



Universidad de Valladolid

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y DEL
TRABAJO DE SORIA

Grado en Administración y Dirección de Empresas

TRABAJO FIN DE GRADO

Categorización y efectos del consumo colaborativo sobre la economía

Presentado por: Pablo Martínez Díez

Tutelado por: Pablo de Frutos Madrazo

Soria, 18 de febrero de 2019

CET

FACULTAD de CIENCIAS EMPRESARIALES y del TRABAJO de SORIA

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN. LA APARICIÓN DEL CONSUMO COLABORATIVO.....	6
1. Revisión conceptual.....	11
1.1. Economía colaborativa.....	12
1.2. Consumo colaborativo.....	13
1.3. Economía compartida (<i>sharing economy</i>).....	14
1.4. Economía de plataformas (<i>platform economy</i>).....	15
2. El consumo colaborativo en los principales sectores productivos.....	17
2.1. Turismo colaborativo.....	17
2.1.1. Alojamiento mediante pago.....	18
2.1.2. Intercambio de casas.....	19
2.1.3. Alojamiento gratuito.....	20
2.1.4. Turismo de experiencias.....	20
2.2. Transporte y movilidad.....	21
2.2.1. Transporte entre particulares.....	22
2.2.2. Coche compartido en media y larga distancia.....	22
2.2.3. Alquiler de vehículo para ciudad y escapadas.....	23
2.3. Sector inmobiliario.....	24
2.3.1. Alquiler de oficinas.....	24
2.3.2. Espacios de coworking.....	25
2.4. Sector moda y lujo.....	26
3. Impacto del consumo colaborativo.....	28
3.1. Repercusión económica.....	28
3.2. El consumo colaborativo y la distribución de la riqueza.....	31
3.3. El consumo colaborativo y la economía sumergida.....	32
CONCLUSIONES Y UNA MIRADA AL FUTURO.....	34
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	37

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.1. Plataformas en el consumo colaborativo.....	11
Figura 1.2. Acceso del siglo XXI frente a la propiedad del siglo XX.....	14
Figura 3.1. Estudio impacto consumo colaborativo en España.	28

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.1. Bloques de la economía colaborativa.....	12
Tabla 1.2. Términos empleados en la revisión conceptual.	16
Tabla 2.1. Diferencias entre Uber, BlaBlacar y Cabify.....	22
Tabla 2.2. Ventajas del coworking.....	25
Tabla 3.1. Cifras sobre el consumo colaborativo por negocio y sectores.	30

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 2.1. Comparación tarifa Airbnb y habitación hotel (2018).....	18
Gráfico 3.1. Distribución por sectores de la inversión 2000-2015.....	29

“La tendencia es evidente: el acceso vence la posesión. El acceso es mejor que la propiedad” Kevin Kelly.

RESUMEN Y JUSTIFICACIÓN.

La digitalización, la recesión económica, el abuso de los precios y el cambio de mentalidad social son, entre otros, los desencadenantes de la aparición de un nuevo modelo económico denominado colaborativo que se abre paso en el mundo, desafiando a las empresas tradicionales de la mano de las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (NTIC). En este tiempo están surgiendo problemas o trabajos que hay que resolver pero a su vez se están abriendo nuevas ventanas de oportunidad.

Estamos ante el primer paradigma económico que ha conseguido arraigarse desde el socialismo y el capitalismo en el siglo XIX. El consumo colaborativo está cambiando la forma de estructurar la actividad económica, dando la posibilidad de minimizar las desigualdades en ingresos, de formar una comunidad más sostenible y liberar la economía mundial.

El objetivo del presente trabajo responde a una doble finalidad: por un lado, nos interesa conocer los factores y causas en las que se basa el fenómeno denominado “consumo colaborativo”, como un modelo de impulso económico sostenible y un medio renovador de emprendimiento.

Por otro lado, una vez efectuado dicha contextualización, se analizará la evolución que está teniendo en España y en el mundo, profundizando en los principales sectores de actividad. Se estudiarán los efectos o repercusiones que tiene sobre el conjunto de la economía este nuevo modelo de negocio y como está cambiando la forma de prestar servicios.

El motivo principal por el que he escogido este tema es por el interés personal que me genera. Mi pretensión es analizar los motivos que han originado este modelo económico y las consecuencias que han tenido en la sociedad. Considero que es un tema de actualidad que abarca uno de los fenómenos que mayor evolución está experimentando estos últimos años, alcanzando proporciones abrumadoras.

PALABRAS CLAVE.

Trueque, consumo colaborativo, economía colaborativa, procomún, confianza, intercambio, plataformas digitales.

**INTRODUCCIÓN.
LA APARICIÓN DEL
CONSUMO COLABORATIVO.**

INTRODUCCIÓN. LA APARICIÓN DEL CONSUMO COLABORATIVO.

INTRODUCCIÓN. LA APARICIÓN DEL CONSUMO COLABORATIVO.

Compartir y colaborar entre personas que buscan un rendimiento bilateral son conductas que han existido toda la vida. Uno de los ejemplos más evidentes es el trueque, acción de proporcionar una cosa y recibir algo por ello. Sin embargo, el motor del cambio han sido las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (NTIC), consiguiendo transformar esta conducta en economía, facilitando esta clase de trueques, multiplicando exponencialmente la importancia y presencia, dando lugar a las iniciativas más reveladoras de estos últimos años.

A lo largo de la historia, las mejoras tecnológicas han supuesto un impacto en la economía. Hoy en día nadie cuestiona que las NTIC han transformado el marco económico, social e inclusive el personal. Una de las consecuencias del crecimiento de Internet es el consumo colaborativo. Actualmente, comenzamos a ver alguno de los efectos de este tipo de consumo, escritores como Rifkin (2014) vaticinan que la transformación que se va a producir no tiene precedentes en los anales de la humanidad.

Fue en este contexto que en 2010, tras la publicación por los autores Rachel Botsman y Roo Rogers del libro "*what's mine is yours: the rise of collaborative consumption*" donde se forjó el concepto de lo que hoy apellidamos de colaborativo. Un nuevo modelo de consumo innovador y horizontal que, con ayuda de las plataformas digitales, nos posibilita optimizar los activos infrautilizados a la vez que crea nuevas ocasiones de negocio.

En muy pocos años se ha extendido el término de consumo colaborativo para nombrar a una forma variada de utilización, práctica o transacción sincrónica y distribuida de una serie de bienes y servicios que tradicionalmente se consumían de forma individualizada.

El consumo colaborativo acoge diversos métodos de intercambio de bienes y servicios que tienen en común plataformas establecidas en Internet. Las formas de trueque son diversas, desde casos donde se regala el bien o servicio hasta otros cuya única finalidad es buscar un beneficio pecuniario.

