispone de una segunda vivienda que alquila la mayor parte del año (6 meses o incluso más), incluso todo el año si se trata del caso de un pequeño inversor que ha comprado una vivienda con el propósito de alquilarla. Al igual que el anfitrión de pensión, es un modelo orientado a la búsqueda del rendimiento económico.

Anfitrión cuasiprofesional. En este caso, se trata de un pequeño inversor que dispone de varias viviendas que alquila a través de Airbnb, dedicando a ello casi una jornada laboral completa o, alternativamente, contratando a alguien para que haga las gestiones necesarias. En algunos casos, en la plataforma aparecen varios perfiles distintos alquilando, cada uno, una o dos viviendas, aunque realmente la gestión de todas ellas las lleva a cabo la misma persona. Es habitual que, si todo funciona correctamente, poco a poco vaya asumiendo más viviendas de familiares y amigos para obtener una sinergia en el proceso. Se trata de un caso bastante alejado del modelo colaborativo, teniendo poco o nada del mismo, ya que incluso suele ser normal que el check-in no lo haga el propietario, existiendo poco o nulo contacto entre el cliente y el anfitrión.

Anfitrión profesional. Se trata de la extensión del caso anterior. Inversores con más capacidad económica que van adquiriendo distintas viviendas, en ocasiones varias en un mismo edificio para favorecer las sinergias, y las alquilan de diversas formas en las plataformas con un interés lucrativo únicamente. Se trata de un caso que no se puede denominar colaborativo.

Por lo tanto, no siempre será sencillo catalogar una plataforma o un conjunto de actividades como parte de la economía colaborativa. En ocasiones, será necesario un análisis detallado para entender en qué medida las actividades que

se desarrollan pueden ser consideradas como parte de este movimiento.

1. Terminología

Como ya hemos advertido, para describir este fenómeno que supone la economía colaborativa y otros similares se utilizan distintos términos, en ocasiones incluso de forma intercambiable, sin que en realidad lo sean. Los siguientes apartados recogen estas denominaciones con una explicación del tipo de actividades que creemos se ajustan mejor a las mismas. La idea es entender en qué medida se adaptan al fenómeno global o, en su caso, con qué modalidad específica de colaboración o intercambio encajan mejor.

Vaya por delante que somos conscientes de que la realidad es mucho más difusa y borrosa de lo que pretende la clasificación que sigue. Las cosas no son blancas ni negras, sino que tienen un amplio espectro de matices y de grises. Hemos intentado adoptar algunos criterios de referencia, pero entendemos que el lector pueda no estar de acuerdo completamente con los mismos.

Antes de empezar con cada uno de los conceptos, quisiéramos indicar que los términos que han ganado mayor popularidad son economía colaborativa (en castellano), collaborative economy (en inglés en Europa) y sharing economy (en inglés en EE.UU.) Curiosamente, se puede comprobar que no son exactamente una traducción el uno del otro. Economía colaborativa sería más bien collaborative economy, mientras que sharing economy se traduciría por economía compartida o economía de la compartición.

Como explica John (2016), el término sharing se utiliza como lo conocemos hoy en día desde hace menos de 100 años, es decir, asociado a valores de apertura, confianza y reciprocidad, empleándose como contraposición a materialismo. El propio John reconoce que, probablemente, muchos de los usos que se hacen de esta palabra en el ámbito de la economía colaborativa no sean los más

apropiados. De forma similar se manifiestan autores de referencia en este ámbito como Sundarajan o Botsman[2], al reconocer que muchos de los usos que se hacen del término sharing hacen referencia a intercambios que no deberían ser calificados como tales.

Debido a ello, hemos elegido como referencia para este libro, al estar escrito en lengua castellana, el término economía colaborativa. A continuación, explicamos en primer lugar de donde proviene el consumo colaborativo y luego iremos introduciendo todas las demás denominaciones: economía colaborativa, economía compartida (sharing economy), economía de las plataformas, economía del pequeño encargo (gig economy) y economía bajo demanda (on-demand economy). Finalizaremos con una breve referencia a los conceptos de economía social, economía del bien común, economía circular, ciudades compartidas y conocimiento compartido.

Consumo colaborativo

Se trata del primer término que aparece alrededor de este movimiento (Felson y Spaeth, 1978; Botsman y Rogers, 2010). Normalmente, el término consumo colaborativo se orienta a la idea de que las personas comparten sus bienes evitando de esta forma un exceso de consumo y la compra innecesaria de productos que luego no serán utilizados. Con ello se genera un consumo más responsable y razonable, más sostenible y menos demandante de los recursos del planeta.

Buena parte de estos conceptos se introdujeron en el libro *What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption* de Rachel Botsman y Roo Rogers (Botsman y Rogers, 2010). Rachel Botsman indica que el consumo colaborativo ha pasado por una serie de etapas: programadores que comparten su código; compartición de lo que hacemos en nuestro día a día en redes sociales; compartición de lo que creamos digitalmente (vídeos, música, fotos, etc.); y la etapa actual en la que compartimos nuestros bienes.

En español, creemos que resulta recomendable la obra *Vivir Mejor con Menos: Descubre las ventajas de la nueva economía colaborativa* de Cañigual (2014). Aunque en el título se nombra a la economía colaborativa, a nuestro juicio el libro trata más bien de lo que aquí hemos denominado consumo colaborativo. El propio Cañigual explica que el consumo colaborativo es la puerta de entrada a la economía colaborativa, visión con la que estamos de acuerdo.

En resumen, entendemos adecuado el uso del término consumo colaborativo para los casos en los que se lleva a cabo un proceso de colaboración entre individuos para consumir de una manera más sostenible y responsable.

Economía colaborativa

Como generalización del concepto del consumo colaborativo aparece el de economía colaborativa. Se trata del término más utilizado actualmente en castellano. Se mantiene el concepto «colaborativo», puesto que existe la idea implícita de que en este tipo de economía se está llevando a cabo algún tipo de colaboración entre el proveedor del servicio y el cliente. Esto es debido a que se entiende que ambas partes tienen que estar de acuerdo para que el consumo tenga lugar (por ejemplo, el momento en el que se entregan las llaves de un apartamento).

Aunque lo anterior puede parecer idílico y proporciona un cierto romanticismo a estos servicios en los que las empresas no intervienen, la realidad, a nuestro juicio, es diferente.

A medida que las plataformas han ido evolucionando, esa supuesta colaboración ha sido desplazada por el comercio en la mayoría de los casos. Hoy en día, las personas ofrecen productos y servicios a precios de mercado y otros individuos, o incluso las empresas, compran y pagan por ellos. Aunque el hecho de que el intercambio tiene lugar entre individuos podría apuntar hacia una actitud de mayor colaboración de los clientes, no creemos que este hecho sea suficiente justificación para nombrar a todo lo que se desarrolla en esta economía como economía colaborativa.

Por otra parte, y haciendo de abogados del diablo, podríamos decir que en la economía tradicional también tiene que haber un proceso de colaboración. El recepcionista de un hotel tiene que «colaborar» con sus huéspedes para entregarles las llaves y explicarles el funcionamiento del hotel; un taxista debe «colaborar» con sus pasajeros para llevarle al punto de destino; y así sucesivamente.

A pesar de todo lo anterior, la realidad es que se ha convertido en uno de los términos más utilizados hoy en día y creemos que, de todas las opciones disponibles, es el que se ajusta relativamente mejor al fenómeno en su totalidad. Esta es la causa por la que hemos decidido utilizarlo en este libro, aunque no estemos totalmente de acuerdo con él.

Por tanto, utilizaremos el término economía colaborativa para hacer referencia a la globalidad del fenómeno, al conjunto de plataformas digitales existentes que permiten la conexión entre los individuos que proveen bienes o servicios y los consumidores que los adquieren.

Recordemos que hemos definido economía colaborativa como «la venta, intercambio o cesión de productos o servicios, principalmente por parte de individuos, mediante plataformas tecnológicas en línea que permiten la conexión y gestión de la relación entre los proveedores y los consumidores usando los proveedores medios propios, disponiendo de autonomía para organizarse y sin alcanzar el tamaño de una pyme».

Economía compartida (sharing economy)

Entendemos que el nombre de economía compartida (Gold, 2004; Sacks, 2011; Belk, 2014; Matzle, Veider y Kathan, 2015; Sundararajan, 2013) es válido para un número limitado de casos en que los productos o servicios son realmente compartidos. Por ejemplo, cuando ofrecemos nuestro sofá en Couchsurfing sin esperar, en principio, nada a cambio; o cuando entregamos nuestro conocimiento también sin esperar una compensación económica, en la Wikipedia.

La realidad es que, en los casos más conocidos, dentro de esta nueva economía, hay un intercambio monetario como contraprestación a los servicios (por ejemplo, Airbnb, Uber, TaskRabbit, Upwork, entre otros), sin que realmente se lleve a cabo una compartición como tal.

No obstante, tal y como comentábamos, sí que hay algunos casos de intercambio de productos, servicios y conocimientos sin compensación económica específica. Las personas comparten lo que saben y prestan sus pertenencias sin esperar una recompensa más allá de la satisfacción de haber compartido y ayudado a otros. Por lo tanto, creemos que economía compartida puede ser un término válido para determinados casos puntuales de todos los existentes dentro del fenómeno global de la economía colaborativa.

A pesar de estas limitaciones respecto a lo que realmente engloba, el término sharing economy es el más popular en la actualidad en lengua inglesa, sobre todo en el contexto norteamericano. No obstante, distintos autores que critican el uso generalizado de este término.

Economía de los pares (peer economy)

El término economía de los pares o economía P2P (peer economy, peer-to-peer economy) (Bauwens, 2012) también se ha utilizado, derivado de una de las tecnologías con las que comenzó el movimiento: las redes informáticas a través del cual los pares, los iguales, intercambiaban contenidos digitales. Entre otros, recordamos algunos servicios desaparecidos o con bajo nivel de uso actualmente como Napster, Gnutella, Kazaa, Ares o Emule. En 2017, el más conocido de estos servicios es la red basada en el protocolo BitTorrent, que requiere de programas como Vuze para poder acceder a los archivos existentes en la red que utiliza dicho protocolo.

Desde nuestro punto de vista, este concepto tiene un ámbito muy reducido, ya que en la mayoría de los casos los intercambios y venta de servicios se llevan a cabo entre dos individuos que no son realmente pares.

Aunque es cierto que los productores de bienes y los prestadores de servicios no son corporaciones, para considerar a dos individuos como pares entendemos que deberían ser iguales. A pesar de que los que tienen una relación comercial pueden ser iguales en las variables demográficas, no son iguales en el sentido de poseer los bienes que les permiten vender productos y servicios. Cuando se realiza un intercambio de casa, los que intercambian deben ser iguales y tener una casa, por lo que este sí sería un intercambio P2P. Sucede lo mismo con las redes digitales P2P, en las que un usuario dispone de un ordenador y unos contenidos que pone a disposición de la comunidad y, a su vez, recoge y descarga otros contenidos desde los ordenadores de otros miembros de la comunidad.

Sin embargo, cuando alquilamos una habitación o un apartamento, o nos subimos a un Uber, no necesitamos poseer y alquilar un lugar o ser conductores

a su vez. Del mismo modo, aunque las partes que negocian un producto en Etsy son personas interesadas en los productos de artesanía, poco más tienen en común. Uno produce bienes; el otro compra y los utiliza. Por lo tanto, no creemos que sea correcto denominar al fenómeno global economía de los pares, debiendo usar este término solo para casos muy específicos, como el ya citado de intercambio de casas.

Economía de las plataformas (platform economy)

Como ya comentamos anteriormente, un elemento básico de la economía colaborativa es la existencia de una plataforma digital de conexión entre clientes y proveedores. De ahí que también haya aparecido el nombre de economía de la plataforma.

En determinados casos la plataforma no tiene un mero papel de punto de contacto entre clientes y proveedores. En ocasiones, las plataformas se encargan de fijar los precios, no solo de recomendarlos a los proveedores, o fuerzan a los mismos a aceptar las peticiones de servicios que la plataforma les asigne para mantener su perfil activo, entre otras interferencias en la relación entre clientes y proveedores.

A nuestro juicio, el nombre de economía de la plataforma se ajusta bastante bien al fenómeno que estamos examinando en este libro. No obstante, hemos preferido no utilizarlo porque entendemos que, en castellano al menos, se trata de un término poco conocido.

El Departamento de Comercio de EE.UU. ha publicado un informe (Telles, 2016) en el que denomina a esta economía la de las digital matching firms (empresas digitales de emparejamiento). En este informe indican las razones por las que entienden el uso de los términos compartida o colaborativa como incorrectos. Coincidimos con el planteamiento que hacen, pero no creemos que se vaya a producir una sustitución global de la forma de referirnos al fenómeno, renunciando a términos tan utilizados ya como sharing economy o collaborative economy para adoptar la denominación de digital matching firms.

En cualquier forma, el Departamento de Comercio reconoce en su informe que, con el término utilizado precisamente, tratan de acotar el mismo y no de buscar una denominación que pueda englobar a todos los productos y servicios que hay dentro de esta economía.

Por último, mencionamos que en algunos casos se utiliza el nombre de alguna de las plataformas más conocidas para hacer referencia al fenómeno en su conjunto. Por ejemplo, es frecuente encontrar referencias a la uberización de la economía.

Economía del pequeño encargo o de los bolos (gig economy)

El término gig se utiliza en inglés para hacer referencia al bolo musical que llevaban a cabo los cantantes, es decir, las pequeñas actuaciones que acababan generando un empleo para el artista por la realización de muchas de las mismas. De forma similar a gig economy, en ocasiones también se emplea el término 1099 economy, debido a que el formulario de impuestos estadounidense 1099 es aquel en el que se declaran las rentas obtenidas mediante el trabajo autónomo, que es el que teóricamente llevan a cabo los proveedores en la economía colaborativa.

Actualmente, estos términos se están aplicando a esta nueva economía, por cuanto que, como ya veremos posteriormente, muchos de los trabajadores de la misma funcionan de esa forma: se van recibiendo pequeños encargos de manera sucesiva, de forma que la suma de los mismos podría llegar a suponer una jornada laboral completa.

Por tanto, el término economía del pequeño encargo hace referencia, sobre todo, al hecho de la realización de pequeñas tareas de índole variada. En el ámbito anglosajón se está utilizando principalmente como forma de llevar a cabo una reflexión acerca de la desaparición de los puestos de trabajo tradicionales y la precariedad en el empleo.

Por ello, entendemos que tan solo abarca una parte de las implicaciones del fenómeno que pretendemos analizar en este libro y, por lo tanto, no hemos considerado adecuado utilizarlo como término de referencia. En el cuadro 2.2 se muestran diferentes ejemplos de tareas o encargos ofertados en varias plataformas que encajan en el concepto de la gig economy.

Cuadro 2.2. Ejemplos de tareas o profesionales ofertados en diferentes plataformas de la gig economy

Plataformas	Ejemplos de tareas ofertadas
TaskRabbit	Reparto, montaje de muebles, mudanzas, cambiar mobiliario, lim
Handy	Montaje de muebles, pintura de interiores, montaje de televisione
Upwork	Animadores 3D, productores de video, desarrolladores Java, pers
etece	Fontanero, electricista, pintores, jardineros, portes, mudanzas, lin

Fuente: Elaboración propia a partir de la información proporcionada por las plataformas.

Economía bajo demanda (on-demand economy)

Se trata de un subconjunto muy específico de servicios asociados a la economía colaborativa. En este caso, se trata de servicios en los que se busca satisfacer, de forma casi inmediata, las necesidades que puedan tener los consumidores mediante la provisión de los bienes o servicios que requieran en cada momento (Jaconi, 2014).

El objetivo es casar aquellas personas que puedan tener tiempo libre con personas que no disponen de tiempo libre pero sí de dinero para pagar por el mismo. Así, las personas ocupadas pagan por ser transportados (Uber), porque les hagan la compra y se les entregue en una hora o menos (Instacart), porque se encarguen de llevarles la comida encargada a un restaurante a su domicilio (Deliveroo), o porque les lleven cualquier cosa que deseen en cualquier momento (Postmates).

Como se puede comprobar, el tipo de cuestiones aquí mencionadas bajo el término de on-demand economy encajan con el concepto antes citado de gig economy. Los trabajadores dedicados a cubrir las pequeñas demandas de servicios y necesitan a otras personas ocupadas realizarán pequeñas tareas (gigs) de forma sucesiva dando lugar a la denominada gig economy.

De nuevo, entendemos que este término solo es de aplicación en un conjunto muy específico de casos y por ello hemos optado por no utilizarlo como referencia.

Economía social

La economía social es un término que toca tan solo tangencialmente el fenómeno sobre el que queremos tratar en este libro. Aun así, hemos creído conveniente introducirlo y aclarar su relación con la economía colaborativa.

La economía social, también conocida como tercer sector, se posiciona entre el sector público y el sector privado e incluye cooperativas, ONGs y mutuas, entre otros. Se trata de un sector que se encuentra regulado en distintos países. En España, por ejemplo, existe la Ley 5/2011, de Economía Social, que la regula y la define de la siguiente forma:

[...] conjunto de las actividades económicas y empresariales, que en el ámbito privado llevan a cabo aquellas entidades que, de conformidad con los principios recogidos en el artículo 4, persiguen bien el interés colectivo de sus integrantes, bien el interés general económico o social, o ambos.

Siendo los principios que menciona en esta definición los siguientes:

a) Primacía de las personas y del fin social sobre el capital, que se concreta en la gestión autónoma y transparente, democrática y participativa, que lleva a priorizar la toma de decisiones más en función de las personas y sus aportaciones de trabajo y servicios prestados a la entidad o en función del fin social, que en relación a sus aportaciones al capital social.

b) Aplicación de los resultados obtenidos de la actividad económica principalmente en función del trabajo aportado y servicio o actividad realizada

por las socias y socios o por sus miembros y, en su caso, al fin social objeto de la entidad.

c) Promoción de la solidaridad interna y con la sociedad que favorezca el compromiso con el desarrollo local, la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, la cohesión social, la inserción de personas en riesgo de exclusión social, la generación de empleo estable y de calidad, la conciliación de la vida personal, familiar y laboral y la sostenibilidad.

d) Independencia respecto a los poderes públicos.

Además, el sector se encuentra representado por la Confederación Empresarial Española de la Economía Social (CEPES).

Según Ouishare[3], la relación entre la economía social y la economía colaborativa se produce, principalmente, en el ámbito del protagonismo que adquieren los individuos en la sociedad (lo que muchos denominan el empoderamiento del individuo), en los cambios en los patrones económicos existentes y en el hecho de la transformación social que ambos movimientos están causando.

Por otra parte, se ha propuesto una transferencia de ideas y prácticas entre los ámbitos de la economía colaborativa y el cooperativismo. Concretamente, Como et al. (2016) proponen que este último podría beneficiarse del aspecto tecnológico que soporta la economía colaborativa y de las nuevas formas de interacción social que ha generado. A su vez, la economía colaborativa podría considerar el modelo de propiedad y de gestión del cooperativismo, al valorar su larga trayectoria y su capacidad para combinar los objetivos económicos y sociales en un único proyecto de desarrollo local.

En este mismo sentido, Scholz (2016) habla de cooperativismo de plataforma, un modelo en el cual se utilizan sistemas tecnológicos similares a los de las grandes plataformas actualmente existentes, gestionadas de forma cooperativa y con una distribución de las rentas más equitativa.

Economía del bien común

La economía del bien común ha sido definida y promovida por el economista austríaco Christian Felber. Su objetivo es implantar y desarrollar una economía sostenible y alternativa a los mercados financieros, en la que la economía esté al servicio del bien común, de los intereses generales y no de unos pocos. La página correspondiente de Wikipedia tiene información detallada al respecto, al igual que la propia página de la Economía del Bien Común. Consideramos que mucho de lo ya indicado de relación entre economía social y economía colaborativa se puede aplicar al caso de la Economía del Bien Común.

Economía circular

El concepto de economía circular está fuertemente ligado a la sostenibilidad. El objetivo principal es intentar minimizar las materias primas que entran en los sistemas de producción al tiempo que se reducen los desperdicios que resultan de los mismos. Para ello, se proponen la mejora en el diseño, el desarrollo de productos de alta durabilidad, el mantenimiento, la reparación, la reutilización, la reconstrucción, la renovación (refurbishing) y el reciclaje. Todo ello contrasta con el sistema de producción predominante hoy en día, denominado lineal, en el que a partir de unas materias primas construimos un producto para tirar, al final de su vida útil, la gran mayoría de sus componentes a la basura.

En general, se entiende que hay una cierta convergencia entre la economía circular y la economía colaborativa al proponer esta última la utilización de activos infrautilizados y lograr, por ello, aprovechar al máximo los productos durante su ciclo de vida. Se puede conseguir así, por ejemplo, que se incremente la utilización media de los vehículos existentes y conseguir al mismo tiempo, reducir el número de vehículos necesarios.

Ciudades colaborativas

Se define una ciudad colaborativa como aquella en la que se favorece el desarrollo de muchas de las iniciativas que hemos mencionado en los apartados anteriores: la economía colaborativa en su sentido más amplio, el empoderamiento del individuo, la sostenibilidad (en el consumo de productos y en la movilidad, principalmente), la calidad de vida de los ciudadanos y turistas, la existencia de espacios accesibles para el desarrollo de iniciativas sociales, la sostenibilidad, uso de monedas colaborativas y sociales, proyectos de ciudad inteligente, etc.

Conocimiento compartido

Hay distintas iniciativas en curso y una importante corriente de acción orientadas hacia la compartición del conocimiento. Al estar actualmente la gran mayoría del conocimiento en formato digital, su compartición es sencilla siempre que el autor esté de acuerdo. Dentro de este concepto se pueden citar las licencias Creative Commons o las iniciativas de gobierno abierto y de datos abiertos, entre otros.

Lo que no se incluye en las definiciones vistas

Además de todos los tipos de economía y plataforma citados hasta aquí, también hay otros modelos digitales de intercambio que no se incluyen dentro de lo que en este libro hemos definido como economía colaborativa.

En este sentido tenemos las plataformas de anuncios que ponen en contacto a particulares (por ejemplo, craigslist, Vibbo –antes SegundaMano–, o MilAnuncios), más orientadas a la venta o el intercambio de objetos de forma puntual, de manera que en las mismas no suele aparecer el concepto de reputación del vendedor o proveedor. Por ejemplo, una persona que quiere vender su vehículo usado de segunda mano tan solo usará la plataforma puntualmente para dicha venta, y no llegaría a generar una reputación digital como tal, ni emplearía dicha plataforma como una fuente regular de ingresos.

En cambio, en la economía colaborativa lo típico es que el recurso (por ejemplo, el vehículo) o la habilidad (por ejemplo, el transporte) no se transmita de manera definitiva al consumidor, sino que se ceda al mismo de manera puntual. Por otra parte, el consumidor puede acceder a un recurso (por ejemplo, coche, vivienda, bicicleta, barco) sin necesidad de adquirir la condición de propietario del mismo.

Un caso excepcional a lo anterior es la plataforma Etsy, en la que se venden productos originales de artesanía al consumidor. La diferencia respecto a las plataformas citadas al principio del párrafo de más arriba es que en Etsy los proveedores están disponibles de manera permanente, no solo cuando tienen un recurso que quieren vender. Además, la idea no es la venta de productos usados, sino de creaciones originales. En Vibbo, por ejemplo, si una persona tiene un bolso y logra venderlo no volverá a vender más bolsos, ya que su stock de este producto es limitado. Un consumidor no podrá dirigirse a esta persona, ya que se habrá dado de baja, o, en el caso de ser contactado, dirá que el bolso ya lo

vendió. Por el contrario, en Etsy hay personas que siempre están ofreciendo bolsos, ya que su actividad en la economía colaborativa consiste en la confección o personalización de los mismos. Su actividad no es puntual y no finaliza cuando un stock de productos se acaba. Su trabajo hace que puedan atender las peticiones de distintos consumidores en diferentes momentos y, normalmente, su habilidad les permite ofrecer diferentes productos (por ejemplo, otros complementos de vestir como pulseras) o variantes de uno mismo (por ejemplo, bolsos para una fiesta y bolsos para el día a día).

Sin embargo, hay que reconocer que las posibilidades que ofrece la tecnología hace que en ocasiones resulte difícil clasificar la actividad de algunas plataformas en internet. Así, en eBay pueden concurrir la venta por parte de empresas, la oferta de productos de segunda mano por particulares, y la comercialización permanente de productos originales por parte, también, de particulares. De la misma manera, plataformas especializadas en la venta de productos específicos de segunda mano permiten que, actualmente, particulares reutilicen productos que antes desechaban. Aunque en puridad es una venta de segunda mano, es la presencia de estas plataformas especializadas lo que permite a los particulares aprovechar lo que antes no se reutilizaba. En el cuadro 2.3 hemos sintetizado las definiciones de las distintas denominaciones y sus diferencias respecto al término global de economía colaborativa.

Cuadro 2.3. Denominaciones usadas en el ámbito de la economía colaborativa

Denominación: Economía compartida (sharing economy). Definición: Comparti

Denominación: Consumo colaborativo. Definición: Colaboración entre individu

Denominación: Economía de los pares (peer, P2P economy). Definición: Interca

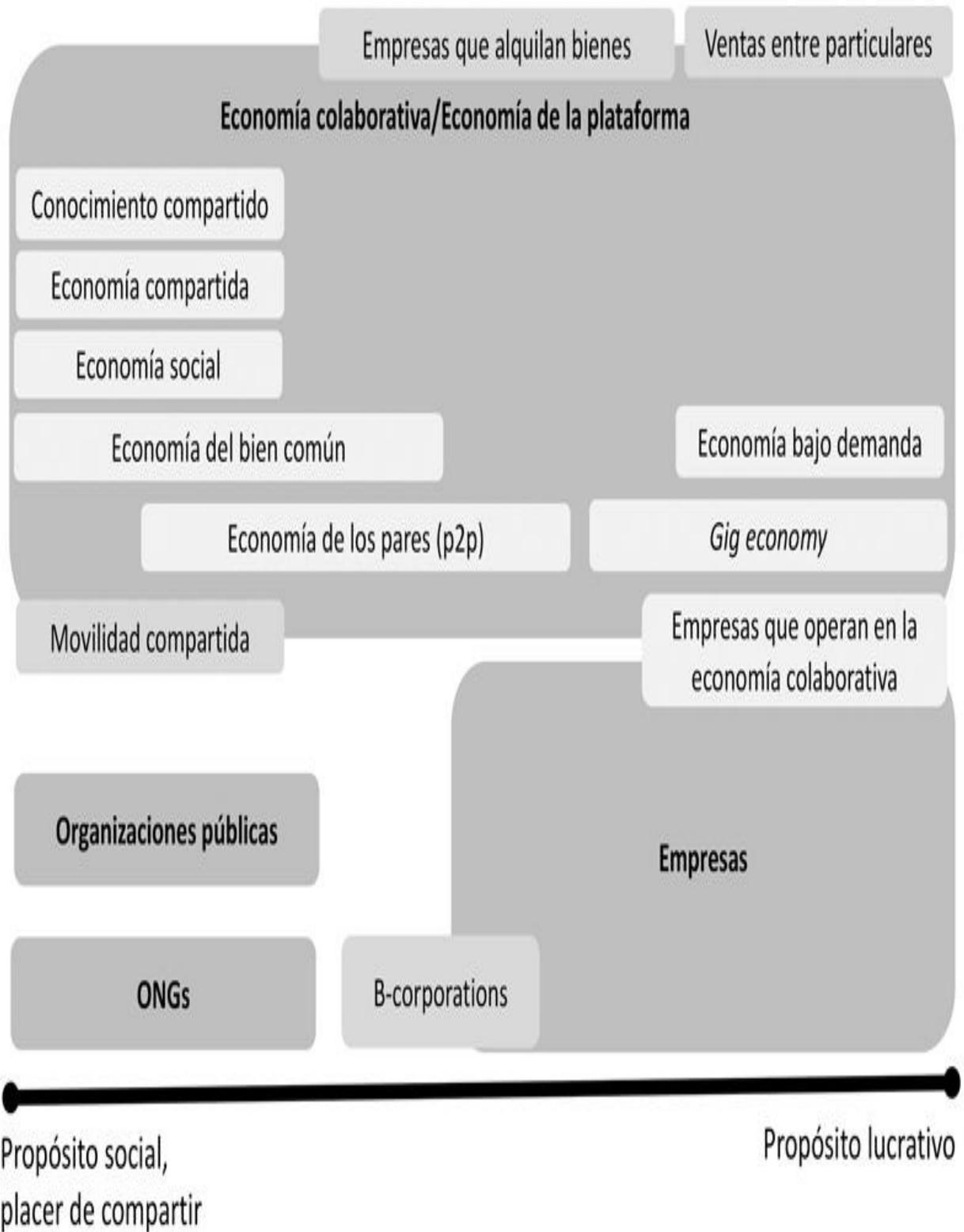
Denominación: Economía de la plataforma (platform economy). Definición: Sis

Denominación: Economía del pequeño encargo (gig economy). Definición: Des

Denominación: Economía bajo demanda (on-demand economy). Definición: De

Por último y para finalizar este capítulo dedicado a los distintos términos y conceptos que se usan en el ámbito de la economía colaborativa, presentamos en la figura 2.3 una ampliación de la figura 2.1, en la que incluimos todas las denominaciones que hemos mencionado y la relación entre las mismas.

Figura 2.3. Relación entre las denominaciones usadas en el ámbito de la economía colaborativa



2. Tipos de economía colaborativa

El término economía colaborativa engloba distintos tipos de relaciones y actuaciones por parte de las personas y organizaciones en Internet. No es un fenómeno homogéneo, sino que incluye diferentes modalidades de intercambio e interacción entre los individuos. El Comité de las Regiones de la UE (Comité de las Regiones, 2015) establece una clasificación de cuatro tipos de economía colaborativa. Las tres siguientes son las que son objeto de este libro:

La economía de acceso (access economy), para aquellas iniciativas cuyo modelo de negocio implica la comercialización del acceso a bienes y servicios, no su tenencia. Se trata de un alquiler temporal en vez de una venta definitiva.

La economía de los trabajos ocasionales (gig economy), para iniciativas basadas en trabajos esporádicos cuya transacción se hace a través del mercado digital.

El consumo colaborativo (collaborative economy, en el informe), para iniciativas que promuevan un enfoque de colaboración entre pares y/o en la que los usuarios se involucren en el diseño del proceso productivo o bien se transformen los clientes en una comunidad.

El cuadro 2.4 recoge ejemplos de diferentes portales que encajan en los conceptos de estos tres tipos de economía colaborativa.

Cuadro 2.4. Tipos de economía colaborativa y portales representativos de la misma

Tipos	Portales
Economía de acceso	• Airbnb (acceso a viviendas). • GetArou
Economía de los trabajos ocasionales	• TaskRabbit, cronoshare y etece (sobre t
Consumo colaborativo	• IntercambioDeCasas (intercambio de vi

El denominador común a todas estas plataformas es que están creadas para que las personas pongan en el mercado bienes o habilidades disponibles a cambio de una contraprestación, económica o basada en el intercambio, que pretende satisfacer una demanda de los consumidores.

El Comité de las Regiones también menciona otro tipo de economía colaborativa: la denominada economía de puesta en común, *commoning economy*. Se trata de un término enfocado a iniciativas con propiedad o gestión colectiva basada en plataformas alojadas en Internet. Es decir, los miembros dados de alta en las plataformas son propietarios de las mismas y/o deciden sobre distintos aspectos de su gestión. Este concepto se aproxima al de plataformas cooperativas (o de cooperativismo de plataforma).

Sundarajaran (2014) propone una clasificación parecida pero más desagregada:

Alquiler de activos en propiedad. Encajaría con la economía de acceso antes mencionada (por ejemplo, Airbnb).

Oferta de servicios profesionales. Encajaría con las plataformas especializadas de la gig economy (por ejemplo, PeoplePerHour).

Oferta de trabajo autónomo general. Encajaría con las plataformas generalistas de la gig economy (por ejemplo, TaskRabbit).

Venta de bienes entre particulares. Hace alusión a la venta de productos tangibles de un tipo específico entre particulares, como el caso de Etsy, o a la

venta tradicional entre particulares pero mediadas por una plataforma como el caso de eBay.

Hay clasificaciones más detalladas basadas en el objeto de intercambio que facilitan las plataformas. Una de ellas es la del portal CollaborativeConsumption[4] que usa categorías como viajes, transporte, tareas, moda, o artículos de lujo, y subcategorías como, en el caso de viajes, alojamiento, experiencias, o guías.

No obstante, hay que tener en cuenta que, aunque se asume que la economía colaborativa está basada en intercambios entre individuos particulares, esto no es necesariamente así, ya que existen casos en los que la relación se establece a otro nivel.

Un ejemplo de lo anterior es el acuerdo entre la cadena Hilton y Uber, mediante el cual los clientes de los hoteles pueden recibir unos servicios de transporte específicos por parte de los conductores de Uber[5]. También está el caso de Airbnb, que tiene un servicio dirigido a empresas, denominado AirbnbBusiness, para el alojamiento en los viajes de negocio de las empresas. Otros ejemplos serían el de empresas que buscan cubrir sus necesidades de trabajo mediante TaskRabbit[6], y el de los restaurantes que acuerdan con Deliveroo el reparto de su comida a los domicilios de sus clientes.

Por tanto, aunque el origen de la economía colaborativa está en el intercambio entre personas, la realidad muestra casos en los que las plataformas, además, promueven intercambios a otro nivel: entre organizaciones o entre organizaciones e individuos.

En resumen, a nuestro juicio, y dentro de la economía colaborativa, podemos

encontrar los siguientes tipos de intercambio:

Economía de acceso.

Economía de los trabajos ocasionales, genéricos y específicos.

Economía de intercambio real o consumo colaborativo, incluyendo la movilidad compartida.

Ventas entre particulares.

Finanzas compartidas.

**LA ECONOMÍA
COLABORATIVA
EN LOS SECTORES
ECONÓMICOS**

Entre otras muchas clasificaciones que hay para categorizar los servicios de la economía colaborativa, una de ellas es la que se basa en la actividad económica en la que los distintos servicios participan. En este capítulo revisamos como están cambiando distintos sectores de la economía por la irrupción de la economía colaborativa.

Como la economía tradicional, la economía colaborativa puede incluir multitud de actividades diferentes. Ahora bien, el impacto de la economía colaborativa en cada sector, en cada tipo de actividad, será distinto en función de varios factores. De Haro y Cerijo (2016) citan los siguientes:

El precio del producto. Un producto muy barato puede no despertar tanto interés en lo referente a su uso temporal en contraposición a su adquisición permanente.

La frecuencia de uso. Si el proveedor usa poco el producto y, al mismo tiempo, es necesitado por los demandantes con frecuencia se está en una posición de partida ventajosa.

Los costes de transacción que implica el uso del bien o servicio, desde la búsqueda del proveedor y bien adecuados hasta la burocracia que implica el intercambio.

El tamaño del mercado, tanto en lo referido a la cantidad de proveedores como de consumidores.

Los riesgos asumidos en el intercambio. ¿Cuál es la probabilidad de que no se cumpla el acuerdo? o ¿cuáles son los costes, tanto para los proveedores como para los clientes, si algo sale mal?

Por tanto, habrá sectores de actividad en los que la economía colaborativa tenga una mayor penetración o potencial y otros en los que su presencia sea más débil o, incluso, no se justifique.

La Comisión Europea, en su informe de 2016, destaca que la economía colaborativa se desarrolla principalmente en cuatro sectores de actividad económica: alojamiento, transporte, habilidades profesionales bajo demanda (para el hogar y las relacionadas con servicios profesionales), y la financiación colaborativa. En este texto, dado el nivel de detalle que ofrece, utilizaremos, entre otras fuentes, la versión 3.0 del panel (honeycomb) desarrollado por Jeremiah Owyang[1], panel del que ha publicado una versión cada año desde 2014. Es interesante analizar las distintas versiones del mismo para tener una visión global de lo rápidamente que se ha expandido la economía colaborativa hacia distintos sectores y áreas.

El cuadro 3.1 recoge la clasificación de las distintas actividades que se realizan en la economía colaborativa y que serán descritas en las siguientes secciones.

Cuadro 3.1. Actividades desarrolladas en la economía colaborativa

Turismo colaborativo: alojamiento turístico (casas y apartamentos y otros), expe

1. El turismo colaborativo

Como ya se ha adelantado, comenzar a ofrecer servicios en la economía colaborativa es más sencillo que hacerlo en el entorno tradicional. Por ello, un sector tan intensivo en servicios como el turístico ha acogido diferentes manifestaciones de la economía colaborativa. Además, la facilidad para proponer servicios ha hecho también que el turismo colaborativo se caracterice por una oferta más diversificada que la que puede encontrarse en los proveedores tradicionales (Wang et al., 2016).

El turismo es el ámbito en el que más se ha desarrollado la economía colaborativa, especialmente si añadimos la parte del transporte que veremos en el siguiente apartado, ya que hay que tener en cuenta que parte del transporte realizado en la economía colaborativa será por razones turísticas. En este sentido, en junio de 2016, la Organización Mundial del Turismo (OMT) hizo un llamamiento a la industria turística para que aceptara la economía colaborativa y los cambios que conlleva, al entender que es un fenómeno imparable.

Analizaremos de forma separada cada una de las áreas del turismo.

Alojamiento turístico en casas y apartamentos

Además de Airbnb, que será nombrado en distintas partes del presente libro, también podemos mencionar dentro de este ámbito a otros casos con modelos de negocio ligeramente distintos:

HomeAway. Conceptualmente es muy similar a Airbnb (alquiler de viviendas entre particulares), si bien inicialmente no cobraba por reserva sino una cuota anual por suscripción al propietario. Esta cuota variaba en función de los servicios que el propietario deseara de la plataforma, pudiendo incluso ser gratuito para casos básicos. En la actualidad, también ha incorporado el modelo de cobro por reserva al estilo Airbnb.

HomeExchange, IntercambioDeCasas, GuesttoGuest. Webs en las que los propietarios intercambian sus casas. Por participar pagan una cuota fija anual que normalmente da derecho a usar la plataforma cuantas veces deseen.

Couchsurfing. Se trata de una de las primeras webs del mundo en el ámbito de la economía colaborativa, en este caso dentro de lo que hemos definido como consumo colaborativo. La idea es que la gente aloje a otros en su casa de forma gratuita y sin esperar nada a cambio, al menos directamente. En el futuro, ese anfitrión se beneficiará, si así lo desea, de poder quedarse en casa de otros a su vez. Couchsurfing es realmente interesante porque no cobra nada a los participantes, ni a los anfitriones ni a los huéspedes. No obstante, y como explica Cañigueral (2014), en 2011 recibió una inversión de capital y se convirtió en una empresa con ánimo de lucro, aunque dentro de las denominadas B-Corporation[2], empresas que entran dentro del concepto de comercio justo. Aun así, este cambio generó bastante ruido y críticas en la comunidad de usuarios.

Bajo este nuevo modelo de empresa con ánimo de lucro, Couchsurfing sigue siendo gratuita para ambas partes, pero se desarrolla ahora con un modelo freemium, en el cual determinadas funcionalidades solo están disponibles para los usuarios que paguen por ellas. Por ejemplo, aparecer antes en las búsquedas o poder verificar la dirección del lugar en que nos quedaremos.

Onefinestay. Un Airbnb en el que los propietarios de la web verifican las propiedades, permitiéndose la entrada solo a aquellas que tienen elevados estándares. Por ello, el número de opciones disponibles es mucho más reducido.

NightSwapping. Trueque de noches. Una especie de combinación entre Airbnb y Couchsurfing. En este caso, los anfitriones alojan a los huéspedes y eso les hace ganar créditos que luego les permiten quedarse en casa de otros.

BeMate. Plataforma creada por la cadena hotelera española Room Mate para el alquiler de vivienda vacacional cercana a los hoteles de la cadena, de forma que el hotel hace de punto de referencia y ofrece servicios relacionados con el alquiler: entrega de llaves, limpieza del alojamiento, resolución de incidencias, depósito de maletas, etc.

Evergreen B&B Club. Estancias para mayores de 50 años a precios muy económicos.

Kid & Coe. Un Airbnb para familias con niños, con apartamentos seleccionados, de alto nivel y con todo tipo de respuesta a las necesidades infantiles: bañeras adaptadas, tronas, juguetes, cunas, etc.

Otros casos. Muchas otras páginas siguen modelos y formatos similares a los ya

comentados. Entre otros, Wimdu y 9flats (fusionadas en octubre de 2016), FlipKey (perteneciente al grupo TripAdvisor, que a su vez ha ido integrando a holidaylettings, HouseTrip y Niumba), Love Home Swap, Homelidays y Rentalia.

Otros alojamientos

Además de los alojamientos en apartamentos y en casas, también empieza a haber toda una oferta de productos para alojarse en otro tipo de lugares.

Camping. Hipcamp, Campinmygarden. En este caso la orientación es hacia el camping en vez de hacia los apartamentos. En el primer caso, es un directorio de campings que incluye campings públicos, campings privados y en las fincas de particulares. En el segundo caso (CampInMyGarden) la orientación es exclusivamente hacia el alojamiento en jardines de fincas de los particulares.

Caravanas. Yescapa. Web para alquilar caravanas y furgonetas camper entre particulares.

Barcos. Boaterfly, Click&Boat, Nautal, Barcoamigo. Webs para el alquiler de barcos de particulares, tanto como lugar para pernoctar como para salir a navegar.

Alojamiento por trabajo. Worldpackers. Web para intercambiar habilidades por alojamiento.

Experiencias turísticas

En el campo de las experiencias turísticas también se ha producido un fuerte desarrollo y expansión de la economía colaborativa. Básicamente, la idea es que cualquiera que tenga una actividad que ofrecer a un turista que llega a su ciudad pueda ponerla en el mercado. Los que proponen estas actividades pueden ser guías turísticos oficiales o no.

Casi todas las webs en este ámbito funcionan de una manera relativamente similar. Entre ellas, destacamos ToursByLocals, Vayable, Withlocals, TripUniq y yuniqtrip. Además de comprar Trip4real, la propia Airbnb lanzó en noviembre de 2016 sus servicios Trips y Experiences. Trips es el conjunto de los alojamientos, las experiencias a desarrollar y una guía de lugares escondidos en un destino.

Comer en casa de alguien

Hemos decidido separar en un subapartado específico las webs en las que es posible encontrar cocineros (o cocinillas) que nos ofrezcan una experiencia gastronómica en su casa, aunque podrían haber estado integradas en el apartado anterior de experiencias turísticas. A fin de cuentas, ir a comer a casa de alguien podría entenderse como una experiencia turística y muchas de las webs citadas en dicha sección tienen la posibilidad de definir experiencias basadas en ir a comer a casa de particulares. Específicas para temas de eventos gastronómicos en casas de particulares tenemos EatWith, Feastly, VizEat, BonAppetour y Meal Sharing. Un concepto similar es el de AirDine, con la única diferencia de buscar un efecto adicional de socialización entre los asistentes a una comida.

Planificador de viajes con la economía colaborativa

El buscador Wonowo permite planificar un viaje utilizando tan solo recursos de la economía colaborativa: transporte, alojamiento y actividades tales como las mencionadas en los apartados anteriores.

2. La economía colaborativa en el sector del transporte y la movilidad

Al igual que en el sector turístico, el sector del transporte ha sido uno de los más impactados por la economía colaborativa. En este ámbito, hay dos casos que destacan muy por encima de los demás, Uber y BlaBlaCar, si bien el planteamiento de ambos es muy distinto, al menos en teoría.

En Uber, las personas se ofrecen para transportar a otros en sus vehículos privados a cambio de una retribución. En cambio, BlaBlaCar está más dentro del concepto del consumo colaborativo, en el que una persona que va a realizar un trayecto por carretera ofrece a otros sumarse al mismo para compartir los gastos, se supone que sin obtener un beneficio económico. Es decir, el carpooling que ya existe desde los años 70, ahora apalancado en una plataforma tecnológica.

Así, en el ámbito del transporte y la movilidad podemos clasificar las plataformas existentes en los siguientes tipos principales:

Transporte entre particulares. Como comentábamos anteriormente, hay varias plataformas que ponen en contacto a particulares que quieren actuar como chóferes para llevar a otras personas y a aquellos que están buscando un medio de transporte. Entre las más conocidas, Uber y su principal competidora, Lyft. En España, Portugal y otros países sudamericanos también está disponible Cabify.

Además hay otros sistemas similares para casos específicos. Por ejemplo Wingz para transporte al aeropuerto o Shuddle, denominado el Uber para los niños, orientado al transporte de los niños a sus actividades (cerró en abril de 2016).

Sistemas que buscan poner en contacto a personas con un origen y un destino similar (carpool). Aparte del mencionado caso de BlaBlaCar, también podemos citar RallyBus (poner en contacto a personas que van a un evento deportivo o concierto para alquilar un autobús compartido), y Chariot, específicamente orientado para aquellos que van a trabajar en las ciudades americanas desde las zonas residenciales. También para desplazamientos cortos para ir a trabajar, BlaBlaCar ha lanzado recientemente BlaBlaLines, donde los conductores fijan una ruta y puntos de recogida y los pasajeros eligen donde quieren ser recogidos y hasta dónde quieren ir.

Alquiler de vehículos entre particulares (P2P car renting). Complementando los modelos de rent-a-car clásicos (Avis, Hertz, etc.), los particulares alquilan sus coches cuando no los necesitan. Por ejemplo, EasyCarClub, Turo, Amovens (que también incluye la posibilidad de encontrar un viaje compartido al estilo BlaBlaCar), SocialCar, Drivy, SnappCar, RideLink o GetAround. Como caso especial, citamos Croove, creada por el grupo Daimler-Mercedes.

Dentro de este grupo, también tenemos el modelo de FlightCar (cerrada en julio de 2016), orientado a que el propietario alquile su coche mientras está de viaje, pudiendo el que alquila el coche recogerlo en el parking del aeropuerto y devolverlo en el mismo punto.

Por último, citamos Spinlister, para el alquiler de bicicletas entre particulares.

Coche compartido en las ciudades (car sharing). Empresas que disponen de flotas de vehículos en las grandes ciudades para que los usuarios los utilicen cuando los necesiten, los cojan en un aparcamiento y los dejen en otro. Por ejemplo, Zipcar, DriveNow (empresa creada por BMW y Sixt), Bluemove, Respiro o Car2Go (filial de Daimler).

En base a las definiciones ofrecidas en capítulos anteriores, los ejemplos que citamos en este caso están en el límite de pertenecer a la economía colaborativa,

ya que realmente se trata de empresas que alquilan vehículos. Tan solo aparecen como ejemplos por tratarse de casos de consumo colaborativo, en el que usamos un bien bajo demanda en vez de poseerlo y dejarlo sin uso gran parte del tiempo. La actividad de la empresa tiene justamente esa finalidad: no hace falta que los consumidores compren el producto, sino que pueden tener acceso al mismo cuando quieran y por el tiempo que realmente lo necesitan.

Otro tipo de vehículos. Entre otros, barcos para navegar o como alojamiento (Boatsetter o Sailo) e incluso jets privados o plazas en los mismos (JetSmarter o CoJetage).

Bicicleta compartida en las ciudades (bike sharing). Casi todas las ciudades cuentan ya con un programa de bicicletas públicas compartidas. Sistemas gestionados directamente (o, en su caso, subcontratado) por los ayuntamientos con el que se ponen bicicletas a disposición de los residentes en distintos puntos de la ciudad y pueden utilizarse a demanda. En muchos casos, los primeros 30 minutos o la primera hora es gratuita por entender que se trata de sistemas beneficiosos para la ciudad. Recientemente, han empezado a aparecer modelos orientados a turistas, como puede ser el caso de Donkey Republic, que intenta crear una red global de este tipo de bicicletas que, posteriormente, son operadas localmente por distintas empresas.

También está la opción de que en vez de bicicletas sean scooters eléctricos, como ocurre en el caso de Gogoro.

En todo lo relativo a bicicletas y motos compartidas se puede hacer una salvedad similar al caso de los coches compartidos, respecto a que se trata de servicios que están en el límite de pertenecer a la economía colaborativa, ya que el proveedor es una organización o empresa.

Aparcamiento compartido. Alquiler de espacio entre particulares para aparcar (JustPark, Parquo, GarageScanner, ParkingHood y CARMAnation) e intercambio de plazas de aparcamiento en zonas públicas, bien directamente entre particulares (Spotoops), bien gestionado por una aplicación (Wazypark).

Sistemas de logística y distribución y entrega de bienes. UberRUSH (utiliza los conductores de Uber para la entrega de mercancías), PiggyBee y Sheaply (entregas internacionales por parte de viajeros), Nimber (aprovechar los viajes que alguien va a hacer en un coche para que lleve objetos voluminosos) y OnTruck (aplicación para poner en contacto a empresas transportistas con transportistas autónomos).

Servicios en los que nos hacen la compra (o cualquier cosa que queramos) y nos la entregan en casa. Instacart (EE.UU.) y Glovo (Europa), o específicamente orientado a la comida de los restaurantes, como es el caso de Deliveroo.

En este ámbito se suele usar el término movilidad compartida para agrupar algunas de las iniciativas anteriores, principalmente aquellas cuyo objetivo no es el de obtener un beneficio económico sino el evitar la infrautilización de los medios de transporte. Es decir, específicamente los casos de coche y bicicleta compartida y de compartición de trayectos. En el caso de que el lector desee tener una visión más detallada sobre la movilidad compartida, recomendamos el informe «Shared Mobility: Current Practices and Guiding Principles» del Departamento de Transporte de EE. UU.[3]

3. La economía colaborativa en el sector financiero

Como ya hemos comentado anteriormente, la economía colaborativa está permitiendo que los particulares presten servicios de todo tipo por medio de las plataformas digitales. En los últimos tiempos han empezado a aparecer este tipo de plataformas en el sector financiero. Al igual que Airbnb complementa, y sustituye en ocasiones, a los sectores hotelero y extrahotelero, las plataformas financieras en algún caso complementan y sustituyen a los bancos, al permitir, por ejemplo, los préstamos entre particulares.

Parece claro que los préstamos colaborativos no se generalizarán rápidamente en la sociedad. Creemos que será relativamente sencillo que confiemos en un tercero para llevarnos en un trayecto corto o para quedarnos en su casa, después de haber visto fotos y comentarios de otros usuarios; pero ¿para prestarle nuestro dinero y esperar que nos lo devuelva con intereses? ¿Sin garantías bancarias? Es posible que esto no sea para todo el mundo, sin duda alguna.

En este ámbito, también hay modelos colaborativos en la financiación de proyectos (mediante el crowdfunding) y en el desarrollo de monedas P2P. De los tres tópicos hablaremos en los próximos apartados.

Préstamos y divisas

En el ámbito de prestar servicios similares a los del sector financiero tradicional, dentro de la economía colaborativa encontramos dos casos principales:

Préstamos para particulares y préstamos para empresas. Son sistemas que permiten que los particulares se presten dinero entre ellos (por ejemplo, Zopa, Comunitae o CrossLend), que los inversores presten dinero a las empresas (FundingCircle) o que los particulares presten dinero a empresas (Grow.ly).

Intercambio de divisas, tanto a nivel particular como corporativo. Bien sea porque hemos viajado a un país extranjero y a la vuelta nos han sobrado divisas (WeSwap, SreetBarter) o porque dos empresas que comercian con un tercer país desean intercambiar entre ellas directamente las divisas ahorrando las comisiones bancarias (Kantox).

Financiación colectiva (crowdfunding)

La traducción de crowdfunding sería la financiación colectiva o financiación por parte de la multitud. La idea es que con pequeñas aportaciones de muchos podamos recaudar lo suficiente para poder desarrollar un proyecto que deseemos llevar a cabo.

Es necesario aclarar que dentro de lo que habitualmente se denomina crowdfunding, realmente hay dos tipos de sistemas:

Preventa. La mayoría de las webs denominadas de crowdfunding (por ejemplo, Kickstarter) son, en realidad, mecanismos de preventa y de financiación colectiva mediante donaciones de particulares más que de empresas.

Anunciamos un producto que estará disponible en el futuro y al que le gusta y quiere ser de los primeros en tenerlo, lo compra. También hay quienes donan a fondo perdido simplemente por saber que el producto se va a fabricar.

Equity crowdfunding. Aquel que lo desee puede invertir en nuestra empresa y a cambio recibe un pequeño porcentaje de la misma, es decir, se convierte en inversor de la empresa. Entre otros, *The Crowd Angel*, *crowdfunder*, *lanzame* y *Wefunder*.

Dentro de este bloque también citamos el caso de Housers, destinada al crowdfunding inmobiliario, al permitir que cualquiera pueda invertir pequeñas cantidades en el mercado inmobiliario.

Monedas P2P: el bitc33in y el blockchain

Una moneda P2P como tal es una moneda digital que est1 respaldada por los propios usuarios de forma distribuida, sin la intervenci33n de ninguna entidad financiera al uso. De todas las existentes, la m1s conocida es el bitc33in, si bien hay muchas otras iniciativas similares. La idea es que el dinero se intercambia directamente entre aquellos que compran o venden productos, sin necesidad de intervenci33n de autoridades adicionales.

No est1 totalmente claro si ser1 el bitc33in la moneda del futuro o no. Lo que s33 parece claro es que la moneda tradicional est1 poco adaptada al entorno digital y no lo aprovecha. Por lo tanto, parece que hay espacio para la creaci33n de una moneda basada en protocolos digitales, proceso en el que el modelo colaborativo o cooperativo pueda tener un papel importante. En cualquier caso, se sale del objetivo del presente libro explicar el concepto del bitc33in y su funcionamiento.

Tambi33n hay diversos art33culos[4] [5] [6] que mencionan otras monedas alternativas a bitc33in, con principios parecidos pero con algunas diferencias que tratan de corregir algunos de los defectos encontrados en bitc33in: dogecoin, litecoin, pesetac33in o monero, entre otras muchas.

Por 1ltimo, mencionar que una de las cuestiones m1s importantes alrededor de bitc33in no es el propio bitc33in, sino un est1ndar tecnol33gico que se cre33 como parte del sistema orientado a garantizar que todas las transacciones que se llevaran a cabo quedaran registradas de forma s33ncrona en miles de ordenadores, sin posibilidad de borrado ni de manipulaci33n no autorizada: el blockchain (cadena de bloques). Como Tapscott y Tapscott (2016) explican en su libro «Blockchain Revolution: How the Technology Behind Bitcoin Is Changing Money, Business, and the World», se trata de una tecnolog33a que combina permitir que las transacciones sean an33nimas y seguras con que al mismo tiempo

haya una garantía de que dichas transacciones se llevaron a cabo. Adicionalmente, se trata de una tecnología disponible públicamente para cualquiera que desee usarla.

Las principales características de la cadena de bloques son las siguientes:

Descentralizada y distribuida. No hay una entidad central de confianza, ni intermediarios de otro tipo que validen las transacciones, sino que todos los que participan deben aceptar el mecanismo de consenso. A su vez, todos los participantes forman parte de la red y son activos a la hora de validar las transacciones y guardar el registro de las mismas.

Abierta. Se trata de una tecnología abierta a todos los usuarios que quieran hacer uso de ella.

Segura. La tecnología incorpora una serie de mecanismos que garantizan la seguridad de las transacciones: autenticidad de los participantes, garantía de permanencia de los registros y confidencialidad.

Transparente. Los registros que forman parte de la cadena de bloques son transparentes y pueden ser auditados. Según el tipo de registro, el registro podrá ser transparente aunque parte de la información contenida en él no lo sea.

Se están proponiendo distintas aplicaciones a esta tecnología de base de datos distribuida y casi indestructible: publicación de información que se quiere hacer pública y que se desea que esté siempre accesible (por ejemplo, las cuentas de un país, documentos que prueben comportamientos incorrectos de figuras públicas),

un sistema bancario alternativo al SWIFT (con la propia VISA liderando el proceso[7]), e incluso un registro de eventos digitales pasados y presentes[8]. Los propios bancos están siguiendo de cerca el blockchain, ya que consideran que es un sistema seguro, fiable, escalable y rápido. No obstante, también hay distintas iniciativas en marcha orientadas a facilitar el uso del blockchain a nivel corporativo, ya que se entiende que en su formato actual podría no estar totalmente optimizado para su uso en bancos, por ejemplo.

Otro ámbito de desarrollo del blockchain se encuentra en las plataformas descentralizadas para la propia economía colaborativa. Como alternativa a las iniciativas de economía colaborativa en las que hay una plataforma central que controla y gestiona los procesos, se trata de desarrollar plataformas cooperativas. Es decir, plataformas descentralizadas, gestionadas en cierto modo como los proyectos de software libre. Hay unos desarrolladores, unos gestores y unos prestadores de servicios y los beneficios que se obtienen se distribuyen equitativamente entre todos.

Este modelo encaja con el que Scholz (2016) denomina cooperativismo de plataforma, un modelo similar al de las cooperativas, pero potenciado y apalancado en la tecnología. Scholz propone una serie de principios para el desarrollo de este cooperativismo de plataforma, entre los que mencionamos: propiedad distribuida de la plataforma, mejora de las condiciones laborales de los trabajadores, transparencia en la gestión y en los datos, apreciación y reconocimiento de los trabajadores, toma de decisiones colectiva, marco legal protector y transferibilidad de datos entre plataformas.

Algunos ejemplos que se citan de este nuevo modelo de plataformas cooperativas son LaZooz (el equivalente a BlaBlaCar), Fairmondo (un eBay en la que los vendedores también son los propietarios y en donde se promueve el comercio justo) o Ujo (para artistas musicales).

Monedas sociales

En los últimos tiempos, distintas zonas geográficas han comenzado a emitir monedas locales, sociales o colaborativas. Son monedas que se encuentran al margen de las monedas de curso legal y sirven para la compra de bienes y servicios en determinadas zonas y bajo ciertas condiciones. Su objetivo es generar un beneficio social en la zona en la que se crean las mismas. Por ejemplo, garantizando que aquellos que las cobren las sigan usando para comprar productos y servicios dentro de un barrio, incrementando así las relaciones comerciales dentro del mismo.

Como ejemplo de estas monedas tenemos los Bristol Pounds (Bristol, Reino Unido), SoNantes (Nantes, Francia), Puma (Sevilla), EcoXarxas (Cataluña), Henar (Alcalá de Henares) y el Babel (Santa Cruz de Tenerife). En España se contabilizan más de cien iniciativas de este tipo. Algunas de estas monedas tienen un equivalente físico (una moneda como tal) mientras que otras solo tienen el formato virtual. En la mayoría de los casos existe algún tipo de equivalencia entre las monedas colaborativas y el euro. Por ejemplo, el Babel antes citado equivale exactamente a un euro.

4. La economía colaborativa en el sector de la moda y el lujo

La moda y el lujo presentan un campo de oportunidades para la economía colaborativa, especialmente dentro del ámbito del consumo colaborativo. A fin de cuentas, parece normal que queramos utilizar de vez en cuando un vestido o un complemento de una marca determinada pero que quizás no nos podamos permitir comprar, o no deseemos comprar, porque lo vamos a usar con poca frecuencia. Por ejemplo, un frac en el caso de un hombre, un bolso de marca en el caso de una mujer.

Para intermediar en este ámbito han aparecido distintas plataformas. Por un lado, unas que ponen en contacto directamente a los usuarios. Por otro, plataformas que alquilan estos bienes a aquellos que desean utilizarlos puntualmente. Este último se encuentra en el límite de la economía colaborativa, por tratarse realmente de empresas que alquilan un determinado bien, como lo han hecho, por ejemplo, las agencias de alquiler de coches. No obstante, tiene parte de pertenencia al consumo colaborativo por el hecho de permitir reutilizar bienes o bien la sustitución de la posesión de bienes por el alquiler de los mismos cuando los necesitamos.

Del primer tipo, empresas que ponen en contacto a particulares, existen ejemplos como ReFashioner y Chicfy (moda) o Exclusive Exchanges (casas de lujo). Chicfy, por ejemplo, es un mercadillo de ropa enfocado al público femenino, en el que cualquiera puede poner a vender artículos nuevos y seminuevos.

Del segundo tipo tenemos, por ejemplo, L'Habibliothèque (asociada con Galerías Lafayette) y Rent the Runaway. En ambos casos, el usuario paga una cuota fija mensual por un número de vestidos de marcas de lujo que puede

cambiar cada cierto tiempo.

5. La economía colaborativa y el equipamiento infantil y juguetes

De forma parecida a lo que ocurre con el sector de la moda y el lujo, hay distintas plataformas que permiten aprovechar la ropa infantil y los juguetes de los niños, ya que es algo que muchas familias usan durante un tiempo y luego no necesitan más.

En este ámbito hay varios posibles enfoques. Por un lado, están las plataformas que permiten que unas familias donen a otras la ropa infantil y juguetes que no necesitan (por ejemplo, Segundamanita), sin pedir nada a cambio.

Por otro lado, están los sistemas que crean un marketplace en el que se venden este tipo de productos, si bien se trata de un caso que, otra vez, se encuentra en el límite de la economía colaborativa, al ser realmente un mercado digital normal de productos de segunda mano, con un modelo como el de eBay. Por ejemplo, Percentil o Tiruleta.

Por último, hay casos de empresas que alquilan juguetes de forma temporal, juguetes que se pueden cambiar por otros cuando el niño crece. Ejemplos de este último tipo son Pley y ToysTrunk. Al ser empresas que operan en internet y no particulares, no constituirían estrictamente parte del fenómeno de la economía colaborativa, pero los hemos incluido, al igual que los casos de las secciones anteriores, por tratarse de sistemas que buscan reducir el consumo de bienes a los que se dará poco uso.

6. La economía colaborativa y la educación

A nuestro modo de ver, la economía colaborativa ha tardado en llegar al ámbito de la educación algo más de lo que hubiera sido esperable. Aun hoy en día, los servicios existentes dentro de este ámbito son escasos y puntuales. A continuación, citamos algunos como ejemplos del tipo de movimientos que están ocurriendo.

En primer lugar, tenemos el caso de Chegg, plataforma que permite, entre otras cosas, el alquiler de libros de texto para el ámbito universitario especialmente. En la misma plataforma también se permite que los estudiantes entren en contacto para buscar soluciones a los problemas que aparecen en los libros o para preguntar dudas a otros estudiantes. Un modelo muy similar a este es el de Zookal en Australia.

Como es lógico, no podían faltar las iniciativas que tratan de conectar a cualquiera que quiera enseñar sobre cualquier tema con cualquiera que quiera aprender, en lo que se suele denominar Aprendizaje P2P (P2P learning). Dentro de este modelo encontramos:

P2PU, una universidad entre pares o P2P.

SkillShare, específicamente orientado al aprendizaje de habilidades creativas.

Preply, marketplace educativo para poner en contacto a profesores particulares y estudiantes.

Sharing Academy, en la cual los universitarios, estudiantes de bachillerato y de la ESO (estos dos últimos solo en Barcelona) pueden encontrar como profesores a otros estudiantes de su propia universidad o de otras.

Wuolah, en donde los estudiantes comparten apuntes, obteniendo una retribución por ello, gracias a que la plataforma sitúa publicidad en dichos apuntes y parte de la recaudación va al estudiante que los generó.

Tutellus, para ofrecer y contratar videoformación práctica de todo tipo.

También están los casos de plataformas en las que los profesores o bien las universidades ofrecen sus enseñanzas. Como ya se ha advertido, quizás no sea del todo correcto clasificar esto como economía colaborativa, pero en cualquier caso parecía apropiado citarlo en esta sección. Hay diferentes iniciativas en este ámbito, de entre las cuales citamos Coursera, edX, Khan Academy, Udacity y Udemy.

Por último, y aunque no exactamente relacionado con la educación, sino más bien con el ámbito de la investigación, mencionamos Sci-Hub, un sitio web pirata de artículos científicos, en donde los investigadores con acceso a estos artículos desde sus universidades los vuelcan en la plataforma para que cualquiera pueda acceder a ellos. Al respecto de denominar esta web como pirata, debemos aclarar que es la propia web la que se autodenomina pirata. Además, aunque distintos países ya han resuelto que la web se encuentra al margen de la ley, hemos considerado oportuno citarla en este libro por el concepto que abandera, de compartición de conocimiento entre pares. Ello no implica que estemos ni de acuerdo ni en desacuerdo con su funcionamiento.

7. La economía colaborativa en el sector servicios

Seguros colaborativos

La idea es que, en vez de hacer un seguro individual, un grupo de personas se hace un seguro compartido, por ejemplo, para la conducción de sus automóviles. Si todo el grupo presenta un nivel bajo de siniestralidad, cada miembro recibirá un descuento al finalizar el año. Es el modelo de Friendsurance y de Guevara. También es similar el modelo de Muno, apoyada por el BBVA, orientada a cubrir las bajas laborales de autónomos y en la cual a final de año se devuelve a los clientes lo que sobra una vez pagados los siniestros y descontados los gastos de gestión. Un análisis más detallado del concepto de seguros colaborativos está disponible en un informe elaborado por Blanca Pérez Soberón[9].

En el ámbito de los seguros y la economía colaborativa, también hay casos de seguros específicamente orientados a los productos que se venden o alquilan a través de esta modalidad, es decir, seguros orientados a proteger la casa que alquilamos o a los pasajeros que transportamos en nuestro coche. Este tipo de seguros serán abordados en un apartado posterior, al final del presente capítulo.

Trabajo

Variedad de tareas domésticas o manuales que requieren la presencia del trabajador. TaskRabbit, Zaarly, Habitissimo, JobMapp, cronoshare, etece, trabeja, multihelpers (España), AirTasker (Australia) y AskForTask (Canadá).

Tareas o servicios especializados que requieren la presencia del trabajador. Uber, GetYourHero (limpieza), joyners (cuidado de personas mayores), CoachUp (entrenadores deportivos), Takeachef y Bendita Cocina (chefs en casa), MyGlamm o SwipeCast (tratamientos de belleza, estética y peluquería), Easyoffer (abogados y asesorías) y TakeLessons (clases particulares).

Entrega de productos bajo demanda. Es uno de los tipos de tareas que ha dado lugar al término ya mencionado de on-demand economy o economía bajo demanda. Entre otros muchos, tenemos los ejemplos de Postmates, para pedir que alguien nos traiga cualquier cosa de nuestra ciudad o Deliveroo (reparto a domicilio de comida),

Tareas o servicios virtuales. Principalmente tareas basadas en el uso de las tecnologías de la información y tareas creativas que también requieren de la informática. Fiverr, Upwork, Freelancer, PeoplePerHour, HopWork, crowdspring (diseñadores), UpCounsel (abogados), PopExpert (clases).

Proyectos para empresas. Servicios, normalmente virtuales, que implican una duración mayor que las tareas o servicios virtuales. Catalant (anteriormente HourlyNerd) pone en contacto a profesionales con empresas (P2B) para proyectos empresariales de alto nivel, de importes a veces superiores a los 50 mil euros.

Microtarefas. Tareas virtuales, normalmente sencillas, de muy corta duración (clasificar fotografías, identificar personas en imágenes, identificar las líneas en donde se citan productos en un recibo de compra, recopilar datos de un sitio web o comprobar precios de productos). Amazon Mechanical Turk y CrowdFlower.

Compra venta de energía entre particulares

Un particular puede comprarle a un granjero la energía que ha generado con molinos o paneles solares y que no va a utilizar. Por ejemplo, Vandebrom.

8. La economía colaborativa en el sector de la alimentación

Siendo la nutrición y la mala alimentación que afecta a las sociedades occidentales una de las grandes preocupaciones del siglo XXI, era de esperar que se generaran innovaciones en el ámbito de la alimentación alrededor de la economía colaborativa.

Algunas de las mismas ya han sido tratadas en la sección anteriormente dedicada al turismo colaborativo, al haber incluido en dicho ámbito la opción de comer en casa de alguien (hay que entender que esta modalidad es más un servicio turístico que uno asociado a la alimentación y la nutrición como tal), o en la del trabajo, al comentar el servicio de chefs en casa.

Propiamente dedicados a la alimentación y a la nutrición tenemos los siguientes ejemplos:

Compartir comida. LeftoverSwap, en el que la gente comparte la comida que le sobra con sus vecinos, un concepto cercano a la economía de la compartición. También con un planteamiento similar, ShareYourMeal, pensado para compartir lo que ya vamos a cocinar de todas formas con nuestros vecinos (un modelo que podríamos asimilar al de BlaBlaCar).

Entrega de comida a domicilio. Son varios los ejemplos de plataformas en las que chefs particulares crean platos que la plataforma se encarga de hacer llegar a los usuarios que los adquieren (Bento y HelloFresh).

En algunos casos, los chefs realmente trabajan directamente para la plataforma, alejándose el concepto de lo que sería la economía colaborativa propiamente dicha. Por ejemplo, Munchery indica específicamente que dispone de «in-house chefs», es decir, de cocineros propios. Por ello, más que economía colaborativa se trataría de un servicio de venta de comida llevada a domicilio.

Conexión entre chefs y clientes. Por ejemplo, Chefly, para buscar chefs cercanos que cocinen comida casera.

Conexión entre amantes de la comida y la nutrición para el desarrollo de todo tipo de proyectos (Barnraiser).

Compra de productos a productores locales. Entre otras, The Food Assembly (con las denominadas colmenas locales en su acepción en español).

Entrega de productos de alimentación y bebida. Saucey (productos alcohólicos), GrubMarket (productos ecológicos), UberEATS (comida de restaurantes utilizando Uber).

Agricultura urbana. Basada en el desarrollo de huertos urbanos con el objetivo de promover la sostenibilidad, la alimentación ecológica y la autoproducción de alimentos.

9. La economía colaborativa en el alquiler y compartición de bienes y servicios

No hay que olvidar que uno de los orígenes de lo que hoy denominamos economía colaborativa se encuentra en la compartición de bienes, directamente entre sus propietarios, o en modalidad de alquiler temporal de los mismos, como forma de sustituir a la propiedad.

Aunque algunos de los ejemplos que mencionamos a continuación ya han sido comentados anteriormente, creemos que puede resultar interesante tenerlos todos aquí agrupados.

Alquiler de bolsos de fiesta y otros artículos similares. Bag Borrow or Steal, Rent the Runway, Rocksbox (joyería).

Juguetes. Pley.

Compartición entre vecinos. PeerBy (certificada como B-corporation, ver apartado 3.1), Open Shed, FreeCycle (regalar y recibir cosas con el objetivo de reutilizar).

Compartición de espacio de almacenamiento. Stashbee, Roost.

Compartir nuestros DIY (do-it-yourself, hazlo-tú-mismo) de cualquier cosa. Instructables, donde se puede explicar cómo hacer una mesa a partir de madera reciclada, cómo usar una placa Arduino para cualquier tarea de la casa, cómo usar las impresoras 3D para las cuestiones más imaginativas, etc.

En esta misma línea existe el movimiento de construcción por particulares (makers). Basado en las impresoras 3D de coste cada vez más asequible, existen multitud de plataformas y comunidades desarrolladas alrededor de este concepto. Make:, para compartir proyectos y aconsejar a todos los que se inician en este mundo. The Grommet, en la que los makers venden sus productos. Shapeways, para imprimir nuestras creaciones en 3D y recibirlas en casa. También aparecen los laboratorios de fabricación y los makerspaces.

Alquiler de maquinaria pesada[10]. MachineryLink y YardClub para el alquiler entre particulares o MuniRent, para que las administraciones públicas compartan dicho equipamiento.

Cuidadores de mascotas. DogVacay, una web para encontrar un cuidador que se quede con nuestra mascota mientras estamos de viaje. Lo mismo hace el portal DogBuddy en Europa. Ambos portales ofrecen, además, el servicio de pasear perros.

10. Espacio físico para tareas profesionales

Dentro de la compartición y la colaboración, y ante el auge de los autónomos y trabajadores en la economía colaborativa, cada vez son más frecuentes los espacios de trabajo compartido, coworkings, oficinas de alquiler por horas, etc.

Entre otros casos tenemos los siguientes:

Alquiler de oficinas, para periodos muy cortos o días completos. Spacebee y ShareDesk.

Búsqueda y alquiler de espacios de coworking. WeWork, PlacesToWork.

Compartición de espacios en tiendas. Storefront y PopPlaces, para la creación de pop up stores temporales.

Alquiler de espacios para tareas creativas. PeerSpace.

Compartición de espacio y maquinaria creativa. Muy relacionado con lo mencionado en el apartado anterior del movimiento de makers o constructores particulares. Por ejemplo, Orotava.Hackerspace.

*Espacios de coworking en apartamentos, con zonas de relax, reuniones, etc.
Breather.*

Aunque el hecho de que muchos de estos servicios sean prestados por organizaciones o empresas los aleja de la economía colaborativa, es cierto que encajan en el comportamiento colaborativo y entre las aspiraciones de las ciudades colaborativas.

11. Ventas entre particulares

También es uno de los ámbitos en los que comenzó la economía colaborativa, aunque en este caso la pertenencia de este tipo de plataformas a dicho modelo se encuentra justo en el límite. A fin de cuentas, no es más que una venta entre particulares potenciada por internet. Aun así, hacemos referencia a webs como eBay o wallapop. También hay modelos orientados específicamente a productos muy concretos, como Poshmark para productos de lujo o algunas de las ya comentadas anteriormente en las secciones correspondientes (ropa infantil, juguetes) y productos artesanos como en Etsy y Amazon Handmade. Aparte, y gestionada por Decathlon, tenemos Trocathlon para comprar y vender material deportivo usado.

Por último, la reventa de entradas entre particulares. Entre otras plataformas, esta opción está disponible en viagogo y en ticketbis (adquirida por eBay).

12. Las empresas como clientes en la economía colaborativa

Tradicionalmente asociamos el concepto de la economía colaborativa a servicios prestados por particulares, normalmente, para particulares. Pero, en principio, no hay razón alguna para que estos servicios no los utilicen las empresas en vez de los particulares. Por ejemplo, que una empresa envíe a sus trabajadores a quedarse en un Airbnb alquilado por un particular, o que utilice TaskRabbit para buscar a un profesional que necesita para una tarea específica. De hecho, los principales clientes de portales dedicados a la oferta de trabajo virtual cualificado como Upwork o Catalant, son empresas.

Más allá del uso por parte de las empresas de las plataformas orientadas, en principio, a los consumidores particulares, también empieza a haber una corriente en la economía colaborativa de plataformas específicamente destinadas a las empresas en el rol de cliente. Entre otros, citamos los siguientes ejemplos:

Cargomatic. Aplicación que trata de aprovechar los camiones de reparto de palets que van a hacer determinadas rutas para optimizar los trayectos, facilitando así a las empresas un medio alternativo de transporte a un coste más económico.

Wonolo. Desarrollo de tareas por particulares para empresas. El funcionamiento es muy similar al de TaskRabbit, tan solo que la plataforma está optimizada para su uso por parte de las empresas.

Local Motion. Compartición de vehículos a nivel corporativo. Plataforma que

exporta el concepto de Zipcar y otros sistemas similares de vehículo compartido al entorno corporativo.

13. Bancos de tiempo

Los bancos de tiempo son modelos en los que se intercambian servicios pagando por los mismos con tiempo. Es decir, la moneda no es dinero, sino tiempo que ponemos a disposición de la comunidad. Por ejemplo, ofrecemos un curso a un grupo de alumnos, lo que nos permitirá disponer de una serie de horas en el banco de tiempo que, posteriormente, podremos utilizar para pedir que otro de los miembros del banco nos ayude a pintar nuestra casa. Por ayudarnos en el proceso, esa persona dispondrá de una serie de horas que, a su vez, podrá utilizar cuando las necesite.

14. Metasistemas de economía colaborativa

Por metasistemas entendemos aquellos modelos de negocio que no son propiamente economía colaborativa, sino que están contruidos sobre otras webs o plataformas de esta economía digital o bien que proporcionan servicios a aquellos que operan en la economía colaborativa.

Sistemas para crear plataformas

Dicen que, en la fiebre del oro, los que realmente se hicieron ricos fueron aquellos que vendían picos y palas. En la era de la economía colaborativa hay numerosos ejemplos de sistemas que permiten que aquellos que se quieran introducir en la economía colaborativa puedan montar rápidamente una web para vender sus productos, ofrecer sus servicios o crear una plataforma de intermediación. Entre otros, citamos Sharetribe, MarketPlacer y Near Me.

Comparadores de economía colaborativa

Hay distintos sistemas que nos permiten comparar entre las opciones existentes en la economía o agrupar la oferta existente en la economía colaborativa. Por ejemplo, What's The Fare compara Uber, Lyft y otros servicios de transporte para decirnos cuál es la oferta más barata. Hundredrooms compara los alojamientos disponibles en distintas plataformas de alojamiento compartido.

Sistemas de ayuda a la gestión en la economía colaborativa

Se trata de sistemas que ayudan a los que proporcionan servicios en la economía colaborativa en algunas de sus tareas.

Por ejemplo, asistentes a los anfitriones de Airbnb a la hora de fijar los precios: Beyond Pricing, Smart Host y Everbooked. También hay otros casos que se encargan totalmente de la gestión de la propiedad (recepción y entrega de llaves, atención 24x7, limpieza, etc.): HostTonight, Guesty, Guesthop, Hostmaker y Flatquest. Una cuestión a tener en cuenta es la posibilidad de que cuando un propietario externaliza estas tareas (la recepción del huésped, la atención al cliente) se pueda perder parte de la esencia de la economía colaborativa, de empoderamiento del individuo y de conexión con otras personas interesadas en colaborar más allá de la obtención de un beneficio económico.

Específicamente en el ámbito del alquiler vacacional, en los últimos años han aparecido muchos otros servicios aparte de los arriba mencionados. Una relación completa de los mismos está disponible en el informe «Who's Who of the Vacation Rental World» elaborado por VRTech. Entre otros muchos productos y servicios, se mencionan sistemas para monitorizar si los huéspedes hacen excesivo ruido, para digitalizar el plano de la vivienda, para la apertura remota de puertas, seguros o libros de visitas.

Otros servicios están destinados a incrementar los ingresos de los conductores de Uber. Vugo se encarga de mostrar publicidad en los coches que prestan servicios en dicha plataforma, generando así un ingreso adicional para el conductor.

Por último, ya existen seguros específicamente diseñados para el alquiler de bienes en la economía colaborativa, sean casas, coches y otro tipo de bienes. Por ejemplo, Metromile cuenta con un seguro específico para conductores de Uber. En un artículo de Cinco Días de enero de 2017[11] se pueden encontrar distintos ejemplos de colaboraciones entre empresas de seguros y plataformas digitales.

Asociacionismo entre freelancers o trabajadores de la economía colaborativa

Asociaciones de freelancers o trabajadores independientes cuyo objetivo es conseguir seguros específicos para el sector, descuentos en determinados servicios, etc. Por ejemplo, Freelancers Union y SherpaShare.

Fair Crowd Work, por su parte, evalúa, entre otras cosas, los términos de uso de las distintas plataformas de trabajo digital y permite que los trabajadores valoren las mismas.

Consolidadores de reputación

Dado que actuamos como consumidores y como proveedores en distintas plataformas simultáneamente, existen ya sistemas que nos permiten consolidar nuestra reputación obtenida en distintas plataformas. Por ejemplo, Traity.

CIFRAS DE LA ECONOMÍA COLABORATIVA

Aunque es algo que evoluciona a diario, dado su fuerte crecimiento, presentamos en este capítulo algunas de las cifras que hemos podido recopilar en referencia a la economía colaborativa. En cada una de las cifras que mencionamos citamos la fuente de la que la hemos obtenido, aunque hay que tener en cuenta que, en general, se trata de cifras e importes aproximados y basados en estimaciones. En cualquier caso, entendemos que puedan ser válidas para tener una aproximación global en lo referido al tamaño del sector.

1. Cifras relativas a las plataformas

En el caso de Airbnb, se habla de cuatro millones de habitaciones en 191 países en 2017, cifras que superan al número de habitaciones que tienen entre las cinco mayores cadenas hoteleras del mundo. Aun así, de forma general, la estimación es que el alojamiento mediante la economía colaborativa tan solo representa actualmente el 2 % del total de ingresos por alojamiento en Estados Unidos, siendo la previsión es que pueda llegar al 10 % en 2025[1].

Por su parte, en el caso de TaskRabbit, algunas fuentes indican que, solo en 2015, la plataforma recibió más de 15 000 solicitudes para ser un tasker (denominación que reciben los trabajadores de la plataforma)[2]. Esta cifra parece que coincide con otra que indica que en la plataforma hay aproximadamente 30 000 trabajadores ofreciendo sus servicios[3]. En este sentido, nuestros análisis revelan que, aunque las anteriores cifras puedan ser ciertas, al intentar seleccionar taskers que hayan realizado más de 15 tareas (cifra que entendemos lógica para considerar que la persona no solo está en la plataforma, sino que recibe encargos en la misma y que busca en la economía colaborativa un medio regular de trabajo), el total de casos encontrados en la plataforma que cumplan esta característica es inferior a 500. Es decir, la oferta supera muy ampliamente a la demanda, encontrando en este caso una relación entre trabajadores activos y regulares y trabajadores en total que puede ser de 1:60, aproximadamente.

Las cifras de Uber son también realmente elevadas, igual que las de Airbnb: 1,5 millones de conductores en todo el mundo[4], más de 160 mil conductores en EE. UU.[5], presencia global en más de 500 ciudades[6] y una valoración estimada en 70 mil millones de dólares.

Finalmente, Juniper Research[7], de manera global, estima 40 mil millones de dólares en 2022 en ingresos para las plataformas.

2. Cifras relativas al número de usuarios

En cuanto a cifras de número de usuarios, PwC presentó un informe[8] en 2015 en el que da algunas cifras relativas a EE. UU. Entre ellas destaca, en primer lugar, el bajo número de ciudadanos que han usado algunas de estas plataformas. Dependiendo del sector, entre el 2 y el 9 % del total de la población adulta únicamente. Curiosamente, en este mismo informe se cita que hasta el 7 % de la población estadounidense es proveedor en esta economía, lo cual parece una cifra elevada.

En otro informe, MBO Partners[9] hace referencia a trabajadores que desarrollan más de 15 horas a la semana de forma independiente. En un suplemento a este informe denominado «Independent Workers and the On-Demand Economy» mencionan que un total de 2,7 millones de estadounidenses (que representan el 9 % del total de trabajadores independientes en los EE. UU.) ofrecen servicios a través de las plataformas de la economía colaborativa. Codagnone et al. (2016), después de revisar diferentes estudios sobre la cantidad de trabajadores en la economía colaborativa, estiman que la cifra que mejor puede representarlos es la del 4 % de la población trabajadora.

Por su parte Deloitte dispone de un informe sobre la economía colaborativa específico para el mercado suizo denominado «The sharing economy: share and make money. How does Switzerland compare»[10]. Entre otras, mencionan la cifra de que un 55 % de los ciudadanos suizos tiene pensado usar algún servicio de la economía colaborativa en los siguientes 12 meses; y que la población francoparlante está mucho más dispuesta que la población germanoparlante.

Más recientes son los trabajos de Vaughan y Daverio (2016), pertenecientes a PwC UK, y de TNS Political & Social (2016) desarrollados por encargo de la

Comisión Europea. En el primer informe citan que un tercio de los europeos han oído hablar de la economía colaborativa, pero solo un 5 % ha usado alguno de sus servicios en el último año. En el segundo trabajo dan las cifras de un 52 % de europeos conocedores de la economía colaborativa, de un 17 % de usuarios en al menos una ocasión, de un 10 % de usuarios en al menos una ocasión cada pocos meses, y de un 4 % de usuarios mensuales. En este informe se resalta como los consumidores en la economía colaborativa tienden a actuar también como proveedores, hecho que ocurre en al menos una ocasión en el 32 % de los encuestados.

A nivel español, el «Estudio Anual de eCommerce 2016»[11] de IAB Spain cita que un 92 % de los usuarios de internet conocen el consumo colaborativo y que hasta un 60 % ya han hecho alguna actividad en diferentes plataformas. Los mayores usos de las mismas han sido para la compra-venta de productos (77 % de los que las han utilizado), transporte (32 %) y estancias (29 %). Un 45 % menciona que las utiliza tanto para comprar como para vender.

Por su parte, el Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la SI en su informe «Las TIC en los hogares españoles» de octubre-diciembre de 2016 indica que un 7 % de los encuestados se ha descargado aplicaciones de economía colaborativa y, de ellos, el 70 % las usa solo esporádicamente. Las principales razones para su uso son el precio (66 %), la comodidad (42 %) y el probar algo distinto (33 %). Entre las razones para no usarlas, además de la preferencia por el método tradicional (40 %), se citan los temas de regulación (23 %) o el no estar cómodo con su uso (21 %).

Por último, y también a nivel nacional, el Panel de Hogares abril-junio 2016 de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) indica que un tercio de los internautas utiliza la economía colaborativa al menos una vez al año, siendo la compraventa de artículos de segunda mano (27 %) la más empleada, seguido por el alojamiento en casa de un particular (9,7 %) y la compartición de trayectos en automóvil entre ciudades (6,4 %). Desde el punto de vista de la oferta, un 22,7 % publicó al menos una oferta de un producto de

segunda mano, mientras que tan solo un 4 % publicó una oferta relativa a su vivienda o para transportar a personas en su automóvil.

3. Impacto económico

Respecto a las cifras económicas que genera la economía colaborativa, PwC estima un tamaño total de mercado de 15 mil millones de dólares en 2015, apuntando que en 2025 podría alcanzar los 335 mil millones de dólares.

En Europa, la Comisión Europea menciona la cifra de 28 mil millones de euros como la cifra total económica causada por la economía colaborativa en 2015[12] y divide esta cifra entre alojamiento (53,7 %), transporte (18,1 %), préstamos y financiación colectiva (18,5 %), y mercados de trabajo (9,6 %).

Finalmente, en el caso de España, y centrado específicamente en el comportamiento del turista nacional que utiliza la vivienda vacacional, el III Barómetro del Alquiler Vacacional en España, elaborado por la Universidad de Salamanca para Homeaway, menciona el uso de la vivienda vacacional en aproximadamente un tercio de los casos de viajes por motivo de vacaciones u ocio, con un impacto total superior a los 12 000 millones de euros: 2 600 relativos a los alquileres en sí mismos y casi 10 000 millones relativos a gastos en el entorno.

Por tener una idea del porcentaje que supone la economía colaborativa respecto al total, analizaremos el caso de Canarias en base al estudio publicado por el Gobierno de Canarias (2017) con datos de 2016. En dicho estudio se identifican un total de 30 000 viviendas vacacionales en la región, con un total de 130 000 camas, lo cual corresponde al 23,4 % de las camas turísticas ofrecidas. De ellas, menos del 5 % son ofertadas como habitaciones, mientras que el resto es en modalidad de casa completa. El precio medio por persona en una vivienda vacacional es de 21,40 euros, frente a los 43,70 euros del hotel. Además, según dicho informe, entre 2010 y 2016 el peso del alojamiento en vivienda de alquiler

vacacional se mantiene estable y en el entorno del 10 %. Como dato final, indicar que los anunciantes múltiples son el 37,1 % del total, pero sus camas representan el 82,3 % de las ofrecidas.

A modo de síntesis, el cuadro 4.1 reúne las principales cifras que hemos encontrado sobre la economía colaborativa.

Cuadro 4.1. Cifras sobre la economía colaborativa por actividad y por área geográfica

Negocio	Datos
Volumen	De 15 mil millones en 2015 hasta 335 mil millones de dólares
Actividad	Datos
Alojamiento	10 % del ingreso por alojamiento en EE. UU. Más de 2 millones de habitaciones
Trabajo	30 000 trabajadores en TaskRabbit. 18 millones de trabajadores en el mundo
Transporte	1,5 millones conductores Uber en el mundo. Uber en más de 100 países
Países-regiones	Datos
EE.UU.	Usuarios entre el 2 % y 9 % de adultos. 7 % de la población a través de Airbnb
Europa	17 % de la población la ha usado. 32 % de consumidores son usuarios
Suiza	52 % de la población usará la economía colaborativa.
España	60 % de los compradores por internet han usado la economía colaborativa.

LOS CONSUMIDORES

En este capítulo explicamos diferentes cuestiones relativas a la relación entre los consumidores y la economía colaborativa: los mecanismos existentes en la economía colaborativa para garantizar la seguridad y la tranquilidad del consumidor; las principales razones por las que los usuarios utilizan la economía colaborativa; y el perfil del usuario de este tipo de plataformas.

1. Seguridad en el uso de la economía colaborativa

Tal y como indican Park y Kim (2003), el consumo en internet depende, entre otros aspectos, del grado en que el intercambio comercial propuesto por el proveedor sea percibido como seguro por parte del consumidor. Una parte importante de esa seguridad se explica por la medida en que la página web ofrece información relevante para predecir la calidad del servicio o producto que se quiere comprar (Wolfenbarger y Gilly, 2001). De hecho, de acuerdo con el Flash Eurobarometer 438 (TNS Political & Social, 2016), los principales problemas percibidos por los conocedores de la economía colaborativa tienen que ver con diferentes aspectos relacionados con la seguridad que implica el intercambio. Por ejemplo, no saber quién es el responsable en caso de que surja un problema, no confiar en las transacciones basadas en internet, desconfiar de los proveedores, o la posible decepción si los bienes o servicios no satisfacen las expectativas.

Todo lo anterior tiene que ver con la asimetría de información que, en muchos casos, puede caracterizar a los intercambios en la economía colaborativa. Ahora bien, como explica Domenech-Pascual (2015), en algunos casos la economía colaborativa ya genera menos problemas derivados del desconocimiento del proveedor que la economía tradicional. Esto ocurre en el sector del transporte de viajeros, ya que, además de la cantidad de información que ofrece la plataforma (por ejemplo, precio del trayecto, localización del conductor, tiempo previsto, itinerario a seguir, valoraciones de otros pasajeros), la misma ya ha adquirido una determinada reputación como opción de consumo.

Los portales, conscientes de la importancia que tiene la percepción de seguridad por parte del visitante de los mismos, utilizan diferentes mecanismos para generarla. Entre ellos destacan los siguientes:

- a) Las valoraciones y opiniones de consumidores sobre los proveedores.
- b) El control que llevan a cabo sobre quién puede prestar servicios.
- c) El control sobre los servicios prestados.
- d) Datos y descripciones sobre las características de los proveedores.
- e) Centros de soporte y garantía sobre el trabajo realizado.

A continuación se comentarán cada uno de estos cinco elementos.

a) Valoraciones y opiniones de los consumidores

Una de las características de los portales de economía colaborativa es que permiten a los clientes valorar a los proveedores y su trabajo, los servicios prestados y/o los bienes utilizados. Posteriormente, esta información se muestra a cualquier consumidor. Es una de las normas de funcionamiento de estas plataformas y los que quieren participar en las mismas deben aceptarla.

Esta reputación digital del proveedor se genera con sistemas más o menos sofisticados. Uno sencillo es el usado por Airbnb, que consiste en las valoraciones que dan los clientes a la vivienda, y a algunas características de la misma, en una escala de una a cinco estrellas. A ello se añaden los comentarios que dejan los huéspedes sobre su experiencia. Otro ejemplo sencillo es el caso de

TaskRabbit, que muestra para cada trabajador el porcentaje de valoraciones positivas de clientes y sus comentarios.

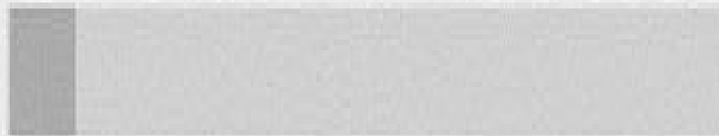
75 evaluaciones



5 estrellas



4 estrellas



3 estrellas



2 estrellas



1 estrella



Un sistema más complejo es el utilizado por Upwork. Este portal tiene un sistema denominado job success score basado en el historial del profesional en la plataforma. La puntuación se calcula a partir de diferentes variables como los contratos con valoraciones positivas, los contratos con valoraciones negativas, los clientes que repiten, los contratos de larga duración y las interacciones registradas del profesional con los clientes. Esta puntuación se calcula para diferentes periodos de tiempo y se ofrece la que genera mejor resultado[1]. A su vez, también ofrece la versión más simple consistente en una puntuación en una escala de una a cinco estrellas. Además, tiene una clasificación que recoge solo a los profesionales mejor valorados por los clientes.

b) Control sobre quién puede presentar servicios en las plataformas

Las plataformas intentan garantizar que los profesionales que operan en las mismas sean personas en las que los consumidores puedan confiar. A tal efecto algunas presumen de controlar quién puede ofrecer sus servicios a través de ellas.

Por ejemplo, TaskRabbit, en su web, afirma que «Los taskers pasan por un cuidadoso proceso de revisión antes de que puedan unirse a nuestra comunidad». Este proceso, de acuerdo con lo expuesto en la plataforma, consiste en: comprobación de la identidad, comprobación de antecedentes criminales y asistir a una sesión de orientación en la ciudad en la que se reside.

Upwork ofrece a los consumidores escoger una modalidad llamada «pro-talent». Consiste en que la plataforma lleva a cabo un proceso de evaluación de profesionales que incluye el estudio del historial de trabajo y los proyectos realizados, además de entrevistas y evaluación de habilidades.

Uber, dependiendo de la ciudad en la que opere, exige a los conductores tener un coche con un tope de años de antigüedad (incluso pueden excluirse determinados modelos), un certificado de antecedentes penales, pasar un test psicológico, una entrevista de trabajo y un análisis toxicológico. A pesar de ello, recientemente Uber ha llegado a un acuerdo para pagar entre 10 y 25 millones de dólares por haber «engañado a sus pasajeros acerca de la calidad de sus comprobaciones sobre los conductores»[2]. Lyft también exige una antigüedad máxima de los vehículos, que incluso puede variar en cada zona geográfica en función de la normativa que se aplique en la misma.

En Nidmi, especializada en servicios para el hogar, resaltan que los asistentes han pasado los filtros de su equipo de selección de personal. A su vez, dependiendo de la modalidad contratada, los clientes pueden contar con los servicios de selección de personal de la plataforma para encontrar al trabajador que buscan.

Un artículo publicado en la revista 5280 explica como llevó a cabo EatWith el proceso de aceptar a una pareja para que fueran los primeros anfitriones en Denver[3]. Además de la solicitud, tuvieron que enviar fotos de la comida, un vídeo de su casa, y mantener una reunión por Skype en la que mostraron la cocina y el comedor. También tuvieron que describir el menú, los precios y realizar una cena de demostración en la que estuvo presente un fotógrafo profesional.