Se relaciona en su origen a una extensa sucesión de experiencias de consumo no tradicional que han convergido en el tiempo y que están enmarcadas dentro de un mismo campo semántico, entre los factores:

- *Bienes infrautilizados.* El siglo XX está marcado por el hiper consumo. Esto ha ocasionado la existencia de una ingente cantidad de bienes no aprovechados, como es el caso de herramientas, automóviles, juguetes y ropa, entre muchos otros. La tendencia va orientada a poseer menos bienes en propiedad.
- *Plataformas digitales que conectan oferta y demanda.* Los modelos de consumo colaborativo se establecen en plataformas digitales que almacenan diferentes tipos de información. En el conjunto de su dimensión es, sin duda, uno de los principales motores de este fenómeno, logrando conectar en tiempo real oferta y demanda.

INTRODUCCIÓN. LA APARICIÓN DEL CONSUMO COLABORATIVO.

- *Crisis económica.* La recesión económica que atravesamos desde 2007 ha despertado la necesidad de ahorro y nuevas formas de intercambio. Para diversos autores es importante mencionarlo con uno de los factores que ha impulsado el consumo colaborativo. Sin embargo, su impacto no es tan significativo como puede parecer, según el profesor de Dirección de Marketing de ESADE, Gerard Costa su impacto no llega al 1%.
- *Confianza.* Las NTIC han facilitado la formación de dispositivos para establecer comunicaciones entre desconocidos proporcionando cierta confianza. Esto es favorecido por los -sistemas de reputación-. La tecnología está cambiando la confianza y las relaciones personales, modificando el comportamiento de los consumidores.
- *Emprendimiento.* Estamos ante una ocasión de emprendimiento, surgen personas cuya ocupación profesional es un empleo independiente. Los atrevidos ven el consumo colaborativo como un sector repleto de oportunidades. Vivimos en un momento de realce del emprendimiento y la presencia de capital riesgo, preparado para invertir considerables cuantías económicas en empresas en fase inicial o “startups”.

Estas formas de intercambio, trabajo y consumo favorecidas por Internet, que tienen su origen en el siglo XX, pero que se desarrollaron en el siglo XXI, van más allá del simple intercambio mercantil. Han sido capaces de trascender en materias como la economía local, mejorando el desempeño económico nacional, el emprendimiento, las industrias tradicionales, el empleo y su reglamentación, etc. Estas áreas serán objeto de estudio en los siguientes apartados del Trabajo Fin de Grado.

Este nuevo modelo económico está alcanzando dimensiones notables que exigen un análisis en profundidad. A modo de ejemplo, actualmente la plataforma francesa *BlaBlaCar* afirma que su aplicación ha sido descargada más de 21 millones de veces, estando presente en 22 países alrededor del mundo y contando con más de 60 millones de usuarios. Concretando más, Goudin (2016) estima que el potencial del modelo económico podría alcanzar los 600 mil millones de euros en Europa en los próximos años. A petición de la Unión Europea, la consultora Pwc redactó un informe sobre las perspectivas de crecimiento, estimando que más de 275 organizaciones de consumo colaborativo se han creado en los nueve estados más importantes.

Es complicado prever, de forma universal, hasta que nivel cambiará este tipo de consumo a las personas, a las industrias y a la sociedad. Podríamos presenciar una realidad donde la posesión de bienes fuese cada día menos importante, empleando servicios solo cuando nos hiciesen falta (en lugar de comprar una bicicleta, la pedimos y pagamos el coste que atañe por su uso).

En base a lo expuesto, aparecen las siguientes preguntas: ¿Terminará por universalizarse esta tendencia? ¿O con el paso del tiempo se terminará por diluir y formar parte de las organizaciones económicas existentes? Es un escenario complicado con muchas incógnitas por resolver.

INTRODUCCIÓN. LA APARICIÓN DEL CONSUMO COLABORATIVO.

OBJETIVOS.

A continuación voy a enumerar los principales objetivos fijados para elaborar el Trabajo Fin de Grado:

Objetivos generales.

- Conocer los factores y las causas en las que se basa el fenómeno denominado “consumo colaborativo”, como un modelo de impulso económico sostenible y un medio renovador de emprendimiento.
- Analizar la evolución que está teniendo el consumo colaborativo en España y en el mundo, profundizando en los principales sectores de actividad, examinando las plataformas digitales más destacadas.
- Describir el impacto que está suponiendo esta nueva forma de consumo para las empresas tradicionales.

Objetivos específicos.

- Comprender y estimar las oportunidades económicas, financieras y culturales que el consumo colaborativo puede proporcionar a la sociedad. En particular, se desea estudiar cómo afecta a la economía.

METODOLOGÍA.

La metodología empleada para elaborar el Trabajo Fin de Grado se fundamenta en una revisión bibliográfica, es decir, reunir información secundaria sobre el consumo colaborativo. Para la realización he hecho uso de libros, artículos científicos, páginas web, informes de diversos organismos, enciclopedias, revistas, bases de datos, etc. Esta investigación documental hace un recorrido sobre el fenómeno colaborativo. He procurado dar una visión objetiva, no posicionándome ni pro ni contra este tipo de consumo.

Inicialmente llevé a cabo un trabajo de investigación recopilando información de diversas fuentes, posteriormente extraje lo más importante y por último plasme las ideas que he considerado más relevantes. Señalar que hay cientos de plataformas y sitios online que tratan este tema con enfoques similares. Todos los recursos empleados están incluidos en la bibliografía.

Para definir este fenómeno que evidencia el consumo colaborativo y otros semejantes se emplean diferentes términos. Los conceptos que mayor publicidad han generado son: consumo colaborativo, economía colaborativa o *collaborative economy* en Europa y *sharing economy* en EEUU. Se puede constatar que no son una traducción estricta si los comparamos entre sí.

He elegido a la hora de tratar el Trabajo Fin de Grado el término “consumo colaborativo” frente a otros que hacían referencia a fenómenos similares, ya que el trabajo está redactado en castellano y considero que es el término que mayor significancia ha adquirido en España.

INTRODUCCIÓN. LA APARICIÓN DEL CONSUMO COLABORATIVO.

ESTRUCTURA DEL TFG.

El Trabajo Fin de Grado se compone de cuatro bloques y un resumen:

- Resumen, justificación y palabras clave.
- Bloque 1. Compuesto por una introducción que trata la aparición del consumo colaborativo y seguido de los objetivos, la metodología y la estructura empleada en el trabajo.
- Bloque 2. Consta de tres apartados donde se desarrolla la investigación del trabajo. El primer apartado es una revisión conceptual, haciendo referencia a los términos principales que se suelen emplear. El segundo apartado estudia los principales sectores productivos, ejemplificando cada caso y analizando los servicios y sectores afectados. El tercer apartado está destinado al impacto del consumo colaborativo donde se mostrara la repercusión económica, la distribución de riqueza que produce y cómo afecta a la economía sumergida. Para facilitar la comprensión y entender la magnitud del tema se acompaña de cifras por actividad y sectores.
- Bloque 3. Para finalizar el trabajo, he considerado oportuno incluir unas conclusiones propias sobre el consumo colaborativo, acompañadas de unas tendencias de futuro. En este bloque se pretende mostrar una serie de reflexiones obtenidas al finalizar el documento.
- Bloque 4. Este último bloque está destinado a la bibliografía empleada para la realización del trabajo. Incluye las referencias bibliográficas haciendo una distinción entre libros, páginas web e informes.