Otras plataformas no llevan a cabo estos procesos de análisis previo de los profesionales. Airbnb, aparte de verificar la identidad tanto de los anfitriones como de los huéspedes, de acuerdo con los procedimientos de la plataforma, no exige nada para que una persona se convierta en anfitrión. A pesar de ello, sí que da la opción de que el propietario solicite el envío de un fotógrafo oficial de Airbnb a la propiedad, de forma que, posteriormente, estas fotografías tendrán un sello específico en la plataforma garantizando su veracidad. Igualmente, otorga el sello de superanfitrión (superhost) a aquellos que cumplen una serie de características en cuanto a experiencia, ratio de respuesta, calidad y compromiso,

renovando esta distinción cada tres meses.

Upwork, para verificar a los profesionales, les pide que suban dos documentos: uno con foto que garantice su identidad, como el documento nacional de identidad o el carnet de conducir, y otro referido a los datos bancarios. Para trabajar mediante Amazon Mechanical Turk, la plataforma solicita el nombre, correo electrónico, país de residencia y estar conforme con el acuerdo de participación en la plataforma. Posteriormente, el equipo de atención al cliente revisará la nueva cuenta. En aquellas regiones donde la actuación como guía turístico está regulada profesionalmente, ToursBylocals requiere, a los que desean ofrecer este servicio concreto, poseer la correspondiente acreditación oficial.

El cuadro 5.1 recoge una síntesis de las plataformas y sus correspondientes procedimientos de evaluación de los proveedores.

Cuadro 5.1. Cómo controlan las plataformas quién presta servicios

TaskRabbit	Comprobación de identidad, antecedentes criminal
Upwork	Opción «Pro talent»: evaluación del historial, proy
Uber	Antigüedad del vehículo, antecedentes penales, tes
Lyft	Antigüedad del vehículo.
Nidmi	Selección de personal global y específica.
EatWith	Fotos de la comida, reunión vía Skype, envío de m

Airbnb	Identidad anfitrión y huésped, opción de enviar un
Upwork	Foto de identidad y documentos bancarios.
Amazon Mechanical Turk	Datos del trabajador y revisión por parte del equipo
ToursByLocals	Acreditación profesional para los servicios de guía

c) Control sobre los servicios prestados mediante la plataforma

Dos maneras adicionales de generar confianza en los clientes consisten en evaluar la calidad de los servicios que prestan los profesionales, al objeto de dar de baja a los que no lleguen al nivel requerido, y acreditar profesionales de alto rendimiento.

Así, Etsy controla los intercambios que no van según lo esperado (por ejemplo, pedidos cancelados por el cliente, descripciones de productos incorrectas, casos de no entrega del producto, valoraciones de clientes de una o dos estrellas) para ponerse en contacto con los artesanos y recomendarles cómo mejorar la situación. Advierten que, si no se es capaz de mantener un nivel aceptable de servicio de atención al cliente, el profesional podría dejar de cumplir los requisitos de la plataforma.

Amazon Mechanical Turk asigna automáticamente calificaciones en función de una evaluación que la plataforma realiza del rendimiento del trabajador, mostrándolas a los clientes para que puedan elegir con más conocimiento a los mismos. Por su parte, Uber puede desactivar a un conductor si estima que las valoraciones que recibe por parte de los clientes son bajas.

TaskRabbit declara que puede estudiar a los trabajadores antes de que formen parte de la plataforma o durante su estancia en la misma. Antes, la plataforma tenía en cuenta las valoraciones de los clientes con el fin de que, junto con otros indicadores, los trabajadores con resultados más bajos tuvieran menos acceso a solicitudes de tareas. Actualmente, la plataforma ha suavizado la anterior práctica, advirtiendo a los taskers de que deben comunicarse de manera clara y rápida, mediante el chat de la empresa, con los clientes y responder a sus encargos con inmediatez. La plataforma tiene también la categoría TaskRabbit Elite, que incluye a aquellos trabajadores que de manera consistente dan el

servicio más profesional. Para ello tienen en cuenta las valoraciones de los clientes.

Upwork también tiene una categoría especial de trabajadores: the top rated program. Los profesionales con esta distinción suponen menos del 10 % y se caracterizan por tener una tasa de éxito muy alta y un nivel de ingresos que reflejan, ambos, la calidad y consistencia de su trabajo.

Por último, Airbnb otorga el distintivo de superanfitrión (superhost) a los anfitriones que cumplen una serie de características: experiencia (medida por el hecho de obtener un mínimo de 10 reservas al año), ratio de respuesta (se valora tanto la rapidez, como el contestar a un mínimo del 90 % de peticiones), calidad (les exigen un mínimo del 80 % de valoraciones de 5 estrellas) y compromiso (entendido como el respeto a las reservas aceptadas y la cancelación solo en muy contadas ocasiones). Esta distinción se renueva cada tres meses.

El cuadro 5.2 resume todos los procedimientos antes descritos.

Cuadro 5.2. Cómo controlan las plataformas los servicios que se prestan

Etsy	Control de los procesos que no funcionan correctamente
Amazon Mechanical Turk	Valora automáticamente el rendimiento del trabajador
Uber	Posibilidad de desactivar a los trabajadores con baja
TaskRabbit	Advertir a los trabajadores de lo importante que es

Upwork	Top rated program: 10 %. Elevada tasa de éxito y b
Airbnb	Superhost: experiencia, ratio de respuesta, calidad

d) Datos y descripciones sobre las características de los proveedores

También es frecuente que en las plataformas se ofrezca información específica y abundante sobre los trabajadores y sus actividades, de cara a mejorar la percepción de seguridad que puedan tener los consumidores.

Para ello se usan dos fuentes de información: los propios proveedores y acreditaciones de conocimientos según la plataforma. Respecto a la primera, es frecuente que las plataformas soliciten a los trabajadores que completen su perfil y que comuniquen de forma detallada y atractiva sus habilidades y conocimientos.

Así, Upwork pide a los profesionales que describan sus habilidades y experiencia profesional, así como su formación y logros. Insiste en la necesidad de prestar atención a esta información (libre de errores, bien escrita) y en añadir una foto amigable y de aspecto profesional.

En PeoplePerHour los profesionales enumeran los proyectos en los que han trabajado, la fecha de su último proyecto, y los clientes que han tenido. Los dedicados al diseño publican un portfolio de imágenes de sus creaciones. En la opción consistente en servicios ofertados, denominados hourlies (por ejemplo, diseñar la portada de un libro, diseñar un logo), los profesionales publican sus conocimientos, las habilidades y las experiencias relacionadas con los mismos. Además, añaden el precio de la hora de trabajo y su tiempo de realización.

En Etsy se insiste en incluir imágenes y videos de los productos ofertados. Hay que tener en cuenta que el uso de fotos, sobre el servicio que se oferta en la economía colaborativa, ha mostrado influir en la confianza que despierta el

proveedor en el cliente y, consecuentemente, en su decisión de consumo (Ert et al., 2016). Además, se ofrece un espacio de 5 000 caracteres para que los artesanos describan con detalle la historia y características de su actividad.

Aludiendo a motivos de confianza, Airbnb pide a los anfitriones que publiquen una foto propia y una descripción de un mínimo de 50 palabras, en la que se explique el motivo de usar Airbnb, los intereses y aficiones o cualquier otro detalle que consideren interesante. Aparte, ofrece la posibilidad de añadir verificaciones de identidad como los perfiles de Facebook, LinkedIn, o el número de teléfono.

Algunas plataformas basadas en servicios que implican habilidades y conocimientos profesionales permiten que, voluntariamente, los trabajadores realicen pruebas que evalúan destrezas que estiman interesantes para los clientes.

Por ejemplo, Upwork ofrece a sus profesionales un enorme banco de pruebas para que acrediten sus habilidades y para que los consumidores las conozcan (por ejemplo, programación en Java o en .NET, habilidades para la redacción técnica, o habilidades para la gestión). Los resultados se muestran en una escala de 0 a 5 en función de las respuestas acertadas y los profesionales pueden elegir no mostrar los resultados si no les interesan y, pasado el tiempo, volver a realizar los tests y así mejorar sus puntuaciones. Aparte de las estas, la plataforma muestra el percentil que implican las mismas entre todos los profesionales que han realizado el test. De esta manera los clientes pueden valorar comparativamente a los profesionales. Estos percentiles obtenidos irán variando a medida que otros profesionales van realizando las pruebas.

Amazon Mechanical Turk también ofrece la opción de realizar pruebas de evaluación como forma de acreditar habilidades ante los clientes. A la vez, la plataforma asigna de forma automática cualificaciones relacionadas con el rendimiento alcanzado en las tareas asignadas. Por su parte, los clientes pueden asignar requisitos de habilidades o cualificaciones a las tareas, de manera que las

mismas sólo puedan ser ejecutadas por los profesionales que las poseen según los mecanismos anteriores.

El cuadro 5.3 recoge las plataformas citadas y sus actuaciones en lo referido a la información de los proveedores.

Cuadro 5.3. Información sobre los proveedores en las plataformas

Upwork	El trabajador describe sus habilidades y experienci
Etsy	Incluir imágenes de las actividades. Describirlas de
Airbnb	Foto del anfitrión y descripción de un mínimo de 5
Upwork	El trabajador puede llevar a cabo pruebas para una
Amazon Mechanical Turk	El trabajador puede llevar a cabo pruebas de evalu

e) Centros de soporte y garantía sobre el trabajo realizado

Algunos portales de referencia en la economía colaborativa, como Airbnb y TaskRabbit, tienen centros de soporte y ayuda. Estos centros ofrecen apoyo y orientación a los proveedores o a los clientes de diferente manera. Una es mediante una sección en la plataforma en la que se explica cómo actuar ante distintas contingencias que se prevén que preocupan a los clientes. Entre las mismas suelen aparecer qué hacer si no se está conforme con el producto o servicio recibido, o con los honorarios, y cómo cancelar una solicitud de servicio y las consecuencias de ello.

Otra es ofreciendo una dirección de correo electrónico como medio de contacto y una tercera consiste en contar con un número de teléfono para la atención al cliente. En el caso de Upwork, la plataforma tiene un sistema formal para canalizar las diferencias que los clientes puedan tener respecto a las horas facturadas por los profesionales. Si el trabajador no está de acuerdo con el criterio del cliente la propia plataforma pasa a intermediar en estas diferencias.

Etsy procede de manera similar cuando el cliente no está de acuerdo con el producto recibido: la plataforma tiene mecanismos para, en un primer momento, poner de manifiesto los motivos y, si no hay acuerdo, su centro de ayuda pasa a intermediar y tomar una decisión.

Otra forma menos habitual de abordar la posible desconfianza de los consumidores es contar con un seguro que cubra contingencias perjudiciales para los mismos. Así, TaskRabbit asume una compensación por pérdidas debidas a daños en la propiedad del cliente causados por una negligencia del trabajador durante la realización del servicio, por lesiones y por robos.

Airbnb también cuenta con un seguro similar, aunque, en este caso, está pensado para el anfitrión que pueda encontrar algún desperfecto en su casa después de la salida del huésped. Inicialmente este seguro fue de 50 mil dólares y posteriormente se aumentó a un millón de dólares en EE. UU. En España es de 35 000 euros. Además, cuenta con una división dedicada a la confianza y seguridad en la que trabajan más de 80 expertos (Vázquez, 2016).

Finalmente, hay que destacar que algunos de los portales más representativos de la economía colaborativa (por ejemplo, Airbnb, TaskRabbit, Upwork) no pagan al trabajador hasta que el servicio se haya comenzado a prestar, se haya prestado en su totalidad o, incluso, hasta transcurrido un plazo de su finalización. El motivo argumentado es evitar el fraude y tener un tiempo para comprobar que todo ha ido bien.

2. Por qué usan los consumidores las plataformas de economía colaborativa y principales barreras encontradas

En el análisis de la relación entre los consumidores y la economía colaborativa, creemos interesante hacer referencia a las razones por las cuales los consumidores utilizan la economía colaborativa. Al ser un fenómeno relativamente reciente, no hay demasiado escrito al respecto y los pocos trabajos que hay no son totalmente definitivos. Aun así, entendemos que pueden aportar algo de luz a la cuestión.

En la base del concepto de la economía colaborativa se encuentra, principalmente, la confianza entre las personas, es decir, entre el consumidor y el prestador del servicio. Así, Mazzella y Sundarajan (2016) exponen que estamos inmersos en lo que denominan la era de la confianza, en la que hemos pasado de confiar en las instituciones a confiar en nuestros pares. Según estos autores, para que en una plataforma se den mecanismos de confianza, es necesario que se cumpla con seis pilares, que corresponden a las iniciales de DREAMS:

Información Declarada (por proveedores y consumidores) que se identifican ante la comunidad.

Valoraciones (Ratings).

Compromiso (Engaged) por ambas partes, en el sentido de que todos deben sentir que los participantes serán fieles a sus compromisos.

Usuarios y perfiles Activos, es decir que ante una solicitud se recibirá respuesta en un plazo apropiado y que las ofertas que aparecen están actualizadas.

Moderación de comentarios, participaciones, etc. por parte de un tercero independiente.

Relación Social entre los miembros de la plataforma y conexión a sus perfiles públicos.

Estos autores también encuentran en su estudio que los niveles de confianza hacia los miembros de una plataforma como BlaBlaCar son casi similares a los que tienen con su familia o amigos, y superior a la que se da con compañeros o vecinos.

Tratando de manera más específica las razones para el uso, en primer lugar, mencionamos el estudio de Hamari et al. (2015), en el cual concluyen que las causas principales para el uso de la economía colaborativa son el disfrute intrínseco asociado a la participación en la misma y las ventajas económicas en términos de tiempo y dinero. También encuentran un interés por parte de los usuarios hacia la sostenibilidad, si bien en este estudio indican que posiblemente esta cuestión sea importante solo para aquellos usuarios que ya de por sí tienen un interés por el consumo ecológico.

En segundo lugar, mencionamos el libro de Cañigüeral (2014). En el ámbito del consumo colaborativo explica y analiza las razones por las que las personas comparten sus bienes. Además de los motivos pecuniarios, también apunta a razones de bienestar, experiencias y descubrimiento de otras personas. Por

último, también cita las razones medioambientales, aunque reconoce que es algo en lo que los usuarios no suelen pensar cuando comparten. De forma similar, Shaheen et al. (2016), al encuestar a una muestra de consumidores de transporte colaborativo, encuentran que los motivos medioambientales y de pertenencia a una comunidad son secundarios. Las principales razones son la comodidad, el ahorro de tiempo y de dinero.

Por último, hay diversos informes que también aportan luz en función de encuestas realizadas a grupos de usuarios. Por ejemplo, el informe de 2015 llevado a cabo por PwC[4], a partir de una muestra de estadounidenses, nombra como causas principales los costes menores, la mayor oferta de opciones y el acceso más fácil. En el caso de los europeos, el Flash Eurobarometer 438 de 2016 ya citado expone que los concedores de la economía colaborativa destacan como ventajas de la misma, respecto al comercio tradicional, los siguientes aspectos: el acceso a los servicios está organizado de una manera más conveniente (41 %), resulta más barato o gratis (33 %), la posibilidad de intercambiar productos o servicios en vez de usar dinero (25 %), y la oferta de servicios nuevos o diferentes (24 %). Telles (2016) también cita los menores precios, la mayor confiabilidad en los servicios prestados gracias a las valoraciones, y la mejora de la experiencia por parte del consumidor por, por ejemplo, la posibilidad de usar medios digitales en todo el proceso.

En España, el ya mencionado Estudio Anual de eCommerce 2016 de IAB Spain, indica que las principales causas son los precios, la comodidad, la sencillez y el encontrar lo que se va buscando. El informe de la OCU (2015)[5] también coincide en que la mayoría de los usuarios se acerca al consumo colaborativo movidos por razones económicas (ahorrar o ganar dinero) o prácticas (flexibilidad de horarios, facilidad de uso, variedad), aportando como dato adicional que la inmensa mayoría de ellos, repetiría.

A nuestro juicio, el fuerte impulso que está teniendo la economía colaborativa en los últimos años podría tener detrás también a un tema de valores, en el sentido de que el tipo de oferta y quién la lleva a cabo constituiría un modelo más

cercano a lo que el consumidor va buscando y con el tipo de operador que desea relacionarse. Frente a un modelo industrial dominado por las grandes corporaciones, la economía colaborativa permite el empoderamiento del individuo y las relaciones más directas de los consumidores con los prestadores de los servicios.

Como plantean Porter y Kramer (2011), se ha culpado a las empresas de beneficiarse a costa de las comunidades en las que operan, haciendo que la confianza hacia dichas empresas haya caído a niveles históricos. A su vez, como las empresas están enfocadas en la creación de valor para sus accionistas, frecuentemente acaban olvidándose de sus clientes. Por ejemplo, podemos fijarnos en el sector de las operadoras telefónicas y su permanente preocupación más por captar nuevos clientes que por mantener a los ya existentes.

Por todo ello, Porter y Kramer (2011) indican que, en esta situación, las empresas debían replantearse su objeto, llevándolo hacia un modelo de valor compartido: que se genere un valor económico para la empresa al tiempo que se genera un valor para la sociedad en la que opera. Quizás podríamos decir que la economía colaborativa entronca con este planteamiento de valor compartido, pero bajo un punto de vista un tanto distinto: el que el valor sea compartido por la cercanía entre el prestador de servicio y el consumidor.

Claro está que no habría que olvidar que, a medida que las plataformas crecen y entran en modelos de lograr cada vez mayor inversión y mayores rondas de financiación, pueden darse situaciones en las que el crecimiento a toda costa se convierta en el objetivo principal de la plataforma, incluso aunque en el proceso sea necesario renunciar a parte de los valores que ayudaron a la empresa a consolidarse y crecer.

Por tanto, inicialmente se puede dar un cierto efecto de cercanía, de mayor hospitalidad en la economía colaborativa que en la tradicional. Pero quizás este efecto esté causado, sobre todo, por la novedad del modelo, que irá

disminuyendo a medida que sea más frecuente el uso de estos servicios y que en muchos de ellos se lleve a cabo un proceso de estandarización buscando una mayor eficiencia.

Para terminar con este apartado, mencionar que en diversos informes se citan las principales barreras al uso de la economía colaborativa: la normativa y regulación, la confianza en los demás, temas relativos a la privacidad y a la seguridad, las dificultades existentes propias del proceso de compartición, y el desconocimiento de por dónde o cómo empezar. Y, por encima de todas ellas, el hecho de que venimos de un sistema en el que la propiedad de los bienes era lo más habitual, por lo que pasar de un modelo de, por ejemplo, poseer un bien de transporte a un modelo en el que disponemos de distintos tipos de servicios de transporte requerirá un importante cambio de mentalidad.

El cuadro 5.4 resume las principales cuestiones tratadas en este apartado, es decir, las razones para el uso de la economía colaborativa y las principales barreras existentes actualmente.

Cuadro 5.4. Razones y barreras al uso de la economía colaborativa

Razones para el uso
Precio Oferta más conveniente Conocer gente Sostenibilidad Beneficioso para la

3. Perfil del consumidor en la economía colaborativa

Inicialmente los perfiles de los consumidores en la economía colaborativa, sobre todo en el ámbito del consumo colaborativo y la compartición, se asociaron a personas jóvenes, urbanitas, con igualdad de hombres y mujeres, muy en la línea de lo que sería la difusión digital. Esta perspectiva ha cambiado en los últimos tiempos, especialmente si analizamos el fenómeno desde el punto de vista más global de la economía colaborativa y no nos ceñimos al ámbito del consumo colaborativo.

Así, y aunque aún no es habitual, cuando se pregunta a la población en general, un amplio porcentaje (entre un 60 y un 80 %, según los estudios) afirman estar dispuestos a actuar como proveedores en alguna de las plataformas. A su vez, un porcentaje aún mayor (cifras cercanas o superiores al 90 %) afirman que en el futuro consumirán este tipo de servicios o que no tendrían mayor inconveniente en utilizarlos. Concretamente, el Flash Eurobarometer 438 (TNS Political & Social, 2016) recoge que los hombres y las personas de entre 25 y 39 años son los que más declaran haber usado plataformas de economía colaborativa, aunque son aquellas de edades comprendidas entre 40 y 54 años los que afirman hacerlo de manera regular. De la misma manera, la formación resulta una variable importante, ya que los que se formaron hasta los 20 años o más eran los que más declaraban haber usado servicios de la economía colaborativa.

4. Problemas en el uso de la economía colaborativa

La OCU (2015) indica que los conflictos que relatan los usuarios insatisfechos son escasos y no de excesiva gravedad (por ejemplo, retrasos, falta de limpieza del coche o del alojamiento). Esto es una prueba de que los sistemas de reputación virtual están funcionando. Pero, por otro lado, también indica que cuando hay un conflicto, los usuarios no suelen ser muy activos reclamando (muchos de ellos no hicieron nada, ni siquiera poner una mala valoración) y las acciones tomadas tampoco dieron grandes resultados.

TRABAJO Y FORMACIÓN

A la faceta laboral de la economía colaborativa se la suele llamar economía bajo demanda (on-demand economy) y economía del pequeño encargo (gig economy). Mucha de la actividad de las personas que ofrecen servicios o productos en la economía colaborativa se asimila al trabajo que se encuentra fuera de Internet. De hecho, tanto la Comisión Europea, en el informe elaborado por el Comité de las Regiones (2015), como el Parlamento Europeo (2017) resaltan el potencial que tiene la economía colaborativa para la generación de empleo. No obstante, aunque es habitual encontrar opiniones en los medios de comunicación respecto a lo que significa trabajar en la economía colaborativa, estas suelen centrarse en casos individuales o en anécdotas. Son pocos los análisis más sistemáticos o basados en evidencia empírica.

En este capítulo se abordarán diferentes cuestiones respecto al trabajo en la economía colaborativa. La primera se refiere a esclarecer en qué situaciones se puede afirmar que lo que se está haciendo en la economía colaborativa es trabajar. Posteriormente, se describe el mercado laboral propio de la economía colaborativa, el estatus laboral de los trabajadores, las ventajas e inconvenientes de esta modalidad de trabajo, las competencias que se requieren para tener éxito, el impacto que puede tener en el mercado de trabajo tradicional, y qué se puede hacer para mejorar la situación del trabajador en este nuevo mercado laboral.

1. ¿Es trabajo lo que se hace en la economía colaborativa?

Para acordar si lo que se está haciendo en la economía colaborativa es trabajo o no utilizaremos dos criterios: el lucro y el punto de vista económico.

El criterio del lucro

El significado de trabajo y de trabajar puede ser múltiple. No obstante, entender que un trabajo es una ocupación retribuida y que trabajar es tener una ocupación remunerada son acepciones recogidas en cualquier diccionario.

Por tanto, una primera reflexión es que si no se está obteniendo una remuneración, mediante el intercambio que caracteriza a la economía colaborativa, no se está trabajando. Esta situación, aunque no sea la más común, puede encontrarse. Un caso es el de Couchsurfing, que en sus políticas recoge: «No cobres por tu sofá: nuestra comunidad ofrece intercambios de hospitalidad gratuitos. Pedir dinero o trabajo a cambio de tu sofá, o pedir a los miembros pagar por servicios de alojamiento no está permitido». También sería el caso de BlaBlaCar, ya que los que comparten una o más plazas de sus vehículos no buscan ganar dinero sino, teóricamente, compartir los gastos en los que incurren al realizar trayectos que no dependen de la existencia de un consumidor que los demande. Otro ejemplo es la plataforma PeerBy con aquellos que, temporalmente, ofrecen sus equipos o herramientas sin aspirar a una contraprestación, ya que la plataforma no lo permite. Incluso sería discutible la situación de los que están en PeerBy GO, que sí pueden cobrar una cantidad pero que, de acuerdo con las reglas de la plataforma, no pueden superar los 250 euros mensuales. En relación a esta cuestión de búsqueda del lucro, Ginès i Fabrellas y Gálvez Duran (2016) se posicionan claramente en cuanto a la no existencia de trabajo cuando las plataformas lo que promueven es que se compartan gastos y no lucrarse con el servicio que se ofrece.

Casos completamente diferentes a los anteriores los podemos encontrar en TaskRabbit, etece, Upwork y Uber. En estos portales las personas se apuntan para ofrecer sus habilidades y esfuerzo (es decir, trabajo) a cambio de una retribución dineraria. En los tres primeros son las personas las que fijan sus honorarios y en Uber es la propia plataforma la que fija los precios del trabajo. No hay límites en cuanto a la cantidad de ingresos que se pueden lograr, sino que

dependen directamente de la cantidad de trabajo que se realice. Tampoco hay límites superiores en cuanto a la cantidad de horas que se pueden dedicar. En este tipo de portales los clientes describen claramente los servicios que quieren, y pueden mostrar, de diferentes maneras, su desacuerdo con la calidad de la actuación del proveedor. Es difícil rechazar que nos encontramos ante trabajo. Es más, los estudios que preguntan a los que actúan como proveedores el motivo de su participación, en plataformas del tipo de las anteriores, encuentran que la razón principal es la económica (CIPD, 2017; Hall y Krueger, 2015; Intuit y Emergent Research, 2016; Schmid-Drüner, 2016).

El punto de vista económico

Otro criterio para valorar si nos encontramos ante trabajo en la economía colaborativa es el económico. Tradicionalmente, bajo este enfoque, el trabajo es entendido como el uso del esfuerzo mental o físico que hacen las personas para la creación de bienes o servicios. El trabajo es distinto del capital, que se refiere a bienes, dinero o tecnología que permiten lograr una renta.

De acuerdo con lo anterior, una plataforma de préstamos como Zopa no intercambia trabajo, sino capital. Lo mismo ocurre con las monedas P2P, las ventas entre particulares (como es el caso de Wallapop), el carsharing (por ejemplo, SocialCar), el crowdfunding (Lanzame), o el alquiler de barcos (GetMyBoat). En estas plataformas el objeto clave de intercambio y retribución es el capital, no el trabajo. Ahora bien, eso no quita que con sus actuaciones las personas que están ofreciendo los bienes puedan estar ejerciendo una actividad profesional. Si así fuera estaríamos ante trabajo, ya que su actuación basada en el capital (que lógicamente conlleva además cierto nivel de habilidad y esfuerzo) está generándole una renta. La cuestión es si este tipo de intercambios puede generar la suficiente actividad y honorarios como para llegar a constituir una ocupación profesional. Así, parece difícil que mediante la venta de artículos en Wallapop se puede conseguir la cantidad de actividad necesaria para constituir un medio de vida.

Conclusión

A partir de los dos puntos de vista descritos, un trabajador en la economía colaborativa es aquel que, bien basándose en sus habilidades y esfuerzo, bien basándose en el capital, obtiene una retribución. Ahora bien, a esta descripción habría que añadir, como mínimo, dos matizaciones ya adelantadas. La primera sería la intensidad con la que se hace la actividad y la segunda sería el nivel de renta obtenido.

Vamos a ilustrar estas dos matizaciones partiendo de Airbnb, aunque puede extenderse a cualquier plataforma que permite la obtención una renta. En Airbnb podemos encontrar a un anfitrión que alquila su vivienda tres o cuatro semanas al año coincidentes con sus vacaciones. El resto del año reside en su vivienda. En principio, pocos dirían que está trabajando, ya que la frecuencia con la que realiza la actividad a lo largo del año (por tomar como referencia el periodo en el que hay que declarar fiscalmente las rentas personales obtenidas) es muy baja. Aparte, la retribución que puede obtener está lejos de hacer la actividad en cuestión un medio de vida. Ahora bien, en la misma plataforma podemos encontrar un anfitrión con dos o más viviendas que pone a disposición de otras personas todo el año, ya que personalmente no las ocupa. Esta comercialización no solo implica tener los inmuebles, sino el esfuerzo constante derivado de gestionar las reservas, fijar los precios, recibir y despedir a los clientes, proporcionarles información interesante para sus estancias, solucionar imprevistos durante las mismas, y encargarse de la limpieza y mantenimiento de las viviendas. Sin este esfuerzo no se podrían comercializar las viviendas. Si logra un nivel de ocupación elevado, a lo largo del año, los ingresos obtenidos serán significativos. Muchos podrían decir que es un profesional del sector inmobiliario, cuya renta está basada en una combinación de capital y trabajo.

La dificultad estriba en establecer los umbrales de la intensidad con la que se realiza la actividad y de los ingresos que genera. Esto es así ya que, como se verá en el siguiente apartado, el mercado laboral en la economía colaborativa es

heterogéneo. Así, una plataforma como Catalant, de acuerdo los casos que publica, permitiría obtener unos ingresos de 8 000 dólares con una sola actividad, basada en conocimientos y habilidades, para un cliente. Pocos dirían que esa actividad no es trabajo. Por tanto, no es tan sencillo como considerar el número de meses a lo largo del año en los que se han hecho intercambios en las plataformas. Otro tanto ocurre con el nivel de la renta obtenida, ¿a partir de cuánto comenzamos a decir que lo que retribuye es trabajo? Si un estudiante universitario se dedica pasear perros a través de Gudog y obtiene unos 1 200 euros al año ¿ya le consideramos un trabajador?

Por tanto, en la economía colaborativa hay trabajo, y mucho, pero no todo lo que hay en la economía colaborativa es trabajo. Hay intercambios en los que no se está trabajando, sino compartiendo una actividad o recurso que no conlleva un rendimiento económico o, de haberlo, no es significativo. También hay intercambios que consisten en la venta o alquiler puntual de un activo. Estos intercambios de bienes pueden ser tan ocasionales que apenas requieren esfuerzo o habilidad por parte del proveedor, por lo que sería difícil sostener que se está ejerciendo una actividad profesional.

2. El mercado de trabajo en la economía colaborativa: el mercado laboral digital

No es de extrañar que la economía colaborativa pueda influir en el mercado de trabajo, ya que el impacto de las tecnologías de la información y de las comunicaciones (la base de la economía colaborativa) en el mercado laboral se ha constatado (Acemoglu y Autor, 2011). Así, se ha propuesto que la economía colaborativa ha creado un nuevo mercado de trabajo: el mercado laboral digital (Codagnone, et al., 2016; de Groen et al., 2016; Horton et al., 2017).

Aunque es un campo que todavía necesita de mayor soporte empírico, un hecho que parece evidente al estudiar las diferentes plataformas existentes, es que el mercado laboral digital no es homogéneo. Es decir, no todo el trabajo tiene las mismas características ni contenido. A partir de un análisis de diferentes plataformas, en las que el objeto de intercambio es el trabajo (no se tiene en cuenta aquellas en las que el capital puede ser el factor principal de intercambio, como las de vivienda vacacional o las de artesanía como Etsy), Codagnone et al. (2016) y de Groen et al. (2016) proponen que el mercado laboral digital se estructura en cuatro mercados diferentes. Para ello se basan en dos variables.

La primera se refiere a la localización del trabajo y se materializa en si este se realiza a través de internet (mercado laboral virtual) o si el trabajo se tiene que realizar presencialmente en un sitio específico (mercado laboral local o móvil). Aunque los autores no lo explicitan, entendemos que esta variable de clasificación del trabajo que se realiza en la economía colaborativa es básicamente dicotómica: el trabajo se realiza en un lugar físico requerido (por ejemplo, un reparto a domicilio o pintar una vivienda) o se desempeña a través de internet (una traducción de un texto o diseñar una página web).

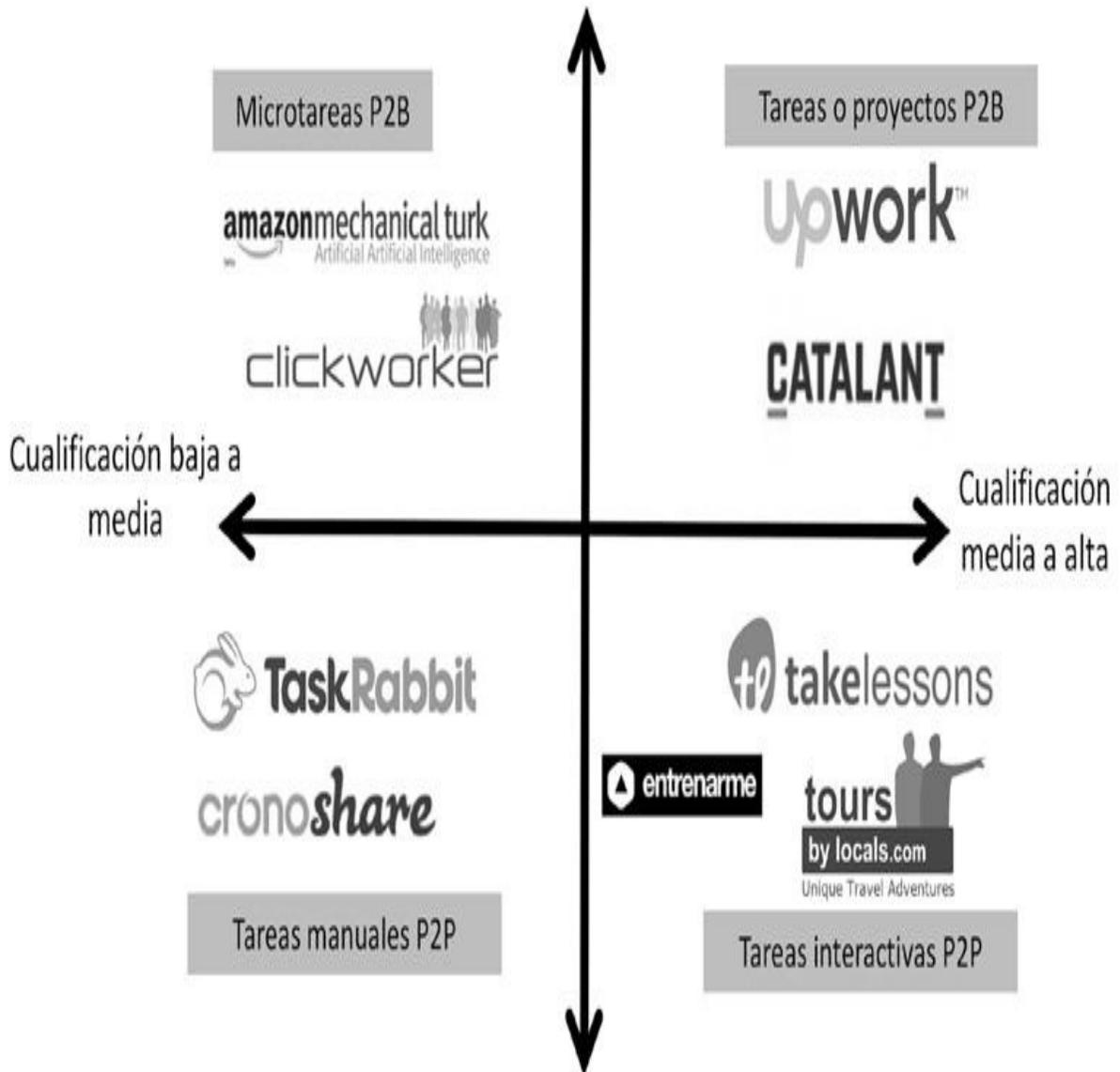
De acuerdo con los autores anteriores, el mercado laboral virtual contiene trabajo mayoritariamente cognitivo. Nuestra opinión es que en algunos casos, como se verá a continuación, también puede implicar trabajo manual. El mercado laboral local implica trabajo principalmente físico o que requiere la interacción presencial con otras personas. En nuestro caso, como veremos, creemos que también puede requerir trabajo intelectual.

La segunda variable de clasificación recoge el nivel de habilidades que requiere el trabajo. A diferencia de la anterior, aunque los autores no lo explicitan, esta variable no puede ser una cuestión de dos opciones (nivel bajo y nivel alto), ya que el trabajo que se intercambia en las plataformas puede presentar más variaciones en este aspecto. No obstante, a efectos de representar de una forma sencilla el trabajo que hay en la economía colaborativa, seguiremos la opción de entender que hay plataformas que principalmente acogen trabajo que demanda un nivel de cualificación que va de bajo a medio y que otras requieren un nivel que va de medio a alto.

Fruto de la combinación de las posibilidades descritas, surgen cuatro posibles mercados laborales digitales. La figura 6.1 los representa e incluye plataformas que encajan en los mismos.

Figura 6.1. Representación del mercado laboral digital

Mercado laboral virtual
(tareas cognitivas)



Mercado laboral local/móvil
(tareas físicas /interactivas)

Fuente: elaboración a partir de Codagnone et al. (2016)

El mercado laboral virtual que implica un nivel bajo o medio de habilidades (el etiquetado como Microtarefas P2B en la figura) contiene básicamente la realización de microtarefas. Es decir, tareas que demandan muy poco tiempo y, por consiguiente, su ejecución tiene una retribución muy baja. Es un mercado P2B, o sea, de particulares trabajando para empresas. Amazon Mechanical Turk es un portal que claramente lo representa. Esta es una tarea recogida en este portal:

Dada una imagen y una descripción, por favor, edita y reescribe una leyenda de imagen clara y atractiva. Tiempo asignado: 120'. Recompensa: 0,12\$.

En este caso, los turkers (como se denominan a los que realizan tareas en este portal) tendrían dos horas para ir editando imágenes y reescribiendo leyendas con una retribución de 12 céntimos de dólar por cada leyenda que escriban.

El mercado laboral virtual que requiere un nivel medio o alto de habilidades (el etiquetado como Tareas o proyectos P2B en la figura), también P2B, incluye tareas de mayor duración o, incluso, proyectos. Upwork y Freelancer son de los portales más conocidos. También está Catalant, que se acerca más al concepto de proyecto. Las retribuciones son claramente mayores que en el caso anterior. La siguiente es un encargo de tarea en Upwork por la que el trabajador ingresó 200 dólares.

Necesito ayuda con una página Wordpress parecida a Yelp u otras bases de datos de valoraciones.

Esta otra es una recogida en Catalant con un precio de 8 000 dólares.

El cliente estaba buscando un consultor financiero experto para construir estados financieros proforma. Aunque tenían proyecciones, estaban buscando un modelo más robusto y flexible que contestara a cuestiones clave sobre necesidades de financiación a través de un rango de diferentes elecciones de modelo de negocio.

El mercado local que implica un nivel bajo o medio de habilidades (etiquetado como Tareas manuales P2P) está basado principalmente en trabajo manual. Así, TaskRabbit recoge como categorías de trabajo populares para los taskers (los que trabajan en dicha plataforma) las siguientes: mantenimiento, limpieza, reparto, mudanzas, montaje de muebles, y asistente personal. Es cierto que este portal y otros equivalentes como Cronoshare incluyen trabajo que requiere una cualificación mayor que estas categorías (por ejemplo, clases particulares, contabilidad) o que se puede realizar a través de internet (por ejemplo, diseño web). Apenas existen datos sobre su incidencia. No obstante, los resultados de una investigación nuestra que está en vías de publicación sugieren que, en el caso de TaskRabbit, este tipo de tareas son poco frecuentes, siendo las más realizadas por los trabajadores las de reparto, mudanza, montaje de muebles, y cambio de mobiliario (Melián-González y Bulchand-Gidumal, 2017). Aunque Codagnone et al. (2016) definen este mercado como P2P, entre particulares, existen evidencias de que también puede ser P2B.

El mercado local que requiere un nivel medio o alto de habilidades (etiquetado en la figura como Tareas interactivas P2P), también mayoritariamente P2P, incluye trabajo en el que la interacción con otras personas es clave. En ToursByLocals los que actúan como guías deben tener conocimientos de arte, cultura, y/o historia, e interactuar durante un tiempo con personas con expectativas sobre los mismos. En TakeLessons se ofrecen clases particulares de álgebra, idiomas y arte, entre otras materias. En EatWith no solo hay que ser un excelente cocinero, sino que la interacción con los comensales es parte del servicio.

Si bien, como se dijo, la conceptualización del mercado laboral digital que hacen Codagnone et al. (2016) y de Groen et al. (2016) no incluye los intercambios que dependen del capital, nosotros entendemos que perfectamente pueden formar parte del mismo. Esto es así porque, como explicamos en el apartado anterior, a un determinado nivel de ejecución estos intercambios dependen claramente de la habilidad de las personas. El éxito de un anfitrión en Airbnb no se debe exclusivamente a las características físicas de la vivienda que oferta. Aunque es necesario más evidencia al respecto, este se explica, por una parte, en base a la importancia que los propios anfitriones de la plataforma atribuyen a la interacción presencial con los huéspedes y a lo que ello implica: hospitalidad en la recepción y despedida, asesoramiento sobre actividades en el destino, y dominio del inglés (Quintana-Ojeda y Melián-González, 2016). Por otro lado, también hemos encontrado que una parte significativa de las quejas de los huéspedes en la plataforma están relacionadas con el comportamiento mostrado por el anfitrión (Bulchand-Gidumal y Melián-González, 2017). Así, entendemos que el alquiler vacacional puede encajar en el mercado local presencial que requiere un nivel de habilidades que se va de medio a alto.

Lo mismo puede ocurrir en una plataforma como Etsy. A pesar de que el objeto de intercambio son productos, estos deben ser diseñados y promocionados por los propios artesanos. En caso de que no los fabriquen ellos mismos, los artesanos deben estar involucrados en el proceso de producción, ya que no se permite la reventa de productos. También deben responsabilizarse de los envíos. Por lo tanto, detrás de cada venta hay un trabajo considerable. En este caso, dado que la venta no requiere un encuentro presencial, lo hemos asignado al mercado virtual que requiere un nivel de habilidades que va de medio a alto.

3. Tamaño del mercado laboral digital

La cantidad de trabajadores que operan en el mercado laboral digital es difícil de establecer, ya que no existen datos específicos registrados, como ocurre con los casos de los trabajadores por cuenta ajena o el de los trabajadores autónomos en general. Hay varios estudios que ofrecen algunas estimaciones indirectas, pero solo conocemos uno que investiga con muestras considerables y, por lo tanto, susceptible de hacer extrapolaciones a la población (Huws y Joyce, 2016).

A partir de la investigación anterior, el cuadro 6.1 recoge los datos ofrecidos para diferentes países europeos. Como se puede observar, aquellos adultos que han intentado alguna vez trabajar en la economía colaborativa van desde el 18 % de los Países Bajos hasta el 36 % de Austria. Los que han logrado trabajar alguna vez en su vida oscilan entre el 11 % del Reino Unido y el 23 % de Austria. También en estos dos países, junto con Suecia, se sitúan los mínimos y máximos de la población adulta que ha trabajado al menos una vez al año (8 % y 18 %, respectivamente), dos veces al año (7 % y 15 %, respectivamente), y una vez al mes (4 % y 9 %, respectivamente). Los que lo hacen todas las semanas se concentran en torno al 4 %, que es la cifra que Codagnone et al. (2016) asumen como representativa de los activos semanales en el mercado laboral digital.

Cuadro 6.1. Trabajadores en el mercado laboral digital

	Reino Unido	Suecia	Países Bajos	Alemania	Austria
Han intentado trabajar	21 %	24 %	18 %	22 %	36 %
Han trabajado alguna vez	11 %	12 %	12 %	14 %	23 %

Al menos una vez al año	8 %	8 %	9 %	11 %	18 %
Al menos dos veces al año	7 %	7 %	8 %	9 %	15 %
Al menos una vez al mes	4 %	4 %	5 %	6 %	9 %
Semanalmente	3 %	3 %	3 %	4 %	5 %

Fuente: Elaboración propia a partir de Huws y Joyce (2016).

No existen datos sobre como los anteriores trabajadores se pueden distribuir en los diferentes mercados laborales digitales previamente definidos. Lo que sí puede tenerse en cuenta es la cantidad de trabajadores que algunos portales declaran que pueden encontrarse en los mismos. Claramente se ve que el mercado laboral virtual parece tener un potencial de trabajo mayor. Así, por ejemplo, las plataformas Freelancer y Upwork declaran contar con 18 y 12 millones de trabajadores, respectivamente. Por su parte, TaskRabbit, del mercado laboral presencial, ha dejado entrever en algún momento que contaba con 30 000 taskers. Uber tampoco es transparente con la cantidad de conductores. A finales de 2014 la cifra de los que realizaron cuatro o más trayectos en Estados Unidos fue de 162 037 (Hall y Krueger, 2015). Actualmente se nombran cifras en torno a los 500 000 conductores en todo el mundo.

Las cifras de trabajadores dados de alta en los portales no deben confundirse con las de aquellos que efectivamente trabajan en la economía colaborativa. Una de las quejas comunes de los trabajadores en la economía colaborativa es la baja demanda de trabajo (Berg, 2016; RFS, 2015). Por tanto, estar dado de alta en una plataforma no conlleva tener una actividad laboral considerable. En este sentido, Codagnone et al. (2016) comentan la posibilidad de que exista un «efecto superestrella», o sea, que la mayor parte del trabajo de las plataformas lo estén desempeñando unos pocos. Aunque no existe suficiente evidencia, hay indicios al respecto. Así, Maselli y Fabo (2015), en una plataforma de diseñadores del mercado laboral virtual, encontraron que solo el 15 % de los dados de alta habían ganado dinero. Ipeirotis (2010) halló que el 10 % de los turkers en Amazon Mechanical Turk ejecutaban el 75 % de las microtarefas. De Groen et al. (2016), en el periodo que va de diciembre de 2013 a diciembre de 2015, encontraron que la mayor parte de los trabajadores de la plataforma ListMinut (94,6 %) no habían desarrollado tarea alguna y, consecuentemente, tampoco habían obtenido ingresos. De los que habían trabajado, más de la mitad (57 %) solo había realizado una tarea y únicamente un 2 % había desempeñado un número elevado (entre 20 y 78). Finalmente, los resultados de nuestra

investigación (Melián-González y Bulchand-Gidumal, 2017) mostraron que en 2015 solo unos 250 trabajadores de TaskRabbit, de los supuestamente 30 000 disponibles en la plataforma, contaban con quince o más valoraciones de clientes.

Las razones de la concentración del trabajo en un grupo reducido de trabajadores pueden ser variadas. Así, Codagnone et al. (2016) citan evidencias sobre la influencia de estereotipos en la decisión de los consumidores de contratar a un trabajador. La localización geográfica, en el caso del mercado laboral móvil, también puede influir. También se ha sugerido el importante papel de las valoraciones de los clientes, ya que han mostrado resultar más importante que la experiencia de los trabajadores a la hora de decidirse por los mismos. Por ello, contar con pocas o ninguna valoración supondría una importante barrera para estar activo en el mercado laboral digital.

4. Estatus de los trabajadores

Desde un punto de vista legal, ¿cuál es el estatus de las personas que están trabajando en la economía colaborativa? Las plataformas lo tienen claro: ellas son intermediarias y los proveedores son profesionales independientes con los que no tienen ningún vínculo laboral. Algunas, como ya ha quedado patente en los apartados anteriores, utilizan denominaciones diferentes del término profesional, tales como riders (Deliveroo) o taskers (TaskRabbit). Aun así, cuando se leen las condiciones de participación, el estatus de trabajador independiente es explícito.