**REVISIÓN CONCEPTUAL Y
EFECTOS SOBRE EL
CONJUNTO DE LA
ECONOMÍA.**

1. Revisión conceptual.

Para comprender en profundidad el tema del Trabajo Fin de Grado considero necesario conceptualizar el consumo colaborativo y hacer mención a un extenso abanico terminológico que se suele emplear para mencionar a una serie de fenómenos relacionados. Frecuentemente, nos encontramos con que estos términos se emplean indistintamente, lo cual considero que no es correcto.

En la introducción he expuesto que el término consumo colaborativo abarca diversos estilos de intercambio y nexos entre individuos, con similitudes y diferencias. Estas formas de intercambio en algunos casos guardan mayor semejanza con procesos de compartición o, de forma alternativa, con un mero intercambio pecuniario.

En la figura 1.1 que muestro a continuación he representado diferentes modelos de plataformas de consumo colaborativo. He reproducido en un extremo el simple acto de compartir (sin contraprestación económica) y en el otro el intercambio pecuniario con afán de lucro. A mitad de camino entre ambos extremos he posicionado a las interacciones que persiguen repartir costes e intercambios fundados en el trueque.

Figura 1.1. Plataformas en el consumo colaborativo.



Fuente: Elaboración propia, a partir de información de las plataformas: *Peerby*¹, *CouchSurfing*², *Cronnection*³, *BlaBlaCar*⁴, *Airbnb*⁵.

¹ Peerby: Aplicación que permite compartir utensilios que tienen poca usabilidad.

² CouchSurfing: Empresa estadounidense cuyo sistema posibilita alojarse de forma gratuita.

³ Cronnection: Plataforma de trueque de bienes y servicios entre particulares.

⁴ BlaBlaCar: Plataforma francesa de compartición de vehículo.

⁵ Airbnb: Plataforma dedicada a ofertar alojamientos entre particulares.

REVISIÓN CONCEPTUAL Y EFECTOS SOBRE EL CONJUNTO DE LA ECONOMÍA.

De acuerdo con el artículo de la revista Time (Walsh, 2011) titulado “*today’s smart choice: don’t own. Share*” (la opción inteligente hoy en día: no poseer. Compartir), el consumo colaborativo forma parte de las 10 grandes ideas que cambiarán el mundo. Desde esta publicación, son muchos los proyectos que se han creado y expandido bajo este modelo de negocio.

1.1. Economía colaborativa.

Es uno de los términos que ya forma parte de nuestro vocabulario, muy empleado en castellano. Atesora el apellido “colaborativo”, ya que se basa en la intermediación entre oferta y demanda, en la cual se da una relación colaborativa entre el consumidor y el proveedor del servicio. Subyace la idea de que ambos protagonistas deben estar de acuerdo para que se produzca la transacción.

OuiShare⁶ (comunidad internacional que impulsa la economía colaborativa) define la economía colaborativa como “*el sistema de relaciones y conjunto de iniciativas (culturales, sociales, económicas e incluso políticas) basadas en redes horizontales y la participación de una comunidad, y que tiene efectos en todos los ámbitos de la sociedad*”.

Esta forma de relaciones de índole comercial según la particularidad de red se aleja en gran medida de la postura de Adam Smith, que conservó su influencia durante la Revolución Industrial. En su mundo o teoría, la base hace referencia a la competencia de almacenar, apoyándose en la propiedad y excluyendo de ella a otros.

La economía colaborativa incorpora las prácticas y modelos económicos apoyados en organizaciones horizontales y comunidades. Podemos dividir este tipo de economía en 6 grandes bloques: el consumo colaborativo, la producción colaborativa, el conocimiento colaborativo y abierto, la financiación colaborativa, el gobierno abierto y organizaciones horizontales y los sistemas de intercambio de valor.

Tabla 1.1. Bloques de la economía colaborativa.

1	CONSUMO COLABORATIVO	 BlaBlaCar	 airbnb	 peerby
2	DISEÑO Y FABRICACIÓN	 FABLAB	 Make:	 quirky

⁶ OuiShare: Comunidad fundada en 2012, organiza eventos relacionados con la economía colaborativa en multitud de países alrededor del mundo. Cuenta con la participación de agentes de cambio y expertos en la materia. Además, promocionan cursos online abiertos y gratuitos.

REVISIÓN CONCEPTUAL Y EFECTOS SOBRE EL CONJUNTO DE LA ECONOMÍA.



Fuente: Adaptado de <https://www.ouishare.net/>

Según han ido evolucionando las plataformas digitales, esta colaboración está pasando a ser sustituida por el comercio en gran medida. Actualmente, las personas están ofertando a precio de mercado los productos o servicios y otras personas o inclusive las empresas, pagan por ello. Es por este motivo que considero que no se puede englobar a todas estas prácticas dentro de la economía colaborativa.

1.2. Consumo colaborativo.

El término “consumo colaborativo” tiene su origen en 1978 acuñado por Marcus Felson y Joe L. Spath. Sin embargo, su popularidad no aparece hasta 2007 con un artículo de Ray Algar. Posteriormente, fue desarrollado por Rachel Botsman y Roo Rogers⁷ en el libro “*what’s mine is yours: the rise of collaborative consumption*” (lo mío es tuyo: el auge del consumo colaborativo).

La realidad es que no existe una definición exacta del concepto. La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) lo define como el “*intercambio entre particulares de bienes y servicios que permanecían ociosos o infrautilizados a cambio de una compensación pactada entre las partes*”.

El término se emplea para designar un modelo económico orientado al intercambio, donde las personas comparten sus activos evitando un h́iper consumo y la adquisición de bienes innecesarios. Un modelo más sostenible y ecológico que genera un impacto positivo en el medio ambiente al demandar menos recursos.

⁷ Botsman, R. y Rogers, R. (2010).

REVISIÓN CONCEPTUAL Y EFECTOS SOBRE EL CONJUNTO DE LA ECONOMÍA.

En resumen, entiendo apropiado emplear el término para designar aquellas situaciones en las que se produce un método de colaboración entre personas para consumir de una forma más responsable y sustentable.

Figura 1.2. Acceso del siglo XXI frente a la propiedad del siglo XX.