Por ejemplo, en los términos y condiciones de uso recogidos en su página web para Estados Unidos, en enero de 2016, Uber establece que «usted reconoce que Uber no presta servicios logísticos o de transporte ni funciona como una empresa de transportes». Por su parte, TaskRabbit en febrero de 2016 se autodefine como «una plataforma de comunicación que permite la conexión entre clientes y taskers» e indica que «la empresa no tiene control sobre la calidad, tiempo de ejecución o legalidad de las tareas realizadas por sus taskers». En cuanto a los trabajadores afirma que no trabajan para la empresa sino que «son emprendedores locales y autónomos independientes que trabajan para ellos mismos». Finalmente, cronoshare, expone en sus condiciones alojadas en su web, en julio de 2017, que «actúa, entre otras cosas, como el lugar para que (i) los demandantes de servicios anuncien oportunidades de prestación de servicios o colaboraciones y busquen y evalúen posibles candidatos y para que (ii) los prestadores de servicios publiquen datos y perfiles para buscar y evaluar oportunidades de prestación de servicios/colaboración. Tridea Labs presta pues un servicio de intermediación. Tridea Labs no filtra ni censura los listados, incluyendo los perfiles ofrecidos. Tridea Labs no está involucrado en la transacción, más que como un mero intermediario en el pago que tiene lugar entre oferente y demandante».

La teórica independencia de los trabajadores respecto a las plataformas, en contraposición a la dependencia que conlleva la relación laboral por cuenta ajena con una empresa, es una de las características definitorias de la economía colaborativa. En esta línea, Robin Chase[1] afirma que la economía colaborativa es aquella donde la gente y los activos están fuera de la empresa y no dentro. A esto añade que la plataforma no controla a la gente y los activos. Sin embargo, la realidad no es tan sencilla, ya que algunas plataformas, en aras de proporcionar intercambios satisfactorios para los consumidores, intentan, de diferentes maneras, influir en las características de los servicios que se prestan. La cuestión es que, como ya sabemos, los que realmente dan los servicios son los trabajadores.

Las relaciones laborales se regulan en cada país. Sin embargo, una premisa común es que los profesionales independientes, en comparación con los trabajadores por cuenta ajena, deben tener libertad para decidir con quién, cuándo y cómo realizar sus servicios (Harris y Krueger, 2015; Nieto, 2010). Por tanto, el funcionamiento de las plataformas no debería restringir la labor de los profesionales en estos ámbitos.

No obstante, la realidad es que la libertad e independencia que deben caracterizar a los profesionales autónomos muchas veces está limitada en las plataformas. Esta cuestión es una preocupación común en informes recientes respecto al trabajo en la economía colaborativa (Markkula y Buriánek, 2016; Paniagua y Ferrer, 2017; Taylor et al., 2017). La operativa de las plataformas, en lo referido a la medida en que limitan o regulan la actividad que realizan las personas que prestan servicios mediante las mismas, varía. Cuanto menos interfieran en el trabajo de los proveedores, menos discutible será su rol de mero intermediario entre oferta y demanda. Por el contrario, cuanto más dirijan e intervengan en el trabajo que implican los servicios que prestan esos profesionales, más se parecerá la plataforma a una empresa que emplea trabajadores para proporcionar servicios a clientes.

La Comisión Europea (2016b) plantea unos criterios para determinar el grado en

que una plataforma intermedia o presta servicios. De ser esto último, la independencia de los trabajadores sería una cuestión más compleja de justificar. Los criterios incluidos son: quién determina los precios, la existencia de condiciones contractuales clave, como instrucciones obligatorias para prestar los servicios, y la propiedad de activos clave, o sea si la plataforma es propietaria de activos básicos para prestar los servicios.

A pesar de lo anterior, a tenor de la variedad de plataformas existentes y de sus formas de actuación, la Comisión Europea recomienda el análisis caso por caso a la hora de determinar el papel de las plataformas respecto a los servicios que, teóricamente, intermedian y el control que hacen de los trabajadores. A continuación, haremos este análisis con varias plataformas, de acuerdo con la información disponible en la fecha en la que estamos escribiendo este libro, para que queden patentes las diferencias que pueden existir.

Comencemos con un propietario de una vivienda que decide alquilarla a través de Airbnb e irse a vivir con su pareja. Como es sabido, esta oferta será realizada conjuntamente con las de otros muchos anfitriones a los que Airbnb, aparte de verificar su identidad de acuerdo con los procedimientos de la plataforma, no les exige ninguna otra condición para participar. Los propietarios pueden fijar sus precios, o hacer caso a las sugerencias de Airbnb al respecto, y los clientes deciden en base a sus preferencias. Si algún cliente contacta con el propietario y llegan, entre ellos, a un acuerdo, la plataforma deducirá de los ingresos del anfitrión un porcentaje del coste total, antes de impuestos, que conlleva la estancia del huésped (además de una tarifa de servicio que cobrará al propio huésped). Para tener éxito en el alquiler de la vivienda, Airbnb pone a disposición de los anfitriones multitud de consejos y recomendaciones. Visto todo lo anterior, parece poco probable que alguien entienda que los anfitriones de Airbnb sean empleados de la empresa.

Una dinámica similar la podemos encontrar en Etsy, en la que los artesanos ofrecen los productos que diseñan, al precio que estiman conveniente, y atienden directamente las solicitudes de los clientes. Los artesanos trabajan en sus

productos cuando quieren y se conectan a la plataforma también según su criterio. En ambos casos, las plataformas ponen la tecnología a disposición de proveedores y consumidores para que puedan llevar a cabo las transacciones. La figura 6.2 representa este tipo de dinámicas en las que claramente los trabajadores son autónomos.

Figura 6.2. Rol de un trabajador autónomo en la economía colaborativa

Trabajador



Plataforma



Cliente

- Ofrece sus servicios
- Fija tarifas/precios
- Acuerda con el cliente
- Decide horarios
- Realiza el trabajo
- Aporta el capital necesario

- Tecnología
- Muestra trabajadores
- Asegura
- Cobra
- Comisión
- Intermedia en diferencias

- Elige al trabajador
- Acuerda con el trabajador
- Paga
- Valora

En TaskRabbit también se siguen procedimientos parecidos a los anteriores, pero con algunas salvedades. Primero, la plataforma filtra el acceso de los trabajadores a la misma, aunque con un procedimiento de selección un poco ambiguo, que consiste, de acuerdo con TaskRabbit, en un proceso de evaluación extenso que incluye verificación de la identidad, de antecedentes penales y una sesión de orientación con personal de la empresa. Si no implica nada más, tiene poco de extenso, y es cierto que dista mucho de un proceso de selección típico de una empresa con sus trabajadores. En 2015 la plataforma regulaba el comportamiento de los taskers con requisitos de tiempo de respuesta a clientes y ratios de aceptación y finalización de tareas. Actualmente, de acuerdo con los términos y condiciones de la plataforma, los taskers están avisados de que deben comunicarse de manera clara y rápida, mediante el chat de la empresa, con los clientes y responder a sus invitaciones para tareas de manera rápida. Estas advertencias y su generalidad son mucho menos invasivas que las anteriores reglas de funcionamiento, por lo que el carácter autónomo de los trabajadores parece salvaguardado, estableciendo ellos mismos sus tarifas (de las que la plataforma detrae una comisión) y horarios.

Sin embargo, en algunas ciudades la plataforma tiene una modalidad de servicio, denominada «asignación rápida», que entorpece la independencia de los taskers. Esta opción es la única disponible para los clientes que usan la aplicación móvil para solicitar trabajadores, y también cuando se quiere un trabajador en el mismo día. En estos casos, el cliente describe la tarea y es la plataforma la que fija el precio y designa al correspondiente trabajador. Por tanto, la plataforma está interviniendo en la prestación del servicio. No sabemos qué porcentaje suponen las tareas bajo la modalidad de asignación rápida respecto al total de tareas que se intercambian en la plataforma. Si es una opción poco usada el carácter autónomo de los trabajadores sería evidente. La figura 6.3 representa la dinámica de TaskRabbit, poniendo en cursiva las acciones que son más propias de un empleador que de un intermediario, e incluyendo una flecha adicional que va desde la plataforma hacia el trabajador para reflejar la gestión que hace del mismo.

Figura 6.3. Versión 1 de restricción del rol de un trabajador autónomo en la economía colaborativa



- Ofrece sus servicios
- Fija tarifas/precios
- Acuerda con el cliente
- Decide horarios
- Realiza el trabajo
- Aporta el capital necesario

- Tecnología
- Criba el acceso de los trabajadores
- Muestra trabajadores
- Asigna el trabajador
- Fija precios
- Asegura
- Cobra
- Comisión
- Decide retribución
- Interviene en diferencias

- Elije al trabajador
- Acuerda con el trabajador
- Paga
- Valora

En 2016, Uber, dependiendo de la ciudad en la que operaba, exigía a los conductores tener un coche en un estado determinado, un certificado de antecedentes penales, pasar un test psicológico, una entrevista de trabajo y un análisis toxicológico. En julio de 2017 la empresa, en España, requiere, aparte de documentación de identificación y del permiso para conducir, ver un breve video de formación y cumplimentar un cuestionario de selección. Además, Uber examina el expediente de conducción y el historial de antecedentes penales. En el caso de Nueva York hay que realizar una prueba de drogas y en los casos de Londres y San Francisco los vehículos deben cumplir una serie de características. Aunque no es un proceso de selección sofisticado, sigue existiendo un control de quien accede a la plataforma.

Los conductores de Uber no fijan los precios por sus servicios, sino que es la plataforma la que lo hace siguiendo un sistema dinámico de fijación de precios de acuerdo con la oferta y demanda. Los conductores tienen la potestad de elegir cuándo ofrecer sus servicios pero, según algunas fuentes[2], ello está condicionado por la exigencia de la plataforma de aceptar un alto porcentaje de solicitudes y por un sistema de bono económico que penaliza que se conduzca pocas horas a la semana.

Uber también puede desactivar a un conductor si estima que las valoraciones que recibe por parte de los clientes son bajas. Como se puede observar, Uber regula mucho más la actividad de sus conductores que lo que hace Airbnb con sus anfitriones. De hecho, parece que va más allá de ser un mero intermediario entre conductores y clientes, y ya se han manifestado dudas sobre si hay diferencia entre Uber y los servicios tradicionales de taxis (Avital et al., 2015). Más contundente ha sido la opinión del abogado general de la Unión Europea que ha afirmado que Uber es una empresa de transportes[3]. Por tanto, el carácter autónomo de los conductores es bastante dudoso.

De hecho, ante una demanda interpuesta por una conductora de Uber, el estado de California admitió que la misma debía ser considerada una trabajadora de la

empresa y no una profesional independiente[4]. Los motivos argumentados estaban relacionados con el control que Uber realiza de los servicios prestados, desde la selección que hace de los conductores potenciales hasta el control de la calidad de su trabajo mediante las opiniones de los clientes. También la empresa acordó compensar a los conductores con 100 millones de dólares, mediante un acuerdo extrajudicial, ante la demanda interpuesta por los mismos, en los estados de California y Massachusetts, reclamando su condición de empleados de la empresa en vez de la de trabajadores autónomos[5]. En Europa, concretamente en el Reino Unido, un tribunal en Londres, ante la demanda interpuesta por dos conductores, ha declarado que los chóferes de Uber deberían ser considerados empleados de la empresa y no profesionales autónomos. Así, en el caso de los dos demandantes, les reconoce su derecho a vacaciones pagadas y al salario mínimo interprofesional[6]. La figura 6.4 representa la dinámica de funcionamiento de Uber respecto a los conductores.

Figura 6.4. Versión 2 de restricción del rol de un trabajador autónomo en la economía colaborativa



- Ofrece sus servicios
- ~~• Fija tarifas/precios~~
- ~~• Acuerda con el cliente~~
- ¿Decide horarios?
- Realiza el trabajo
- Aporta el capital necesario

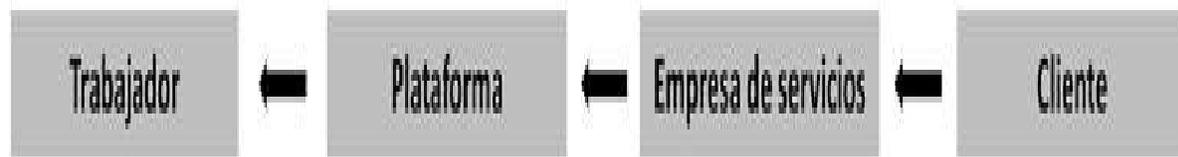
- Tecnología
- Criba el acceso de los trabajadores
- ~~• Muestra trabajadores~~
- Asigna el trabajador
- Fija precios
- Asegura
- Cobra
- ~~• Comisión~~
- Decide retribución
- Interviene en diferencias

- ~~• Elije al trabajador~~
- ~~• Acuerda con el trabajador~~
- Paga
- Valora

Fuente: elaboración propia.

Deliveroo añade un elemento adicional a las dinámicas de las plataformas anteriores: las empresas que producen los productos que reparten sus riders. En este caso, los consumidores solicitan el producto que desean a estas empresas, bien a través de sus webs o de la propia plataforma. Si se accede a la web de la empresa que posee los productos, a la hora de solicitar el reparto, esta redirigirá al consumidor a la plataforma. Esta última es la que designa al repartidor que llevará el producto al consumidor. Aunque Deliveroo, en su web y en la prensa, ha resaltado la voluntariedad y flexibilidad del trabajo que desarrollan los riders, la denuncia que estos han presentado a la inspección de trabajo resalta el control horario al que están sometidos[7]. De resto, también según el contenido de esta denuncia, la relación de los riders con la plataforma se asemeja a una relación laboral, ya que esta les proporciona material de trabajo, uniformes, facturas y planifica sus vacaciones. La figura 6.5 representa el funcionamiento de Deliveroo.

Figura 6.5. Versión 3 de restricción del rol de un trabajador autónomo en la economía colaborativa



- Ofrece sus servicios
- Fija tarifas/precios
- Acuerda con el cliente
- ¿Decide horarios?
- Realiza el trabajo
- Aporta el capital necesario

- Tecnología
- Muestra trabajadores
- Asigna el trabajador
- Fija precio
- Dirige la actividad de los trabajadores
- Proporciona material de trabajo
- Asegura
- Cobra
- Comisión
- Decide retribución
- Interviene en diferencias

- Conecta plataforma
- Fija precio producto

- Elige al trabajador
- Acuerda con el trabajador
- Contacta empresa servicios
- Contacta empresa de servicios a través de plataforma
- Paga
- Valora

La gestión del trabajo en las plataformas de la economía colaborativa, y por tanto de los trabajadores, a partir de sistemas poco transparentes y automatizados, ha hecho que algunos digan que nos encontramos frente a la algocracia, es decir, que son los algoritmos los que deciden el trabajo de las personas (Lee et al., 2015). No se sabe cómo Uber, TaskRabbit y Deliveroo asignan los trayectos, tareas o repartos, respectivamente, a los trabajadores. Al ser una gestión automatizada puede parecer que no se está dirigiendo a los trabajadores, pero en realidad se están tomando decisiones propias de la dirección de una empresa de servicios con su personal.

La evidencia de que algunas plataformas no actúan como meros intermediarios ha generado fuertes críticas a la economía colaborativa. Así, Aloisi (2015) habla de modelos de negocio basados en el trabajo de personas, pero que no asumen las obligaciones y costes asociados que sí deben afrontar los empleadores tradicionales respecto a sus trabajadores. Todolí-Signes (2015a) advierte que los trabajadores de las plataformas no son empresarios que puedan negociar en igualdad de condiciones. Admite ventajas de esta nueva forma de trabajar (por ejemplo, la autonomía y la flexibilidad), pero concluye que este nuevo modelo de producción no debe estar basado en la explotación y degradación de la dignidad humana en el trabajo.

La relación de las plataformas con los proveedores de servicios presentes en las mismas es, como se ha visto, una cuestión clave para el éxito de la economía colaborativa. Sin estos trabajadores y su desempeño satisfactorio la plataforma no tendría actividad ni potencial para generarla. Ahora bien, las consecuencias de traspasarse lo que la legislación actual espera de una relación mercantil pueden afectar al núcleo del negocio de la plataforma en cuestión. Si no, véase el caso de la plataforma EsLife (oferta de servicios de limpieza) que tuvo que cerrar tras enfrentarse una inspección laboral[8].

5. Una nueva forma de trabajar: inconvenientes y ventajas

Se ha sugerido que con la economía colaborativa ha surgido una nueva forma de trabajar. Esta encaja en las modalidades denominadas «formas de empleo no estándar» (OIT, 2015). En estas modalidades de trabajo se incluyen aquellas que se alejan de lo que sería un contrato estable a tiempo completo con un empleador. Por tanto, se suelen citar el trabajo a tiempo parcial, el trabajo compartido, la contratación temporal, los contratos «zero-hours», las empresas de trabajo temporal y las externalizaciones.

Todas las opciones de trabajo anteriores ya existían antes de que surgiera la economía colaborativa y es habitual que reciban críticas relacionadas con el empeoramiento de las condiciones de trabajo. Baja estabilidad laboral, baja retribución, trabajar a demanda, y pocas posibilidades de desarrollo profesional son condiciones que suelen asociarse a este tipo de empleo (OIT, 2016; Katz y Krueger, 2016). A la vez, también se citan algunas ventajas derivadas de la flexibilidad que pueden suponer para los trabajadores que voluntariamente buscan estas modalidades de empleo. Aunque se necesita más evidencia al respecto, existen datos que confirman el aumento de estas formas de empleo diferentes del estándar tradicional. En el caso de Estados Unidos, Katz y Krueger (2016) encuentran un incremento que va desde el 10,5 % de trabajadores en 2005 al 15,8 % en 2015.

Trabajar en la economía colaborativa es una modalidad que se une a la tendencia creciente que parecen experimentar las formas de empleo no estándar. La evidencia sugiere que es mayoritariamente una ocupación a tiempo parcial, que se puede desempeñar de manera aislada o conjuntamente con otro trabajo en el mercado laboral tradicional. Hall y Krueger (2015), a partir de una muestra de conductores de Uber, agrupan a los trabajadores en tres categorías bastante

uniformes: conductores que no tienen otro trabajo más que el de Uber (38 %), los que aparte tienen un trabajo a tiempo completo (31 %) y los que, también aparte, tienen un trabajo a tiempo parcial (30 %). Contar con otra ocupación laboral condicionaba claramente el tiempo dedicado al trabajo mediante Uber, ya que un tercio de los que lo hacían de forma exclusiva afirmaban conducir más de 35 horas a la semana, cifra que sólo alcanzaban un 13% y un 3% de los que tenían, además, un trabajo a tiempo completo y tiempo parcial, respectivamente.

Un estudio realizado por Intuit y Emergent Research (2016), basado en una muestra de 6.247 individuos presentes en diferentes plataformas, concluye que estos trabajan una media de 37,3 horas semanales, dedicando unas once horas semanales a su principal plataforma (el 33 % trabajaba también mediante otra plataforma). Además el 41 % tenía un trabajo tradicional a tiempo completo (27 %) o a tiempo parcial (14 %), y un 37 % tenía su propio negocio.

Finalmente, un trabajo nuestro (Melián-González y Bulchand-Gidumal, 2017) encontró que el individuo con más tareas en TaskRabbit en 2015 habría trabajado aproximadamente entre 1 054 y 1 581 horas anuales, encontrándose el percentil 75 en 558 horas anuales (solo un 25 % de los trabajadores habría trabajado una cantidad de horas superior a esta). Estas cifras contribuyen a la idea de que estar ocupado a tiempo completo en la economía colaborativa no es lo más común.

Como una modalidad de trabajo no estándar, el trabajo en la economía colaborativa comparte sus inconvenientes y ventajas. A decir verdad, desde el punto de vista del bienestar del trabajador, la poca evidencia con la que se cuenta parece desequilibrar la balanza hacia los inconvenientes. A continuación se nombran los aspectos menos favorables que suelen encontrarse en la literatura.

Inconvenientes

Ingresos bajos. La evidencia existente apoya la idea de que no es posible vivir de trabajar en la economía colaborativa, ya que es difícil obtener la cantidad de ingresos necesarios. Los estudios de Huws y Joyce (2016) reflejan que para la mayoría de estos trabajadores no es su principal fuente de ingresos. En el caso de los Países Bajos, el 32 % de los trabajadores decían ganar, mediante el trabajo en la economía colaborativa, 18 000 euros anuales o menos y el 29 % entre 18 000 euros y 36 000 euros. Según Eurostat, el salario medio de los trabajadores por cuenta ajena a tiempo completo en ese país es de 45 793 euros (cifra correspondiente a 2011, último dato disponible). A parte de ser una renta del trabajo significativamente superior, hay que tener en cuenta que, en la economía colaborativa, los trabajadores deben sufragar la totalidad de los gastos que implica la cotización a la seguridad social.

En cuanto a cifras más concretas, hay estudios que aportan ganancias más bajas de las que se pueden deducir de los trabajos de Huws y Joyce. Maselli y Fabo (2015), en una plataforma del mercado laboral virtual (CoContest) encontraron que la media del total de ingresos logrados era 211 euros, 47 euros por trabajo propuesto, y los ingresos máximos logrados por un trabajador fueron 6 892 euros. Vázquez (2016) cita cifras provistas directamente por fundadores y responsables de algunas de las plataformas. Por ejemplo, Jerome Mechiers, presidente de Airbnb en España y Portugal indica que el ingreso promedio por anfitrión es de 220 euros al mes (entendemos que más que por anfitrión, probablemente haga referencia a por propiedad, ya que un anfitrión puede estar ofertando más de una propiedad simultáneamente). Intuit y Emergent Research (2016), a partir de trabajadores de diferentes plataformas, calculan unos ingresos medios anuales de 12 100 dólares. Un estudio nuestro, con datos de TaskRabbit, sitúa la mediana de ingresos en 2015 en unos 8 200 dólares anuales (Melián-González y Bulchand-Gidumal, 2017) y de Groen et al. (2016) hallaron unos ingresos máximos de 5 663 euros en dos años.

Los bajos ingresos pueden deberse, principalmente, a dos grandes factores: una escasa demanda de trabajo (cuestión que preocupa a los trabajadores, como se

verá más adelante) y/o unos honorarios bajos. En términos generales no puede decirse, por lo menos así como así, que todo el trabajo en la economía colaborativa se caracterice por esto último. La cuestión es qué referencia tomar para opinar sobre si los honorarios son bajos o no.

El salario mínimo interprofesional está pensado para trabajadores por cuenta ajena, no para profesionales, los cuales tienen que asumir los costes asociados a su cobertura social. Así, los honorarios de los trabajadores autónomos deberían ser superiores a este indicador, más teniendo en cuenta que las plataformas detraen de los mismos un porcentaje. En el trabajo nuestro que ya hemos citado encontramos que, en TaskRabbit en 2015, el trabajador que estaba en la mediana, en cuanto a la cantidad de tareas realizadas, tuvo unos ingresos por hora aproximados de 34,09 euros. Si se le detrae la comisión general del 30 % que aplica esta plataforma (si es un cliente que repite sería del 15%), los ingresos netos serían 23,86 euros por hora trabajada. Esta cantidad es superior al salario mínimo interprofesional del estado al que pertenecía dicho trabajador estadounidense (10 dólares). Si la multiplicamos por una jornada de 1 800 horas anuales, que es, de acuerdo con datos de la OCDE, aproximadamente el número medio de horas anuales trabajadas en EE. UU. en 2015, saldrían 42 953,40 euros. Esta cifra se acerca bastante a los 48 320 dólares de ingresos medios de la población estadounidense en 2015. No obstante, el resto de estudios disponibles dan resultados más modestos.

A partir de una plataforma belga, el estudio de Groen et al. (2016) arroja también honorarios por hora superiores (las medianas oscilan entre 13 y 26 euros) para algunas tareas: cuidado de animales, wellness, reparaciones domésticas, transporte, enseñanza, reparación de ordenadores, eventos, y jardinería. El salario mínimo interprofesional belga por hora son 9,88 euros (cantidad que resulta de dividir el salario mínimo interprofesional mensual de 2015 entre 152 horas; en Bélgica no hay salario mínimo por hora y la jornada completa semanal máxima es de 38 horas). Teniendo en cuenta que no sabemos el porcentaje que retiene la plataforma analizada por los autores, en algunos trabajos (cuidado de animales, wellness, reparaciones domésticas, y transporte), los honorarios obtenidos son también iguales o superiores a la mediana de los ingresos por hora, según Eurostat, de los trabajadores belgas (17,32 euros). Sin embargo, para

determinados trabajos la mediana de los honorarios ganados es prácticamente igual al salario mínimo interprofesional o inferior (7,67 euros la hora para el trabajo de cuidar niños y 10,50 euros para la asistencia en el hogar).

La información existente evidencia que los trabajadores del mercado laboral virtual asociado a un nivel bajo de habilidades son los que tienen unos honorarios por hora realmente bajos: mediana que oscila entre 0,80 y 4,50 euros a partir de varias plataformas (Berg, 2016).

Baja protección social. El carácter autónomo de estos trabajadores hace que deban asumir el coste de la cotización a la seguridad social. De ser su único medio de vida, dado los bajos ingresos comentados en el punto anterior, este coste puede ser difícil de asumir desde un punto de vista económico. Hay que considerar que, por ejemplo, actualmente en España el coste de la cotización a la seguridad social mínimo, para los autónomos, es de unos 270 euros mensuales. Es cierto que, en estos momentos, hay bonificaciones que lo reducen a cincuenta euros durante los primeros seis meses (se prevé ampliarlo a doce), pero después vuelve a incrementarse. Tomando como referencia los datos de Huws y Joyce (2016) algunos trabajadores podrían encontrar poco sentido sufragar este coste, lo que los dejaría sin prestación en casos de enfermedad, desempleo, ni contribución a una futura pensión de jubilación (aparte de incurrir en una ilegalidad). De hecho, en el caso de los trabajadores estadounidenses de Amazon Mechanical Turk, que consideraban que esta plataforma era su fuente principal de ingresos, solo el 9,4 % pagaba la seguridad social (Berg, 2016).

En el caso de países como EE. UU., el acceso a los servicios sanitarios está ligado a la situación de empleo, de forma que, si se está desocupado, y no se tienen recursos para pagar un seguro de salud, las personas están desatendidas. Siendo esta la situación, no es de extrañar que el 72 % de los trabajadores estadounidenses de la economía colaborativa opinen que su ocupación debería proporcionar más beneficios sociales, y que el 68 % manifieste carecer de la red de seguridad financiera que tienen otros trabajadores. De hecho, los trabajadores de la economía colaborativa están divididos en cuanto a preferir la flexibilidad que caracteriza el trabajo en la economía colaborativa (43 %) o decantarse por la

seguridad que caracteriza al trabajo tradicional para una empresa (41 %)[9]. Por su parte, el RFS (2015) determinó que los beneficios sociales más demandados por los trabajadores americanos en la economía colaborativa eran cobertura sanitaria, pensión de jubilación, y pensión de baja por enfermedad.

Incertidumbre. Uno de los nombres que recibe la economía colaborativa, cuando se hace referencia al trabajo que implica, es el de economía bajo demanda. Con ello se quiere decir que solo hay trabajo cuando un cliente lo pide. Dado de que mucho del trabajo que se realiza en la economía colaborativa es de corta, o muy corta, duración, los trabajadores pueden desconocer la demanda futura de trabajo y sentir inseguridad por ello. Así, una de las preocupaciones encontradas entre estos trabajadores es una carga de trabajo insuficiente (Berg, 2016; RFS, 2015) y, de acuerdo con el estudio de Intuit y Emergent Research (2016), entre sus principales inquietudes se encuentran no lograr trabajo suficiente (57 %) y la imprevisión en cuanto a ingresos (50 %).

Elevada competencia. La concentración de trabajadores en plataformas, a las que los clientes se dirigen a buscar trabajo, crea una situación de alta competencia, ya que los trabajadores saben que no están solos ante las demandas de los clientes. Estos lo tienen fácil a la hora de obtener más de una propuesta de trabajo ya que solo es cuestión de unos cuantos clics. Además, se ha sugerido que en las plataformas hay más oferta de trabajo que demanda. No existe evidencia suficiente al respecto pero, por ejemplo, en el caso de Upwork, Horton et al. (2017) encontraron que el total de encargos, en 2014, fue de 28 634 959 y el total de trabajadores que optaron a los mismos fue 108 352 845, lo cual da una media de 3,8 trabajadores por encargo. Por otra parte, la algocracia de algunas plataformas busca lograr una alta oferta de trabajadores dispuestos a aceptar los encargos.

Poco poder de negociación. Como se ha comentado, no siempre las plataformas son meros intermediarios, sino que ponen condiciones que los trabajadores deben aceptar si quieren trabajar. Las condiciones típicas para que estos se organicen y defiendan sus posturas (por ejemplo, contacto frecuente entre ellos y

espacios comunes) no siempre se dan (Aloisi, 2015; de Groen et al., 2016). Además, el hecho de ser autónomos dificulta su encaje en las estructuras sindicales actuales. Así, los sindicatos han estado mayoritariamente ausentes. Por otra parte, Todolí-Signes (2015a) advierte que los trabajadores de las plataformas no son empresarios que puedan negociar en igualdad de condiciones.

No obstante, fruto de la época actual, hay que decir que las redes sociales posibilitan la organización de estos trabajadores en plataformas para defender sus intereses y convocar paros. Un ejemplo es la Plataforma Riders X Derechos BCN, creada por los repartidores de Deliveroo, o el de los de la plataforma italiana foodora. En ambos casos, ante la ausencia de derechos como un salario mínimo, la cobertura en situaciones de baja por enfermedad, o las vacaciones pagadas, los repartidores se han movilizado y manifestado captando la atención de los medios de comunicación. Así, en caso de foodora, los repartidores de Viena han fundado recientemente un comité de representación de los trabajadores (Work Council). Legalmente, en Austria, este comité tiene derecho a información y a ser consultado en las principales decisiones empresariales.

Subordinación al cliente. La importancia que tienen las valoraciones de los clientes, tanto para conseguir nuevos encargos como para los algoritmos o reglas de algunas de las plataformas, puede llevar a los trabajadores a aceptar situaciones que no coinciden completamente con sus intereses (Aloisi, 2015; de Groen et al., 2016; Huws, 2016).

Ausencia de límites al trabajo. Dado el carácter autónomo de los trabajadores (no se aplican los límites de jornada y de descanso propios de los trabajadores por cuenta ajena), su poco poder de negociación, las reglas de las plataformas, y la influencia de los clientes, los trabajadores pueden verse obligados a, circunstancialmente, trabajar extensas jornadas, no contar con el descanso semanal suficiente o, incluso, a tener dificultades con las vacaciones (Berg, 2016; Todolí-Signes, 2015). Aunque es posible que esto ocurra, dada las opiniones encontradas respecto a que a los trabajadores les gustaría tener más trabajo, creemos que pueden ser situaciones puntuales más que la tónica general.

Baja cualificación. Un último inconveniente que suele encontrarse en la literatura, con el que no estamos del todo de acuerdo, es que la economía colaborativa promueve trabajo de baja cualificación. Se basa en que, debido a la variada oferta de trabajo disponible, las empresas pueden trocear proyectos en tareas de menor envergadura y subcontratarlas de forma independiente (Drahokoupil y Fabo, 2016). Esta división y simplificación del trabajo propia del taylorismo, pero sin la estabilidad laboral de esa época, hace que se requieran habilidades menos complejas que si se asume el proyecto en su totalidad (Cherry, 2016). No obstante, la evidencia de los mercados laborales digitales que demandan habilidades complejas hace que esta crítica no sea del todo generalizable. Es cierto que en Amazon Mechanical Turk muchos de los trabajos de corto alcance que se realizan se basan en habilidades simples. Pero, a su vez, es igualmente verdadero que muchos de los trabajos que se encargan en Upwork requieren una formación universitaria.

Ya expusimos que predomina la visión negativa sobre en qué consiste trabajar en la economía colaborativa. No obstante, nosotros también entendemos que tiene su vertiente positiva. Al igual que hicimos con los aspectos negativos, los comentamos a continuación.

Ventajas

Flexibilidad. En teoría las plataformas no deben intervenir en la autonomía de los trabajadores que se alojan en las mismas. Así, son ellos los que deberían gestionar su tiempo y prioridades dependiendo de sus necesidades y de las de los clientes. De hecho, esta es una de las ventajas que argumentan los trabajadores encuestados (Hall y Krueger, 2015; Intuit y Emergent Research, 2016; Teodoro et al., 2014). Al mismo tiempo, es verdad que las reglas de funcionamiento de algunas plataformas pueden anular este aspecto favorable.

Fuente de ingresos complementaria. Si bien es cierto que como medio único para ganarse la vida no parece ser la modalidad de trabajo óptima, sí es una oportunidad para complementar otras rentas del trabajo. La investigación de Hall y Krueger (2015) con los conductores de Uber refleja que el 81 % tenía un trabajo permanente antes de unirse a la plataforma, y que tenían la intención de continuar en el mismo. Los estudios de Huws y Joyce (2016) muestran que para la mayoría de los trabajadores estos ingresos suponen menos de la mitad de sus ingresos totales. De no existir la economía colaborativa no podrían obtenerlos.

Dado el incremento que parece estar experimentando la cifra de trabajadores a tiempo parcial, las posibilidades económicas que ofrece la economía colaborativa es una cuestión a tener en cuenta. Así, de acuerdo con el INE entre 2008 y 2016, en España, el número de trabajadores a tiempo parcial creció un 16 % mientras que los a tiempo completo disminuyeron un 14 %[10]. A ello se añade, por lo menos en el caso de España, la reducción en los salarios que ha experimentado una parte de la población trabajadora, concretamente los más jóvenes. También según el INE, y tomando como referencia el año 2008, los salarios de los trabajadores menores de 35 años se vienen reduciendo año tras año entre 2012 y 2015[11].

Finalmente, no hay que olvidar el fenómeno constatado de la polarización del mercado de trabajo en las sociedades avanzadas: incremento del peso de los

empleos con requisitos de cualificación baja y alta y disminución de la cuota de los empleos con demandas de cualificación media. Este hecho, atribuido en parte al desarrollo tecnológico, hace que una parte importante de la población tenga que, en el mejor de los casos, recolocarse en otra ocupación diferente, normalmente de menor cualificación y salario, cuando no quedar excluido del mercado de trabajo.

Oportunidad de incorporarse al mercado de trabajo. Los pocos estudios que tienen en cuenta este aspecto reflejan que los que estaban desocupados antes de trabajar en la economía colaborativa son una minoría: un 8 % en el estudio Hall y Krueger (2015) y un tercio en el de Berg (2016). Aun así, para estas personas ha sido una oportunidad que antes no existía. Además, en el caso del estudio de Hall y Krueger (2015), una parte de los conductores de Uber ejercen su trabajo principalmente como una actividad temporal entre un trabajo y otro. Lo deducen del hecho de que, una vez dados de alta en la plataforma, el 70 % de los conductores continúa activo a los seis meses y que la mitad lo hacen pasado el año.

Por otra parte, el trabajo en la economía colaborativa supone una ocasión para aquellos con necesidades especiales, como los que solo pueden trabajar desde casa. En el estudio de Berg (2016), en el caso de los trabajadores de la India, el motivo principal por el que se trabaja a través de Amazon Mechanical Turk era que preferían trabajar desde la casa. En el caso de la investigación de Intuit y Emergent Research (2016), el 19 % se dedicaban a cuidar de su familia.

Oportunidad para los países con dificultades para crear empleo. El mercado laboral virtual implica la deslocalización del trabajo, por lo que no existen barreras geográficas. Así, en el caso de Amazon Mechanical Turk, de acuerdo con los datos que ofrece mturk tracker, en julio de 2017 aproximadamente un 18 % de los trabajadores estaban en la India y un 7 % en otros países que no eran Estados Unidos.

Un caso similar es el de Upwork. Horton et al. (2017) muestran las diferencias en las posiciones, y en la composición, entre los países que más pagan y los países en los que se localizan los trabajadores que más facturan, en los

intercambios transnacionales de trabajo. En el cuadro 6.2 se puede observar como en los dos rankings solo aparecen cuatro países a la vez. O sea, en los intercambios transnacionales la demanda viene de unos países (como se ve en la segunda columna todos países con economías desarrolladas) y la oferta de otros países diferentes (como se ve en la tercera columna muchos con economías claramente menos potentes). Además, en el caso de los países que coinciden, su papel en cada uno de los lados del mercado de trabajo es diferente. Así, en cuanto a demanda Estados Unidos es el primero, pero en cuanto a mano de obra es el séptimo. Otro ejemplo es el de Alemania, que aparece en la sexta posición en cuanto a demanda y en la diecinueve que cuanto a provisión de trabajo. Luego están los países claramente empleadores, que son mayoría: están entre los veinte que más demandan pero no entre los veinte que más trabajo aportan.

Cuadro 6.2. Ranking de países de empleadores y trabajadores en Upwork en intercambios transnacionales

Posición	Según el importe de las facturas de honorarios pagados por las empi
1	Estados Unidos
2	Australia
3	Reino Unido
4	Canadá
5	Emiratos Árabes
6	Alemania
7	Francia
8	Países Bajos
9	Israel
10	Irlanda

11	Dinamarca
12	Suiza
13	Suecia
14	España
15	Singapur
16	Nueva Zelanda
17	Hong Kong
18	Noruega
19	Bélica
20	Italia

Fuente: Horton et al. (2017)

6. Impacto del mercado laboral digital en el mercado de trabajo

La trascendencia del mercado laboral digital en el mercado de trabajo tradicional es desconocida. Hasta el momento solo se puede hablar de casos puntuales y de hipótesis.

Una primera idea es que el mercado laboral digital es más atractivo para los empleadores y consumidores particulares que el mercado laboral tradicional. Ello se debe a ventajas en costes de transacción y problemas de agencia (por la facilidad para los clientes de encontrar trabajo en las plataformas, contar con valoraciones visibles de otros clientes, y/o la gestión de los profesionales que hemos visto que hacen algunas plataformas, por ejemplo). En cualquier caso, el siguiente comentario de Lukas Biewald, CEO de CrowdFlower, recogido en Marvit (2014), expresa el atractivo que puede tener el trabajo en la economía colaborativa para las empresas:

Sin internet sería realmente difícil encontrar a personas, sentarlos diez minutos, que trabajen para ti y despedirlos después de esos diez minutos. Con la tecnología tú realmente puedes encontrarlos, pagarles una pequeña cantidad de dinero y luego deshacerte de ellos cuando ya no los necesitas más.

Al aparecer nuevos productos y servicios en la economía colaborativa, que en realidad realizan funciones similares a lo que antes eran productos tradicionales (por ejemplo, Airbnb y hoteles; Uber y taxi), es posible que el tamaño total del sector crezca. Al mismo tiempo, probablemente, también puede argumentarse, por las ventajas arriba nombradas, un trasvase del trabajo hacia el mercado laboral digital. Es cierto que no todas las ocupaciones pueden ser cubiertas con el mercado laboral digital, pero muchas sí, como los servicios de un taxista, un

repartidor, un traductor, o un programador, por decir algunos. Son pocas las evidencias actuales al respecto.

Zervas et al. (2016) encuentran que, en Austin (Texas), Airbnb afecta negativamente los ingresos por habitación de los hoteles más baratos, mientras que no influye en los de los más caros. Podría pensarse, por tanto, que pueden desplazar el empleo de este tipo de hoteles. Fang et al. (2016), en diferentes condados de Ohio, comprueban que la presencia de Airbnb en los años 2009-2013 ha tenido un efecto positivo en el empleo turístico (no se ofrece información sobre el tipo de empleo). Esta influencia la atribuyen a la mayor estancia de los visitantes de Airbnb y al tirón que genera en otros servicios como el comercio y la restauración. No obstante, también comprueban como a medida que se incrementa la presencia de Airbnb el efecto positivo en el empleo disminuye. Una explicación que ofrecen, basada en los resultados de Zervas et al. (2016), es la reducción generada en el empleo de los hoteles más baratos.

Los resultados del estudio de Wallsten (2015) muestran que, en Nueva York, la entrada de Uber en 2011 está asociada a una disminución en el número de trayectos que realizan los taxis. No se sabe si ha disminuido el número de taxistas, pero sí su cantidad de trabajo. Por su parte, Holodny (2016) expone que el precio de las licencias de los taxis en Nueva York ha pasado de aproximadamente 1,3 millones de dólares en 2014 a 250 000 dólares en 2016. No es un dato de empleo, pero refleja el cambio en el valor experimentado por esta ocupación tradicional. Además, incluye unos datos de Morgan Stanley Research que indican que la cuota de viajes de los taxis ha disminuido un 19 %, entre abril de 2015 y abril de 2016, en favor del transporte colaborativo.

Por su parte, teniendo en cuenta las características del trabajo de la economía colaborativa, Drahoukoupil y Fabo (2016) proponen analizar su impacto considerando dos aspectos. Por un lado, el grado en que implica una reorganización del trabajo autónomo ya existente o la conversión de la relación laboral por cuenta ajena en trabajo autónomo. Por otro, en qué medida puede incrementar la deslocalización del empleo. La figura 6.6 representa varios

supuestos sobre cómo podrían estar comportándose diferentes plataformas en lo que implican las variables anteriores.

Figura 6.6. Impacto del trabajo de la economía colaborativa

Incremento de externalización

Upwork™

amazonmechanical turk
Artificial Artificial Intelligence


deliveroo


tours
by locals.com
Unique Travel Adventures



 entrenarme

 takelessons

UBER

Reorganización del trabajo autónomo

Mercado laboral local

Deslocalización

Fuente: elaborado a partir de Drahokoupil y Fabo (2016).

Así, como ya se ha visto, Uber ha impactado en el sector del taxi. Ahora bien, este es un sector donde abunda el empleo autónomo y la irrupción de Uber no va a implicar la desaparición de taxistas contratados laboralmente por empresas, ya que estos, de existir, son minoría. Lo que sí puede darse es una reorganización del sector (compuesto en su mayoría por autónomos), con menos taxistas y más conductores acogidos a las posibilidades que ofrecen las plataformas, pero todos autónomos.

Otros casos similares, pero en los que hay más empleo por cuenta ajena son los de Furgo, ToursByLocals, TakeLessons, entrenarme y Deliveroo. En los sectores de estas plataformas conviven trabajadores autónomos y empresas de servicios que emplean personal que hace un trabajo similar. Existen transportistas autónomos y empresas de mudanzas. Furgo va dirigida a transportistas autónomos. Hoy en día, su impacto parece que consiste en hacer el mismo trabajo pero intermediado por la plataforma. Si tuviera mucho éxito podría disminuir la cuota de mercado de las empresas de mudanzas y, consecuentemente, reducir sus plantillas. Es una especulación. Lo mismo podría decirse de ToursByLocals y las empresas que organizan tours, TakeLessons y las academias, entrenarme y las empresas de servicios de deporte, y Deliveroo y los restaurantes que contratan personal para el reparto. Los hemos situado un poco por encima de Uber porque en sus sectores hay empleo por cuenta ajena que podría verse alterado. En cualquier caso, las modificaciones en el trabajo no van a implicar su deslocalización ya que requieren la presencia del trabajador.

Los trabajos en el mercado laboral virtual sí pueden implicar deslocalización. Ya se han comentado más arriba los casos de Amazon Mechanical Turk y de Upwork. Concretamente, en el caso de Upwork el 90 % de los contratos que se suscriben son transnacionales (Horton et al., 2017). Ahora bien, teniendo en cuenta Amazon Mechanical Turk, también es cierto que no se puede decir que se esté deslocalizando todo el trabajo, ya que en la plataforma conviven los

trabajadores foráneos con los nacionales. Es más, en el caso de los primeros son minoría (un 25 % aproximadamente).

Por otra parte, el mercado laboral virtual también podría hacer que las empresas sustituyan la contratación laboral por relaciones mercantiles de servicios con personal autónomo. No existen datos que lo apoyen, pero las cifras que aportan Horton et al. (2017), en el caso de Upwork, inducen a reflexionar sobre hasta qué punto parte de ese trabajo era antes desempeñado por plantilla de empresas.

Finalmente, otra influencia sobre la que se opina, cuando se habla del impacto del impacto del trabajo en la economía colaborativa en el mercado laboral tradicional, es la referida a las retribuciones. Las opiniones hacen referencia a una influencia negativa, bien por el deseo de los trabajadores de conseguir encargos, que condicionan a la baja sus demandas retributivas, o por la competencia con trabajadores residentes en países con salarios inferiores. Nos encontramos, otra vez, ante una evidencia escasa.

El trabajo de Groen et al. (2016) no apoya las creencias anteriores. En el cuadro 6.3 puede observarse como los ingresos por hora de los trabajadores de las plataformas son, salvo en un tipo de trabajo, superiores a sus equivalentes en el mercado laboral tradicional. Todos los trabajos pertenecen al mercado laboral móvil o local.

Cuadro 6.3. Ingresos brutos medios por hora en una plataforma de economía colaborativa y en el mercado de trabajo tradicional

Tareas	Plataforma	Mercado tradicional	Diferencia
Reparaciones hogar	17,50 €	12,70 €	+ 37,8 %

Animales	26,00 €	10,82 €	+ 140,3 %
Trabajo doméstico	10,50 €	8,20 €	+ 28,0 %
Enseñanza	15,00 €	13,06 €	+ 14,9 %
Eventos	13,00 €	12,12 €	+ 7,3 %
Jardinería	13,00 €	11,35 €	+ 14,5 %
Transporte	17,50 €	10,94 €	+ 60,0 %
Informática	14,00 €	12,51 €	+ 12,0 %
Cuidado de niños	7,67 €	10,78 €	- 28,8 %
Wellness	26,00 €	10,29 €	+ 152,7 %

Fuente: de Groen et al. (2016)

En cuanto al mercado laboral virtual, el trabajo de Maselli y Fabo (2015), basado en una plataforma que requiere un alto nivel de conocimientos (diseño y arquitectura), proporciona información interesante. No encuentra diferencias en las retribuciones entre diseñadores italianos y serbios, los dos colectivos más importantes en la plataforma y con mercados salariales en sus países considerablemente diferentes. Lo que sí concluye es que con las retribuciones que perciben ambos colectivos, los italianos no podrían hacer de la plataforma un medio de vida, mientras que los serbios sí. El motivo es las diferencias entre los salarios medios de ambos países. De acuerdo con los autores, a los italianos les resultaría muy difícil llegar al salario medio de su país mediante la plataforma, mientras que para los serbios, cuyo salario de referencia es inferior, sí es viable.

7. Competencias para trabajar en la economía colaborativa

Una de las ideas sobre las que se sustenta la economía colaborativa es que empodera a las personas. Esto es así ya que se parte de la premisa de que cualquiera puede participar en la misma. Así, uno de los mantras que se pueden encontrar en esta economía es que solo hace falta contar con un activo o habilidad disponible que poner en el mercado.

No obstante, los datos aportados hasta ahora reflejan que trabajar en la economía colaborativa requiere algo más que tener recursos disponibles. Parece existir más oferta de trabajo que demanda, la competencia es fuerte, las plataformas aspiran a contar con la mejor fuerza de trabajo y las valoraciones de los clientes son una referencia para futuros encargos.

Por tanto, una primera conclusión es que trabajar en la economía colaborativa no es una cuestión de aficionados o una actividad informal. Así lo corrobora uno de nuestros trabajos (Melián-González, 2017), basado en el análisis de contenido de los comentarios de los clientes, sobre los trabajadores de dos plataformas que actúan en mercados de trabajo digitales diferentes (cualificación baja-media y cualificación media-alta, respectivamente). Para ambos tipos de trabajadores, lo que los clientes más apreciaron fue la calidad del trabajo realizado y la profesionalidad demostrada.

Aparte, el contenido de las secciones anteriores permite inferir que los trabajadores, además de las habilidades específicas asociadas a sus recursos de propiedad o de capital humano, deben tener una serie de destrezas adicionales. Así lo hacen constar Celikel et al. (2016) al exponer los temas que deberían investigarse, en el ámbito de la economía colaborativa, para mejorar la toma de

decisiones política. En su informe, los autores, ante la creencia de que el trabajo en la economía colaborativa va a ir en aumento, recalcan la necesidad de preparar la población para el mismo. También Bock et al. (2016), cuando representan cuatro posibles escenarios futuros sobre la economía colaborativa, consideran que las habilidades adicionales a las propias del servicio que se presta, y la formación que requieren, es uno de los temas clave.

Sin pretender ser exhaustivos, a continuación se comentan las que se consideran más relevantes y que son susceptibles de adquirir mediante la formación (cuadro 6.4). Una aproximación a las mismas, centrada en la actividad turística y con un enfoque de competencias, también se ha abordado en un artículo publicado por los autores de este libro (Melián-González y Bulchand-Gidumal, 2015).

Cuadro 6.4. Habilidades necesarias para trabajar en la economía colaborativa

- Habilidades dirigidas a la satisfacción del cliente.
- Habilidades comunicativas

a) Habilidades dirigidas a la satisfacción del cliente

La economía colaborativa se caracteriza por basarse en la reputación digital, reflejada en los comentarios y puntuaciones que otorgan los clientes a los proveedores, como mecanismo para reducir la inseguridad que puedan percibir los consumidores. Por tanto, conseguir buenas valoraciones de clientes y evitar las negativas es esencial para tener éxito. Hay que tener en cuenta que las personas sobrevaloran los datos o la información negativa respecto a la positiva, por lo que unos pocos comentarios negativos pueden reducir significativamente las probabilidades de éxito.

Si se observa cómo se miden las opiniones de los clientes en la economía colaborativa, se verá que se adoptan formatos similares a la medición de un concepto clave en marketing: la satisfacción del cliente. La importancia de la misma viene dada por su incidencia en el consumo.

Globalmente, el enfoque predominante para explicar la satisfacción del cliente ha sido el cognitivo: la satisfacción es el resultado de la evaluación del producto o servicio experimentado en su totalidad o en relación a una serie de características (Martínez-Tur et al., 2001).

Algunos de los portales adoptan el anterior enfoque, al pedir a los clientes que puntúen el servicio del trabajador en relación a una serie de atributos (por ejemplo, Airbnb pide a los clientes valoraciones de los anfitriones en cuanto a veracidad, comunicación, limpieza, ubicación, llegada, y calidad). En este sentido, los trabajadores deberían tener las habilidades y motivación adecuadas para resultar bien puntuados en estos factores conocidos de antemano.

A su vez, los portales también dan la opción de hacer comentarios libres, sin

necesidad de atenerse a un guion preestablecido. También, muchos piden una sola puntuación basada en una escala global de satisfacción del cliente (por ejemplo, Upwork, TaskRabbit, Nidmi). En estos casos no hay factores específicos que permitan guiar el comportamiento del trabajador. Ante la ausencia de estos criterios, los trabajadores deberían saber cómo conseguir buenos comentarios y puntuaciones globales. Para ello deberían tener, por ejemplo, habilidades relacionadas con lo que determina la satisfacción de los clientes: ajuste a las expectativas, calidad del servicio, valor del servicio, y las emociones experimentadas (Oliver, 2006). En relación a todas estas cuestiones, es habitual que las plataformas ofrezcan consejos relacionados con cómo conseguir valoraciones y opiniones favorables.

Por último, mencionar que Airbnb también permite que los proveedores valoren a los huéspedes en función de su limpieza o cumplimiento de las normas de la casa, entre otras cuestiones, recomendándolos o no de esta forma a otros anfitriones. Esta recomendación funciona así en un doble sentido y a modo de red social, pues en muchos casos los anfitriones actuarán también en el futuro como huéspedes y viceversa.

b) Habilidades comunicativas

Los trabajadores en la economía colaborativa deben comunicarse con los clientes, tanto de manera presencial como por escrito, en diferentes momentos. El primero es el referido a la oferta de sus servicios. Las plataformas insisten en la necesidad de hacerlo con esmero, detalle y de manera que genere interés. Algunas plataformas basan esta comunicación exclusivamente en el lenguaje escrito, mientras que otras (por ejemplo, Etsy y Airbnb) solicitan, además, que se pongan imágenes representativas del trabajo de las personas o de los bienes que van a alquilar. Hay que tener en cuenta que los trabajadores compiten directamente entre ellos, ya que lo habitual es que el consumidor compare unos con otros antes de tener un primer contacto y que, en general, la oferta supera ampliamente a la demanda.

El resto de comunicaciones con el cliente están basadas en la interacción con el mismo. Por ello, los trabajadores deberían conocer y comprender los determinantes de los encuentros de servicios exitosos, tanto presenciales como virtuales, que la literatura ha confirmado (Bitner, et al., 1990; Bitner et al., 2000). Por ejemplo, adaptación a las necesidades del cliente, reacciones ante fallos en el servicio, y anticipación a los deseos del cliente, entre otros. De hecho, en el caso del mercado laboral móvil basado en la interacción del trabajador con el cliente, unos de los aspectos más valorados por los consumidores son las habilidades interpersonales mostradas durante el intercambio (Melián-González, 2017).

Las interacciones, y la necesidad de aportar habilidades comunicativas a las mismas, son varias. Desde la respuesta a una primera solicitud de servicio, pasando por la interacción dinámica con el cliente que conllevan el encuentro presencial, el uso del chat o la video llamada, que muchas plataformas ofrecen, hasta la relación postventa. Todos estos encuentros precisan de habilidades relacionadas con la comunicación.

c) Habilidades de gestión económica

Muchas plataformas permiten que sean los trabajadores los que fijen los precios a sus servicios. Estos precios pueden ser tarifas horarias o presupuestos cerrados en función de la tarea o servicio demandado. Por tanto, la destreza para fijar una cifra competitiva y que, a la vez, compense por el trabajo realizado es clave. Esto es realmente relevante tanto cuando se presupuesta en base a precios fijos totales por la actividad encargada como cuando se hace por horas de trabajo.

Hay que tener en cuenta que, aunque la economía colaborativa se asocia muchas veces a microtarefas (tareas de muy corta duración), no siempre tiene que ser así. En Upwork, por ejemplo, no es difícil encontrar trabajos realizados por un valor de más de mil dólares. Igualmente, en la misma plataforma, puede observarse como los trabajadores modifican sus tarifas horarias cuando el trabajo se paga

por horas, ya que hay encargos que requieren más horas de trabajo que otros. Además, en caso de discrepancia por parte del cliente, en relación al valor del trabajo entregado, las plataformas piden a los trabajadores que justifiquen económicamente su trabajo.

d) Habilidades de planificación del trabajo

Es habitual que las plataformas de la economía colaborativa hagan saber a los trabajadores la importancia que los clientes dan al cumplimiento de los plazos acordados. A su vez, también les piden que respondan de manera rápida a las solicitudes de los consumidores.

Además, como ya se ha comentado, rechazar peticiones de colaboración no está bien visto por las plataformas. De esta manera, es probable que se superpongan unas tareas con otras, siendo necesario que los trabajadores coordinen los tiempos que implican la ejecución de las mismas.

e) Habilidades tecnológicas

Las plataformas suelen contar con aplicaciones web y móviles que los trabajadores deben usar. En principio su funcionamiento no es complejo si se está acostumbrado a trabajar con este tipo de aplicaciones. En caso contrario, los trabajadores deberían familiarizarse con esta forma de interacción tecnológica. La carencia de estos conocimientos ha sido señalada como una barrera para el acceso al mercado laboral digital (Codagnone et al., 2016).

Adicionalmente, y dado que algunos portales están requiriendo que los trabajadores incorporen material gráfico sobre el trabajo que realizan o sobre los

bienes que alquilan, es posible que se requiera algún conocimiento específico respecto a su edición.

f) Habilidades relacionadas con el ámbito legal

Hasta la fecha, el estatus legal de los trabajadores en la economía colaborativa es el de profesionales autónomos. A su vez, dado lo reciente que es la actividad económica propia de esta economía, estas personas van a encontrarse con que la normativa existente, por lo menos hasta el presente, se ha elaborado pensando en la economía tradicional.

A muchos proveedores de la economía colaborativa puede resultarles complejo cumplir con los requisitos legales y, de no hacerlo, estarían practicando la economía sumergida. Es una cuestión compleja ya que la normativa difiere entre países, e incluso, en casos como el de España, la normativa sectorial puede presentar diferencias a nivel de comunidades autónomas, tal y como ocurre con la regulación que ha experimentado la vivienda vacacional.

Si nos centramos en España, excluyendo la actividad de alquiler vacacional, por la mera condición de trabajadores autónomos, estos trabajadores deberían darse de alta en el Censo de Empresarios, Profesionales y Retenedores de la Agencia Tributaria. Esto implicaría la realización de facturas, la inclusión del IVA en las mismas y su ingreso trimestral en la Agencia Tributaria. A su vez, también deberían declarar esos ingresos en el impuesto de la renta de las personas físicas e incluir los gastos que podrían considerarse deducibles. Por otra parte, también estaría la cuestión controvertida de en qué casos deberían pagar la correspondiente cotización a la seguridad social en calidad de trabajadores autónomos.

g) Habilidades relacionadas con las demandas del mercado

Las actividades que se desarrollan en la economía colaborativa van dirigidas directamente al consumidor, por lo que comprender las demandas y tendencias del mercado son cuestiones importantes. La abundancia que encuentran los clientes, tanto en internet como en cada uno de estos portales, requiere realizar ofertas lo más ajustadas a sus preferencias y, a su vez, adaptarlas tanto a los cambios en sus gustos como a la evolución que experimenta la actividad en este mercado. Así, los proveedores de la economía colaborativa deberían ser capaces de recabar información por parte de los clientes y realizar un análisis de lo que ofrecen otros trabajadores de éxito.

8. Mejoras al trabajo que se realiza en la economía colaborativa

Los inconvenientes descritos sobre el trabajo en la economía colaborativa evidencian la conveniencia de llevar a cabo actuaciones encaminadas a superarlos. Todolí-Signes (2015b) advierte de la importancia de actuar cuanto antes, a fin de evitar que se institucionalicen prácticas difíciles de modificar o de permitir la creación de un modelo de negocio basado en costes bajos, que elimine actividad económica tradicional.

Las actuaciones hasta ahora propuestas se concentran, básicamente, en dos ámbitos: la regulación del trabajo y el rol que debe asumir la plataforma. Todas tienen como fin mejorar la situación del trabajador, dados los inconvenientes descritos en el apartado 6.5. Se comentan a continuación.

Schmid-Drüner (2016) sugiere que cualquier regulación futura debería concentrarse en incrementar la protección de los trabajadores sin afectar de manera repentina los costes de las plataformas. De manera parecida, Codagnone et al. (2016) proponen establecer una hoja de ruta para lograr que los trabajadores tengan condiciones dignas y justas que no pongan en peligro la innovación que han supuesto las plataformas. Concretamente, proponen incluir:

Un salario mínimo junto con límites al número máximo de horas a trabajar por día. Las ratios de aceptación de encargos no deberían ser usadas por las plataformas para desactivar a los trabajadores.

Introducir unos mínimos en cuanto a protección social y sanitaria.

Seguros de responsabilidad ante terceros por daños y alguna medida de seguridad en el trabajo.

El tipo de control de las plataformas, su frecuencia, y el uso de los datos de los trabajadores, debería regularse para asegurar la protección de la privacidad.

Asegurar que los algoritmos de emparejamiento de las plataformas y los rankings de reputación no incurran en discriminación por sexo, edad, raza y género.

La generalidad de las medidas anteriores hace que se queden más en el ámbito de directrices que deben materializarse que en acciones concretas. Si de verdad se aspira a mejorar la protección de los trabajadores, sin crear y reconocer una nueva clase laboral con menos derechos, es difícil que las plataformas no vean afectados significativamente sus costes. Así, a la vista de los datos comentados en apartados previos sobre honorarios, es probable que algunas plataformas puedan verse afectadas. También hemos reflejado que hay plataformas en las que los honorarios de los trabajadores no son tan bajos como a veces se cree, aunque ello no satisface lo referido a la cobertura de la protección social del trabajador. Esto es así porque, aunque los honorarios no sean especialmente bajos, no resulta fácil conseguir la cantidad necesaria de encargos que generen unos ingresos totales que justifiquen el pago de la cotización a la seguridad social.

Diferentes organizaciones sindicales (Austrian Chamber of Labour et al., 2016) emitieron un comunicado en el que incluyen propuestas para mejorar el trabajo en la economía colaborativa. Aparte de exigir la correcta clasificación del trabajador (por cuenta ajena vs. autónomo), proponen que la retribución sea siempre por tarea o encargo y no por tiempo de trabajo (aunque nosotros no conocemos ningún caso de esto último). Añaden que esta, independientemente

del estatus del trabajador, siempre debería ser como mínimo el salario mínimo interprofesional, después de gastos y antes de impuestos. También insisten en que todos los trabajadores deberían tener acceso a las diferentes medidas de protección social (por ejemplo, enfermedad, desempleo, maternidad, seguro de responsabilidad) y que los costes de ello deberían asumirlos las plataformas, los trabajadores, los clientes y el estado. En lo referido a las plataformas, de acuerdo con el Flash Eurobarometer 438 de 2016, el 72 % de los trabajadores cree que las plataformas deberían compensarles por algunos gastos relacionados con el trabajo y el 62 % que también tendrían que ofrecerles formación.

Más concretas son las propuestas realizadas en el encuentro Ouishare en España de 2016. Se concluyó destacando las condiciones precarias del trabajo en la economía colaborativa y, en consecuencia, se reclamó la necesidad de adaptar la actual legislación laboral al tipo de trabajo que se realiza en esta economía. Se sugirieron medidas como la simplificación del alta del trabajador y la cotización a la seguridad social en función de los ingresos o de las horas trabajadas.

El informe realizado por GoVup y la Asociación Española de Economía Digital (2017) propone que las plataformas puedan acogerse a modelos mixtos, combinando la contratación de trabajadores con la presencia de autónomos, siempre respetando lo propio de cada rol. La idea subyacente es que la contratación laboral de trabajadores no sea utilizada como un indicio de laboralidad de los que actúan en calidad de autónomos. En relación a estos últimos, proponen que esté claramente delimitada su condición en base a la libertad de actuación del autónomo, que no se le demande exclusividad, que no se penalice el rechazo de encargos, y que aporte los medios necesarios. Todo ello sin perjuicio de que la plataforma pueda proporcionar información sobre el tipo de servicios a realizar, garantizar un mínimo volumen de trabajo, y asumir coberturas como un seguro de accidentes. Adicionalmente, el informe resalta la importancia de la colaboración entre las plataformas y los organismos públicos de cara a facilitar las obligaciones tributarias y de cotización a la seguridad social a los trabajadores.

Los párrafos anteriores reflejan un alto grado de consenso en lo referido a cómo deberían evolucionar las condiciones de empleo en la economía colaborativa: salario mínimo, protección social compartida entre trabajador y plataforma, asegurar el respeto a las características de lo que implica el trabajo autónomo, y simplificación de la burocracia que conlleva el autoempleo. No obstante, los datos expuestos reflejan que los trabajadores en la economía colaborativa se pueden diferenciar en, al menos, dos variables que tienen algo de relación: los ingresos obtenidos y la frecuencia con la que se ha trabajado. Cualquiera de ellas puede hacer ver que las medidas a implantar, para mejorar el empleo en la economía colaborativa, no tendrían mucho sentido en los que obtienen pocos ingresos y/o trabajan ocasionalmente. O sea, a alguien que ha ganado mil euros en un año, o que solo trabajó un mes, no parece razonable que le aplique la misma carga burocrática y fiscal que quien ha ingresado 40 mil euros o ha atendido 58 solicitudes de trabajo en un año. En este sentido, desde la Comisión Europea (2016b) y el Parlamento Europeo (2017) se viene demandando la diferenciación entre los roles amateur y profesional y, consecuentemente, la aplicación de distintas regulaciones a los mismos.

CAMBIOS SOCIALES Y MEDIOAMBIENTALES

Dedicamos este capítulo a analizar el impacto que la economía colaborativa tiene en las sociedades y sectores en los que se implanta. Entre otras cuestiones, trataremos en qué medida cambia el rol de las empresas tradicionales, la mayor flexibilidad del modelo de la economía colaborativa, el impacto que puede tener en caso de que las estructuras de soporte no estén adecuadamente preparadas, y la influencia de la economía colaborativa en la sostenibilidad y la distribución de la riqueza, así como en el entorno geográfico.

1. Las empresas en la economía colaborativa

Creemos que sería interesante tratar de esbozar cuál podría ser la organización de la producción económica dentro de unos años si el ritmo de cambios se mantiene. En este sentido, hay que tener en cuenta que la gran estructura de producción de los siglos XIX y XX fue la empresa. Además, la teoría era que a mayor la empresa, mayores eran las sinergias que podía obtener y, por lo tanto, más baratos eran sus productos y mejor su situación competitiva. Es cierto que, al crecer el tamaño de la organización, la necesidad de coordinación aumenta y, por ello, los costes asociados a esta coordinación. No obstante, este aumento de costes se compensaba sobradamente con las sinergias que se obtenían.

Así, si una empresa fabricaba un millón de bolígrafos al año, cada bolígrafo tenía un precio. Pero si la empresa se expandía y vendía en varios países, alcanzando una cifra de 10 millones de bolígrafos, el coste marginal podría reducirse y, por ende, podrían aumentar los beneficios. Y así hasta el infinito. Crecer era el mantra de la época industrial.

Bajo el anterior paradigma de la sociedad industrial, nacieron las grandes corporaciones multinacionales e, incluso, y en gran medida, el concepto de la globalización. Coca-Cola, Sony, Nike o Nestlé, entre otras, son ejemplos de este modelo.

Frente al concepto anterior, y con el auge de la economía colaborativa, el siglo XXI podría ser el siglo de la abundancia en cuanto a la diversidad de opciones de consumo en el tiempo, espacio y experiencias, por lo que dará una mayor cabida a las microempresas, a los individuos y a las tareas como forma de producción. En este contexto, en muchos ámbitos y sectores aparecerá todo un espectro de opciones, desde el trabajador individual hasta la gran corporación.

En la mayoría de los casos seguirá existiendo una empresa, la propietaria de la plataforma digital del sector, que sí tendrá un tamaño considerable.

Alcanzar un cierto tamaño en una misma categoría de oferta seguirá siendo importante, sobre todo en su dimensión de conocimiento-tecnología, capacidad relacional y de gestión de la red de proveedores y clientes, lo que hará que los requerimientos de atracción de capital para alcanzar esa dimensión creciente sean clave. Es decir, el ganador se lo lleva todo o casi todo. La plataforma expandirá su negocio principalmente a partir de su conocimiento analítico de datos de los clientes y activación de nuevos modos de oferta de servicios muy granulados a la medida de microsegmentos de clientes.

Por ejemplo, en el sector del alojamiento turístico estamos observando ya como el espectro de posibilidades se ha ampliado en los últimos años. Creemos que sería erróneo pensar que los hoteles y las cadenas hoteleras tradicionales, paradigmas del turismo industrial podríamos decir, vayan a desaparecer. A nuestro juicio, los nuevos modelos de alojamiento turístico lo que están haciendo es completar la figura, ofreciendo nuevas opciones que complementan las anteriormente existentes.

Así, tenemos ya la posibilidad de alojarnos en casa de un familiar o de un amigo, alquilar una habitación compartida o una habitación individual en casa de un particular, alquilar una casa completa, alquilar una de las varias casas que posee un individuo, alquilar una casa a una agencia que maneja una cartera de 20 o 30 apartamentos, acudir a un hotel sencillo y de bajo coste, alojarnos en un hotel boutique, o dormir en una habitación de un hotel que pertenece a una gran cadena hotelera.

Todas las opciones anteriores seguirán existiendo. Será habitual que una misma persona opte por modelos distintos en función del viaje que esté llevando a cabo. Quizás para un viaje de trabajo en el que necesitamos dormir una noche, y que sabemos que llegaremos tarde al alojamiento y saldremos temprano al día

siguiente, prefiramos el modelo más impersonal e industrial de un hotel perteneciente a una gran cadena. Mientras que, en otro viaje familiar, orientado a descubrir una ciudad durante una semana, podremos optar por alquilar un apartamento singular y poder entrar en contacto con el residente local.

Si se analiza esta situación desde el punto de vista del proveedor, también se observará un amplio espectro. Habrá trabajadores que realizarán distintas tareas para varias plataformas a lo largo del mes (por ejemplo, alquilar un apartamento, conducir un vehículo, realizar tareas manuales, etc.) obteniendo por cada una de ellas un pequeño ingreso. También podrán darse los casos en los que llevaremos a cabo, de forma autónoma, solo una de estas tareas a tiempo completo, así como las situaciones en las que trabajaremos en exclusiva por cuenta ajena para empresas pequeñas, medianas, grandes o para corporaciones multinacionales y otras en las que se hará a tiempo parcial y se combinará con una o más actividades en la economía colaborativa.

En este escenario futuro que planteamos de mayor desarrollo de la economía colaborativa, y de presencia de la misma en sectores en los que hasta ahora tiene poca o nula actividad, cabría preguntarse en qué medida y en qué ámbitos seguirán siendo necesarias las empresas, desde las pymes hasta las grandes empresas características del siglo XX.

En parte la respuesta ya fue dada anteriormente. A nuestro juicio, y al igual que ha ocurrido con la mayoría de los casos en que han aparecido nuevas tecnologías, la economía colaborativa no sustituirá, sino que complementará, a los modelos empresariales tradicionales.

YouTube no ha sustituido sino complementado a la televisión. Al llegar a casa por la noche, un día preferiremos ver la tele y otro día optaremos por ver vídeos en YouTube. Incluso, en ocasiones, veremos estos vídeos de YouTube utilizando la aplicación correspondiente en la smartTV del salón.

De igual forma, y como veíamos en el caso del alojamiento turístico, las distintas opciones se complementarán y elegiremos cada una en función de nuestras necesidades en cada tipo de viaje.

Creemos que en otros ámbitos se puede dar un comportamiento similar, de forma que la economía colaborativa se quedará con un pedazo de la tarta de cada uno de los sectores, complementando las opciones ya existentes. Esta situación puede ser propiciada por el comportamiento del consumidor, pero también por las mismas empresas tradicionales que encuentran en la economía colaborativa una forma de mejorar su negocio. Con eso último nos referimos a casos de cooperación como el que se da entre la agencia especializada en viajes de empresa American Express Global Business Travel (GBT) y Airbnb. Ambas compañías han firmado un acuerdo mediante el cual GBT ofrecerá a sus empresas clientes las viviendas disponibles en Airbnb. Esta última plataforma tiene previsto suscribir acuerdos también con BCD Travel y Carlson Wagonlit Travel[1].

También es verdad que, en ocasiones, la economía colaborativa no se quedará con parte de lo ya existente en un sector, sino que generará nuevas oportunidades y dará lugar a un aumento del tamaño del sector. Así, es creíble pensar que, en el caso del alojamiento turístico, la economía colaborativa ha generado nuevas oportunidades. Gente que antes no hubiera viajado por no encontrar una opción acorde a sus necesidades, ahora encuentra la posibilidad de hacerlo.

De igual forma, en el ámbito del transporte, BlaBlaCar tiene expectativas de convertir India en su mayor mercado para el desarrollo de viajes compartidos[2], ya que entiende que es un modelo que podrá llegar a ofrecer servicios en dicho país que actualmente ningún medio de transporte de los existentes es capaz de ofrecer.

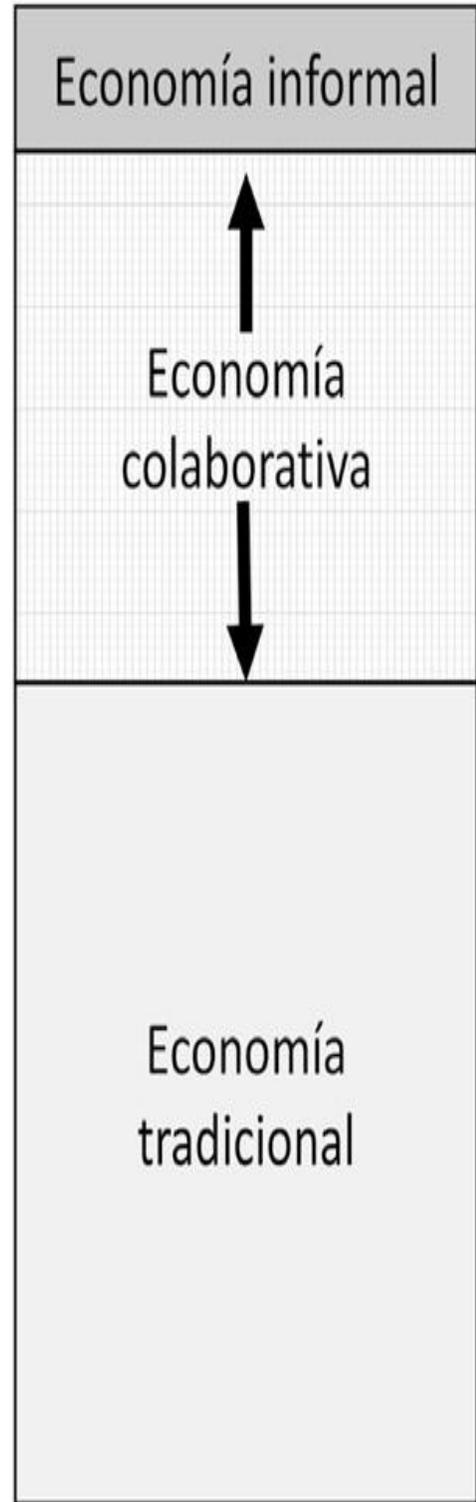
En resumen, creemos que es razonable afirmar que las empresas, de cualquier tamaño, seguirán existiendo y conviviendo con los modelos de economía colaborativa. En unos casos, la economía colaborativa sustituirá parte de lo que hacían estas empresas. En otros casos, lo complementará. Y en otros casos, por último, creará nuevas oportunidades hasta ahora inexistentes haciendo crecer el tamaño total del sector.

Resumimos estas cuestiones en la figura 7.1. En la misma se puede observar cómo impacta la economía colaborativa en el tamaño y configuración de la economía, incluyendo tanto la tradicional y reglada como la economía informal. Este impacto puede ser trasladado a cualquier sector de aquellos en los que opera la economía colaborativa. Por un lado, podemos observar que el tamaño total del sector se incrementará: al haber más opciones, se darán más posibilidades de consumo. Por otro lado, la economía colaborativa sustituirá a parte de lo que venía desarrollándose en la economía tradicional. Y, por último, también sustituirá parte de lo que venía haciéndose en la economía informal.

Figura 7.1. Impacto de la economía colaborativa en la economía tradicional y en la economía informal



Mercado antes de la economía colaborativa



Mercado con la economía colaborativa

Así, por ejemplo, el alojamiento turístico en la economía colaborativa ha hecho que el tamaño total del sector se incremente: al haber más opciones y mayor diversidad de precios, más gente viajará. Además, parte del crecimiento será a costa de la economía tradicional: hoteles y apartamentos. Por último, el tamaño de la economía informal (alojamiento en casas de familiares y amigos, por ejemplo) también se verá reducido, al sustituirse algunos de estos casos por opciones de alojamiento en la economía colaborativa.

2. La flexibilidad del modelo de la economía colaborativa

Como ya se ha visto en distintos casos, uno de los aspectos que más claramente distingue a las propuestas de la economía colaborativa es la flexibilidad inherente a la misma. Al estar basada en el alquiler de bienes y la prestación de servicios ad hoc por parte de particulares, es mucho más flexible que una empresa clásica.

Así, por ejemplo, cuando una zona de una ciudad se pone de moda, sobre la marcha aparecen propietarios dispuestos a alquilar sus viviendas o parte de ellas a través de Airbnb, mientras que es mucho más complejo que un hotel pueda abrirse en dicha zona de forma relativamente rápida.

Algo parecido ocurre con casos en los que hay un evento que congrega a gran cantidad de gente en una ciudad (más gente dispuesta a ofrecer sus casas ya que los precios son más altos y las expectativas de mejorar los ingresos se incrementan) o conductores dispuestos a salir a la calle a trabajar con Uber cuando la demanda es elevada y, por lo tanto, los precios suben.

Como se puede ver en estos casos y en muchos otros, por la propia estructura de la economía colaborativa, es mucho más rápido y sencillo modificar la oferta disponible en función de las demandas del mercado, siendo esta una oportunidad muy importante para los modelos basados en la economía colaborativa. Hay una mayor flexibilidad.

Ahora bien, en el próximo apartado analizaremos el impacto de esta flexibilidad

en un entorno que quizás no esté preparado para la misma. Por ejemplo, en el barrio de la Barceloneta de Barcelona se ha dado un rápido crecimiento del alquiler de viviendas mediante plataformas digitales, pero sin que muchas de las estructuras de apoyo necesarias para el turismo (comercios, restaurantes, etc.) estuvieran disponibles, junto a fenómenos como la subida exponencial del precio de la vivienda.

3. Impacto de la economía colaborativa en el entorno geográfico

¿Qué impacto puede tener la economía colaborativa en las zonas geográficas en las que se implanta? La realidad es que se está comprobando que, en algunos casos, su impacto puede ser profundo y, también, difícil de evaluar.

Una consecuencia habitualmente argumentada por los sectores económicos afectados por la economía colaborativa, es que esta reducirá o eliminará su actividad, ya que no incluye costes que sí deben afrontar los negocios tradicionales. Representantes de los sectores hoteleros[3] y del transporte[4] suelen hacer declaraciones en este sentido.

La evidencia empírica respecto a lo anterior es limitada. Ya comentamos el trabajo de Zervas et al. (2016). Los autores encuentran que, en Austin (Texas), Airbnb ha hecho que los hoteles reduzcan sus ingresos por habitación entre un 8 % y un 10 %. Esta reducción la explican básicamente por dos cuestiones: la reducción de los precios y un menor porcentaje de ocupación. Los autores también vaticinan y constatan que el impacto no es igual en todo el sector hotelero. Así, en los hoteles más baratos el impacto es más significativo. De la misma manera, la influencia es mayor en aquellos establecimientos que no ofrecen servicios diferenciadores de lo que implica el alojamiento en vivienda vacacional (por ejemplo, espacios para reuniones y congresos). Además, los resultados reflejaron que los hoteles, cuando llegaba un momento de alta demanda de alojamiento, no incrementaban tanto los precios como lo hacían antes de convivir con Airbnb, hecho que beneficiaba a todos los consumidores.

Anteriormente comentábamos el hecho de que la economía colaborativa es inherentemente más flexible. Es más sencillo y rápido empezar a alquilar

habitaciones vía Airbnb en una zona de la ciudad que se pone de moda que esperar a que se abra un hotel. Si bien este tipo de comportamientos en principio pueden ser beneficiosos, no siempre lo son. Quizás esa rápida apertura de apartamentos y espacios de alojamiento tenga consecuencias no previstas, para las que la zona en cuestión puede no encontrarse preparada. Por ejemplo, una subida desmesurada de los precios inmobiliarios, una presión urbanística desmedida y un desbordamiento de los servicios públicos (parques, zonas de ocio, recogida de basuras, etc.) como ha sucedido en el barrio de la Barceloneta en Barcelona y en el Barrio Chino de San Francisco, en lo que Enrique Dans ha asimilado a la tragedia de los comunes[5].

En relación con lo anterior, Cocola Gant (2016) describe como en el barrio Gótico de Barcelona la vivienda turística y los hoteles han suprimido 2 300 pisos del mercado de la vivienda, un 35 % de las actualmente ocupadas. En el caso de la vivienda turística, los propietarios tienen fuertes incentivos económicos para sacar las propiedades del mercado de alquiler residencial y pasarlas a alquiler turístico. Como consecuencia, los precios del alquiler residencial suben y los problemas causados por la convivencia con turistas invitan tanto a propietarios como a inquilinos a irse.

También es frecuente encontrar denuncias respecto a los que utilizan las plataformas de economía colaborativa para camuflar lo que, en realidad, son empresas que tratan de esquivar la legalidad. Por ejemplo, propietarios o arrendadores de multitud de viviendas que emplean Airbnb como plataforma de comercialización.

Frente a estas situaciones, citamos el caso de la ciudad de Ámsterdam, en la que el Ayuntamiento ha acordado con Airbnb intentar favorecer el desarrollo de su oferta en barrios que se encuentren fuera del núcleo central de la ciudad, ya saturado de turismo masivo, con el objetivo de distribuir mejor las rentas y empleos que se generan y facilitar un contacto más satisfactorio entre ciudadanos y visitantes.

En definitiva, la flexibilidad del modelo de la economía colaborativa puede ser positiva, pero exige una monitorización constante y una adaptación permanente y rápida de las normas de funcionamiento de la sociedad. El objetivo es regular adecuadamente la actividad económica dando alas a los elementos positivos de la misma y tratando de minimizar el impacto negativo que se pueda producir. A modo de ejemplo, Cocola Gant (2016), al tratar la gentrificación (procesos de transformación en un barrio en los que la población del mismo se ve desplazada por el incremento de costes causados por dicha transformación) generados por la vivienda turística, menciona las políticas de apoyo al acceso a la vivienda, los incentivos fiscales para la contención del precio del alquiler, o la penalización del abandono de la vivienda.

De cara a compensar estos posibles efectos negativos, las plataformas de economía colaborativa han llevado a cabo distintas acciones con las que buscan mejorar su imagen e integrarse de forma más adecuada en el entorno en el que operan. A continuación, citamos algunos de dichos ejemplos:

Acuerdo entre Airbnb y la ciudad de Ámsterdam. En base a este acuerdo, desde el 1 de enero de 2015, Airbnb se compromete a recoger la tasa turística de la ciudad a través de la plataforma, además de realizar campañas activas para recordar frecuentemente a todos los anfitriones las reglas de la ciudad para este tipo de alquileres. En la actualidad, se están llevando a cabo procesos similares en otras ciudades europeas y estadounidenses. Mediante estos acuerdos, Airbnb se compromete a recaudar y luego entregar los impuestos de alojamiento, ocupación y turístico en distintas ciudades, además de trabajar con estos municipios para eliminar de la web las ofertas ilegales (principalmente hoteles ilegales y operadores comerciales).

Acuerdos entre Uber y las ciudades. Uber está llegando a acuerdos con determinadas ciudades para poder operar en zonas especialmente significativas de las mismas. Por ejemplo, se ha comprometido a pagar 1 millón de dólares anual durante 10 años para poder operar en el aeropuerto de Newark en Nueva Jersey[6]. En el caso de Massachusetts, se ha aprobado una normativa por la que

Uber y Lyft se han comprometido a pagar, hasta 2026, una comisión de veinte centavos de dólar, por cada viaje, que serán divididos entre el sector del taxi (5 centavos), las ciudades (10 centavos) y un fondo de transporte del Estado (5 centavos)[7].

También es posible encontrar en la prensa numerosas noticias de negociaciones entre las principales plataformas de la economía colaborativa y los sindicatos mayoritarios en Estados Unidos, de cara a garantizar ciertas mejoras laborales, reconocimiento de los trabajadores, etc.

En resumen, la economía colaborativa se encuentra aún en evolución y desarrollo, por lo que esperamos que en los próximos años se vean distintos movimientos en los ámbitos tratados en este apartado.

Los territorios y la vivienda vacacional

El impacto de la vivienda vacacional en los territorios es indudable. Por ejemplo, París ha experimentado, en los años comprendidos entre 2009 y 2014, una caída de unos 13 mil habitantes (aproximadamente el 0,6 % de su población total), señalando el ayuntamiento de manera oficial como principales responsables a la baja natalidad, pero, sobre todo, al aumento de la segunda residencia en las zonas centrales. Según el ayuntamiento, unas 20 000 viviendas han pasado de ser residencias a ser establecimientos turísticos estacionales[8].

Dada su importancia, dedicamos esta sección a las restricciones que distintas ciudades han puesto, y están poniendo, respecto al alquiler de vivienda vacacional. Analizaremos el caso de tres grandes ciudades europeas[9].

En primer lugar, tenemos el caso de Ámsterdam. Aunque distintos medios han afirmado que la ciudad implementaría nuevas medidas, realmente lo que ha hecho es colaborar con Airbnb para garantizar que se cumpla la normativa ya existente en la ciudad: un máximo de 60 días al año para el alquiler de viviendas completas y alquiler sin límite de habitaciones dentro del propio apartamento, siempre que no superen el 40 % del total del espacio de la unidad. En ambos casos (apartamento completo o habitaciones) hay un límite de 4 huéspedes. A su vez, la ciudad también ha planteado algunas restricciones específicas al alquiler en el óvalo central de la ciudad, al entender que la presión turística en dicha zona ya es demasiado elevada.

De manera similar, Londres ha impuesto un límite de 90 días al año como máximo para el alquiler de vivienda propia completa por parte de particulares, límite acordado y asegurado por la plataforma Airbnb, de forma que cuando en un año se alcanza dicho límite, no se permite seguir alquilando la vivienda durante el mismo. No obstante, diversas fuentes se han quejado de que, a pesar

de esta medida, para los propietarios resulta relativamente sencillo encontrar mecanismos para evitarla.

Por último, Berlín ha prohibido el alquiler de viviendas completas a propietarios, si bien recientes sentencias judiciales indican que, como mínimo, se les debería permitir alquilarlas durante 182 días al año.

Para finalizar esta sección y de cara a entender la magnitud del fenómeno y el ritmo de crecimiento de las viviendas en Airbnb, recomendamos al lector consultar el enlace <http://www.dwarshuis.com/various/airbnb/barcelona/>, en el que podrás encontrar la evolución del alquiler de unidades en Airbnb en Barcelona entre 2009 y 2017.

Los hoteles y la vivienda vacacional

De la misma forma que los taxistas se quejan de que plataformas como Uber pueden hacer desaparecer al sector, existe una preocupación en el sector hotelero hacia la vivienda vacacional. Concretamente, respecto a en qué medida la misma pueda suponer una competencia real. En este sentido, creemos interesante analizar las cuestiones que los consultores hoteleros recomiendan a los propietarios de hoteles que destaquen en sus páginas web, al entender que son las áreas principales en las que tienen ventaja sobre la vivienda vacacional[10]:

Servicios al cliente. Recepción, servicio en la habitación, toallas y albornoces de lujo, spa o gimnasio.

Zonas comunes. Bares, restaurantes, salas de reuniones, en definitiva, espacios para que los clientes puedan socializar con otros clientes.

Seguridad, tanto de las zonas como en las dependencias del hotel.

Accesibilidad para personas con movilidad reducida, puesto que entienden que, en general, la gran mayoría de la vivienda vacacional no está adaptada a este colectivo.

Depósito de maletas al terminar la estancia.

Programas de fidelización.

De las anteriores sugerencias parece deducirse que las viviendas vacacionales adolecen de una serie de servicios que, teóricamente, hacen que los hoteles puedan diferenciarse de las mismas y satisfacer una demanda diferente. En este sentido, hay que destacar la plataforma de alquiler vacacional BeMate, en la que se ofrecen servicios al cliente como el check-in, check-out, atención de peticiones especiales, información sobre el destino, y depósito de maletas. O sea, está complementando la actividad del alquiler vacacional con servicios propios del negocio hotelero. Ello parece apoyar las anteriores sugerencias de por dónde debe ir el valor añadido, de cara al cliente, de esta última actividad.

Aparte de la ya citada investigación de Zerbas et al. (2016), en la que constataron que la presencia de Airbnb afectaba a los ingresos por habitación de los hoteles más baratos, no conocemos estudios que, de manera rigurosa, constaten una disminución en las plazas hoteleras atribuible al incremento de la oferta de vivienda vacacional.

4. Revisitando el aplanamiento mundial

Friedman (2006) definió el aplanamiento mundial como el acceso global al conocimiento, independientemente del lugar de nacimiento, y el hecho de que gente de cualquier país podía prestar servicios a cualquier otro país del mundo usando internet.

No obstante, normalmente, tanto los que prestan servicios (en países menos desarrollados) como los que los solicitan (desde EE. UU., Reino Unido, etc.) están organizados como empresas (por ejemplo, un call center en la India que presta servicios a distintas empresas y grupos de clientes americanos). La cuestión es si se puede esperar con la economía colaborativa un potenciamiento mucho mayor de este fenómeno de aplanamiento mundial. A nuestro juicio, sí que es esperable este efecto.

Con los modelos de funcionamiento de la economía colaborativa, se sientan las bases para que se desarrolle plenamente el concepto auspiciado por Friedman. Cualquier persona situada en cualquier lugar del mundo que tenga un acceso a internet podrá obtener unas ganancias participando en Amazon Mechanical Turk, en Upwork o en cualquier otro sitio cuyas tareas se puedan hacer remotamente y por medio de un ordenador.

Además, es necesario tener en cuenta una cuestión que ya comentamos anteriormente. Los ingresos que se obtienen en las plataformas de la economía colaborativa son, en muchos casos, de pequeño importe, dificultando considerar las tareas realizadas como un empleo a tiempo completo. Ahora bien, en determinados países, estos pequeños importes sí pueden resultar razonables en función del nivel de vida allí disponible. Así, ya se mencionó el estudio de Maselli y Fabo (2015) en el que, tomando como referencia los salarios medios

de Italia y Serbia, concluyeron que para los profesionales italianos los trabajos realizados mediante la plataforma que analizaron no podían generar el salario medio mensual de su país, mientras que para los trabajadores de Serbia sí resultaba factible.

Otro ejemplo relacionado es el caso de la plataforma Upwork en la que, según la propia empresa, predominan los clientes estadounidenses, británicos y franceses y, entre los profesionales, destacan los de Rusia, Rumanía, Filipinas y Bangladesh.

En resumen, en este tipo de plataformas, en las que no se requiere la presencia física del trabajador, parte de la competitividad y productividad de los trabajadores se explica por donde residen.

5. La economía colaborativa y la sostenibilidad

El consumo colaborativo fue descrito en la parte inicial de este libro. Se trata de uno de los primeros conceptos que aparecieron alrededor de lo que luego creció hasta transformarse en el movimiento más general que se ha denominado economía colaborativa. Se atribuye a Botsman y Rogers (2010) buena parte de su desarrollo y análisis iniciales.

La idea que subyace en el consumo colaborativo es bien sencilla y la explicaremos con el ejemplo quizás más habitualmente repetido. Sabemos que un taladro se va a usar, de media y a lo largo de toda su vida útil, tan solo unos 15 minutos. También sabemos que muchos de los usuarios no quieren un taladro, necesitan un agujero en la pared. Entonces, ¿por qué no optar por un modelo en el que alquilemos los bienes que necesitemos, y hacer de esta forma el modelo global económico mucho más sostenible?

Los principales beneficios que se citan más frecuentemente de la economía colaborativa para el planeta son los dos siguientes:

Reducción de la producción de bienes de consumo ya que, al compartirlos o alquilarlos, se logra que sea necesario producir globalmente muchos menos bienes. Por ejemplo, algunas estimaciones indican que, por cada vehículo compartido, se podrían llegar a eliminar hasta 25 coches.

En el caso del transporte, si se generaliza el uso de sistemas como Uber, complementado con los coches autónomos, poco a poco desaparecerá el interés y la necesidad de poseer vehículos, reduciendo también el impacto que el

transporte tiene en el planeta. A modo de ejemplo, en España la Dirección General de Tráfico tiene previsto intervenir activamente en el sector[11], potenciando el uso el coche compartido, con una serie de medidas entre las que incluso se incluyen determinados privilegios en la circulación.

En definitiva, básicamente lo que se espera es que la economía colaborativa, en el aspecto referido al consumo colaborativo, suponga una menor necesidad de tener bienes, al pasar a un modelo de alquilarlos cuando los necesitamos. Es decir, un modelo más ecológico, sostenible y con menor impacto sobre el medio ambiente. Por ejemplo, algunos datos iniciales indican que en China está cayendo la fabricación de bicicletas debido a la popularización de aplicaciones para utilizar bicicletas compartidas.

De todas formas, habrá que disponer de estudios rigurosos y profundos que analicen si esto es totalmente cierto. Para empezar, en el proceso de alquilar el bien también habrá un cierto impacto en el planeta (por ejemplo, para transportar el bien hasta el usuario que lo necesita en un momento determinado y para devolverlo a su origen posteriormente). Si este intercambio se hiciera entre vecinos puede que no suponga mayor problema, pero en muchos casos de la economía colaborativa no es ese el modelo, sino que se producen intercambios entre personas situadas a mayores distancias que las de un vecindario o barrio.

En este sentido, gran parte de las plataformas que originalmente nacieron con este modelo de alquiler e intercambio de bienes entre particulares han acabado desapareciendo. Algunos analistas del modelo indican que dado el bajo coste de muchos bienes de consumo hoy en día, el alquiler no es necesariamente más conveniente cuando se suman los gastos de alquiler, traslado, transacción, tiempo dedicado, etc.[12]

6. La economía colaborativa y la distribución de riqueza

Otra de las cuestiones positivas que se atribuyen a la economía colaborativa es la de generar una mejor distribución de la riqueza en el territorio. Quizás el caso más claro pueda ser el del alquiler vacacional. En tanto en cuanto en ocasiones no nos alojamos en un hotel sino en casa de un particular, en teoría, al menos, estamos haciendo que el impacto de la economía del turismo permee mejor en el destino, llegando a un mayor número de personas.

Digamos, de forma muy simplificada, que al quedarnos en un hotel el beneficio revierte únicamente en el propietario del hotel, mientras que los empleados del mismo tan solo reciben un sueldo. Alternativamente, al quedarnos en casas alquiladas van a ser muchos propietarios los que van a obtener dicho beneficio en su totalidad. Es un tema que también habrá que contrastar empíricamente.

En relación a lo anterior, Fernando Gallardo explica, en su blog El Foro de la Ruina Habitada en un artículo de junio de 2016[13], cómo la economía colaborativa se está convirtiendo en una fuente de ingresos complementaria para la tercera edad, al contar con casas con habitaciones disponibles y tener la necesidad de obtener algunos recursos económicos que complementen la pensión de la que disponen.

Frente al punto de vista antes mencionado, hay críticos que indican que cuando alquilamos en, por ejemplo, Airbnb, quien obtiene el beneficio realmente es Airbnb (que con lo que cobra a ambas partes puede quedarse con hasta un 15 % de la reserva), mientras que el propietario lo que obtendrá es una cierta renta, pero poco más. No obstante, lo mismo se podría argumentar respecto al negocio alojativo tradicional cuando los turoperadores y agencias de viajes actúan de

intermediarios.

También hay que tener en cuenta cuestiones respecto del tipo de prestadores de servicios existentes en las plataformas. Si bien inicialmente las plataformas se orientaron claramente hacia el particular que quería alquilar una habitación o una casa, o al que quería prestar servicios de transporte en su coche, al incrementarse la cantidad de usuarios en muchos casos se pierde este concepto y aparecen propietarios o arrendatarios de gran cantidad de viviendas o que controlan gran cantidad de vehículos. Por ejemplo, en un artículo publicado en El Confidencial en junio de 2016 se narra el caso de una persona que alquila[14] viviendas a su nombre y al de otros familiares.