Fuente: Adaptado de www.consumocolaborativo.com⁸

En el Siglo XXI comenzamos a intervenir de otra forma, con un consumo basado en el acceso y uso frente a prácticas híper consumistas, traduciéndose en un modelo de compartición. No es una tendencia a corto plazo, es una fuerza cultural y económica que reinventa no solo lo que consumimos sino la forma en que lo consumimos.

El motivo por el que he seleccionado el término “consumo colaborativo” para la realización del trabajo es porque probablemente forma el bloque más popular dentro de la economía colaborativa y el que más prácticas abarca.

1.3. Economía compartida (*sharing economy*).

La economía compartida o también denominada en inglés *sharing economy* es un modelo económico donde se intercambian y comparten bienes o servicios con ayuda de plataformas digitales. (Gold, 2004; Sundararajan, 2013) entienden que el concepto es apropiado para una serie de casos limitados donde son verdaderamente compartidos, exentos de contraprestación económica a cambio. Un ejemplo es la plataforma *Peerby* (antes mencionada) que permite compartir objetos que utilizas poco con gente que vive a tu alrededor, el propósito que persigue es puramente social y los usuarios consideran que facilita la cohesión de barrios que con el tiempo se habían hecho puramente individualistas.

⁸ El responsable y fundador del blog es Albert Cañigueral.

REVISIÓN CONCEPTUAL Y EFECTOS SOBRE EL CONJUNTO DE LA ECONOMÍA.

La calificación *sharing* se emplea asociada a valores de confianza e intercambio, utilizándose como antagonismo a materialismo. Autores como John (2016), Botsman o Sundarajan⁹ reconocen que en numerosas ocasiones se emplea el termino *sharing* para intercambios que deberían ser calificados de otro modo.

La realidad es que hay muchos procesos en los cuales se sigue dando un intercambio económico. No obstante, sí que existen casos donde no hay contraprestación pecuniaria en el intercambio. Personas que comparten sin esperar nada más allá que la complacencia personal de ayudar a otros semejantes. En definitiva, considero que el concepto de *sharing economy* es apropiado para esos casos concretos.

Diversos autores reprochan que se generalice el concepto, pero a pesar de sus acotaciones es el término más utilizado en inglés, principalmente empleado en la región de Norteamérica.

1.4. Economía de plataformas (*platform economy*).

Como he comentado en la introducción, un elemento fundamental de los modelos colaborativos es la aparición de las plataformas digitales. Estas habilitan canales a los usuarios posibilitando el acceso a la información desde un dispositivo móvil sin importar el momento y el lugar, creando valor a través de conectar oferta y demanda. Es por ello que ha surgido el término de economía de plataformas o *platform economy*.

En los últimos años hemos presenciado el crecimiento de esta nueva realidad. Nos agrada o no, estamos ante el modelo de negocio de la revolución digital. Con el término economía de plataformas nombramos a un modelo de negocio compuesto por nuevos ecosistemas de consumidores en red que están expandiendo las plataformas digitales en los diversos sectores productivos a una velocidad abismal.

En algunas situaciones la plataforma digital no tiene simplemente la función de comunicación entre consumidores y proveedores, o entre oferta y demanda. Existen plataformas digitales que establecen los precios u obligan a los proveedores a aceptar las condiciones de servicios que la plataforma les exija para tener un perfil con determinadas características.

En mi opinión, el término se adapta bien al fenómeno que estoy analizando en el Trabajo Fin de Grado. Sin embargo, he decidido no emplearlo porque entiendo que, en castellano, no es un término muy utilizado y la mayor parte de la población no lo relaciona.

Mencionar que, en según qué casos, se emplea el nombre de alguna plataforma digital para referirse al movimiento de forma global. Es el caso de la *uber economy* por ejemplo.

⁹ "The Issue With The Sharing Economy", <https://aldoagostinelli.com/2016/08/26/the-issue-with-the-sharing-economy/>

REVISIÓN CONCEPTUAL Y EFECTOS SOBRE EL CONJUNTO DE LA ECONOMÍA.

En definitiva, son muchos los términos que desde el año 2007 procuran circunscribir las particularidades de esta corriente. La mayoría aparentemente coinciden en que el propósito primordial es la búsqueda del beneficio colectivo, de la conveniencia general. La tabla 1.2 recoge un resumen de lo anteriormente expuesto.

Tabla 1.2. Términos empleados en la revisión conceptual.

1	ECONOMÍA COLABORATIVA	<p><i>Definición:</i> Modelo de producción, consumo o financiación que se basa en la intermediación entre oferta y demanda.</p> <p><i>Diferencia con el consumo colaborativo:</i> Está compuesta por seis bloques, dentro de los cuales se encuentra el consumo colaborativo.</p> <p><i>Ejemplos:</i> Goteo¹⁰, FabLab¹¹.</p>
2	ECONOMÍA COMPARTIDA (SHARING ECONOMY)	<p><i>Definición:</i> Intercambio de bienes y servicios sin esperar contraprestación económica.</p> <p><i>Diferencia con el consumo colaborativo:</i> No se obtiene compensación entre las partes.</p> <p><i>Ejemplos:</i> Wikipedia¹², Creative Commons¹³.</p>
3	ECONOMÍA DE PLATAFORMAS (PLATAFORM ECONOMY)	<p><i>Definición:</i> Ecosistema de usuarios conectados con la ayuda de una plataforma digital.</p> <p><i>Diferencia con el consumo colaborativo:</i> Abarca todos los sistemas que emplean plataformas digitales.</p> <p><i>Ejemplos:</i> Prácticamente todos los casos que van a aparecer en el trabajo utilizan plataformas digitales.</p>

Fuente: Elaboración propia.

¹⁰ Red abierta de crowdfunding, colaboraciones y formación.

¹¹ Taller de fabricación digital de uso personal.

¹² Enciclopedia libre y editada de forma colaborativa.

¹³ Organización sin ánimo lucrativo que promueve el acceso e intercambio de cultura.

2. El consumo colaborativo en los principales sectores productivos.

En este apartado tengo por objetivo analizar cómo repercute en los principales sectores productivos de la economía la aparición del consumo colaborativo, señalando iniciativas en cada caso. Los sectores distan unos de otros, pero tienen en común el uso de plataformas digitales que facilitan la realización de intercambios de forma masiva, transformando en global lo que en un principio era local.

El número de sectores que abarca el consumo colaborativo en España es notorio, y de forma segura no parará de aumentar en los años venideros. Dada la extensión del trabajo no es posible llevar a cabo un análisis pormenorizado de cada uno de ellos y es por eso que voy a centrarme en los que, bien por su divulgación o bien por su importancia, han despertado un mayor interés en nuestro país.

He seleccionado una clasificación por sectores, distinguiendo entre las actividades pertenecientes al turismo, el transporte y la movilidad, el sector inmobiliario, el sector de la moda y el lujo.

2.1. Turismo colaborativo.

Cuando hablamos de turismo colaborativo hacemos referencia a una novedosa inclinación en la manera de entender los viajes, apoyada principalmente en la idea de compartir alojamiento y experiencias con otras personas a través de medios digitales. Emergen formas de viajar más baratas y alejadas del turismo de masas, con personas deseosas de conocer la cultura del país con la colaboración de gente que habita en el lugar de destino.

En España el turismo es una de las industrias con mayor importancia, situándose entre los países más visitados del mundo. La Organización Mundial del Turismo (OMT) calcula un incremento del 20% de este tipo de turismo y lo cataloga de “fenómeno imparable”. Entre las ventajas: es más barato, más sostenible y da más oportunidades reales de conocer los destinos.

Ofertar servicios en el consumo colaborativo es más fácil que en el contexto tradicional, consiguiendo una oferta más variada que la propuesta por los agentes ya existentes. Los cambios que ha experimentado el sector del turismo con la incorporación de las plataformas digitales son dos principales. Por un lado, ha desaparecido casi por completo el papel del intermediario, para muchos las compañías de viaje forman parte del pasado por cuenta del avance de las tecnologías y la aparición de las agencias online. Por otro lado, esta serie de cambios han propiciado una tendencia hacia el turismo colaborativo donde prima el acceso a la propiedad.

En este sentido, Álvaro Nadal, ex ministro de Energía, Turismo y Agenda Digital ha reiterado en numerosas ocasiones que Europa debe contar con grandes plataformas digitales y que gracias a este modelo ambos bandos pueden salir beneficiados, los usuarios y las empresas.

REVISIÓN CONCEPTUAL Y EFECTOS SOBRE EL CONJUNTO DE LA ECONOMÍA.

A continuación, analizaré varios ejemplos de forma desglosada de cada área del turismo colaborativo con el objetivo de conocer las diferentes plataformas y como afectan a la economía. Todos los casos presentados se desarrollan gracias a Internet.

Dentro del turismo colaborativo nos encontramos con tres tipos de alojamientos colaborativos en casas y apartamentos; el de pago, el intercambio de casas y el alojamiento gratuito. Otro tipo de turismo muy relacionado y que guarda muchas similitudes el de experiencias.

2.1.1. Alojamiento mediante pago.

Es una alternativa de alojamiento colaborativo el optar por una casa de un residente local a cambio de una contraprestación pactada entre ambos.

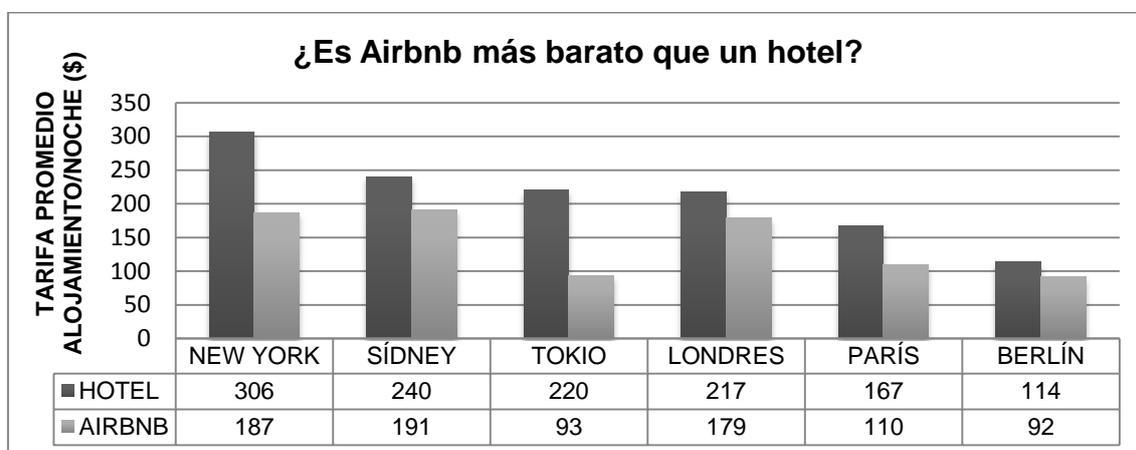
Las ventajas son incuestionables. Este nuevo tipo de turismo ofrece a los usuarios una oferta más diversificada y flexible. Además, generalmente, la tarifa es menor a la de un alojamiento tradicional y parece que estuvieses en tu propia casa, donde el lugareño te ayuda en el hospedaje y te facilita conocer el lugar de destino de una forma más personal, alejado del turismo popular.

Ejemplo de plataforma digital:

- *Airbnb*. Compañía de consumo colaborativo fundada en 2007, cuya sede se encuentra en la ciudad de San Francisco, estableciéndose como la plataforma líder de este tipo de alojamientos mediante pago. Los hospedajes vienen acompañados de experiencias, poniendo a disposición de los usuarios desde habitaciones sencillas hasta castillos.

Generó en España entre el 1 de enero de 2016 y el 1 de enero de 2017, 4.170 millones de euros con su actividad económica, esto se traduce en la obtención, por parte de los anfitriones, de unos ingresos superiores a los 650 millones de euros.

Gráfico 2.1. Comparación tarifa *Airbnb* y habitación hotel (2018).



Fuente: Adaptado de <https://www.eleconomista.com.mx>

REVISIÓN CONCEPTUAL Y EFECTOS SOBRE EL CONJUNTO DE LA ECONOMÍA.

Los datos del gráfico anterior son obtenidos del sitio web alemán HRS y AIRDNA. Podemos observar como Nueva York es la ciudad que presenta la tarifa media más alta por alquilar una habitación de hotel una noche con 306 dólares, pero el turista puede escoger la opción de *Airbnb* por 187 dólares diarios. Encontramos una diferencia significativa de 119 dólares por noche entre ambos tipos de alojamiento.

El turismo en España en el año 2017 representó el 15% del Producto Interior Bruto (PIB) aportando 172.900 millones de euros, según el informe anual del Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC). Mediante plataformas digitales como *Airbnb* se puede lograr que estos ingresos repercutan en muchos particulares a la vez que activa el comercio de ámbito local.

2.1.2. Intercambio de casas.

Normalmente el coste del alojamiento suele representar cerca de la mitad del presupuesto de unas vacaciones. Por medio de una plataforma digital puedes tener acceso a diferentes alojamientos alrededor del mundo, reduciéndose a un intercambio de casa gratuito. El único gasto asociado suele ser una pequeña cuota anual o diaria destinada a apoyar la plataforma.

Cuando se produce un intercambio de casas no hay transacción económica entre los particulares, únicamente la confianza de un acuerdo entre las partes para consentir el intercambio, generalmente simultáneo, de sus viviendas. El fundamento es deleitarse de unas vacaciones diferentes de la forma más económica posible.