Adicionalmente a lo anterior, hay que tener en cuenta que la mayoría de las plataformas tienen su sede fiscal en países en los que la tributación es más ventajosa, no pagando en muchos casos impuestos en el país en donde se prestan los servicios.

A nuestro juicio, el estado actual de implantación de la economía colaborativa es demasiado incipiente como para poder describir, en profundidad y con detalle, todas las consecuencias que la misma puede tener. Sí es cierto que, si observamos casos como Uber, comprobamos que realmente los trabajadores en la misma lo que obtienen son ingresos, que, en muchos casos, se asimilan al sueldo que obtiene un taxista tradicional. Por ello, no hay, en principio, mayores diferencias. Tampoco parece que en casos como ToursByLocals se vaya a producir una mejor o mayor distribución de la renta. Pero quizás en casos como el alquiler de coches entre particulares sí que se pueda dar en cierta medida esta mayor distribución de la renta.

7. Adopción por la economía tradicional de modelos de la economía colaborativa

Una tendencia que también se está empezando a dar, derivada de la generalización de la economía colaborativa, es el hecho de que los negocios tradicionales están empezando a adoptar algunos de los aspectos presentes en esta economía.

Es decir, a partir de un análisis de las razones por las que los consumidores acuden a la economía colaborativa (más allá del tema del precio) pueden rediseñar sus propuestas y acercarse a los gustos del cliente. En este sentido citamos las siguientes iniciativas:

Cadenas hoteleras que entran en el negocio del alquiler vacacional. En España tenemos el ejemplo de BeMate (propiedad de Room Mate Hotels) y, a nivel internacional, Accor Hoteles cuenta con inversiones en las plataformas onefinestay, Squarebreak y Travel Keys, mientras que Hyatt es inversor en Oasis Collections. En el caso de BeMate, la propuesta es aprovechar la recepción del hotel más cercano como punto de contacto para la recogida y entrega de llaves de las viviendas, asistencia al viajero y depósito de maletas, entre otros servicios.

Asociaciones de taxis que han desarrollado aplicaciones móviles para acercarse a las necesidades del cliente.

Hoteles con diseño residencializado. Al entender que muchos consumidores acuden a Airbnb buscando una experiencia más personal y menos

estandarizada, varias cadenas hoteleras han comenzado a diseñar habitaciones distintas dentro de un mismo hotel.

Hoteles que se anuncian en Airbnb. Hoteles, normalmente de pequeño tamaño, que anuncian sus habitaciones en Airbnb y, en ocasiones, otros apartamentos del mismo dueño del hotel.

8. ¿Economía colaborativa para todos?

Un tema que entendemos que puede resultar preocupante es el relativo a la desigual implantación de la economía colaborativa en distintos ámbitos geográficos. Resulta hasta cierto punto normal que la implantación de muchas de las novedades tenga lugar, primero, en grandes núcleos urbanos y que, lentamente, vaya permeando hacia el resto de ámbitos geográficos, al igual que ha sucedido con otras innovaciones originadas en la tecnología, como la telefonía móvil. Pero creemos que, en especial en lo relativo a las grandes plataformas, pueda darse el efecto de que muchas de ellas no lleguen a implantarse en territorios menos densamente poblados porque no resulten atractivos desde un punto de vista económico, al menos hasta que no se alcance el punto de saturación en los mercados urbanos densamente poblados en todo el mundo (Goudin, 2016).

Otro tema que también resulta preocupante, en lo relativo a la inclusión digital y uso de las plataformas por toda la sociedad, son los estudios que encuentran situaciones de exclusión social en los servicios de la economía colaborativa. Por ejemplo, Edelman y Luca (2014) encontraron que los anfitriones que no fueran negros podían cobrar hasta un 12 % más que los anfitriones negros en Airbnb. Otros estudios han encontrado situaciones similares en TaskRabbit y en Uber. Quizás por esta razón, Airbnb haya publicado unas líneas de trabajo específicamente orientadas a disminuir la discriminación.

Finalmente, las cifras de las grandes plataformas y los resultados de algunos estudios parecen reflejar que la economía colaborativa es una cuestión de unas pocas empresas. Así, un informe de ESADE[15] señala que el 95 % de los beneficios de esta actividad se queda en el 1 % de las plataformas. De la misma forma, se señala que cerca del 50 % de las transacciones de lo que conocemos como economía colaborativa está en manos de 17 empresas. Por tanto, aunque la economía colaborativa se promociona muchas veces como una forma de

empoderamiento del individuo también comparte, de acuerdo con estas cifras, las críticas que se hacen a la economía tradicional referidas al poder dominante de las grandes corporaciones.

Creemos que estas cuestiones también merecen ser tenidas en cuenta y valoradas en el proceso de expansión de la economía colaborativa que se producirá en los próximos años.

EL NEGOCIO EN LA ECONOMÍA COLABORATIVA

En este capítulo vamos a revisar los aspectos de funcionamiento económico referentes a la economía colaborativa. Es decir, cómo se pagan los productos y servicios, cómo llega el dinero hasta el que creó el producto o prestó el servicio, quién fija los precios, cómo ganan dinero las plataformas, etc.

Como elemento de base durante el capítulo, y basándonos en la definición de economía colaborativa, hay que tener en cuenta que esta gravita sobre plataformas de intermediación, que buscan casar la oferta con la demanda. Como explican en su libro Evans y Schmalensee (2016), estos modelos de intermediación digital son bastante distintos del tipo de negocio que hemos estado acostumbrados a ver históricamente: no compran nada, no producen bienes ni servicios, no siguen los modelos económicos clásicos. Por ello, resulta difícil aplicar las reglas económicas tradicionales a este tipo de plataformas denominadas de múltiples lados (multisided platforms), es decir, que no tienen un único tipo de clientes sino varios tipos de ellos (por ejemplo, anfitriones y huéspedes; conductores y pasajeros; personas que necesitan una determinada tarea y manitas; etc.).

Por todo ello, creemos necesario hacer dos puntualizaciones antes de entrar en materia. En primer lugar, hay que tener en cuenta que dentro del contexto de la economía colaborativa hay un amplio abanico de prácticas. Así, intentaremos, en la medida de lo posible, ir las revisando hasta tener un catálogo lo más representativo de las mismas. Analizaremos primero la fijación de precios para, posteriormente, entrar a detallar el recorrido de los pagos y los modelos de negocio de las plataformas de la economía colaborativa.

En segundo lugar, mencionar que el análisis de los modelos de negocio de las plataformas daría no ya para un capítulo sino para un libro entero. No es nuestro

objetivo entrar en este tema con tanto detalle. Para el lector interesado en profundizar sobre este ámbito, recomendamos el citado libro de Evans y Schmalensee (2016) denominado «The Matchmakers: The New Economics of Multisided Platforms».

1. Fijación de precios

En el ámbito de la fijación de precios, de los servicios o productos comercializados en las plataformas, hay distintos modelos que cubren un amplio espectro. Desde plataformas que no intervienen para nada hasta plataformas que dictan el precio de forma estricta. Se comentan a continuación.

Dejar hacer (Laissez-faire)

En un extremo se encuentran las plataformas que no intervienen en absoluto en el mecanismo de fijación de precios. Es decir, aquellos que desean vender o alquilar productos, o prestar servicios, tienen completa libertad en cuanto al precio que desean poner a sus bienes o servicios y es el mercado el que dictaminará si el precio es adecuado o no.

Además, dado que habitualmente el número de productos o servicios ofertados por una persona no es excesivamente elevado (por ejemplo, el número de casas que alquila), será relativamente sencillo ir ajustando estos precios en función de la respuesta que se vaya obteniendo.

En general, la mayoría de las plataformas comenzó con un modelo de este tipo, como perfecta analogía del modelo de Vicent de Gournay del laissez-faire, al evitar intervenir. Plataformas de servicios y experiencias turísticas como pueden ser ToursByLocals o EatWith siguen este modelo, siendo el prestador del servicio el que económicamente valora lo que ofrece.

Hay que tener en cuenta que, por ejemplo, en EatWith, en donde acudimos a comer a casa de una persona, el rango de precios es difícilmente gestionable por parte de la plataforma, ya que el tipo de experiencias y servicios incluidos que el cocinero puede ofertar es tremendamente amplio y diverso.

Por lo anterior, este es el modelo más habitual en aquellos casos en los que es muy difícil encontrar variables que ayuden a objetivar de alguna manera el producto o servicio ofrecido, quedando de parte del proveedor asignar el valor a su producto o servicio.

Ayudando en la fijación del precio

Aunque se inicie con el modelo descrito de dejar hacer, lo normal es que las plataformas rápidamente empiecen a contar con datos históricos y comparativos que, en muchos casos, pueden servir para ayudar a los miembros de la plataforma a fijar mejor sus precios, especialmente a los nuevos miembros con menor experiencia.

Por ejemplo, Airbnb puede saber ya cómo va a evolucionar la demanda de alojamiento en Madrid durante la próxima Semana Santa o en Valencia en las próximas Fallas. Con ese histórico de datos, y parametrizando distintos componentes de la vivienda (tipo de oferta, tamaño, localización), la plataforma puede orientar al propietario al respecto de si los precios que está ofertando son excesivamente elevados o, por el contrario, demasiado bajos.

En este proceso de asistencia al usuario en la fijación del precio hay varios modelos:

Una asistencia desinteresada por parte de la plataforma, que entiende que si sus usuarios fijan mejor los precios ganarán ambos. El usuario venderá más y la plataforma obtendrá mayores ingresos.

Una asistencia con coste, un servicio premium para aquel usuario que lo desee. La plataforma entiende que los datos recopilados forman parte de su negocio y, por ello, los cede al usuario si este está dispuesto a pagar por el valor añadido. Por ejemplo, Airbnb sigue este modelo con su sistema denominado «Smart Pricing» por el que cobra un 3 % adicional a los anfitriones en cada reserva.

Sistemas externos a la plataforma que asisten a los proveedores de servicios. Principalmente, se nutren de datos obtenidos de la misma plataforma y de cuestiones de entorno. Por ejemplo, en el caso de alojamiento, el día de la semana, la época del año, la ciudad, etc. Un ejemplo de este caso es Beyond Pricing que funciona sobre Airbnb. Una vez proporcionamos a Beyond Pricing los datos de acceso a nuestra cuenta de Airbnb, el sistema se encarga automáticamente de gestionar los precios de nuestros alojamientos, basado en la estacionalidad, zona de la ciudad, demanda local, etc. En el caso de Beyond Pricing el coste es del 1 % del total de ingresos de la propiedad.

La plataforma fija el precio

En el otro extremo del continuo se encuentran los casos en los que es la plataforma la que estima el valor del servicio, sin que el prestador del mismo tenga nada que decir. Este es el caso de Uber. Uber se encarga de absolutamente todo: estima la distancia, evalúa el tipo de vehículo, evalúa incluso la demanda que hay en el momento y fija el precio exacto en función de esos parámetros. De todas formas, lo que se ofrece al usuario antes de subir a Uber es una estimación, ya que, al igual que lo que ocurre con los taxis, el precio final dependerá del recorrido exacto y del tiempo total en espera que pueda haber en el trayecto.

Incluso si el usuario estima que el trayecto realizado por el conductor fue más largo del necesario y, por ello, el precio final fue mayor de lo que debería haber sido, puede abrir una incidencia con Uber que, en su caso, podrá dar la razón al usuario, devolviéndole parte del importe del trayecto. No obstante, la plataforma, al igual que hace Cabify, prevé ofertar un precio fijo en algunas de las ciudades en las que opera.

Por lo tanto, en este caso, el trabajador no tiene ninguna responsabilidad en la fijación del precio. Tan solo puede decidir si abre la aplicación para aceptar servicios y, posteriormente, si acepta o no el servicio que la plataforma le está asignando. La retribución exacta que recibirá depende del precio establecido por la plataforma.

2. El recorrido del dinero

Un tema que también creemos interesante analizar es el flujo del dinero desde el consumidor que paga hasta el prestador del servicio. En un modelo tradicional, cuando nos bajamos de un taxi pagamos directamente al taxista. Cuando alquilamos una casa, normalmente pagamos un depósito para formalizar la reserva y el resto unos pocos días antes de la estancia o incluso en el momento de la llegada. En un hotel, normalmente pagamos antes de llegar (reservas sin posibilidad de cancelación), justo al entrar y hacer el check-in, o bien a la salida. Cuando compramos un producto en la web de una empresa, pagamos por él y posteriormente se nos envía el mismo.

En la economía colaborativa este flujo económico ni es tan directo ni es tan sencillo. Hay varios motivos por los que se complica el proceso:

En primer lugar, en la mayoría de los casos las plataformas no están localizadas en el país en el que se producen los servicios. Por ejemplo, Airbnb tiene su sede fiscal para Europa en Irlanda.

Normalmente, el consumidor paga a la plataforma, siendo la plataforma la que, a posteriori, se encarga de retribuir al prestador del bien o servicio.

Es frecuente que haya una cierta distancia temporal entre el momento en el que la plataforma cobra por el servicio que se prestará en el futuro y el momento en el que retribuye a los que realmente prestan el servicio.

Así, por ejemplo, en el caso de Airbnb, en el momento de la reserva el huésped paga tanto el importe total de la reserva como la comisión de servicio que le cobra al huésped Airbnb. Pero este dinero no se paga al usuario hasta que el huésped ha entrado en el alojamiento y ha pasado una noche. Según Airbnb, de esta forma se garantiza que no se produzcan intentos de fraude en la plataforma.

El caso de ToursByLocals es muy parecido. El cliente paga en el momento de hacer la reserva y el trabajador cobra una vez pasadas 24 horas de la realización de la actividad, al objeto de poder comprobar que todo ha ido bien.

Otras plataformas, según los países, aplican otras políticas de pago. Uber para el caso de EE.UU. paga semanalmente a los conductores. En el caso de Etsy, el pago es casi directo al vendedor, quedándose Etsy únicamente con un porcentaje como comisión. En TaskRabbit, al encargar una tarea, la plataforma solicita los datos de una tarjeta de crédito, con el fin de verificar la identidad del cliente y validar la tarjeta. No obstante, el cargo en la misma se hará una vez hayan transcurrido 24 horas de la finalización de la tarea. De esta forma el cliente tiene la oportunidad de revisarla.

Muchas otras plataformas no indican específicamente cómo llevan a cabo los pagos a los prestadores de servicios. Aun así, parece ser que el denominador común a las diferentes modalidades de pago es que la plataforma paga al prestador del servicio una vez que el mismo se ha llevado a cabo. De esta forma, suelen afirmar las plataformas, se garantiza que el servicio se lleve a cabo y que se preste con la calidad prometida.

3. La dimensión de las plataformas de la economía colaborativa

En capítulos anteriores hemos explicado que uno de los cambios principales que se estaba dando, en el proceso de migración de la Sociedad Industrial a la Sociedad Red, era la reducción de la necesidad de las empresas de crecer como única forma de lograr sus objetivos. Planteábamos que los modelos digitales permitían otros modelos de desarrollo y crecimiento, por ejemplo, basados en la personalización o en la realización de tareas.

En este sentido, y dentro del presente capítulo, creemos interesante analizar estos conceptos desde el punto de vista de las propias plataformas. En este sentido, y por lo menos hasta el momento, el modelo que parece ser válido es el de crecer para acabar siendo la única plataforma disponible en un determinado ámbito; lograr la máxima economía de escala posible.

Cuanto mayor es la plataforma y mayor número de transacciones se llevan a cabo en las mismas, menores son los costes marginales de cada operación que se lleva a cabo, con una tendencia a cero de los mismos. Esto hace que las plataformas dominantes cada vez sean más interesantes para los que ofrecen y para los que demandan productos o servicios, de forma que poco a poco, el resto de plataformas van quedándose con cuotas marginales o viéndose obligadas a reestructurarse y orientarse a nichos muy específicos.

También se produce el efecto de que a más transacciones se llevan a cabo, mayor es el conocimiento y capacidades de previsión que tienen las plataformas sobre lo que está ocurriendo y lo que va a ocurrir: en qué zonas va a haber un incremento de la demanda, qué tipo de servicios son los que más gustan a los clientes, de qué se quejan los mismos según su tipología, etc. Todo ello permite

una mejor gestión de sus recursos y, al mismo tiempo, una mayor satisfacción de los clientes, lo cual incide en el crecimiento de la propia plataforma.

Es decir, la cantidad de datos que estas empresas empiezan a recopilar, sobre todo lo que sucede en su plataforma, permite conocer en profundidad al consumidor hasta extremos casi inimaginables hasta hace poco. Por ejemplo, en el trabajo firmado por Cohen et al. (2016), en el que, entre otros aparecen como coautores dos economistas de la propia Uber, utilizan más de 50 millones de registros de la base de datos de Uber que cubren un periodo de solo seis meses y cuatro ciudades americanas. Con estos datos consiguen estimar con gran precisión curvas de demanda y excedentes del consumidor, cuestiones que, hasta este momento, se habían realizado tan solo a nivel teórico o con un número limitado de observaciones.

A su vez, la mayoría de estas plataformas cuentan con gran cantidad de capital riesgo, cuyo principal objetivo es lograr un crecimiento tan rápido como sea posible para poder llevar la empresa a bolsa o a una ronda subsiguiente de financiación.

Estas economías de escala les permiten llevar a cabo proyectos de mejora de gestión y de calidad de servicio casi imposible para plataformas de menor tamaño. Como muestra, citamos cinco casos relativamente recientes referentes a una de las plataformas, Uber, cuyo valor en 2017 se estima entre 40 y 60 mil millones de dólares. Primero, su asociación con una compañía de imágenes satelitales para optimizar la recogida de viajeros, por ejemplo, en calles muy anchas. Segundo, las pruebas que la propia compañía está haciendo para aprovechar el acelerómetro y el giroscopio de los móviles de los conductores para entender mejor si aceleran o frenan bruscamente o si cumplen con los límites de velocidad. En tercer lugar, el lanzamiento de su servicio UberCENTRAL para que las empresas puedan reservar y pagar los viajes de sus clientes en Uber, como por ejemplo un taller, un restaurante, etc. En cuarto lugar, la integración con el calendario del usuario para sugerirle destinos en función de próximas citas que tenga registradas. Quinto, las pruebas que está llevando a

cabo con coches autónomos destinados a sustituir a los conductores en un futuro que quizás no se encuentre tan lejano como podría parecer. Todo esto en una empresa que en 2016 perdió 2 800 millones de dólares, a pesar de haber logrado en dicho año 6 500 millones de dólares de ingresos y haber generado 20 000 millones de dólares en reservas (todas estas cifras no incluyen el negocio en China)[1].

En la misma línea, las redes y nuevos negocios que está desarrollando Airbnb (con un valor estimado de 30 mil millones de dólares a finales de 2016) merecen también ser nombradas: el ya mencionado Airbnb Experiences o un buscador de vuelos que tienen en cartera.

Por último, el diario Expansión publicó[2] en agosto de 2016 un mapa de la red de alianzas empresariales con que contaban algunas de las principales plataformas de economía colaborativa. Así, por ejemplo, en el caso de Airbnb se citan los casos de KLM, Virgin, Lufthansa y Tesla. En el de Uber, alianzas con United Airlines, Hilton Hotels, Starwood Hotels y Volvo.

4. Modelos de ingresos de las plataformas de la economía colaborativa

Aunque se trata de un tema que se encuentra en constante evolución y a diario van apareciendo nuevas formas en las que las plataformas obtienen ingresos, en esta sección revisamos los modelos más comunes. Para ello, y entre otras fuentes, hemos utilizado un documento de Collaborative Lab[3]. Los posibles modelos de ingresos son los siguientes:

Comisión de servicio. La plataforma cobra un porcentaje (que en ocasiones se acompaña de un fijo) cada vez que se produce una transacción. En general, este porcentaje varía entre el 2 % y el 30 %. Por ejemplo, en el caso de TaskRabbit, este porcentaje es el 30 % si es la primera vez que contratamos los servicios de un determinado trabajador y del 15 % si volvemos a solicitar los servicios del mismo trabajador. Airbnb cobra tanto al huésped como al anfitrión. Al huésped le cobra entre el 6 y el 12 % (el porcentaje es menor cuanto mayor sea el importe de la reserva), mientras que al anfitrión le cobra el 3 %. De media, la estimación es que, en la economía colaborativa, el proveedor del servicio recibe más del 85 % de la transacción, es decir, que las plataformas se quedan con un 15 % o menos (Vaughan y Daverio, 2016).

Tafira plana anual. La plataforma cobra una cantidad fija por pertenecer a la misma, independientemente del uso que se haga de ella. Con este modelo, consiguen evitar que las dos partes traten de ponerse en contacto directamente para evitar una parte de los gastos, ya que el importe anual ya está pagado. Por ejemplo, IntercambioDeCasas cobra un importe de 130 euros anuales por pertenecer a la plataforma, pudiendo intercambiar la casa que ofertemos tantas veces como queramos.

Planes por niveles de uso. Es una combinación de los dos anteriores, en el que la plataforma cobra un importe fijo pero que varía en función del nivel de uso de la plataforma. Por ejemplo, Pley, una web de alquiler de juguetes infantiles, tiene un plan de 20 dólares al mes y otro de 45 dólares. En ambos casos el usuario puede intercambiar tantos juguetes como desee, la única diferencia se encuentra en el tipo de envío y en la selección de juguetes a la que se tiene acceso.

Cuota anual más comisión de servicio. Otra forma de combinar las dos primeras. Se paga una cuota anual y, además, un porcentaje cada vez que se usa el servicio. Es muy habitual en los sistemas de coche y bicicleta compartida en las grandes ciudades. Por ejemplo, Zipcar cobra actualmente 7 dólares al mes (o 35 al año) más una tarifa por cada hora de uso del vehículo (entre 8 y 10 dólares, dependiendo del vehículo).

Freemium. Modelo muy habitual en el entorno digital. Una parte básica de los servicios es gratuita y se paga por servicios adicionales de valor añadido. Es frecuente que el modelo freemium aparezca integrado en muchos de los anteriormente citados. Por ejemplo, es común que el porcentaje en cada transacción varíe en función de los servicios que utilicemos.

Modelos híbridos, que combinan dentro de la misma plataforma varios de los anteriormente citados.

Ingresos financieros. Las plataformas habitualmente cobran en el momento en que se lleva a cabo la reserva, pero no liberan este dinero al proveedor hasta que se presta el mismo. Esto permite a las plataformas disponer de una importante cantidad de fondos financieros que, dependiendo de las regulaciones que haya en cada país, podrán ser utilizados también como fuente de ingresos adicional.

Además de todos estos elementos, una de las principales fuentes de ingreso de las plataformas estará relacionada con lo que se comentó en el apartado anterior. A medida que su tamaño y el número de transacciones que se desarrollan en las plataformas son mayores, la cantidad de datos y de conocimiento de que disponen también lo es. Por ello, se abren nuevas oportunidades de todo tipo: servicios a los proveedores que permitan un mejor ajuste de sus precios y servicios a partir de los perfiles de consumo, o la venta de datos.

5. Empresas que se comercializan en la economía colaborativa

Desde el comienzo de este libro, hemos definido que lo que caracteriza a la economía colaborativa es el uso de plataformas tecnológicas en donde los individuos son los que ofrecen productos y servicios.

A pesar de ello, cada vez es más habitual detectar que en muchas de las plataformas, inicialmente pensadas para los particulares, participan empresas que ofrecen sus productos y servicios. Así, en Airbnb es frecuente encontrar inmobiliarias y servicios profesionales ofertando alojamientos, incluso hay algún caso de hoteles con sus habitaciones en la plataforma.

En las plataformas de experiencias turísticas es posible encontrar empresas de servicios comercializando excursiones. Es verdad que son empresas pequeñas, muy centradas en la actuación del emprendedor o de los pocos miembros que forman la empresa en cuestión. En el caso del transporte, no es difícil concebir que empresas de transporte empiecen a ofrecer sus servicios en Uber o en plataformas de logística.

En definitiva, creemos que se trata de un fenómeno muy difícil de controlar y que tan solo puede ser gestionado adecuadamente por el promotor de la plataforma, si considera que se trata de un mal uso de la misma. Otra cuestión es que el propietario de la plataforma entienda que simplemente se trata de una intermediación y que le da igual hacerla entre empresas, entre empresas y particulares o entre particulares. En cualquier caso, ya se ha comentado que el informe de la Comisión Europea de junio de 2016 (Comisión Europea, 2016b) considera a las pequeñas empresas, junto a individuos particulares, actores propios de la economía colaborativa.

Ahora bien, también creemos que, en parte, devalúa una parte del propio concepto de la economía colaborativa y del hecho del empoderamiento del individuo. Sin contar con datos exhaustivos al respecto, entendemos que en ocasiones lo que van buscando los usuarios, cuando acuden a la economía colaborativa, es un modelo económico distinto, que se caracterice por una mayor relación interpersonal, en el que tengan un contacto más directo con el prestador de servicio. Si el que ofrece el servicio es una empresa con múltiples establecimientos en Airbnb o con distintas excursiones en ToursByLocals, entendemos que se puede perder una parte de la esencia del modelo.

En muchos casos, las plataformas evitan intervenir en esta cuestión porque su principal interés puede ser es el del crecimiento y el intento de crear el máximo valor posible para sus propietarios o accionistas. Es un ámbito en el que habrá que profundizar en el futuro, de cara a entender si este tipo de situaciones incomodan a los consumidores de las plataformas o, si en el proceso de búsqueda de una oferta distinta o más económica, realmente no les importa quién les preste el servicio.

6. Rentabilidad para el particular

En esta sección hacemos un análisis desde el punto de vista del particular que está considerando ofrecer sus productos o servicios en alguna de las plataformas de economía colaborativa. ¿Qué será más rentable y conveniente: alquilar la vivienda por larga duración o hacerlo como vivienda vacacional? ¿Trabajar para una empresa de reparaciones u ofrecer servicios a través de algunas de las plataformas de trabajo que se han comentado?

En algunos casos, ambas actividades son compatibles entre sí. Un abogado puede tener clientes que no le han llegado a través de ninguna plataforma y, simultáneamente, puede ofrecer sus servicios en una web como Upcounsel. En otros casos, el modelo de la plataforma es el único viable, cuando queremos alquilar un bien o prestar un servicio de forma puntual (por ejemplo, alquilar nuestra casa cuando estamos fuera de ella, o nuestro coche cuando no lo usamos). Por último, en otros casos, el particular o profesional debe decidir si optar por los mecanismos de la economía tradicional o por las plataformas digitales que forman parte de la economía colaborativa.

Analizaremos el caso de la vivienda vacacional y el alquiler residencial como modelo. En los últimos tiempos, se puede comprobar como en muchas ciudades hay una gran cantidad de propietarios que están retirando sus viviendas del alquiler tradicional de larga duración para pasarlo al alquiler vacacional de corta duración, al entender que este modelo será más rentable.

Muchos propietarios entienden que una vivienda que se estuviera alquilando a 600 euros al mes puede ser ofrecida a un precio de unos 40 euros al día en una plataforma como Airbnb, lo cual ofrece un ingreso potencial de 1 200 euros al mes, justo el doble que con el alquiler tradicional. Ahora bien, hay toda una serie

de elementos que deben ser considerados:

Ingresos de la plataforma. En ambos modelos es común que haya intermediarios que supongan un coste. En el caso del alquiler tradicional, es frecuente usar los servicios de una inmobiliaria, que normalmente cobrará al inquilino el equivalente a un mes de alquiler por ofrecer sus servicios; este coste será proporcionalmente menor cuando más tiempo esté ocupada la vivienda. En el caso del alquiler vacacional a través de plataformas digitales, el coste suele estar en el entorno del 15 %.

Índice de ocupación. En ninguna de las dos modalidades la tasa de ocupación será total. Cuando se queda libre una vivienda pueden pasar varios meses hasta que logramos encontrar otro inquilino. En el alquiler vacacional, algunas viviendas tienen un altísimo porcentaje de ocupación, con un efecto superestrella, pero la gran mayoría tienen un bajo índice de ocupación al ser la oferta muy superior a la demanda. A medida que haya más viviendas en alquiler vacacional es de esperar que este fenómeno se vea potenciado incluso.

Ventajas fiscales para el alquiler tradicional. Algunos territorios interesados en promover la disponibilidad de viviendas en alquiler, ofrecen ventajas fiscales o de otro tipo a los ingresos recibidos por esta modalidad.

Gastos y tiempo dedicados al alquiler de corta duración. Hay que tener en cuenta el coste y tiempo que supone las entradas y salidas y su coordinación, las necesidades y atención a los potenciales clientes a través de las plataformas, la limpieza, la solución de incidentes imprevistos, etc. Estas tareas pueden ser llevadas a cabo por el propietario o subcontratadas con un coste aproximado de entre un 15 y un 20 % del ingreso total.

Desgaste de la vivienda. ¿Qué vivienda se desgastará más? ¿Aquella ocupada

por un inquilino durante una larga estancia (varios años) o una vivienda en la que los inquilinos cambian cada semana? De forma contraintuitiva, los datos parecen indicar que la vivienda alquilada para estancias de corta duración se desgasta en menor medida.

A este respecto, el artículo «¿Qué es más rentable, el alquiler residencial o el turístico?»[4] muestra que, en la gran mayoría de los casos, el alquiler tradicional es más ventajoso que el vacacional. En resumen, para un particular decidirse por una u otra opción dependerá de multitud de factores, que deben ser considerados en su conjunto antes de tomar una decisión.

7. Ética y economía colaborativa

Plataformas con valoraciones económicas que alcanzan cifras de miles de millones de euros. Viviendas que aparecen en cualquier zona de una ciudad con un potencial transformador significativo de la fisonomía de la misma. Personas que realizan tareas mediante las plataformas sin que esté totalmente claro la legalidad de su estatus laboral, amén de probable precariedad en el empleo. Situaciones de posible competencia desleal entre los modelos económicos tradicionales y aquellos que se acogen al paraguas de la economía colaborativa.

En resumen, como se puede comprobar, la economía colaborativa, con su novedad, falta de encaje en el contexto regulatorio actual, laxitud definitoria y variedad de ámbitos de aplicación, ha abierto un amplio espacio para el desarrollo de abusos y situaciones poco deseables para la ciudadanía en general.

Son múltiples las acusaciones de actuaciones poco éticas que hay sobre las plataformas. Entre ellas, quizás la mayor es la del sharewashing (como equivalente a lo que en su momento fue el greenwashing, o el intento de algunas compañías de parecer verdes o sostenibles). El término se define como una estrategia de marketing que intenta sugerir que el modelo de negocio de una empresa está motivado y basado en los principios de la compartición y la colaboración, en vez de en el objetivo de alcanzar beneficios, cuando realmente es esto último lo que realmente importa.

Creemos que queda claro que en el proceso de desarrollo de la economía colaborativa no es adecuado considerar únicamente el crecimiento, las cifras y los modelos de negocio. También se hace imprescindible garantizar el funcionamiento ético y sostenible de la economía colaborativa. Un crecimiento integrador y vertebrador de los espacios públicos y privados. Y un crecimiento,

en definitiva, que aunque no se vea coartado por posibles modelos de negocio obsoletos, sí de oportunidades de actualizarse a aquellos que lo deseen.

8. Particulares en la economía colaborativa

En esta sección intentamos dar respuesta a una de las preguntas que más frecuentemente se suelen hacer al oír hablar de economía colaborativa y descubrir que en ella hay oportunidades que, al menos en teoría, podrían ser de interés para nosotros, los particulares, porque disponemos de algún activo infrautilizado o de alguna habilidad o capacidad que creamos que puede ser rentabilizada.

Es decir, responder a preguntas como ¿qué tengo que hacer para poner mi vivienda en régimen de alquiler vacacional? o ¿qué tengo que hacer para empezar a ofrecer comidas en mi casa a la gente?

Desgraciadamente, en estos momentos la respuesta es compleja, ya que la normativa y regulación no están adecuadamente definidas aún y hay demasiados espacios grises. Estos aspectos se tratarán en el próximo capítulo. En cualquier caso, nuestras recomendaciones serían las siguientes:

En primer lugar, analizar las plataformas y ejemplos que hemos visto en el Capítulo 3, que nos pueden servir para entender qué opciones hay en el ámbito en que estamos pensando ofrecer nuestros productos o servicios. Posteriormente, leer detenidamente los términos y condiciones de las plataformas y los artículos que haya sobre normativa y legislación en la zona en la que vamos a operar. También recomendamos conocer muy bien las plataformas, familiarizarnos con las mismas antes de ofrecer nada en estas: qué se oferta, precios, qué cosas son las más atractivas y populares, de qué se quejan los clientes de la misma, las recomendaciones que suelen publicar las propias plataformas, etc.

Hay que tener en cuenta que muchas de las plataformas son aún emergentes, lo cual tiene una doble vertiente. Por un lado, es una desventaja, dado que al no ser excesivamente conocidas, difícilmente llegarán clientes a las mismas para adquirir los productos o servicios. Pero también es una ventaja ser de los primeros que están presentes en una plataforma, porque aunque sea lentamente podremos ir construyendo una reputación en la misma antes de que se popularice.

Adicionalmente, recomendamos intentar entrar en contacto con otros proveedores de nuestra zona que quizás hayan avanzado en la parte de analizar la normativa aplicable y que nos puedan ayudar en el arranque de nuestra oferta.

REGULACIÓN Y FISCALIDAD

Si hay un tema que genera un encarnecido debate en el ámbito de la economía colaborativa es el relativo a la normativa y regulación de las actividades que en ella se llevan a cabo. Especialmente cuando tenemos en cuenta que muchas de las actividades de la economía colaborativa compiten con actividades similares de la economía tradicional, en ocasiones sustituyéndolas, en otras complementándolas.

En efecto, en muchas ocasiones un alquiler en una vivienda vacacional sustituye a lo que hubiera sido una estancia en un hotel o en un apartamento turístico. Casi siempre que cogemos un Uber estamos dejando de coger un taxi. Por tanto, es lógico que una de las primeras preguntas sea hasta qué punto estas actividades de la economía colaborativa son legales o no. También hay dudas acerca de si se tributa adecuadamente, tanto por parte de la plataforma como por parte de los prestadores de servicios.

Todo esto tiene sentido cuando se tiene en cuenta que las actividades tradicionales (hoteles, taxis, restaurantes, guías turísticos) normalmente están sujetas a una elevada cantidad de normativa que deben cumplir escrupulosamente, además de a una vigilancia tributaria constante.

En este sentido, cada país (y en ocasiones cada comunidad autónoma o región de un país) ha ido desarrollando una legislación propia. Vaughan y Daverio (2016) presentan una revisión de los últimos cambios normativos desarrollados en cada estado miembro de la Unión Europea. A su vez, Goudin (2016) indica que para que la economía colaborativa pueda desarrollar todo su potencial sería necesario que se desarrollara normativa común a nivel europeo.

Por ejemplo, en España, en el caso de la vivienda vacacional, son las comunidades autónomas las competentes en cuanto a la normativa reguladora de su funcionamiento. Así, las diecisiete comunidades tienen su propia normativa con variaciones importantes en las mismas. Presentamos tres ejemplos de normativas referentes a las comunidades de Canarias, Andalucía y Cataluña.

CANARIAS Normativa: Decreto 113/2015, de 22 de mayo, por el que se aprueba el Reglamento de Vivienda Vacacional.
d) Camas dobles o individuales con las siguientes dimensiones mínimas: - Individuales: 1,40 m de anchura por 1,90 m de longitud.

ANDALUCÍA Normativa: Decreto 28/2016, de 2 de febrero, de las viviendas de turismo residencial.

CATALUÑA Normativa: Decreto 159/2012, de 20 de noviembre, de establecimiento de las condiciones técnicas mínimas de las viviendas de turismo residencial.

Aparte de estas tres, otras comunidades autónomas también han ido desarrollando y publicando sus propias normativas, cada una de ellas independiente y distinta de las demás. Muchas de ellas han sido recurridas por distintas organizaciones (asociaciones de vivienda vacacional, CNMC, etc.), con sentencias contrarias a las normativas en algunos casos (por ejemplo, Madrid o Canarias), estando otros casos pendientes de resolución judicial (Galicia, Castilla y León). Las razones han sido de diversa índole, como la restricción a la competencia o dificultar los principios de regulación económica eficiente, entre otras.

En referencia a la duración máxima del alquiler, en el cuadro 9.1 se presentan los casos de cuatro comunidades autónomas.

Cuadro 9.1. Duración del alquiler en comunidades autónomas españolas

Cataluña	Máximo de 31 días seguidos.
Andalucía	2 meses computados de forma continuada por una misma persona
Canarias	Sin límite.
Galicia	Máximo 3 meses de alojamiento continuado.

Por tanto, el aspecto legal de la economía colaborativa no es una cuestión baladí, ya que, como se puede deducir de los ejemplos expuestos, condiciona claramente su puesta en práctica y genera un gran nivel de incertidumbre entre todos los agentes interesados en operar en este mercado. A su vez, la disparidad en el contenido de las regulaciones conlleva que, en función del territorio en el que se realice la actividad económica, esta resulte más o menos fácil de llevar a cabo.

1. Opciones para regular la economía colaborativa

Al respecto de las opciones existentes para regular la economía colaborativa, nos resulta de interés la clasificación que ofrece Varas Arribas (2016). Con ligeras adaptaciones de lo que propone dicha autora, estas son las posibilidades que se pueden dar:

Prohibición. Como respuesta a las movilizaciones, bien de los actores de la economía tradicional, bien de la sociedad civil, distintos países o regiones han optado por una perspectiva conservadora, prohibiendo algunas o todas las actividades de la economía colaborativa. Para ello, se utiliza como argumento el hecho de que estas actividades no cumplen con la legislación vigente. En su caso, se puede decretar el cierre de operaciones de las correspondientes plataformas.

Aplicar estrictamente la legislación a la economía colaborativa. En este caso, no se prohíben explícitamente las actividades, sino que se exige que las mismas cumplan la legislación que ya existe, como por ejemplo la aplicable a los ámbitos turísticos o de transporte de pasajeros. En este caso, no solo se actúa contra los proveedores sino también contra las plataformas, si las autoridades detectan en las mismas ofertas que no cumplen con la legislación.

Desarrollo de una legislación específica. El ente regulador desarrolla una normativa específica de aplicación a las actividades de la economía colaborativa. Es el ejemplo de la regulación del alquiler vacacional en las distintas comunidades autónomas en España.

Imponer más reglas. Hay otros casos en los que se llevan a cabo iniciativas específicas para regular la economía colaborativa, pero estas nuevas normas se añaden a las ya existentes, no son una alternativa. Por ejemplo, en el Reino Unido está en discusión la prohibición de mostrar vehículos para alquilar en aplicaciones de móviles y la exigencia de que las aplicaciones permitan reservar vehículos con un mínimo de siete días de antelación[1].

Simplificación. En algunas regiones se ha hecho una revisión de la normativa existente para permitir un mejor encaje de las actividades de la economía colaborativa en la misma.

De todas estas opciones, nuestra propuesta sería optar siempre por la última de ellas, simplificando la normativa, reduciendo el nivel de exigencia y presión sobre las actividades de la economía tradicional y facilitando el desarrollo de la economía colaborativa en situación de competencia justa.

2. Legalidad de las actividades de la economía colaborativa

Quizás sea esta la cuestión más relevante al respecto de las actividades que se desarrollan en la economía colaborativa: en qué medida son legales o no. Creemos necesario aclarar que, al menos desde un punto de vista objetivo y externo a la cuestión, no debería haber mayor problema en ninguna de las actividades que se desarrollan.

En una economía de libre mercado debería ser posible que una persona quiera aprovechar su vehículo para trasladar a otras personas, alquilar su casa o una parte de ella, cocinar para otros en su propia casa, actuar como guía turístico, o realizar pequeñas tareas en el tiempo de que dispone a cambio de una retribución.

El problema está en que, aun siendo economías de libre mercado, al menos teóricamente, la mayoría de las tareas anteriormente citadas se encuentran profundamente reguladas. Hay que contar con licencia de transporte para poder llevar a alguien en un vehículo y cumplir una serie de regulaciones, además de que el número de licencias que se conceden en cada zona geográfica suele estar fuertemente limitado. Hay que cumplir toda una serie de requisitos para poder abrir un bar o un restaurante. Lo mismo ocurre para un hotel y un complejo de apartamentos.

Ante esta situación, aquellos que cumplen la normativa y tienen sus negocios legalizados encuentran injusto que otros puedan realizar servicios que compiten con ellos sin cumplir normativa específica o tan solo cumpliendo con algunos requisitos mínimos. En este sentido, el informe elaborado por la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT, 2016) señala que el

alojamiento tradicional está sometido a una normativa de la que escapa, o puede escapar, la vivienda vacacional comercializada mediante plataformas. Cita normativa en materia de seguridad y protección, en el ámbito fiscal, y en el urbanístico en lo referido a la concesión de licencias para operar. A su vez, representantes de propietarios de vivienda vacacional (por ejemplo, la Asociación Canaria de Alquiler Vacacional) argumentan que es una modalidad de alojamiento diferente, que responde a una nueva demanda turística, por lo que no debe ser sometida a una regulación que la entorpezca.

De manera similar a las reclamaciones por parte de la industria hotelera, el sector del transporte también ha manifestado sus quejas. Las demandas interpuestas contra Uber, por los representantes de los medios de transporte tradicionales, han logrado que algunos países o regiones prohíban o limiten su actuación. Así, en Francia y España el servicio más popular de Uber (UberPop, servicio de transporte desarrollado por no profesionales) ha sido prohibido y, actualmente, la plataforma debe operar en estos países con conductores con licencia VTC (actividad de arrendamiento de vehículos con conductor). No obstante, una reciente sentencia en la ciudad de Chicago ha considerado, ante una demanda por parte de los representantes del sector del taxi, que Uber y taxistas son modelos de negocio diferentes[2]. El dictamen establece que la licencia de los taxistas no recoge derechos que limiten la evolución en los medios de transporte y, asimismo, le confiere derechos diferenciadores de estos, como la potestad para recoger a clientes en la calle sin previo acuerdo contractual. Siguiendo el mismo razonamiento y a modo de ejemplo, en el caso de España, los taxis ofrecen un servicio diferente (por ejemplo, cobrar en efectivo, recoger a clientes sin necesidad de acordar previamente unas condiciones, recoger a clientes sin hacer uso de medios tecnológicos) y tienen derechos distintos (por ejemplo, contar con una parada y circular por carriles reservados legalmente para ellos).

También podemos mencionar las demandas en España contra la plataforma BlaBlaCar y contra algunos usuarios de la misma, demandas lideradas por Confibus (Confederación Española de Transporte en Autobús). En este caso, la duda se encuentra en discernir si algunos usuarios están ofreciendo trayectos de coche con la intención real de compartir gastos o si lo que están haciendo es ofrecer trayectos a compartir con el ánimo de lucrarse. Para ello, se utiliza como

referencia la cifra cobrada por kilómetro, mencionándose que cifras inferiores a 14 céntimos de euro por kilómetro serían admisibles, mientras que cifras superiores a 19 céntimos de euro podrían indicar un interés lucrativo en la actividad. Este caso será analizado en mayor profundidad más adelante en el presente capítulo.

Desde nuestro punto de vista, creemos que ambas partes (defensores de la economía colaborativa y representantes de actividades económicas afectadas) tienen parte de razón. Probablemente, como en muchos otros órdenes de la vida, la solución se encuentre en el término medio. Quizás sea necesario repensar la regulación a la que se somete a muchos sectores económicos, aligerándola y manteniendo únicamente lo relevante, al mismo tiempo que se regulan racionalmente las actividades de la economía colaborativa.

Hay que tener en cuenta que algunas actividades económicas tradicionales están sometidas a una presión regulatoria y burocrática considerable. Un ejemplo puede ser el desarrollo de la actividad hotelera en la Comunidad Autónoma de Canarias, tal y como se recoge en Villar Rojas (2009). De hecho, también existe normativa dirigida a aliviar esta presión. La Directiva 2006/123/CE, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 12 de diciembre de 2006, relativa a los servicios en el mercado (normalmente conocida como Directiva de Servicios o Directiva Bolkestein) tiene como fin facilitar, desde el punto de vista administrativo, el acceso a las actividades de servicios. Además, ya es bien sabido que, en el ámbito normativo, una vez que algo se ha regulado, será complicado que en el futuro se desregule. En cambio, sí es habitual que cada gobernante introduzca y regule nuevos aspectos que hasta el momento no estaban contemplados, haciendo que el conjunto total de normas sea cada vez más elevado y complicado de satisfacer.

De igual forma, tampoco tiene sentido que las actividades de la economía colaborativa estén desreguladas y en un estado alegal. Hasta el momento, la regulación ha aparecido únicamente en los sectores en los que el impacto de la economía colaborativa empezaba a ser significativo (como son los casos de la

vivienda vacacional o del transporte). No obstante, sería deseable que se regulara de una forma más global y no de manera puntual cada fenómeno.

También es necesario decidir cómo regular o gestionar el periodo transitorio. Por ejemplo, si en un determinado territorio había un número muy limitado de licencias de transporte público, esta situación de escasez habrá causado que el coste de las licencias haya ido aumentando en el tiempo. Si ahora se plantea una cierta apertura en dicho territorio hacia otros modelos de transporte, será necesario pensar en una forma en que aquellos que adquirieron sus licencias pagando una gran cantidad no se vean perjudicados.

La responsabilidad de las plataformas

¿Quién es el responsable último de garantizar que las ofertas que aparecen en las plataformas cumplan con todos los requisitos legales? ¿Es una cuestión que deben controlar las plataformas o es algo que queda de mano de los proveedores de productos o servicios?

En este caso, de nuevo, las diferencias entre países son muy significativas. Así, en EE. UU. la sección 230 de la Ley de Decencia de las Comunicaciones de 1996 indica que los proveedores de servicios digitales no son responsables de lo que se publica en sus plataformas. Por ello, las plataformas están usando este artículo para eximir su posible responsabilidad relacionada con los anuncios que pueda haber. Tampoco es que quede del todo claro, ya que, por ejemplo, San Francisco dispone de una ley que obliga a distintas plataformas a pagar mil dólares al día por cada anuncio que haya en sus plataformas de anfitriones no registrados en la ciudad[3].

En España, destaca el caso de diversas comunidades autónomas en las que se está exigiendo que los establecimientos de vivienda vacacional, para poder publicarse estén dados de alta para dicha actividad, debiendo indicar el número de registro oficial en el anuncio, si bien se trata de un proceso no totalmente implantado aún.

El informe de la Comisión Europea (2016b) establece que en la medida en que las plataformas colaborativas consistan en proporcionar un servicio a cambio de una remuneración, a distancia, por vía electrónica y a petición individual de un prestatario de servicios, ofrecen un servicio de la sociedad de la información. Por lo tanto, no pueden estar sujetas a autorizaciones previas o cualquier requisito equivalente dirigidos específica y exclusivamente a dichos servicios. Ahora bien, en los casos en los que las plataformas, además, ofrezcan los servicios que dice

intermediar, podrían estar sujetas al cumplimiento de la normativa sectorial específica, incluidos los requisitos de autorización y concesión de licencias empresariales. Determina, así, que será el análisis de cada caso el que establezca el ámbito de responsabilidad de las plataformas.

Por ejemplo, en España tenemos la resolución de febrero de 2017 del Juzgado de lo Mercantil Número 2 de Madrid en el juicio por competencia desleal presentado por Confibus contra BlaBlacar. Como bien es sabido, una de las grandes cuestiones que se debaten constantemente alrededor de la economía colaborativa es si las plataformas tecnológicas, en las cuales se llevan a cabo las operaciones y que actúan como mercado de comunicación entre clientes y proveedores, son simplemente eso, plataformas tecnológicas intermediarias, o si, por el contrario, dada su participación activa en todo el proceso (en algunos casos fijando precios y dictando normas sobre la prestación de servicios), más que intermediarios son empresas de servicios (de transporte, de alojamiento o lo que corresponda en cada caso).

En el desarrollo de la sentencia hay una serie de cuestiones a nuestro juicio muy interesantes, pues ayudan a entender un poco la labor de BlaBlaCar: el precio medio que sugiere a los conductores (6 céntimos por kilómetro), que el 96% de viajeros publican menos de dos viajes al mes y solo el 0,02% más de 10 viajes, y que, por todo ello, en general, los conductores difícilmente pueden ganar dinero.

En cuanto a los aspectos de la sentencia a comentar, apuntamos los siguientes:

Dice la sentencia (p. 14) que «BlaBlacar realiza una actividad ajena a la regulada por la LOTT, pues poner en contacto a particulares con más o menos requisitos, con un control de pagos, con una crítica de las personas intervinientes sobre retrasos o sobre la calidad de otros servicios no es una actividad sujeta a la ley de ordenación del transporte terrestre». Es decir, interpreta que, por mucho que la plataforma intervenga en fijar algunas características, no llega a ser transportista.

También indica (p. 17) que «El que una persona pretenda lucrarse utilizando la plataforma, a la vista de los datos aportados, tiene carácter excepcional, pero no está entre los objetivos de BlaBlacar». Creemos que también es interesante este aspecto, pues en muchas ocasiones al hacer referencia a plataformas de la economía colaborativa se mencionan casos excepcionales de gente que se lucra muy por encima de la media. En este caso, se entiende que estos casos no pueden definir el uso que se hace, de forma general, de las plataformas.

La sentencia indica específicamente que no entra a valorar las cuestiones del pago del IVA, pues no competen al ámbito mercantil sino al tributario.

Define claramente el transporte llevado a cabo en BlaBlaCar como transporte privado.

Indica que las actividades llevadas a cabo por BlaBlaCar entran dentro de las plataformas de la sociedad de la información.

Finaliza indicando que «[...] debe desestimarse íntegramente la demanda [...]», siendo la sentencia apelable.

Es decir, se entiende que, dado que BlaBlaCar se limita a poner en contacto a conductores con personas que quieren compartir los gastos, sin que la plataforma intervenga en la organización de las actividades más allá de sugerir un precio y encargarse del cobro y del pago, debe entenderse que BlaBlaCar es una plataforma tecnológica de intermediación y no una empresa de transporte.

Según el Abogado General de la Unión Europea, en el caso de plataformas de transporte hay dos servicios que se prestan: uno es el proceso de conexión entre pasajeros y conductores y otro es el servicio de transporte propiamente dicho[4]. Mientras que algunas plataformas se limitan a hacer la primera de las funciones únicamente y, por lo tanto, deben ser consideradas como empresas tecnológicas, otras plataformas ponen en contacto a las dos partes e intervienen significativamente sobre el propio servicio de transporte, controlando el precio, requisitos de seguridad, comportamiento del conductor, etc. En este último caso, la plataforma debe ser considerada como de transporte y no como de intermediación digital únicamente.

3. Fiscalidad en la economía colaborativa

Otro aspecto que genera numerosos resquemores es el relativo a la tributación fiscal de las actividades de la economía colaborativa. En este aspecto hay varios ámbitos a considerar, que serán tratados en este apartado. Para un estudio detallado respecto a la fiscalidad de la economía colaborativa, con un análisis de la fiscalidad directa, indirecta, el papel de la plataforma en el proceso de recaudación tributaria y fiscalidad internacional, recomendamos leer el trabajo de Antón Antón y Bilbao Estrada (2016). A continuación profundizamos en algunos de las cuestiones anteriores, aquellas que consideramos de mayor relevancia.

Tributación de la plataforma

En primer lugar, analizaremos la tributación que deben llevar a cabo las plataformas por los beneficios que obtienen. Como ya se ha indicado, las plataformas deben tributar como cualquier empresa y, en su caso, aplicar el IVA. En este sentido, Aznar-Traval (2017) señala la particularidad de las plataformas que afirman actuar como intermediarias de servicios financieros o de la sociedad de la información, en vez de como meros intermediarios o comisionistas, lo cual les permite no tener que repercutir el IVA a los usuarios finales, a diferencia de cualquier otro servicio de información que sí implica el pago del IVA.

Eso sí, cada plataforma establece su sede fiscal en aquel país que más le interesa. En el caso europeo, en concreto, hay un gran debate al respecto de donde establecen sus sedes fiscales todas las plataformas tecnológicas, no solo las de la economía colaborativa. Es decir, donde tienen su sede y, por tanto, donde tributan Google, Amazon, Microsoft, Apple, además de las específicas de la economía colaborativa como Uber o Airbnb.

Al disponer de un mercado único europeo de productos y servicios, todas estas plataformas han elegido situar su sede fiscal en el lugar más conveniente. Muchas de ellas han elegido Irlanda como sede, país al que, en su caso, factura la filial española de la empresa, que genera por ello muy escasos beneficios en España, tributando mayormente en Irlanda. Una excepción es Amazon, cuya sede principal en Europa se encuentra en Luxemburgo, también debido a sus ventajas fiscales.

Como se puede comprobar es un tema que tiene compleja solución y que no afecta tan solo al ámbito de la economía colaborativa sino, en general, a todos aquellos servicios que prestan grandes empresas. Quizás el problema se encuentre en el hecho de disponer de un mercado único europeo en el que cada

país aplica la tributación que estime oportuna. En parte es la misma situación que se ha dado históricamente en España, cuando distintas comunidades autónomas han podido aplicar tributaciones diferenciadas a las empresas, como forma de atraer hacia su territorio las sedes de las mismas y, consecuentemente, los puestos de trabajo y la tributación correspondientes.

Recientemente Italia, España, Francia y Alemania han comenzado a trabajar conjuntamente para evitar este tipo de situaciones, solicitando que la tributación que realizan las plataformas en cada país vaya en función de la facturación en dicho país y no en función del beneficio obtenido. Normalmente, este último se ajusta de forma que sea nulo o muy pequeño, declarando los beneficios reales en países con tributación favorable, como puede ser la citada Irlanda. Incidir de nuevo en que no es una situación que únicamente afecte a las grandes empresas de la economía colaborativa, sino, en general, a todas las grandes empresas de internet.

Tributación del prestador del servicio

La segunda cuestión es la relativa a la tributación por parte de los prestadores de servicios, en dos ámbitos: el relativo a la propia actividad económica y el pago, en su caso, de las cuotas de la seguridad social correspondientes al régimen de trabajador autónomo.

En el primer caso, se trata de una cuestión tributaria, en la que no debería haber mayor problema, salvo en lo requerido por la burocracia que implica la tributación por el IVA (o, en su caso, el IGIC en Canarias). Toda la actividad de la economía colaborativa en la que haya algún tipo de prestación de servicios o de cesión de bienes, a cambio de una compensación monetaria, es una transacción como cualquier otra y está, en principio, sujeta a la misma tributación. El hecho de que el prestatario del servicio realmente tribute o no lo haga, ya es un tema aparte, que entraría en el ámbito de la economía sumergida que se puede encontrar en todos los sectores económicos y que analizaremos en el próximo apartado.

Sí hay que tener en cuenta que, como ya hemos mencionado, en ocasiones el marco legal no permite declarar los ingresos de una forma sencilla, ya que la actividad desarrollada no encaja en la legislación que la regula. En ocasiones, incluso aquellos que quieren declarar todos sus ingresos no lo tienen fácil. En España, deberían facturar a los clientes e incluir, dependiendo de si los mismos son particulares o profesionales y empresas, una retención a cuenta del impuesto de la renta de las personas físicas y, en su caso, incorporar el IVA.

Posteriormente deberían realizar la declaración trimestral de este último. Hay que destacar que, en España, en algunas comunidades autónomas (Andalucía, Aragón, Baleares, Cataluña, Galicia, Madrid, Valencia), el alquiler de vivienda vacacional está exento de IVA, excepto si se prestan servicios propios de la industria hotelera, como la limpieza, en cuyo caso deberían incluir un 10 % de IVA. Sin embargo, en el caso de Canarias sí están obligados a incorporar un IVA (IGIC en esta comunidad autónoma) del 7 %.

En cuanto a la cuota de la seguridad social por la condición de trabajador autónomo, por parte del prestador de servicios, la reglamentación ofrece realmente pocas dudas. Esta última interpreta que existe una actividad profesional propia de un trabajador autónomo mientras que, como se ha visto, muchas personas pueden realizar su actividad de manera irregular y/o con unos ingresos tan bajos que hacen que el pago de la cuota mensual a la seguridad social sea un coste inasumible.

En principio, los casos en los que la actividad se presta de manera muy, muy puntual, no suelen requerir que el prestador pague la cuota correspondiente de autónomo. En cambio, si se trata de una actividad que se desarrolla de manera regular (por ejemplo, prestación de servicios tecnológicos, la fabricación de artesanía, actuar como guía de experiencias turísticas) parece lógico pensar que sí habría que estar adecuadamente dado de alta como autónomo.

Pero hay un caso que queda justo en medio. Se trata de aquella persona que tiene intención de dedicarse a una actividad de manera regular pero que, por el exceso de oferta existente en el sector elegido, normalmente tan solo obtiene algunos pequeños ingresos irregulares de dicha actividad. En estos casos, el pago de la cuota de autónomo mensual puede suponer unos gastos que incluso sobrepasen ampliamente el beneficio obtenido por la actividad.

De todas formas, en los casos anteriores tampoco hay mayor diferencia respecto a lo que sucede con los autónomos que desarrollan su actividad en el ámbito de la economía tradicional, los cuales históricamente siempre han tenido este mismo dilema y problema.

En los casos en los que la actividad se realice de forma puntual, suele citarse la sentencia de Tribunal Supremo de 2007 que estableció que si los ingresos son inferiores al Salario Mínimo Interprofesional entonces no es necesario darse de

alta como autónomo. De todas formas, hay que tener en cuenta que esto no está recogido en norma alguna, sino que es una referencia a la que suele acudir[5].

Cuando la actividad económica se realiza de manera habitual el argumento anterior es más cuestionable. Así, si una persona presta diferentes servicios profesionales (por ejemplo, enseñanza, intérprete, ocio, guía) durante todos los meses del año, la habitualidad es patente y, de acuerdo con la norma, debería cotizar en el régimen específico de los trabajadores autónomos. Por el contrario, una persona que ofrece servicios de guía y ocio turístico durante un mes, en el verano, parece no que lleva a cabo una actividad económica habitual (y difícilmente logrará unos ingresos iguales al Salario Mínimo Interprofesional). No obstante, aparte de los dos ejemplos extremos anteriores pueden darse muchos otros, haciendo más complejo determinar si estamos frente a una actividad económica habitual o puntual. Hay que tener en cuenta que será el individuo quien deba demostrar la no habitualidad de su actividad. En cualquier caso, cuando los ingresos superan el salario mínimo interprofesional (en España en 2017 es 9 907,80 euros anuales) no habrá excusa para no pagar la cuota de autónomo.

Economía colaborativa y economía sumergida

Es frecuente escuchar opiniones acerca de que la economía colaborativa no es más que otra forma de favorecer la economía sumergida, especialmente cuando los intercambios buscan la obtención de un rendimiento económico.

A fin de cuentas, es fácil interpretar que esto de la economía colaborativa consiste en algo así como invitar a alguien a comer a nuestra casa y cobrarle, con lo que nadie se enterará. Transportar a alguien en nuestro vehículo y hacer una transacción directa, sin intermediarios y, a menos que el cliente la pida específicamente, sin factura. Alguien se queda en nuestra casa y cobramos por ello, sin que nadie se entere. En definitiva, un caldo de cultivo perfecto para no declarar los ingresos, para defraudar al fisco.

Pero la realidad es justo la contraria. Al ser intercambios hechos a través de una plataforma y, al menos en todos los casos que conocemos hasta el momento, pagados a través de las mismas, la situación es justo la contraria. Todos y cada uno de los movimientos que se hacen quedan registrados y, consecuentemente, cada uno de los pagos queda documentados.

Evidentemente, con esto únicamente, no se garantiza que no se produzca la economía sumergida. Tan solo hemos ampliado el espectro anterior de dos partes (el proveedor y el cliente) a tres (el proveedor, el cliente y la plataforma). Sigue faltando el cuarto, el más importante para garantizar que la transacción tributa adecuadamente: el Estado.

Introducir al Estado en la ecuación no debería ser complejo. Por ejemplo, actualmente en España, cuando una empresa paga a un trabajador tiene la

obligación de notificar este pago al Estado español. Lo mismo ocurre cuando la misma empresa paga a un profesional por sus servicios. Es algo normal y habitual.

Aunque hayan dudas sobre si los que dan servicios mediante las plataformas son trabajadores de la plataforma o no, no parece muy complicado que el Estado solicite a todas las plataformas digitales que operan en el marco de la economía colaborativa, que informen a final de año de todos los que han recibido ingresos y de sus importes. A partir de aquí, la economía colaborativa no solo ha dejado de ser un paraguas para la economía sumergida, sino que se ha convertido en la más garantista de todas las posibles economías en cuanto a una tributación adecuada. Por último, el que la plataforma tenga su sede fiscal en otro país de la Unión Europea tampoco debería ser mayor problema.

Es cierto que los primeros movimientos de los gobiernos en este sentido se han encontrado con una barrera. Las plataformas se han negado a suministrar los datos por interpretar que son datos de carácter personal y que, por normativa comunitaria, no pueden cederlos. Aun así, no parece excesivamente complicado regular esta cuestión a nivel europeo.

Por último, incidir en un aspecto que consideramos relevante. Nos parece importante garantizar que haya una adecuada tributación en los casos en los que se busca un rendimiento económico. No debería resultar tan preocupante cuando el objetivo no es otro que compartir unos gastos entre varios.

En resumen, la economía colaborativa puede ser fuente de economía sumergida tan solo mientras el Estado no regule adecuadamente la información que estas plataformas se ven obligadas a suministrar.

4. Regulaciones por tipo de perfil

Parece haber un consenso en que no se puede tratar por igual al que opera de forma ocasional que al que lo hace de manera regular y/o profesional. Es decir, no creemos que deba ser tratado igual un propietario que alquila su casa un mes al año, cuando sale de vacaciones, que aquel que alquila una segunda residencia los meses del año en que no la usa, y que aquel que tiene una serie de viviendas destinadas al alquiler. En este sentido, la Generalitat de Catalunya (2017) sugiere tres criterios: frecuencia de los servicios, ánimo de lucro y nivel de volumen de negocio. Creemos que con estos tres elementos debería ser suficiente para poder separar unos perfiles de otros.

De esta forma, sería factible separar a los proveedores de la economía colaborativa en cuatro grupos principales:

Ocasional. Es difícil llegar a catalogarlo como proveedor de la economía colaborativa realmente, ya que solo presta servicios en la misma de forma muy ocasional. Por ejemplo, aquel que alquila su casa cuando está de vacaciones, pero incluso es posible que no todos los años la alquile.

Amateur. Realiza tareas y vende o alquila productos en plataformas de economía colaborativa de forma recurrente, pero con niveles de ingresos y con dedicación diaria media de corta duración (menos de dos horas, por ejemplo), quizás durante solo una serie de periodos al año. Sus ingresos totales con ánimo de lucro rondan cifras cercanas al salario mínimo interprofesional.

Frecuente. Dedicla la mayor parte de su tiempo de trabajo a las plataformas de

economía colaborativa, ofertando sus servicios en las mismas durante todas las semanas del año.

Profesional. Utiliza las plataformas de economía colaborativa como fuente significativa de ingresos, pudiendo incluso subcontratar parte de las tareas, creando una pequeña empresa a su alrededor. En muchos casos, realiza tareas que difícilmente pueden ser consideradas como economía colaborativa.

A nuestro juicio, a la hora de clasificar a un proveedor en una u otra categoría sería necesario tener en cuenta el total de ingresos, con ánimo de lucro, obtenidos en todas las plataformas de economía colaborativa en las que presta servicios o vende productos. Es decir, es posible encontrar una figura de una persona que es catalogada como profesional a pesar de que su desempeño en cada plataforma es de un volumen relativamente reducido, pero en el que la suma de las participaciones en todas ellas sea suficiente para considerarlo como tal.

En función del tipo de usuario del que se trate, deberían aparecer una serie de obligaciones fiscales diferenciadas, la necesidad de estar dado de alta como autónomo para desarrollar la actividad, regulaciones específicas en el proceso de prestación de servicios, etc.

Algunos países europeos ya están regulando en este sentido[6]. De cara al alta en la Seguridad Social, Francia exime los ingresos por debajo de 23 000 euros por alquilar una vivienda o 7 720 euros por alquilar el coche. Reino Unido, Noruega e Irlanda también cuentan con importes por debajo de los cuales se entiende que se trata de una actividad amateur o no profesional, reduciendo las cargas normativas y tributarias.

5. Restricciones a la implantación de la economía colaborativa, consecuencias y recomendaciones

Ante la tesitura de no saber con toda seguridad cuáles son las ventajas y desventajas de la economía colaborativa, o no tener datos suficientes al respecto, muchos territorios han optado por dificultar en la medida de lo posible su implantación, en tanto en cuanto se van resolviendo las cuestiones legales antes mencionadas y se van definiendo los escenarios más claramente.

Frente a esta situación, hay distintas organizaciones que tratan de conseguir un marco regulatorio y normativo más favorable para la economía colaborativa. Entre ellas, en España, la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC). En un informe de junio de 2016[7] cuantificó en 324 millones de euros al año la pérdida de bienestar de los consumidores por las restricciones en el ámbito del transporte entre particulares.

Por tanto, existen indicios de que se proceda de la forma que se proceda, las consecuencias son significativas y reflejan la necesidad de disponer de mayor cantidad de datos al respecto, así como de realizar estudios dirigidos a valorar las ventajas e inconvenientes que se han citado.

El informe de la Comisión Europea (2016b) aborda la cuestión regulatoria. Destaca su relevancia tanto para la implantación como para el correcto desarrollo de la economía colaborativa. Ante la divergencia de posiciones encontradas, incluye una serie de recomendaciones a los Estados miembros. Se comentan a continuación.

Respecto al acceso al mercado, la Comisión expone que los requisitos deben estar justificados y ser proporcionados, teniendo en cuenta las especificidades del modelo empresarial y de los servicios innovadores en cuestión. Cita la Directiva de Servicios de la UE para recordar que los prestadores de servicios no deben estar sujetos a requisitos de acceso al mercado, tales como regímenes de autorización y la concesión de licencias, a no ser que sean necesarios por un objetivo de interés público claramente identificado y sean proporcionados a dicho objetivo. Las prohibiciones absolutas y las restricciones cuantitativas de una actividad deben ser una medida de último recurso.

A la hora de imponer estos requisitos, los Estados miembros deberían tener en cuenta la naturaleza de las actividades a las que se dediquen y de los modelos de negocio, diferenciando entre las plataformas que efectivamente prestan servicios y las que actúan como meros intermediarios. La exigencia de requisitos de acceso a las plataformas dependerá de en qué medida presten servicios más allá de la intermediación. La determinación de esto requerirá un análisis de cada caso particular, siendo el grado en que la plataforma controla a los prestadores de servicio el criterio fundamental a utilizar.

En cuanto al régimen de responsabilidad atribuible a las plataformas, advierte que debería depender de cada caso particular en función de cómo se desarrolle la actividad. En cualquier caso, las plataformas colaborativas deberán responder por los servicios que ellas mismas ofrezcan, como los servicios de pago.

La Comisión expone que debe garantizarse un alto nivel de protección a los consumidores. Advierte que la economía colaborativa incluye todo tipo de intercambios: entre empresas, entre empresas y consumidores, entre consumidores (proveedores particulares) y empresas, y entre consumidores. De esta manera, para determinar cuáles son los derechos y obligaciones de las partes, y si la normativa de consumo resulta aplicable, es preciso analizar si los proveedores de servicios colaborativos y los usuarios son consumidores y/o empresarios.

En cuanto a los prestadores de servicios, la Comisión refleja la conveniencia de diferenciar entre los que son profesionales de los que no. Estos últimos, a los que llama pares porque asume que dan servicios a otro particular, deberían tener un trato más favorable en cuanto a requisitos. Uno de los criterios para distinguir entre los dos tipos de proveedores podrían ser los umbrales de actividad, medidos bien por ingresos o por la regularidad de la prestación.

Finalmente, también respecto a los prestadores y a la controvertida cuestión de su estatus laboral, recomienda a los Estados Miembros evaluar su legislación laboral, garantizando siempre unas condiciones de trabajo justas, para incluir las especificidades del trabajo que se desarrolla en la economía colaborativa, tanto en lo referido a profesionales autónomos como a trabajadores por cuenta ajena.

Por su parte, el informe de la Generalitat de Catalunya (2017) plantea como líneas de actuación, en distintos ámbitos, un proceso de definición de conceptos (vivienda vacacional, transporte colaborativo, etc.), una regulación específica de los mismos y un trabajo de divulgación entre la población de estos conceptos definidos y regulados, además de la colaboración activa de la administración con las plataformas y el desarrollo de un código de buenas prácticas.

**TENDENCIAS
DE FUTURO Y
CONCLUSIONES**

En este apartado exponemos nuestras conclusiones sobre el fenómeno de la economía colaborativa. Quizás la más básica es que la economía colaborativa es una actividad que ha crecido significativamente en pocos años y, de acuerdo con los estudios e informes consultados, se prevé que siga haciéndolo. Debido a ello, y como todo fenómeno en evolución, creemos que resulta lógico que todavía haya muchas incertidumbres por resolver, muchas cuestiones que debatir, muchos aspectos que regular.

A continuación, presentamos algunas tendencias de futuro seguidas por nuestras conclusiones agrupadas en lo que entendemos que tiene de bueno la economía colaborativa, lo que entendemos que tiene de no tan bueno y los principales retos que hay que resolver, así como algunos posibles escenarios futuros.

1. Tendencias de futuro

Hemos identificado algunas tendencias de futuro en el ámbito de la economía colaborativa, que presentamos en este apartado. En primer lugar, nos ha parecido interesante el concepto B2B Sharing[1]: en vez de ser los particulares los que comparten productos son empresas las que lo hacen, desarrollando de forma real el concepto de sharing. Es decir, la idea sería que grupos de pequeñas empresas puedan disponer de recursos o servicios comunes: maquinaria, logística, espacios, etc.

Otra tendencia que creemos que se producirá es el desarrollo de iniciativas de economía colaborativa entre grupos de gente que ya está conectada por alguna razón. Por ejemplo, vecinos, obviamente, pero también trabajadores de una misma empresa o miembros de un colectivo, como los estudiantes universitarios. Es decir, hacer trayectos compartidos con otros compañeros de empresa o alquiler de útiles entre esos compañeros.

También el ya mencionado cooperativismo de plataforma, en el que se produce una copropiedad y gobernanza democrática de la plataforma entre los que trabajan en la misma, al buscar una economía colaborativa más cercana a sus raíces de distribución de la riqueza y más justas, logrando realmente el empoderamiento del individuo.

Por último, creemos que sería interesante el desarrollo de sistemas de evaluación al respecto de hasta qué punto una plataforma se rige por los principios de la economía colaborativa o no. Hay distintos criterios a incluir en estos sistemas: que sean los particulares los que producen, que lo hagan con medios propios, que mantengan el poder en la toma de decisiones, que la plataforma no interfiera en su labor, etc. La idea sería definir estos parámetros de forma consensuada y, a

partir de los mismos, analizar en qué medida cada plataforma cumple con ellos para poder distinguir y calificarlas.

2. Conclusiones

Lo bueno de la economía colaborativa

La economía colaborativa supone una serie de alternativas de consumo adicionales a las que ofrece la economía tradicional para la población. Es decir, con la existencia de la economía colaborativa el consumidor tiene más opciones donde elegir. Esto implica, por un lado, la posibilidad de encontrar productos o servicios más ajustados a las necesidades de las personas y, por otro, que la oferta tradicional se vea forzada a mejorar y a adaptarse de cara a no perder cuota de mercado.

Además, la economía colaborativa mejora la transparencia en determinadas relaciones de intercambio económico respecto a su equivalente en la economía tradicional. Así, los consumidores, mediante las valoraciones de otros clientes, pueden tener de antemano información útil para acertar en la decisión de compra. Esto ocurre también en algunas actividades económicas tradicionales (por ejemplo, hoteles, restaurantes, y ocio), pero en otras no. Estos últimos casos son, principalmente, los relacionados con los servicios profesionales, tanto los que requieren una alta cualificación (por ejemplo, realización de diseño gráfico, traducciones, o desarrollo de una aplicación informática) como los que no (por ejemplo, mudanza, entregas, montaje de muebles, o limpieza).

También creemos oportuno mencionar que la economía colaborativa supone una oportunidad para rentabilizar activos o habilidades personales disponibles. Las personas pueden fácilmente acceder al mercado y obtener unos ingresos a sus recursos ociosos. Los datos, hasta ahora, reflejan que estos ingresos tienen más el carácter de complementarios que de principales. Esto mismo podría aplicarse a emprendedores, los cuales pueden participar en las plataformas de la economía colaborativa consiguiendo un canal de comercialización más para su actividad empresarial.

Además, la economía colaborativa genera actividad económica a su alrededor, por ejemplo: mantenimiento y limpieza de viviendas vacacionales, consumo en los supermercados, tiendas y restaurantes en las zonas en las se localizan estas viviendas. A falta de datos concluyentes, parece que la economía colaborativa puede disminuir el impacto medioambiental que conlleva el consumo basado en la propiedad.

A su vez, la economía colaborativa permite el acceso a mercados más allá de los límites del territorio en el que se reside. Esto se aplica a intercambios que no requieren la presencia física del trabajador, suponiendo una oportunidad de ingresos para los habitantes de zonas que experimenten dificultades económicas.

Otro tema es el relativo a que el tipo de productos y servicios que se ofrecen en la economía colaborativa son más cercanos a una serie de valores que buscan hoy en día muchos usuarios: cercanía y conocimiento del prestador de servicios, mejor adaptación a sus necesidades y requerimientos, sensación más personal. Incluso entender que sus gastos están beneficiando a un mayor número de personas que si consumen productos y servicios ofrecidos por grandes corporaciones. Ya hemos indicado que no existen aún datos empíricos y contrastados respecto a estas cuestiones, ni desde el punto de vista de la percepción del consumidor ni desde el punto de vista de analizar si estos aspectos son ciertos desde un punto de vista objetivo.

Por último, mencionamos que la economía colaborativa permite relaciones de intercambio más directas, lo que puede ser beneficioso tanto para el consumidor (posibilidad de tratar directamente con el prestador del servicio y acordar de una manera más efectiva el contenido del mismo) como para el trabajador (cuantos menos intermediarios, menor será el número de posibles comisionistas en el precio de sus servicios). Esto se aplica principalmente a las plataformas que dan libertad a los proveedores de productos y servicios para establecer los precios y condiciones de venta.

Lo no tan bueno de la economía colaborativa

La economía colaborativa no está exenta de algunas cuestiones menos tan positivas que las citadas en el apartado anterior, más aún si tenemos en cuenta de que se trata de un fenómeno incipiente en el cual quedan muchas cuestiones por dilucidar.

Por ejemplo, en caso de que el consumo mediante la economía colaborativa no sea satisfactorio, los mecanismos para reclamar con los que cuentan los consumidores no son tan evidentes como en la economía tradicional.

Por otro lado, la normativa que regula la actividad económica no encaja en muchos casos con las actividades que se hacen mediante la economía colaborativa, haciendo que esta se desarrolle en una situación de inseguridad jurídica.

Además, mucha de la actividad que se desarrolla en la economía colaborativa no tributa, dado lo descrito en el párrafo anterior, lo cual hace que el Estado no obtenga ingresos y que negocios equivalentes de la economía tradicional estén en una posición de desventaja. Esta situación se ve agravada cuando tenemos en cuenta la gran cantidad de normativa y legislación a la que se encuentran sujetos los negocios de la economía tradicional.

Adicionalmente, la normativa existente para regular la economía colaborativa depende, en la mayoría de los casos y sectores, del territorio (país o región) en el que se desarrolle, lo cual complica su puesta en práctica y condiciona su crecimiento y expansión.

También es posible que ocurra que las actividades de la economía colaborativa, para las que existen actividades similares en la economía tradicional fuertemente reguladas (por ejemplo, el transporte de pasajeros), pueden terminar desplazando estas últimas. La explicación residiría en que una de las principales ventajas competitivas del modelo de la economía colaborativa pueda ser que se encuentra poco regulada, frente al modelo tradicional que se encuentra fuertemente regulado.

En cuanto al tipo de trabajo, ya hemos comentado que las características de las labores que desarrollan muchos de los participantes en la economía colaborativa no se ajustan a los requisitos que demanda ejercer una actividad como trabajador autónomo. De querer cumplirlos el trabajo no resultaría económicamente viable. Por tanto, trabajar en exclusiva en la economía colaborativa puede implicar situaciones de baja protección social (por ejemplo, en situaciones de desempleo, enfermedad o jubilación).

Es necesario citar que algunas plataformas van más allá de la intermediación, condicionando y dirigiendo el trabajo que realizan las personas en la economía colaborativa. De esta manera no se dan las ventajas de independencia y flexibilidad laboral muchas veces resaltadas. Es decir, las empresas obtienen los beneficios propios de contar con trabajadores por cuenta ajena, pero evitan los costes que conlleva esta condición (salario mínimo interprofesional, tiempo de descanso, aplicación de convenio colectivo, cotización a la seguridad social, limitaciones en la organización del trabajo, etc.).

Por último, mencionamos que en los casos en que no se requiere la presencia física del trabajador (por ejemplo, el diseño gráfico o la traducción de textos), se puede dar la situación en la que los honorarios de los profesionales que residen en zonas con ingresos medios más elevados sean poco competitivos, ya que comparten los clientes con profesionales residentes en territorios con ingresos medios inferiores. También es cierto que este argumento podría ser visto desde el otro lado de la moneda, es decir, de las ventajas que la economía colaborativa

puede suponer para trabajadores que se encuentran alejados de los centros económicos mundiales.

Los retos de la economía colaborativa

Como resumen de los dos puntos anteriores, citamos los principales retos que, a nuestro juicio, deben resolverse por todas las partes en el ámbito de la economía colaborativa

En primer lugar, cuestiones laborales relativas a los proveedores de productos y servicios (Telles, 2016). Por ejemplo, las mencionadas cuestiones de inestabilidad en los ingresos, la baja protección social de los que desempeñan su labor en este ámbito, y el hecho de que los mismos son responsables de su formación y del mantenimiento de los bienes necesarios para prestar los servicios. Por ello, se ha señalado que uno de los retos de la economía colaborativa es que las plataformas apliquen modelos de funcionamiento equitativos, que compaginen el servicio al cliente con el bienestar del trabajador (Dillahunt et al., 2016).

En segundo lugar, cuestiones relativas a la privacidad del consumidor (Telles, 2016). En la mayoría de los casos, no queda correctamente delimitado quién se encarga de la gestión de los datos personales y de la explotación de las posibles tendencias de uso.

En tercer y último lugar, cuestiones relacionadas con lograr una regulación satisfactoria. Lograr una regulación que no limite la flexibilidad propia de la economía colaborativa y que, a la vez, la equipare, en cuanto a cumplimiento de requisitos legales, con la actividad económica tradicional.

Pero quizás, además de superar los aspectos citados en el apartado de las cosas no tan buenas de la economía colaborativa, el mayor reto que afronta la misma

es el riesgo de que algunas de las plataformas existentes terminen convirtiéndose en algo muy parecido a las grandes empresas de la economía tradicional: organizaciones que, basándose en sus recursos humanos, dan servicios predefinidos con muy poca adaptación a las peticiones de los consumidores. De ser así, estas plataformas perderían la esencia de la economía colaborativa.

Resumimos, en el cuadro 10.1, las principales cuestiones comentadas hasta ahora en esta sección.

Cuadro 10.1. Lo bueno, lo no tan bueno y los retos de la economía colaborativa

Lo bueno	– Más opciones para el consumidor. – Fuerza que la economía
Lo no tan bueno	– Mecanismos de reclamación para el consumidor. poco clar
Los retos	- Resolver los aspectos laborales. - Garantizar la privacidad c

3. Escenarios futuros de la economía colaborativa

Ya hemos comentado que diversos informes ofrecen cifras de crecimiento de la economía colaborativa realmente significativas en los próximos años. En este sentido, lo que se pronostica es una mayor presencia de la misma en la sociedad.

Frente a esta visión de que el fenómeno continuará expandiéndose siguiendo un modelo relativamente similar al actual, varios autores (por ejemplo, Goudin et al., 2016; Aldo Agostinelli[2]) contemplan un escenario bastante distinto. En este caso, se prevé que la economía colaborativa sea cada vez más parecida a la economía tradicional y haya pocos elementos realmente distintivos de la misma.

Por ejemplo, en la actualidad se menciona frecuentemente que la economía colaborativa permite aprovechar recursos infrautilizados (por ejemplo, un coche o un taladro). Pero si se sigue expandiendo la economía colaborativa, en unos años, muchos de los que compran coches lo harán para proporcionar servicios de transporte a otros. O, como ya está ocurriendo, comprarán apartamentos con el único objetivo de alquilarlos. Desde otro punto de vista, si podemos alquilar muchos de los bienes que necesitamos, cuando el bien que poseemos llegue al final de su vida útil, quizás no compremos otro para reemplazarlo si no es con la visión de rentabilizar su posesión alquilándolo. En esta situación, este aprovechamiento de recursos infrautilizados dejará de ser cierto y una buena parte de la economía colaborativa se convertirá en economía tradicional y volverá a ser dominada por transacciones empresa-a-consumidor (B2C).

Esta cuestión es especialmente significativa en inglés, debido al uso generalizado del término sharing economy, ya que de producirse una tendencia como la anterior cada vez habrá menos de compartición (sharing) y más un proceso de intercambio económico con fin lucrativo, simplemente.

Frente a esta perspectiva, tenemos la visión opuesta de Rifkin (2014). Para Rifkin, lo que estamos viendo actualmente no es más que la punta del iceberg. El procomún colaborativo se convertirá, según este autor, en el sistema económico dominante en el siglo XXI. En tanto en cuanto seamos capaces de producir bienes y servicios digitales a un coste marginal casi nulo; en la medida en que podamos fabricar productos en casa con una impresora 3D, compartiendo los diseños de manera colaborativa; en la medida en que todos los consumidores se transformen en prosumidores (productores-consumidores); y en la medida en que se lleve a cabo una mejor distribución de recursos y riqueza en el planeta, nuestra sociedad va sufrir una transformación como nunca antes se había visto.

También es de esperar que en algún momento se produzca una explosión de la burbuja que se ha generado alrededor de la economía colaborativa, de manera similar a la explosión de la burbuja «de las punto com» que se produjo a principios de siglo. Las razones para esta burbuja y para que explote son variadas[3]: la poca fidelidad hacia las plataformas, tanto de los clientes como de los proveedores, lo cual obliga a las mismas a incurrir en elevados costes de adquisición de nuevos clientes y proveedores; la existencia de un excesivo número de plataformas enfocadas a nichos demasiado pequeños, con serios problemas de escalabilidad de los modelos; y la existencia de un gran número de servicios con pérdidas enmascaradas temporalmente por el dinero de los inversores de capital riesgo que buscan desesperadamente nuevos unicornios.

En un proceso que durará, probablemente, más de 5 años, una vez desaparezcan muchas de las empresas no rentables, de modelos de negocio poco claros y/o sin capacidad de salir de los números rojos. Se producirá un efecto de consolidación y de definición de lo que realmente es economía colaborativa y de lo que, simplemente, son plataformas con ánimo de lucro que deben operar en condiciones de mercado y competencia con otras propuestas.

4. Conclusión final

Quizás la conclusión final principal de este libro sea que no hay una conclusión como tal. La economía colaborativa es un fenómeno en evolución que se está desarrollando en estos momentos y que tan solo dentro de cinco o diez años podremos contemplar y entender de forma adecuada y, consecuentemente, analizar el impacto que ha tenido.

Ahora bien, en tanto en cuanto se trata de algo que está teniendo un impacto tan profundo en las personas, en la economía, en la sociedad y en los modos de producción, parece evidente que la solución no puede consistir en esperar a ver qué pasa.

Al contrario, creemos que es necesario abrir espacios de debate entre todos los implicados, analizar lo que está pasando en tiempo real, aunque los datos con los que contemos sean escasos e incompletos, aunque la realidad sea aún difusa.

En este sentido, esperamos que la presente obra pueda contribuir a ese proceso de debate. Los autores estamos abiertos a todas las sugerencias y mejoras que nos quieran hacer llegar, de cara a su incorporación a versiones posteriores.

BIBLIOGRAFÍA

ACEMOGLU, D. y AUTOR, D. (2011). Skills, tasks and technologies: Implications for employment and earnings. Handbook of Labor Economics, 4, 1043-1171.

ALOISI, A. (2015). The Rising of On-Demand Work, A Case Study Research on a Set of Online Platforms and Apps. Disponible en: http://papers.ssrn.com/sol3/Papers.cfm?abstract_id=2637485.

ANTÓN ANTÓN, A. y BILBAO ESTRADA, I. (2016). El consumo colaborativo en la era digital: un nuevo reto para la fiscalidad. Disponible en http://www.ief.es/documentos/recursos/publicaciones/documentos_trabajo/2016_26.pdf.

AUSTRIAN CHAMBER OF LABOUR et al. (2016), Frankfurt Paper on Platform-Based Work. Disponible en https://www.igmetall.de/docs_20161214_Frankfurt_Paper_on_Platform_Based_

AVITAL, M., CARROLL, J. M., HJALMARSSON, A., LEVINA, N., MALHOTRA, A. y SUNDARARAJAN, A. (2015). The Sharing Economy: Friend or Foe? Proceedings de International Conference on Information Systems (ICIS) 2015. Disponible en <http://aisel.aisnet.org/icis2015/proceedings/Panels/3/>.

AZNAR-TRAVEL, A. (2017). Economía colaborativa, alojamiento y transporte. Aranzadi. Navarra.

BAUWENS, M. (2012). Thesis on Digital Labor in an Emerging p2p Economy. En T. Scholz (Ed.), *Digital Labor: The Internet as Playground and Factory* (págs. 207-210). Nueva York: Routledge.

BELK, R. (2014). You are what you can access: Sharing and collaborative consumption online. *Journal of Business Research*, 67(8), 1595-1600.

BERG, J. (2016). Income security in the on-demand economy: Findings and policy lessons from a survey of crowdworkers. Organización Internacional del Trabajo. Ginebra. Disponible en http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_protect/---protrav/---travail/documents/publication/wcms_479693.pdf.

BITNER, M. J., BOOMS, B. H. y TETREAULT, M. S. (1990). The service encounter: diagnosing favorable and unfavorable incidents. *The Journal of Marketing*, 54(1), 71-84.

BITNER, M. J., BROWN, S. W. y MEUTER, M. L. (2000). Technology infusion in service encounters. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 28(1), 138-149.

BOCK, A., BONTOUX, L., FIGUEIREDO DO NASCIMENTO, S. y ALICE SZCZEPANIKOVA, A. (2016). The future of the EU collaborative economy — Using scenarios to explore future implications for employment. JRC Science for Policy Report EUR 28051 EN; doi: 10.2760/354417-

BOTSMAN, R. y ROGERS, R. (2010). *What's Mine Is Yours: The Rise of*

Collaborative Consumption. Harper Business.

BULCHAND GIDUMAL, J. y MELIÁN GONZÁLEZ, S. (2017). What do customers complain about in the sharing economy? A comparison between Airbnb and traditional accommodation options. 4TH International Workshop on the sharing Economy. Lund. Suecia. 15-16 de junio de 2017.

CAÑIGUERAL, A. (2014). Vivir mejor con menos. Descubre las ventajas de la nueva economía colaborativa. Barcelona: Penguin Random House Grupo Editorial, S. A. U.

CEHAT (2016). Observaciones al estudio de la CNMC sobre los nuevos modelos de prestación de servicios y la economía colaborativa (E/CNMC/004/15). Disponible en http://www.cehat.com/adjuntos/fichero_7805_20160419.pdf.

CELIKEL ESSER F., ABADIE F., BIAGI F., BOCK A., BONTOUX L., FIGUEIREDO DO NASCIMENTO S., MARTENS B. y SZCZEPANIKOVA A. (2016). The European Collaborative Economy: A research agenda for policy support. JRC Science for Policy Report, EUR 28190 EN; 10.2760/755793. Disponible en <https://ec.europa.eu/jrc/en/publication/eur-scientific-and-technical-research-reports/european-collaborative-economy-research-agenda-policy-support>.

CHENG, D. (2014). Is sharing really caring? A nuanced introduction to the peer economy. Open Society Foundations. Disponible en <http://static.opensocietyfoundations.org/misc/future-of-work/the-sharing-economy.pdf>.

CHENG, M. (2016). Sharing economy: A review and agenda for future research. *International Journal of Hospitality Management*, 57, 60-70.

CHERRY, M. A. (2016). Beyond Misclassification: The Digital Transformation of Work. Pendiente de publicación en *Comparative Labor Law & Policy Journal*. Disponible en SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2734288>.

CIPD (2017). To gig or not to gig? Stories from the modern economy. Disponible en https://www.cipd.co.uk/Images/to-gig-or-not-to-gig_2017-stories-from-the-modern-economy_tcm18-18955.pdf.

CÓCOLA GANT, A. (2016). Apartamentos turísticos, hoteles y desplazamiento de población. Disponible en <http://agustincocolagant.net/apartamentos-turisticos-hoteles-y-desplazamiento-de-poblacion/>.

CODAGNONE, C., Abadie, F. y Biagi F. (2016). The Future of Work in the 'Sharing Economy'. Market Efficiency and Equitable Opportunities or Unfair Precarisation?, Institute for Prospective Technological Studies, JRC Science for Policy Report EUR 27913 EN.

COHEN, P., HAHN, R., HALL, J., LEVITT, S. y METCALFE, R. (2016). Using Big Data to Estimate Consumer Surplus: The Case of Uber. National Bureau of Economic Research. Disponible en <http://www.nber.org/papers/w22627.pdf>

COMISIÓN EUROPEA (2016a). European agenda for the collaborative economy - supporting analysis. Disponible en <http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/16881/attachments/3/translations>.

COMISIÓN EUROPEA (2016b). Una Agenda Europea para la Economía Colaborativa. Disponible en http://europa.eu/rapid/press-release_IP-16-2001_es.htm.

COMISIÓN EUROPEA (2016c). More than profit: a collaborative economy with a social purpose. Preliminary review of how collaborative economy models can help address social challenges in Europe and the characteristics of current activities. Disponible en <http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/18443/attachments/1/translations/en/re>

COMITÉ DE LAS REGIONES (2015). 115º Pleno de los días 3 y 4 de diciembre de 2015, DICTAMEN, La dimensión local y regional de la economía colaborativa. Disponible en <http://cor.europa.eu/es/activities/opinions/pages/opinion-factsheet.aspx?OpinionNumber=CDR%202698/2015>.

COMO, E., MATHIS, A., TOGNETTI, M. y RAPISARDI, A. (2016). Cooperative platforms in a European Landscape: an exploratory study. Disponible en <https://coopseurope.coop/resources/press-releases/collaborative-economy-opportunity-cooperatives-new-study-released>.

DE GROEN, W. P., MASELLI, I. y FABO, B. (2016) The Digital Market for Local Services: A One-Night Stand for Workers? An Example from the On-Demand Economy. CEPS Special Report, No. 133. Available at SSRN: <http://ssrn.com/abstract=2766220>.

DE HARO, G. y CERIJO, M. (2016). Los límites de la economía colaborativa. Disponible en <https://www.slideshare.net/slideshow/>

embed_code/key/sqSfZachS4GL8E.

DILLAHUNT, T., LAMPINEN, A., O'NEILL, J., TERVEEN, L., y KENDRICK, C. (2016, February). Does the Sharing Economy do any Good? En Proceedings of the 19th ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work and Social Computing Companion (pp. 197-200). ACM.

DOMENECH-PASCUAL, G. (2015). La regulación de la economía colaborativa en el transporte urbano de pasajeros. Disponible en http://www.academia.edu/27979712/La_regulacion_de_la_economia_colaborativ

DRAHOKOUPIL, J. y FABO, B. (2016). The platform economy and the disruption of the employment relationship. ETUI Policy Brief, 5. Disponible en <https://www.etui.org/Publications2/Policy-Briefs/European-Economic-Employment-and-Social-Policy/The-platform-economy-and-the-disruption-of-the-employment-relationship>.

ECKHARDT, G. M. y BARDHI, F. (2015). The Sharing Economy Isn't about Sharing at All. Harvard Business Review. Disponible <https://hbr.org/2015/01/the-sharing-economy-isnt-about-sharing-at-all>.

EDELMAN, B., y LUCA, M. (2014). Digital Discrimination: The Case of Airbnb.com. Cambridge, MA: Harvard Business School. Disponible en http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2377353.

ERT, E., FLEISCHER, A. y MAGEN, N. (2016). Trust and reputation in the sharing economy: The role of personal photos in Airbnb. *Tourism Management*, 55, 62-73.

EVANS, D.S. y SCHMALENSEE, R. (2016). *The Matchmakers: The New Economics of Multisided Platforms*. Boston (MA): Harvard Business Review Press.

FANG, B., YE, Q., y LAW, R. (2016). Effect of sharing economy on tourism industry employment. *Annals of Tourism Research*, 57, 264-267.

FELSON, M. y SPAETH, J. L. (1978). Community Structure and Collaborative Consumption: A Routine Activity Approach. *The American Behavioral Scientist*, 21(4), 614.

FRIEDMAN, T. (2006). *La tierra es plana: breve historia del mundo globalizado del siglo XXI*. Martínez Roca.

GENERALITAT DE CATALUNYA (2017). Informe de la Comissió Interdepartamental de l'Economia Col·laborativa: Propostes per a un bon encaix de l'economia col·laborativa i de plataformes a Catalunya. Disponible en http://economia.gencat.cat/web/.content/70_economia_catalana/arxiu/economia-collaborativa/informe-comissio-eco-collaborativa.pdf.

GINES I FABRELLAS, A. y GÁLVEZ DURAN, S. (2016). Sharing economy vs. uber economy y las fronteras del Derecho del Trabajo: la (des) protección de los trabajadores en el nuevo entorno digital. *InDret, Revista para el Análisis del Derecho*, 1. Disponible en http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2737857.

GOLD, L. (2004). The sharing economy: solidarity networks transforming globalisation. Gower Publishing, Ltd.

GOLDIN, C. D. y KATZ, L. F. (2009). The race between education and technology. Harvard University Press.