Ejemplo de plataforma digital:

- *Homexchange*. Fue una de las compañías pioneras en el alojamiento turístico colaborativo. Se fundó en la década de los 90, sin embargo, su popularidad fue creciendo con las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (NTIC). Es una plataforma dedicada al intercambio, de forma simultánea o no, de casas entre propietarios. Les avalan más de 20 años de recorrido y la experiencia positiva de los usuarios. Para participar solo hace falta pagar una cuota fija al año. Un ejemplo similar es la plataforma digital *MyTwinPlace*¹⁴. Si se busca algo más concreto, como puede ser el caso de intercambios de casas para familias con niños, existe la plataforma *Knok*¹⁵.
- *HomeAway*. Es una de las Webs más importantes de alquiler de viviendas vacacionales, donde inicialmente el usuario contacta de forma directa con el propietario y posteriormente se firma un contrato de alquiler. En sus primeros años partía de un caso muy similar al anterior, cobraba una cuota anual a cada propietario por estar suscrito a la Web. Actualmente, se ha convertido en un sistema muy parecido a *Airbnb* donde se cobra por reserva.

¹⁴ MyTwinPlace: Startup española de intercambio de casas de forma segura y sin contraprestación económica.

¹⁵ Knok: Red de familias de confianza que intercambian sus casas para viajar.

REVISIÓN CONCEPTUAL Y EFECTOS SOBRE EL CONJUNTO DE LA ECONOMÍA.

2.1.3. Alojamiento gratuito.

Cada vez hay más alternativas de turismo colaborativo donde el hospedaje resulta gratuito para los usuarios. Alojándose en casas de desconocidos distribuidas por el mundo sin necesidad de abonar contraprestación económica. Este tipo de turismo se ha convertido en una opción que cuenta con mucha demanda entre los jóvenes y personas con ilusión de participar en la vida de otros.

Ejemplo de plataforma digital:

- *Couchsurfing International Inc.* Esta compañía se diferencia de las anteriores en que la idea de alojamiento es gratuita y sin ninguna contraprestación, al menos de forma directa. A pesar de no cobrar nada a los usuarios, la empresa de intercambio hospitalario si tiene ánimo de lucro desde el año 2011, denominándose -B Corporation¹⁶-. Ahora cuenta con pequeños apartados solo disponibles para aquellas personas dispuestas a pagar por ello, como verificar la cuenta a los usuarios y posicionarla dentro del portal.

En este grupo se pueden englobar proyectos como *HelpX* o *Workaway*, comunidades de ámbito mundial de voluntariado, trabajo e intercambio cultural que proponen hospedaje y alimentación a cambio de trabajo.

2.1.4. Turismo de experiencias.

El consumo colaborativo también se ha expandido en el ámbito de las experiencias relacionadas con el turismo. Es decir, descubrir por medio de las personas que residen en el destino la auténtica realidad.

Ejemplo de plataforma digital:

- *EatWith.* Proyecto que ofrece la oportunidad de ir a comer a la casa de un particular. Entre los anfitriones nos encontramos con personas locales que sienten pasión por la cocina y personas extranjeras que dan a probar la comida de sus respectivos países.
- *Sherpandipity.* Plataforma digital fundada en el año 2013 en la ciudad de Madrid. Se oferta como una alternativa a los viajes tradicionales. Denominan a las personas locales como “*sherpas*” y ofrecen a los turistas todo su conocimiento sobre la ciudad de una forma alternativa y dinámica.

El portal oficial de turismo de España www.spain.info persiguiendo uno de los objetivos del Plan Nacional e Integral de Turismo (PNIT) 2012-2015 ha impulsado una iniciativa público-privada relativa a redes de agencias de gestión de experiencias, ofertando productos con un enfoque más experiencial.

¹⁶ Según Pablo Sanchez, coordinador de B Corporation Spain, la certificación es similar al sello de comercio justo, pero para la compañía en su conjunto y no para un producto concreto.

Servicios y sectores afectados.

Dentro del sector turístico, el crecimiento de este modelo de turismo colaborativo ha generado conflicto con el alojamiento tradicional hotelero. Está provocando una fuerte reacción del sector que ve como la estancia en los hoteles se va sustituyendo de forma progresiva por el alquiler de alojamientos particulares. Estamos ante un sector liberalizado en cuanto al acceso a la actividad, las NTIC han establecido unas dimensiones y características nuevas.

El sector hotelero exige un endurecimiento de las condiciones para este nuevo modelo colaborativo catalogándolo de competencia desleal, exigiendo un marco jurídico acorde a la situación actual. Juan Carlos Sanjuán, director de Casual Hotels considera que *“ya no solo es una amenaza para los hoteles, que lo es, sino para el turista”*.

En España, tras las demandas y presiones del sector hotelero, se modificó la Ley de Arrendamientos Urbanos, estableciendo que los apartamentos que estuviesen en el mercado con un fin lucrativo debían ser regulados de forma específica por cada comunidad autónoma. En mi opinión, no creo que el turismo colaborativo vaya a sustituir a las compañías tradicionales, se posicionará como una alternativa más.

2.2. Transporte y movilidad.

El sector del transporte y la movilidad también ha sido uno de los sectores más afectados por el consumo colaborativo junto con el turismo. Se trata concretamente del transporte de personas y cosas en general. Es uno de los sectores con mayor relevancia en España, pero el surgimiento del transporte colaborativo brota de comprobar que los vehículos se encuentran infrutilizados la mayor parte del tiempo¹⁷.

Encontramos numerosos casos de gran notoriedad e importancia para la población como son *BlaBlaCar* y *Uber*, ambas compañías han logrado conectar a un gran número de usuarios, suponiendo novedades y modelos alternativos al autobús y el taxi. Sin embargo, los dos proyectos a pesar de nacer de una misma idea funcionan de forma diferente.

En *BlaBlaCar*, la plataforma digital pone en contacto a conductores y viajeros con el objetivo de compartir gastos, es decir, sin un fin lucrativo y de forma legal en España. En cambio, *Uber* permite a conductores particulares transportar a usuarios en sus vehículos a cambio de una contraprestación pecuniaria y un ánimo lucrativo. Podemos concluir entonces que el concepto de *BlaBlaCar* está a priori más integrado en el consumo colaborativo.

En los casos presentados, de igual forma que en el sector del turismo y la restauración, el factor más distintivo es el fuerte impacto económico que supone para algunos agentes establecidos en la sociedad, cuyas características son la inflexibilidad e inamovilidad.

¹⁷ En España, según el informe “Cuentas Ecológicas del Transporte”, de Ecologistas en Acción de 2014, los vehículos se encuentran el 97% del tiempo aparcados.

REVISIÓN CONCEPTUAL Y EFECTOS SOBRE EL CONJUNTO DE LA ECONOMÍA.

Resulta conveniente analizar las semejanzas y diferencias de estos servicios que contribuyen al transporte y la movilidad con algunos casos reales. Podemos clasificarlos de la siguiente manera:

2.2.1. Transporte entre particulares.

Como he comentado en los ejemplos anteriores, existen numerosas plataformas digitales que sirven como nexo entre particulares que se ofrecen como chóferes y otros que buscan simplemente un medio de transporte alternativo. Como ejemplos están el ya comentado caso de *Uber*, o los casos de *Lyft*¹⁸ o *Cabify*¹⁹. De las tres compañías, solo *Cabify* ha conseguido expandirse en España.

2.2.2. Coche compartido en media y larga distancia.

- *CarPooling*: Este modelo promueve el uso compartido sin fin lucrativo de un vehículo privado, poniendo en contacto a pasajeros en un contexto de viaje con origen y destino similar, con el fin de compartir gastos. En este grupo se encuentra la compañía *BlaBlaCar* que recientemente ha lanzado la aplicación móvil *BlaBlaLines*, funciona de forma similar al metro, los propietarios establecen un recorrido y los usuarios generan de forma automática una “parada” donde esperar.

Tabla 2.1. Diferencias entre Uber, BlaBlacar y Cabify.

LAS DIFERENCIAS ENTRE UBER, BLABLACAR Y CABIFY			
¿Es legal en España?	✓	✓	✓
¿Cómo funciona?	Permite a conductores particulares transportar viajeros.	Pone en contacto a conductores y viajeros para compartir gastos.	Sirve para reservar vehículos con chófer o pedir taxis asociados.
¿Pagan licencia los conductores?	✓	✗	✓

¹⁸ Empresa fundada en 2012, proporciona un servicio similar al de *Uber*, siendo su rival más directo.

¹⁹ Compañía de origen español de redes de transporte a nivel internacional.

REVISIÓN CONCEPTUAL Y EFECTOS SOBRE EL CONJUNTO DE LA ECONOMÍA.

¿Quiénes les ha denunciado?	Asociación Madrileña del Taxi.	Confederación Española de Transporte en Autobús.	Federación Profesional del Taxi en Madrid.
¿Cerrarán?	De momento permanece activa.	De momento permanece activa.	De momento permanece activa.

Fuente: Adaptado de https://www.elconfidencial.com/tecnologia/2015-11-05/blablacar-cabiy-y-uber-diferencias-y-similitudes-de-una-misma-batalla-legal_1083682/

2.2.3. Alquiler de vehículo para ciudad y escapadas.

Cuando viajas lo normal es que no dispongas de vehículo propio en la ciudad de destino, lo que te obliga a depender del transporte público o del taxi. Con el transporte colaborativo disponemos de otras alternativas:

- *CarSharing*: Este modelo de actividad posibilita a los usuarios compartir un vehículo que, generalmente, pertenece a una compañía que cuenta con una flota variada en ciudades de gran reclamo turístico.

Consiste en un uso temporal, de forma no simultánea, pudiendo utilizarse tan solo unos minutos. Normalmente son periodos de tiempo más cortos que los ofertados en compañías tradicionales.

Como ejemplo, citar las compañías *Zipcar*²⁰, *Respiro*²¹ o *Bluemove*²². Funcionan a través de una plataforma digital que verifica la información de los usuarios.

Son casos claros de consumo colaborativo, ya que no llegas a poseer el bien y este se encuentra infrautilizado, se utiliza bajo demanda teniendo acceso cuando lo necesiten y por el tiempo que quieran.

- *Alquiler de coches entre particulares*: También es conocido como “compartición de coches P2P” y complementa a las compañías tradicionales de alquiler de vehículos. Los usuarios alquilan su vehículo privado en una plataforma digital de uso temporal por el tiempo que no lo vayan a necesitar, aumentando la rentabilidad.

Como ejemplos podemos encontrar *Drivy*²³, *Amovens*²⁴ o *SocialCar*²⁵, las tres plataformas operan en España.

²⁰ Compañía estadounidense que ofrece servicios de *carsharing* haciendo una reserva previa.

²¹ Catalogada como la mayor red de *carsharing* de Madrid.

²² Servicio de alquiler de coche por horas en Barcelona, Madrid y Sevilla.

²³ Servicio número uno en Europa de alquiler de vehículos entre particulares.

²⁴ Plataforma digital para publicitar tu vehículo con 1,5 millones de usuarios.

²⁵ Compañía puntera en España de alquiler de vehículos particulares, opera en once ciudades.

Servicios y sectores afectados.

Este sector habitualmente se denomina “transporte colaborativo”, término bajo el que se engloban los proyectos anteriores, especialmente los que persiguen un fin no lucrativo y dar utilidad a un vehículo infrautilizado de la mejor forma posible. Señalar que el impacto de la recesión económica y la reducción de cuota de mercado a favor de los proyectos colaborativos están llevando a las compañías tradicionales a una situación complicada.

Principalmente han sido dos colectivos los damnificados (el autobús y el taxi) liderado las acusaciones, que velozmente terminaron en los juzgados. Las protestas se fundamentan en un posible caso de competencia desleal por parte de las plataformas, sigue habiendo causas abiertas a día de hoy con movilizaciones y huelgas por parte del sector del taxi exigiendo un aumento del tiempo de precontratación. Aun con todo, es posible ver diferencias sustantivas.

Entre los casos concluidos más llamativos se encuentra el de *UberPop*, denunciado por las asociaciones de taxistas y declarado ilegal en 2014 por sentencia del Tribunal de Justicia de la Unión Europea (THUE). Desde entonces se le puede requerir licencia a quienes prestan el servicio de *Uber* en Europa, pero la regulación en esta materia es competencia de cada gobierno.

BlaBlaCar presenció un enfrentamiento similar, pero se defendió alegando que simplemente se trata de una plataforma digital que no cuenta con vehículos ni conductores particulares. En 2017 la justicia absolvió las demandas apoyando este tipo de consumo colaborativo, considerando que no existe ningún tipo de competencia desleal al colectivo de transporte público y taxis, ni ofrece un servicio de transporte.

2.3. Sector inmobiliario.

El sector inmobiliario no se queda fuera del consumo colaborativo. El paradigma de propiedad ya tiene alternativas en este nuevo modelo, se consigue un uso de los recursos disponibles más eficiente por parte de los usuarios, acompañado de un menor gasto económico.

Para muchas PYMES o trabajadores por cuenta propia es imprescindible un espacio donde trabajar y realizar sus proyectos, sin embargo, los costes que supone el alquiler de una oficina generalmente son muy elevados. Compartir gastos y espacio donde trabajar, coworkings, oficinas de alquiler por tiempo limitado... son opciones muy sugestivas en la actualidad. Entre los casos del consumo colaborativo en el sector inmobiliario destaco el alquiler de oficinas y los espacios de coworking.

2.3.1. Alquiler de oficinas.

Este tipo de proyectos se alejan de los conceptos tradicionales que la sociedad tiene sobre la propiedad y el alquiler. Su forma de funcionar es más simple, se paga únicamente por el uso del bien. Se trata de compartir entre personas diferentes una zona común donde trabajar. El objetivo principal es el ahorro que supone en costes a los usuarios de la oficina colaborativa.