GOBIERNO DE CANARIAS (2017). Vivienda vacacional en Canarias 2016. Análisis de la evolución de su demanda, oferta y canales. Disponible en <http://www.gobiernodecanarias.org/cmsgobcan/export/sites/turismo/downloads/A>

GOUDIN, P. (2016). The Cost of Non-Europe in the Sharing Economy. Economic, Social and Legal Challenges and Opportunities. European Parliamentary Research Service. Disponible en http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2016/558777/EPRS_STU

GOVUP Y ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE ECONOMÍA DIGITAL (2017). Trabajo en plataformas digitales. Disponible en <https://www.adigital.org/informes-estudios/trabajo-en-plataformas-digitales/>.

HAMARI, J., SJÖKLINT, M. y UKKONEN, A. (2015). The sharing economy: Why people participate in collaborative consumption. Journal of the Association for Information Science and Technology. doi: 10.1002/asi.23552.

HALL, J. V. y KRUEGER, A. B. (2015). An analysis of the labor market for Uber's driver-partners in the United States. Disponible en <https://assets.documentcloud.org/documents/1507970/uberstudy.pdf>.

HARRIS, S., y KRUEGER, A. (2015). A Proposal for Modernizing Labor Laws for Twenty-First-Century Work: The 'Independent Worker'. The Hamilton Project, Brookings, Discussion Paper 2015-10. Disponible en http://www.hamiltonproject.org/assets/files/modernizing_labor_laws_for_twenty_

HOLODNY, A. (2016). Taxis are still beating Uber and Lyft in New York City. Business Insider. Disponible en <http://www.businessinsider.com/taxis-beating-uber-and-lyft-in-new-york-city-2016-7>.

HORTON, J.J., KERR, W. R., y STANTON, C. (2017). Digital Labor Markets and Global Talent Flows. In Talent Flows in the Global Economy. University of Chicago Press, Disponible en <http://www.nber.org/chapters/c13840.pdf>.

HUWS, U. (2016). Platform labour: Sharing Economy or Virtual Wild West. Journal for a Progressive Economy, 1, 24-27.

HUWS, U., y JOYCE, S. (2016a). Size of the UK's "Gig Economy" revealed for the first time. Crowd Working Survey. University of Hertfordshire y UNI Europa. Disponible en <http://www.feps-europe.eu/assets/a82bcd12-fb97-43a6-9346-24242695a183/crowd-working-survey.pdf>.

HUWS, U., y JOYCE, S. (2016b). Size of the Sweden's "Gig Economy" revealed for the first time. Crowd Working Survey. University of Hertfordshire y UNI Europa. Disponible en <http://www.feps-europe.eu/assets/3f853cec-1358-4fb4-9552-274b55e05ecf/crowd-working-survey-sweden.pdf>.

HUWS, U., y JOYCE, S. (2016c). Size of the Dutch's "Gig Economy" revealed for the first time. Crowd Working Survey. University of Hertfordshire y UNI

Europa. Disponible en <http://www.feps-europe.eu/assets/778d57d9-4e48-45f0-b8f8-189da359dc2b/crowd-working-survey-netherlands-final.pdf>.

HUWS, U., y JOYCE, S. (2016d). Size of the Germany's "Gig Economy" revealed for the first time. Crowd Working Survey. University of Hertfordshire y UNI Europa. Disponible en http://www.uni-europa.org/wp-content/uploads/2016/11/crowd_working_survey_Germany.pdf.

HUWS, U., y JOYCE, S. (2016e). Size of the Austria's "Gig Economy" revealed for the first time. Crowd Working Survey. University of Hertfordshire y UNI Europa. Disponible en http://www.uni-europa.org/wp-content/uploads/2016/09/crowd_working_survey_Austria.pdf.

INTUIT Y EMERGENT RESEARCH (2016). Dispatches from the New Economy: The On-Demand Workforce. Disponible en <https://www.slideshare.net/IntuitInc/dispatches-from-the-new-economy-the-ondemand-workforce-72248688/1>.

IPEIROTIS, P. (2010). Analyzing the Amazon Mechanical Turk marketplace. XRDS, 17(2), 16-21.

JACONI, M. (2014). The 'On-Demand Economy' Is Revolutionizing Consumer Behavior — Here's How. Business Insider. Disponible en <http://www.businessinsider.com/the-on-demand-economy-2014-7>.

JOHN, N. A. (2016). The Age of Sharing. John Wiley & Sons.

KATZ, L. F., y KRUEGER, A. B. (2016). The rise and nature of alternative work arrangements in the United States, 1995-2015. Working paper #603. Princeton University Industrial Relations Section. Disponible en <http://www.oyetimes.com/wp-content/uploads/2017/01/603.pdf>.

LEE, M. K., KUSBIT, D., METSKY, E., y DABBISH, L. (2015). Working with machines: The impact of algorithmic, data-driven management on human workers. En Proceedings of the 33rd Annual ACM SIGCHI Conference, Seoul, South Korea (pp. 1603–1612). Nueva York. ACM Press.

MARKKULA, M. y BURIÁNEK, J. (2016). Collaborative economy and online platforms: a shared view of cities and regions. European Committee of the Regions. Disponible en <http://edz.bib.uni-mannheim.de/edz/doku/adr/2016/cdr-2016-4163-en.pdf>.

MARVIT, M.Z. (2014). How Crowdworkers Became the Ghosts in the Digital Machine. The Nation. Disponible en <https://www.thenation.com/article/how-crowdworkers-became-ghosts-digital-machine/>

MARTÍNEZ-TUR, V., PEIRÓ, J. M. y RAMOS, J. (2001). Calidad de servicio y satisfacción del cliente. Madrid: Síntesis.

MASELLI, I. y FABO, B. (2015). Digital workers by design? An example from the on-demand economy. CEPS Working Document No. 414. Disponible en <https://www.ceps.eu/publications/digital-workers-design-example-demand-economy>.

MATZLE, K., VEIDER, V. y KATHAN, W. (2015). Adapting to the sharing

economy. MIT Sloan Management Review, 56(2), 71-77.

MAZZELLA, F. y SUNDARARAJAN, A. (2016). Entering the trust age. Disponible en <https://www.blablacar.com/trust>.

MELIÁN-GONZÁLEZ, S. (2017). What do consumers appreciate about on-demand economy workers?, Working Paper Series. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3011213>

MELIÁN-GONZÁLEZ, S. y BULCHAND-GIDUMAL, J. (2015). Competencias requeridas por el nuevo trabajo en turismo. Investigaciones turísticas, 10 (Julio-Diciembre).

MELIÁN-GONZÁLEZ, S. y BULCHAND-GIDUMAL, J. (2017). What type of labor lies behind the on-demand economy? New research based on workers' data. Artículo actualmente en proceso de revisión para su publicación.

NIETO, J. (2010). La desnaturalización del trabajador autónomo: el autónomo dependiente. Revista universitaria de ciencias del trabajo, 11, 177-194.

OLIVER, R. L. (2006). Customer satisfaction research. En R. Grover y M. Vriens (Eds.), *The Handbook of Marketing Research*. Thousand Oaks, CA: Sage.

ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL TRABAJO (OIT) (2015). *Non-standard forms of employment*. International Labour Office. Ginebra.

ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL TRABAJO (OIT) (2016). Non-standard employment around the world: Understanding challenges, shaping prospects. International Labour Office. Ginebra.

PANIAGUA, E. y FERRER, M. (2017). Trabajo en plataformas digitales. Análisis y propuestas de regulación. Disponible en <https://www.adigital.org/media/trabajo-plataformas-digitales.pdf>.

PARK, C. y KIM, Y. (2003). Identifying key factors affecting consumer purchase behavior in an online shopping context. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 31(1), 16-29.

PARLAMENTO EUROPEO (2017). Resolución del Parlamento Europeo, de 15 de junio de 2017, sobre una Agenda Europea para la economía colaborativa (2017/2003(INI)). Disponible en <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+TA+P8-TA-2017-0271+0+DOC+XML+V0//ES>.

PORTER, M.E. y KRAMER, M.R. (2011). Creating shared value. *Harvard Business Review*, enero-febrero de 2011. Disponible en <https://hbr.org/2011/01/the-big-idea-creating-shared-value>.

QUINTANA OJEDA, R. y MELIÁN GONZÁLEZ, S. (2016). Economía colaborativa y trabajo: los casos de Airbnb y Uber. Trabajo fin de título del Máster en Dirección de Empresas y Recursos Humanos de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria.

RFS. (2015). 1099 Economy Workforce Report: Request for Startup (RFS). Resumen del informe disponible en <http://www.slideshare.net/RequestsForStartups/the-2015-1099-economy-workforce-report-preview>.

RIFKIN, J. (2014). La sociedad de coste marginal cero. El Internet de las cosas, el procomún colaborativo y el eclipse del capitalismo. Paidós.

ROZIN, P. y Royzman, E. B. (2001). Negativity bias, negativity dominance, and contagion. *Personality and Social Psychology Review*, 5(4), 296-320.

SACKS, D. (2011). The sharing economy. *Fast company*, 155, 88-131. Disponible en <http://www.fastcompany.com/1747551/sharing-economy>.

SCHMID-DRÜNER, M. (2016). The situation of workers in the collaborative economy. European Parliament. Octubre 2016. Disponible en [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2016/587316/IPOL_IDA\(2016\)587316_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2016/587316/IPOL_IDA(2016)587316_EN.pdf).

SCHOLZ, T. (2016). Cooperativismo de plataforma. Desafiando la economía colaborativa corporativa. Publicaciones Dimmons, Barcelona.

SHAHEEN, S. A., CHAN, N. D., y GAYNOR, T. (2016). Casual carpooling in the San Francisco Bay Area: Understanding user characteristics, behaviors, and motivations. *Transport Policy*, en prensa.

SUNDARAJARAN, A. (2014). Peer-to-Peer Businesses and the Sharing (Collaborative) Economy: Overview, Economic Effects and Regulatory Issues. Written testimony for the hearing titled The Power of Connection: Peer to Peer Businesses, January. Disponible en http://smbiz.house.gov/uploadedfiles/1-15-2014_revised_sundararajan_testimony.pdf.

SUNDARARAJAN, A. (2013). From Zipcar to the Sharing Economy. Harvard Business Review. Disponible en <https://hbr.org/2013/01/from-zipcar-to-the-sharing-eco>.

TAPSCOTT, D. y TAPSCOTT, A. (2016). Blockchain Revolution: How the Technology Behind Bitcoin Is Changing Money, Business, and the World. Nueva York: Portfolio.

TAYLOR, M., MARSH, G., NICOL, D. y BROADBENT, P. (2017). Good Work: The Taylor Review of Modern Working Practices. Disponible en https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/627007/work-taylor-review-modern-working-practices-rg.pdf

TELLES, R. J. (2016). Digital Matching Firms: A New Definition in the “Sharing Economy” Space. Disponible en <http://www.esa.gov/sites/default/files/digital-matching-firms-new-definition-sharing-economy-space.pdf>.

TEODORO, R., OZTURK, P., NAAMAN, M., MASON, W. y LINDQVIST, J. (2014). The motivations and experiences of the on-demand mobile workforce. En Proceedings of the 17th ACM conference on Computer supported cooperative work & social computing (pp. 236-247). ACM.

TNS POLITICAL & SOCIAL (solicitado por la Comisión Europea) (2016). Flash Eurobarometer 438, The use of collaborative platforms. Disponible en <http://ec.europa.eu/COMMFronOffice/PublicOpinion/index.cfm/WhatsNew/index>

TODOLÍ-SIGNES, A. (2015a). The End of the Subordinate Worker: Sharing Economy, On-Demand Economy, Crowdsourcing, Uber Economy and Other Ways of Outsourcing. Disponible en http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2719772.

TODOLÍ-SIGNES, A. (2015b). El Impacto De La “Uber Economy” En Las Relaciones Laborales: Los Efectos De Las Plataformas Virtuales En El Contrato de Trabajo. *IusLabor*, 3, 1-25.

VARA ARRIBAS, G. (2016). The Cost of Non-Europe in the Sharing Economy: legal aspects. European Institute of Public Administration. Disponible en [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2016/558777/EPRS_STU\(2016\)558777_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2016/558777/EPRS_STU(2016)558777_EN.pdf).

VAUGHAN, R. y DAVERIO, R. (2016). Assessing the size and presence of the collaborative economy in Europe. European Commission (DG GROW). Disponible en <http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/16952/attachments/1/translations/en/renditions/pdf>.

VÁZQUEZ, K. (2016). Confianza, base del nuevo capitalismo. *El País Semanal*. Disponible en http://elpais.com/elpais/2014/07/25/eps/1406311750_504341.html.

VILLAR ROJAS, F.J. (2009). La política turística de Canarias. En Simancas

Cruz, M. (Ed.). El impacto de la crisis en la economía canaria. Claves para el futuro. Real Sociedad Económica de Amigos del País de Tenerife, 467-492, La Laguna.

VOGEL, H. L. (2016). Travel Industry Economics: A Guide for Financial Analysis. Suiza: Springer.

WALLSTEN, S. (2015). The competitive effects of the sharing economy: how is Uber changing taxis? Technology Policy Institute. Disponible en <https://techpolicyinstitute.org/wp-content/uploads/2015/06/the-competitive-effects-of-the-2007713.pdf>.

WANG, D., LI, M., GUO, P., y XU, W. (2016). The Impact of Sharing Economy on the Diversification of Tourism Products: Implications for Tourist Experience. En Inversini, A. y Schegg, R. (2016). Information and Communication Technologies in Tourism 2016 (págs. 683-694). Bilbao. Springer International Publishing.

WOLFINBARGER, M. y GILLY, M. (2001). Shopping online for freedom, control, and fun. California Management Review, 43(2), 34-55.

ZERVAS, G., PROSERPIO, D., y BYERS, J. (2016). The rise of the sharing economy: Estimating the impact of Airbnb on the hotel industry. Boston U. School of Management Research Paper. Disponible en: <http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract-id=2366898>.

ÍNDICE DE EMPRESAS Y PLATAFORMAS COLABORATIVAS

A

ABoatTime - <https://aboattime.com/es/>

Airbnb - <https://www.airbnb.es/>

AirDine - <https://airdine.com/>

AirTasker - <https://www.airtasker.com/>

Amazon Flex - <https://flex.amazon.com/>

Amazon Handmade - <https://services.amazon.es/handmade.htm>

Amazon Mechanical Turk - <https://www.mturk.com/mturk/welcome>

Amovens - <https://amovens.com/>

AskForTask - <https://www.askfortask.com/>

Asociación Española de la Economía Digital - <https://www.adigital.org/>

B

Bag Borrow or Steal - <http://www.bagborroworsteal.com/>

Barcoamigo - <http://barcoamigo.com/>

Barnraiser - <https://www.barnraiser.us/>

BeMate - <https://es.bemate.com/>

Bendita Cocina - <http://www.benditacocina.com/>

Bento - <http://www.bentonow.com/>

Beyond Pricing - <https://beyondpricing.com/>

BlaBlaCar – <https://www.blablacar.es/>

Bluemove - <https://bluemove.es/es>

Boaterfly - <https://www.boaterfly.com/es>

Boatsetter - <https://www.boatsetter.com/>

BonAppetour - <https://www.bonappetour.com/es>

Breather - <https://breather.com/>.

C

Cabify - <https://cabify.com/>

Campinmygarden - <http://campinmygarden.com/>

Car2Go - <https://www.car2go.com/US/en/>

Cargomatic - <https://www.cargomatic.com/>

CARMAnation - <https://www.carmanation.com/>

Catalant - <https://gocatalant.com/>

Chariot - <https://www.chariot.com/>

Chefly - <https://chefly.co/>

Chegg - <https://www.chegg.com/>

Chicfy - <https://www.chicfy.com/>

Ciudadano Colaborativo - <http://www.ocu.org/ciudadano-colaborativo>

Click&Boat - <https://www.clickandboat.com/es>

CoachUp - <https://www.coachup.com/>

CoContest - <https://www.cocontest.com/>

CoJetage - <https://www.cojetage.com/>

Commonomia - <http://www.commonomia.org/>

Comunitae - <https://www.comunitae.com/>

Consumo Colaborativo - <http://www.consumocolaborativo.com/>

Couchsurfing - <https://www.couchsurfing.com/>

Coursera - <https://es.coursera.org/>

craigslist - <https://www.craigslist.org/>

cronoshare - <http://www.cronoshare.com/>

Croove - <https://letscroove.com/>

CrossLend - <https://es.crosslend.com/>

CrowdFlower - <https://www.crowdflower.com/>

Crowdfunder - <https://www.crowdfunder.com/>

crowdSPRING - <https://www.crowdspring.com/>

D

Deliveroo - <https://deliveroo.es/es/>

Disruptive Innovation Festival - <https://www.thinkdif.co/>

DogBuddy - <https://es.dogbuddy.com/>

DogVacay - <https://dogvacay.com/>

Donkey Republic - <https://www.donkey.bike/es/>

DriveNow - <https://de.drive-now.com/>

Drivy – <https://www.drivy.es/>

E

Easyoffer - <https://www.easyoffer.es/>

EatWith - <https://www.eatwith.com/es/>

EasyCarClub - <https://carclub.easycar.com/>

eBay - <http://www.eBay.es/>

Ecolaborativa - <https://ecolaborativa.com/>

edX - <https://www.edx.org/>

Entrenarme - <https://entrenar.me/>

EsLife - <http://www.eslife.es/> (Cerrada)

etece - <http://etece.es/>

Etsy - <https://www.etsy.com/es/>

Euro Freelancers - <http://www.euro-freelancers.eu/>

Everbooked - <https://www.everbooked.com/>

Evergreen B&B Club - <https://www.evergreenclub.com/>

Exclusive Exchanges - <http://www.exclusiveexchanges.com/>

F

Fair Crowd Work - <http://faircrowd.work>

Fairmondo - <https://www.fairmondo.de/>

Feastly - <https://eatfeastly.com/>

Flatguest - <http://www.flatguest.com/>

FlightCar - <http://farewell.flightcar.com/> (Cerrada)

FlipKey - <https://www.flipkey.com/>

Fiverr - <https://www.fiverr.com/>

foodora - <https://www.foodora.com/>

FreeCycle - <https://www.freecycle.org/>

freecaravan - <http://www.freecaravan.com/>

Freelancer - <https://www.freelancer.com>

Freelancers Union - <https://www.freelancersunion.org/>

Friendsurance - <http://www.friendsurance.com/>

Furgo - <https://www.furgo.io/>

FundingCircle - <https://www.fundingcircle.com/es/>

G

GarageScanner - <http://www.garagescanner.com/>

GetAround - <https://www.getaround.com/>

GetMyBoat - <https://getmyboat.com/>

GetYourHero - <https://getyourhero.com/trabajo-de-limpieza/>

glovo - <https://glovoapp.com/>

Gogoro - <https://www.gogoro.com/>

Grow.ly - <https://www.grow.ly/>

GrubMarket - <https://www.grubmarket.com/welcome>

Gudog - <https://gudog.com/>

GuestHop - <http://guesthop.com/>

GuesttoGuest - <https://www.guesttoguest.es/es/>

Guesty - <https://www.guesty.com/>

Guevara - <https://heyguevara.com/>

Guru - <http://www.guru.com/>

H

Habitissimo - <https://www.habitissimo.es/>

Handy - <https://www.handy.com/>

HazTruequing – <http://www.haztruequing.com/>

HelloFresh - <https://www.hellofresh.com/tasty/>

Hipcamp - <https://www.hipcamp.com/>

holidaylettings – <https://www.holidaylettings.com/>

HomeAdvisor - <http://www.homeadvisor.com/>

HomeAway - <https://www.homeaway.es/>

HomeExchange – <http://www.homeexchange.com>, que a su vez dirige a <https://www.intercambiocasas.com/es/>

Homelidays - <https://www.homelidays.es/>

Hopwork - <https://www.hopwork.fr/>

Hostmaker - <https://hostmaker.co/barcelona/>

HostTonight - <https://www.hosttonight.com/es/>

Housers - <https://www.housers.es/es>

HouseTrip - <https://www.housetrip.es/>

Hundredrooms - <https://www.hundredrooms.com/>

I

Instacart - <https://www.instacart.com/>

Instructables - <http://www.instructables.com/>

IntercambioDeCasas - <https://www.intercambiocasas.com/es/>

J

JetSmarter - <https://jetsmarter.com/genius-idea/>

JobMapp - <https://jobmapp.com/>

joyners - <https://www.joyners.es/>

JustPark - <https://www.justpark.com/>

K

Kantox - <http://www.kantox.com/es/>

Khan Academy - <https://es.khanacademy.org/>

Kickstarter - <https://www.kickstarter.com/>

Kid & Coe - <https://www.kidandcoe.com/>

L

L'Habibliothèque - <http://www.lhabibliotheque.com/>

Lanzame - <http://lanzame.es/>

LaZooz - <http://www.lazooz.net/>

LeftoverSwap - <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.greasedwatermelon.leftoverswap>

ListMinut - <https://listminut.be/>

Local Motion - <https://www.getlocalmotion.com/>

Love Home Swap - <http://www.lovehomeswap.com/>

Lyft - <https://www.lyft.com/>

M

MachineryLink - <https://www.machinerylink.com/>

Make: - <https://makezine.com/>

MarketPlacer - <http://marketplacer.com/>

Meal Sharing - <https://www.mealsharing.com/>

Metromile - <https://www.metromile.com/uber/>

MilAnuncios - <http://www.milanuncios.es/>

Multihelpers - <https://multihelpers.com/>

Munchery - <https://munchery.com/>

MuniRent - <https://www.munirent.co/>

Muno - <https://www.somosmuno.com/>

MyGlamm - <http://www.myglamm.com/>

N

Nautal - <http://www.nautal.es/>

Near Me - <http://www.near-me.com/>

Nidmi - <http://www.nidmi.es/>

NightSwapping - <https://www.nightswapping.com/es-es/>

Nimber - <https://www.nimber.com/>

Niumba - <https://www.niumba.com/>

O

Oasis Collections - <https://oasiscollections.com/>

Onfinestay - <https://www.onfinestay.com/>

OnTruck - <https://ontruck.com/>

Open Shed - <https://www.openshed.com.au/>

Orotava.Hackerspace - <http://www.oroHack.com/>

Ouishare - <http://ouishare.net/es/>

Ouishare Magazine - <http://magazine.ouishare.net/es/>

P

P2PU - <https://courses.p2pu.org/es/>

Parqex – <http://parqex.com/>

Parquo - <https://www.parquo.com/>

ParkingHood - <http://www.parkinghood.com/>

PeerBy - <https://www.peerby.com/>

PeerSpace - <https://www.peerspace.com/>

PeopleInTheNet - <http://www.peopleinthe.net/>

PeoplePerHour – <https://www.peopleperhour.com/>

Percentil - <http://percentil.com/>

PiggyBee - <http://www.piggybee.com/es/>

PlacesToWork - <https://placestowork.co/>

Pley - <https://www.pley.com/>

Pooper - <http://pooperapp.com/>

PopExpert - <https://www.popexpert.com/>

PopPlaces - <https://es.popplaces.com/>

PoshMark - <https://poshmark.com/>

Postmates - <https://postmates.com/>

Preply - <https://preply.com/es/>

R

RallyBus - <http://rallybus.net/>

ReFashioner - <http://refashioner.com/>

Rent the Runway - <https://www.renttherunway.com/>

Rentalia - <http://es.rentalia.com/>

Respiro - <http://www.respiro.es/>

RideLink - <https://ridelink.com/>

Rocksbox - <https://www.rocksbox.com/>

Roost - <https://www.roost.com/>

S

Sailo - <https://www.sailo.com/>

Saucey - <https://sauceyapp.com/>

Sci-Hub - <http://sci-hub.cc/>

Segundamanita - <http://segundamanita.com/>

Shapeways - <http://www.shapeways.com/>

Shareable - <http://www.shareable.net/>

Sharecollab - <http://www.sharecollab.co/>

ShareDesk - <https://www.sharedesk.net/>

Sharetribe - <https://www.sharetribe.com/>

ShareYourMeal - <https://www.shareyourmeal.net/>

Sharing Academy – <https://sharingacademy.com/es/>

Sharing España - <http://www.sharingespana.es/>

Sheaply - <https://www.sheaply.com/spa/pages/display/home>

SherpaShare - <https://www.sherpashare.com/>

Shuddle - <https://shuddle.us/> (Cerrada)

Shyp - <https://www.shyp.com/>

SkillShare - <https://www.skillshare.com/>

Smart Host - <https://smarthost.me/>

SocialCar - <https://www.socialcar.com>

Spacebee - <http://spacebee.com/>

Spinlister - <https://es.spinlister.com/>

Spotoops - <http://www.spotoops.com/>

SnappCar - <https://www.snappcar.nl/>

Squarebreak - <https://www.squarebreak.com/>

Stashbee - <http://www.stashbee.com/>

SreetBarter - <http://streetbarter.com/es/>

StoreFront - <https://www.thestorefront.com/>

Stylelend - <https://www.stylelend.com/>

SwipeCast - <http://www.swipecast.com/index>

T

Takeachef - <https://www.takeachef.com/>

TakeLessons - <https://takelessons.com/>

TaskRabbit - <https://www.taskrabbit.com/>

The Crowd Angel - <https://www.thecrowdangel.com/>

The Food Assembly – <https://thefoodassembly.com/en> y
<https://lacolmenaquedicesi.es/es>

The Grommet - <https://www.thegrommet.com/>

The People Who Share - <http://www.thepeoplewhoshare.com/>

ticketbis - <http://www.ticketbis.com/>

Tiruleta - <http://tiruleta.es/>

ToursByLocals - <https://www.toursbylocals.com/>

ToysTrunk - <http://www.toystrunk.com/>

Trabeja - <https://trabeja.com/>

Traity - <https://traity.com/>

Travel Keys - <https://www.travelkeys.com/>

Trip4real - <http://es.trip4real.com/> (cerrada)

TripUniq - <http://tripuniq.com/es/>

Trocathlon - <https://www.trocathlon.es/>

TrocUp – <http://www.trocup.com/>

Turo - <https://turo.com/>

Tutellus - <https://www.tutellus.com/>

U

Uber - <https://www.uber.com/es-ES/>

UberEATS - <https://ubereats.com/>

UberRUSH - <https://rush.uber.com/how-it-works>

Udacity - <https://www.udacity.com/>

Udemy - <https://www.udemy.com/>

Ujo - <http://ujomusic.com/>

Upcounsel - <https://www.upcounsel.com/>

Upwork - <https://www.upwork.com/>

V

Vandebon - <https://vandebon.nl/>

Vayable - <https://www.vayable.com/>

viagogo - <http://www.viagogo.es/>

Vibbo - <http://www.vibbo.com/>

VizEat - <https://es.vizeat.com/>

Vugo - <http://www.govugo.com/drive/>

W

Wallapop - <http://es.wallapop.com/>

Washio - <https://www.getwashio.com/> (Cerrada)

WazyPark - <http://www.wazypark.com/>

Wefunder - <https://wefunder.com/>

WeSwap - <https://www.weswap.com/es/>

WeWork - <https://www.wework.com/es-MX/>

What's The Fare - <http://www.whatsthefare.com/>

Wimdu - <http://www.wimdu.es/>

Wingz - <https://www.wingz.me/>

Withlocals - <https://www.withlocals.com/>

Wonolo - <http://www.wonolo.com/>

Wonowo - <http://www.wonowo.com/>

Worldpackers - <https://www.worldpackers.com/>

Wuolah - <https://www.wuolah.com/>

Y

YardClub - <https://www.yardclub.com/>

Yescapa - <https://www.yescapa.es/>

yuniqtrip - <http://www.yuniqtrip.com/>

Z

Zaarly - <https://www.zaarly.com/>

Zipcar – <http://www.zipcar.com/>

Zookal - <https://www.zookal.com/>

Zopa - <https://www.zopa.com/>

Número

9flats - <https://www.9flats.com/es>

ÍNDICE DE ASOCIACIONES

Ouishare. Comunidad global con una importante presencia en Europa dedicada a crear una sociedad colaborativa, trabajando en la economía colaborativa y la innovación colaborativa. Organiza distintos eventos en distintos lugares del mundo, además de unos premios anuales a las mejores iniciativas en este ámbito. Editan Ouishare Magazine.

Sharing España. Sharing España se autodefine como «[...] un colectivo de empresas innovadoras que nace dentro de la Asociación Española de la Economía Digital (Adigital) con el objetivo de analizar y divulgar el impacto que la economía colaborativa y los modelos de negocio peer to peer tienen en el desarrollo socioeconómico, la sostenibilidad y el crecimiento [...]». Pertenecen a esta asociación, entre otros, Airbnb, Uber, BlaBlaCar y HomeAway. Dispone de un Código de Principios y Buenas Prácticas a cumplir por parte de las plataformas.

Asociación Española de la Economía Digital. Uno de sus ámbitos de actuación es el referente a la economía colaborativa, donde sobre todo publican noticias al respecto[1].

Sharecollab. Se autodefine como «[...] laboratorio de economía colaborativa en Colombia y Latinoamérica. Aceleramos el desarrollo de la economía colaborativa y consumo colaborativo [...]». Uno de sus principales proyectos es Connecting the Dots, un proyecto para mapear todas las iniciativas de economía colaborativa en Latinoamérica.

Commonomia. Asociación cuyo principal objetivo es lograr el desarrollo de la economía colaborativa en Canarias.

NOTAS

Capítulo 2

[1] [Aparte del ya citado informe de la Comisión Europea sobre la economía colaborativa de propósito social, referenciado como Comisión Europea \(2016c\), la Comisión ha publicado otros dos informes en 2016, respecto a la economía colaborativa, que se citan en este libro. El referenciado con la letra a recoge la comunicación de la Comisión al Parlamento europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones. El referenciado con la letra b incluye el documento de trabajo del staff de la Comisión para la elaboración de la anterior comunicación.](#)

[2] [«The Whatchamacallit Economy»,
https://www.nytimes.com/2016/12/16/opinion/the-whatchamacallit-economy.html.](#)

[3] [«5 puntos de encuentro entre la economía colaborativa y la economía social y solidaria»,
http://magazine.ouishare.net/es/2015/12/5-espacios-de-encuentro-entre-la-economia-colaborativa-y-la-economia-social-y-solidaria/](#)

[4] <http://www.collaborativeconsumption.com/directory/>

[5] [«Uber and Hilton Team Up For Seamless Travel»,
https://newsroom.uber.com/hilton/](#)

[6] [«The Next Generation of Temp Agencies»,
http://www.entrepreneur.com/article/228307](#)

Capítulo 3

- [1] «Honeycomb 3.0: The Collaborative Economy Market Expansion», <http://www.web-strategist.com/blog/2016/03/10/honeycomb-3-0-the-collaborative-economy-market-expansion-sxsw/>
- [2] <https://www.bcorporation.net/what-are-b-corps>
- [3] «Shared Mobility: Current Practices and Guiding Principles», <http://www.ops.fhwa.dot.gov/publications/fhwahop16022/index.htm>
- [4] «5 criptomonedas alternativas al Bitcoin», <http://www.redeszone.net/2015/03/08/5-criptomonedas-alternativas-al-bitcoin/>
- [5] «La Pesetacoin y otras nueve alternativas a Bitcoin», <http://tlife.guru/profesional/la-pesetacoin-y-otras-nueve-alternativas-a-la-moneda-virtual-bitcoin/>
- [6] «Qué es y cómo funciona Monero, la alternativa a Bitcoin», <http://www.ticbeat.com/cyborgcultura/que-es-como-funciona-monero-alternativa-bitcoin/>
- [7] «La banca ya apuesta en firme por el blockchain», <http://www.ticbeat.com/innovacion/banca-acelera-uso-blockchain/>
- [8] «¿Qué es la Cadena de Bloques (Blockchain)?», <http://blog.bit2me.com/es/que-es-cadena-de-bloques-blockchain/>
- [9] «Las insurtechs dedicadas a los seguros colaborativos permiten al consumidor obtener descuentos en su póliza», <http://blog.uclm.es/cesco/files/2016/10/Las-insurtechs-dedicadas-a-los-seguros-colaborativos.pdf>
- [10] «Alquilando tractores al estilo Uber», <http://www.whatsnew.com/2016/05/06/alquilando-tractores-al-estilo-uber/>
- [11] «La economía colaborativa se protege», https://cincodias.elpais.com/cincodias/2017/01/27/mercados/1485547188_82836

Capítulo 4

[1] «Sharing Economy. An In-Depth Look At Its Evolution & Trajectory Across Industries», <http://collaborativeeconomy.com/wp/wp-content/uploads/2015/04/Sharing-Economy-An-In-Depth-Look-At-Its-Evolution-and-Trajectory-Across-Industries-.pdf>

[2] «TaskRabbit: How an app can relieve you of all your chores», <http://www.telegraph.co.uk/technology/technology-companies/12026750/TaskRabbit-How-an-app-can-relieve-you-of-all-your-chores.html>

[3] «This is What it Takes to Make \$2,000 a Week Working on TaskRabbit», <http://time.com/money/3714829/working-for-taskrabbit/>

[4] <https://twitter.com/markmacgann/status/687587461711659009>

[5] «Uber Touts Its Employment Opportunities», <http://www.wsj.com/articles/uber-touts-its-employment-opportunities-1422229862>

[6] <https://www.uber.com/cities/>

[7] «Sharing economy revenues to double by 2022, reaching over \$40 billion», <https://www.juniperresearch.com/press/press-releases/sharing-economy-revenues-to-double-by-2022>

[8] «The Sharing Economy», <https://www.pwc.com/us/en/technology/publications/assets/pwc-consumer-intelligence-series-the-sharing-economy.pdf>

[9] «MBO Partners State of Independence In America 2016», <https://www.mbopartners.com/state-of-independence>

[10] «The sharing economy: Share and make money. How does Switzerland compare?», <http://www2.deloitte.com/ch/en/pages/consumer-business/articles/the-sharing-economy.html>

[11] «Estudio Anual de eCommerce 2016», <http://www.iabspain.net/wp-content/uploads/downloads/2016/06/Estudio-eCommerce-IAB->

[2016_VP%C3%BAblica1.pdf](#)

[12] «The collaborative economy», <http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/16955/attachments/1/translations/en/renditions/pdf>

Capítulo 5

[1] [La explicación detallada está disponible en https://support.upwork.com/hc/en-us/articles/211068358-My-Job-Success-Score](https://support.upwork.com/hc/en-us/articles/211068358-My-Job-Success-Score)

[2] ;«Uber to pay up to \$25m to settle background check lawsuit», <http://www.ft.com/fastft/2016/04/08/uber-to-pay-25m-to-settle-background-check-lawsuit/>

[3] «EatWith, the Airbnb of Dinner Parties, Comes to Denver», <http://www.5280.com/digital/2016/03/eatwith-airbnb-dinner-parties-comes-denver>

[4] «The Sharing Economy», <https://www.pwc.com/us/en/technology/publications/assets/pwc-consumer-intelligence-series-the-sharing-economy.pdf>

[5] «¿Colaboración o negocio? Consumo colaborativo: del valor para los usuarios a una sociedad con valores, Informe ejecutivo.», <https://www.ocu.org/organizacion/que-hacemos/nuestras-acciones/2016/informe-ocu-economia-colaborativa>

Capítulo 6

[1] «¿Ha hecho Uber cosas mal? Sí, pero también ha hecho otras excelentes», http://www.eldiario.es/economia/Uber-futuro-economia-colaborativa-impuestos_0_566943913.html

[2] «16 Things You Might Not Know About Uber and Its Drivers», <http://mentalfloss.com/article/67010/16-things-you-might-not-know-about-uber-and-its-drivers>

[3] https://curia.europa.eu/jcms/jcms/p1_347782

[4] «Uber Isn't About to Roll Over on Making Drivers Employees», <http://www.wired.com/2015/06/uber-isnt-roll-making-drivers-employees/>

[5] «Uber pacta con sus conductores de EE UU que sigan de autónomos», http://economia.elpais.com/economia/2016/04/22/actualidad/1461315073_762691.html

[6] «Uber: UK tribunal rules drivers deserve minimum wage, holiday pay», <http://www.abc.net.au/news/2016-10-29/uk-tribunal-rules-uber-drivers-deserve-workers-rights/7977208>

[7] «Los trabajadores de Deliveroo denuncian a la empresa por su condición de “falsos autónomos”», <http://www.publico.es/sociedad/trabajadores-deliveroo-denuncian-empresa-condicion-falsos-autonomos.html>

[8] «El cierre de EsLife y las fronteras de la economía colaborativa», <http://valenciaplaza.com/el-cierre-de-eslife-y-las-fronteras-de-la-economia-colaborativa>

[9] «Forty-Five Million Americans Say They Have Worked in the On-Demand Economy, While 86.5 Million Have Used It, According to New Survey», <http://www.burson-marsteller.com/what-we-do/our-thinking/on-demand/ondemand/press-release/>

[10] <http://www.ine.es/jaxiT3/Tabla.htm?t=3963&L=0>

[11] <http://www.ine.es/jaxi/Datos.htm?path=/t22/p133/cno11/serie/l0/&file=02005.px>

Capítulo 7

[1] «Las grandes agencias corporativas ofrecerán los pisos de Airbnb», http://www.hosteltur.com/117096_american-express-ofrecera-sus-clientes-empresa-pisos-airbnb.html

[2] «BlaBlaCar: India could soon be our biggest market», <http://timesofindia.indiatimes.com/tech/tech-news/BlaBlaCar-India-could-soon-be-our-biggest-market/articleshow/51873962.cms>

[3] «CEHAT contesta a la CNMC sobre el estudio de economía colaborativa», http://www.hosteltur.com/116037_cehat-contesta-cnmc-estudio-economia-colaborativa.html

[4] «El taxi se pone fatalista frente a Uber: “Desapareceremos dentro de diez años”», http://www.elconfidencial.com/tecnologia/2016-04-21/el-taxi-hace-una-llamada-al-fatalismo-desapareceremos-dentro-de-diez-anos_1187668/

[5] «Multas, regulaciones y tragedias de los comunes», <https://www.enriquedans.com/2016/11/multas-regulaciones-y-tragedias-de-los-comunes.html>

[6] «Newark Mayor Releases Details On City’s Uber Agreement», <http://newyork.cbslocal.com/2016/04/16/newark-uber-deal/>

[7] «Massachusetts (EE. UU.) obligará a Uber y Lyft a compensar a los taxis», <http://www.ticbeat.com/empresa-b2b/massachusetts-eeuu-obligara-a-uber-y-lyft-a-compensar-a-los-taxis/>

[8] «Paris perd des habitants : Airbnb pointé du doigt», <http://www.leparisien.fr/paris-75004/paris-perd-des-habitants-la-faute-a-02-01-2017-6517389.php>

[9] «Estas son las medidas que están tomando otras ciudades del mundo para frenar los alquileres de Airbnb», http://www.eldiario.es/economia/medidas-tomando-ciudades-alquileres_0_635536860.html

[10] «Winning the Direct Booking: A 2017 Action Plan to Combat the Effect of Airbnb on Your Hotel’s Bottom Line», <http://blog.hebsdigital.com/winning-the-direct-booking-a-2017-action-plan-to-combat-the-effect-of-airbnb-on-your-hotels-bottom-line/>

[11] «La DGT quiere que el car sharing se estandarice»,
<http://www.ticbeat.com/tecnologias/la-dgt-quiere-que-el-car-sharing-se-estandarice/>

[12] «The Sharing Economy Is Dead, And We Killed It»,
<http://www.fastcompany.com/3050775/the-sharing-economy-is-dead-and-we-killed-it>

[13] «Airbnb es una fuente extra de ingresos para la tercera edad»,
<https://laruinahabitada.org/2016/06/18/airbnb-es-una-fuente-extra-de-ingresos-para-la-tercera-edad/>

[14] «Así vive una “pirata” de Airbnb: Gano 3.200 euros al mes alquilando 14 pisos», http://www.elconfidencial.com/tecnologia/2016-06-19/airbnb-barcelona-economia-colaborativa-turismo_1216411/

[15] «La mitad de la economía colaborativa está en manos de 17 empresas»,
http://www.tendencias21.net/La-mitad-de-la-economia-colaborativa-esta-en-manos-de-17-empresas_a43293.html

Capítulo 8

[1] «Uber, Lifting Financial Veil, Says Sales Growth Outpaces Losses»,
<https://www.bloomberg.com/news/articles/2017-04-14/embattled-uber-reports-strong-sales-growth-as-losses-continue>

[2] «Airbnb, Uber y BlaBlaCar tejen una gran red de alianzas empresariales»,
<http://www.expansion.com/economia-digital/companias/2016/08/28/57c312bb22601d71318b4630.html>

[3] «Collaborative economy revenue models»,
<http://www.slideshare.net/CollabLab/collaborative-economy-revenue-models>

[4]
https://cincodias.elpais.com/cincodias/2017/05/16/midinero/1494956650_820671

Capítulo 9

[1] «Uber faces massive crackdown in London», <http://www.telegraph.co.uk/technology/news/11899018/Uber-faces-massive-crackdown-in-London.html>

[2] «Sobre perros y gatos: Posner, a favor de Uber (sin compensación para los taxistas)», <http://derechocompetencia.blogspot.com.es/2016/10/sobre-perros-y-gatos-posner-favor-de.html>

[3] «Airbnb Sues Hometown San Francisco to Block Rental Rules», <http://www.bloomberg.com/news/articles/2016-06-27/airbnb-is-suing-hometeown-san-francisco-to-block-rental-rules>

[4] «¿Por qué el trato jurídico diferenciado entre Blablacar y Uber?», <http://www.kernellegal.com/trato-juridico-diferenciado-blablacar-uber/>

[5] «Ser autónomo o no serlo con ingresos bajos en 2016», <http://infoautonomos.eleconomista.es/ser-autonomo-o-no/ser-autonomo-o-no-con-ingresos-bajos/>

[6] «Un marco fiscal para normalizar la economía colaborativa», https://retina.elpais.com/retina/2017/08/25/tendencias/1503648611_587338.html

[7] «La CNMC avisa al gobierno: limitar Uber y Cabify le cuesta al Estado 324 millones», http://www.elconfidencial.com/tecnologia/2016-06-09/cnmc-taxi-uber-cabify_1214626/

Capítulo 10

[1] «B2B sharing: the next logical step for Sharing Economy?», <http://www.co-society.com/b2b-sharing-next-logical-step-sharing-economy/>

[2] «The Issue With The Sharing Economy»,
<https://aldoagostinelli.com/2016/08/26/the-issue-with-the-sharing-economy/>

[3] «The on-demand economy is a bubble—and it's about to burst»,
<https://qz.com/967474/the-on-demand-economy-is-a-bubble-and-its-about-to-burst>

Índice de asociaciones

[1] <https://www.adigital.org/tag/economia-colaborativa/>



Jacques Bulchand

Es profesor de Emprendimiento y Turismo Digital en la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria (ULPGC). Sus áreas de interés son el turismo digital, las nuevas tecnologías en las empresas y la economía colaborativa.

Santiago Melián

Es profesor de Dirección de Recursos Humanos en la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria (ULPGC). Sus temas de investigación están relacionados con la interacción entre las TIC y el trabajo, los recursos humanos y la economía colaborativa.

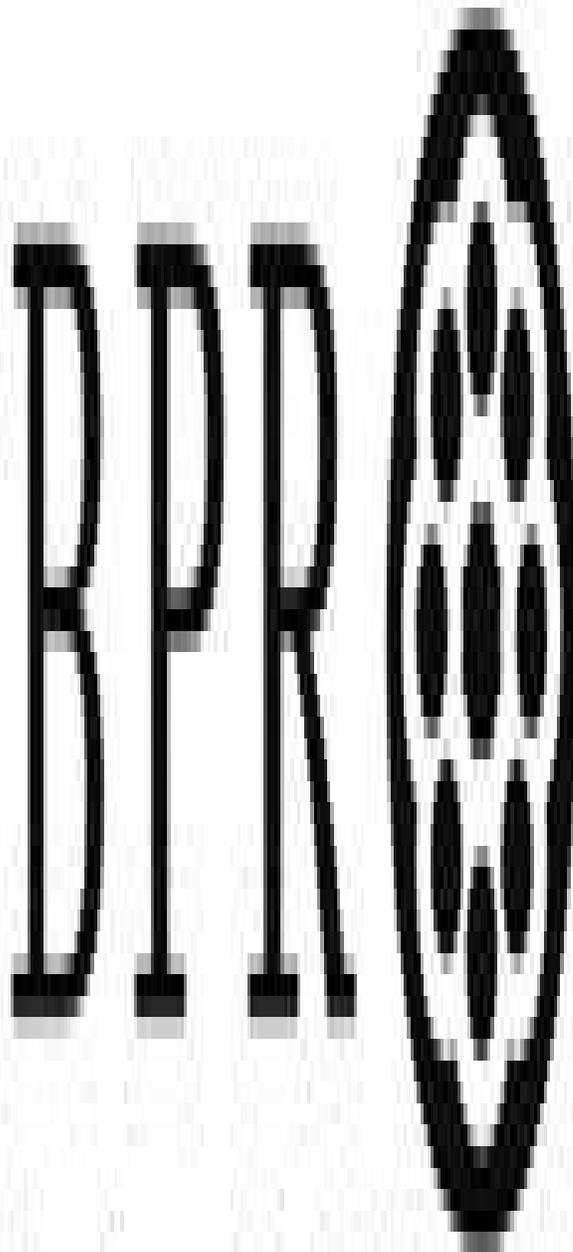
Comité Editorial de la colección de Acción Empresarial: José Luis Álvarez, Ángel Cabrera, Salvador Carmona, Germán Castejón, Guillermo Cisneros, Marcelino Elosua, Juan Fernández-Armesto, José Ignacio Goirigolzarri, Luis Huete, María Josefa Peralta, Pilar López, Pedro Navarro, Pedro Nuño, Jaime Requeijo, Carlos Rodríguez Braun, Susana Rodríguez Vidarte y Santiago de Torres.

Colección Acción Empresarial de LID Editorial Empresarial, S.L.

Sopelana 22, 28023 Madrid, España - Tel. 913729003 - Fax 913728514

info@lideditorial.com - LIDEDITORIAL.COM

A COMMITMENT TO
EXCELLENCE



Business Publishers Roundtable.com

No está permitida la reproducción total o parcial de este libro, ni su tratamiento informático, ni la transmisión de ninguna forma o cualquier medio, ya sea electrónico, mecánico, por fotocopia, por registro u otros métodos, sin el permiso previo y por escrito de los titulares del copyright. Reservados todos los derechos, incluido el derecho de venta, alquiler, préstamo o cualquier otra forma de cesión del uso del ejemplar.

Editorial y patrocinadores respetan los textos íntegros de los autores, sin que ello suponga compartir lo expresado en ellos.

© Jacques Bulchand y Santiago Melián 2017

© LID Editorial Empresarial 2017, de esta edición

EAN-ISBN13: 9788417277116

Directora editorial: Jeanne Bracken

Editora de la colección: Nuria Coronado

Corrección: Araceli Hernández

Realización ePub: produccioneditorial.com

Diseño de portada: Juan Ramón Batista

Primera edición: enero de 2018

Te escuchamos. Escríbenos con tus sugerencias, dudas, errores que veas o lo que

tú quieras. Te contestaremos, seguro: queremosleerteati@lideditorial.com

24
años

nos queda mucho por hacer



- 1993 Madrid
- 2008 México DF y Monterrey
- 2010 Londres
- 2011 Nueva York y Buenos Aires
- 2012 Bogotá
- 2014 Shanghái y San Francisco