REVISIÓN CONCEPTUAL Y EFECTOS SOBRE EL CONJUNTO DE LA ECONOMÍA.

Una de las principales ventajas es la imagen que suele acompañar a este tipo de proyectos, más moderna y dinámica que las compañías tradicionales, consiguiendo atraer y dar confianza a clientes y proveedores. La norma principal de este concepto es el tiempo y horario establecidos para los usuarios, se paga por su uso, que puede ir desde periodos muy cortos o días completos hasta años.

Entre otros ejemplos nos encontramos con *ShareDesk* y *Spacebee*. *ShareDesk* es una aplicación con una guía de espacios de trabajo compartidos, cuenta con los instrumentos indispensables y está organizado de una forma ingeniosa e instintiva. Tiene también tarifas gratuitas y de pago en función de los miembros. *Spacebee* es un marketplace para que compañías que cuentan con espacios libres puedan ofertarlos e ingresar dinero por ello. Es un sistema P2P con muchas ubicaciones (más de 600 espacios disponibles²⁶) en diferentes ciudades, concediendo la posibilidad de crear relaciones entre empresas profesionales y nuevas.

2.3.2. Espacios de coworking.

Se entiende por coworking la transformación y el desarrollo de la compartición entre diferentes empresas de una misma oficina. Entre los objetivos del coworking despunta su forma de entender las relaciones laborales, perteneciendo a una nueva comunidad dispuesta a compartir e intercambiar conocimiento, ayudando a su vez al ahorro económico por medio de un aprovechamiento más eficiente de los recursos disponibles.

El coworking es un ejercicio que se expandió de forma vertiginosa en EEUU y posteriormente por Europa y España. España cuenta con más de 1.500 espacios disponibles²⁷. Este tipo de proyectos se ha desarrollado principalmente en los grandes núcleos urbanos, muy relacionado con el concepto de las “shareable cities” o ciudades colaborativas. A raíz de intercambiar conocimientos y proyectos en una mismo espacio se extiende la experiencia colaborativa a los recursos relacionados y al entorno de la ciudad.

Tabla 2.2. Ventajas del coworking.

VENTAJAS DEL COWORKING			
	Redes de contactos.		Buena ubicación.
	Servicios incluidos.		Imagen profesional.

²⁶ Fuente: <http://www.elreferente.es/directorio/Startups/spacebee-29>

²⁷ Fuente: <https://coworkingspain.es/>

REVISIÓN CONCEPTUAL Y EFECTOS SOBRE EL CONJUNTO DE LA ECONOMÍA.



Flexibilidad laboral.



Solidaridad.

Fuente: Adaptado de <https://coworkingspain.es>

Servicios y sectores afectados.

En este caso, a diferencia de los casos expuestos anteriormente, esta nueva forma de entender el trabajo no ha generado controversia por parte de las empresas tradicionales del sector inmobiliario. Es más, es tan interesante esta nueva forma de organización que incluso existen casos de convocatorias públicas dispuestas a financiar proyectos por parte de las autoridades, que consideran estos espacios como una forma eficiente de acelerar e impulsar los negocios de nueva creación. Suelen integrar un centro dotado con subvenciones, con la asesoría de expertos por medio de programas formativos.

Las dos partes han conseguido encontrar su cuota de mercado beneficiándose y ofreciendo valor adicional a los ciudadanos, adaptando los inmuebles al usuario y no al revés. Las plataformas digitales de índole empresarial que llevan a cabo su actividad económica de forma responsable ayudan a crear puestos de trabajo en Europa. Las compañías tradicionales por su parte han hecho uso de estos portales electrónicos para publicitar sus inmuebles y establecer una atención adecuada al cliente actual.

La clave del éxito de ese proyecto colaborativo es la cultura de la solidaridad, en una oficina tradicional no se incentiva una colaboración real entre los compañeros. En cambio este modelo se desarrolla sobre la confianza, aumentando a su vez la productividad y cooperación de los trabajadores.

2.4. Sector moda y lujo.

Según el estudio “monográfico sobre la economía colaborativa” de AECOC, el 47% de la población española ha utilizado plataformas colaborativas el último año²⁸. En esta tendencia, la moda y el lujo es uno de los sectores que se ha visto afectado, atrayendo cada año a más usuarios a beneficiarse de nuevas experiencias colaborativas. Existen productos cuyo coste de adquisición es muy elevado y, o bien no nos lo podemos permitir, o no lo deseamos hacer porque queremos darle un uso esporádico.

Al igual que pasa en otros sectores, el sector textil afecta de forma sustancial a la sociedad y al medioambiente. Encontramos un elevado consumo de energía y agua para su fabricación, uso de sustancias químicas, generación de desechos, etc. Ante esto, cada vez más compañías del sector toman conciencia y promueven iniciativas de reutilización y reciclaje²⁹.

²⁸ Fuente: <https://www.aecoc.es/innovation-hub-informes/informe-economia-colaborativa/>

²⁹ Por ejemplo, la compañía H&M tiene un programa llamado “recogida de ropa”, asentando las bases del reciclaje sostenible.

REVISIÓN CONCEPTUAL Y EFECTOS SOBRE EL CONJUNTO DE LA ECONOMÍA.

Hay proyectos de nueva creación que han visto en este sector una oportunidad para intermediar y se están involucrando de forma progresiva. Por un lado, algunas compañías se encargan de arrendar estos productos a los usuarios. Por otro, están las plataformas digitales que relacionan a los usuarios para que se sean ellos mismos los encargados del intercambio. Ambos casos se pueden catalogar como consumo colaborativo, pero el primero con ciertos límites. Entre los proyectos relacionados con el sector de la moda y el lujo encontramos:

Del primer caso, existen ejemplos de empresas como *Rent the Runaway*. Plataforma B2P (business to people) donde el consumidor abona una cantidad fija al mes por una serie de productos de marcas elitistas con la posibilidad de renovarlos cada poco tiempo.

Del segundo caso, tenemos ejemplos como *Chicfy*. Startup nacida en Málaga, considerado el mercadillo online de ropa más grande de España, donde cualquier persona interesada puede intercambiar prendas que ya no utiliza. Está dirigido principalmente al público femenino y cuenta con más de 1.300.000 usuarios³⁰.

También surgen iniciativas mixtas que juntan modelos P2B (peer to business) y B2P como es el caso de *La Más Mona*. Web de alquiler de prendas fundada en 2012, cuenta con más de 90.000 usuarios que pueden elegir entre más de 1.000 vestidos. Además, ofrece la posibilidad a sus consumidores de rentabilizar las prendas consiguiendo un 50% por cada alquiler.

Servicios y sectores afectados.

La mayoría de estos proyectos nos permiten estrenar ropa sin tener que hacer un desembolso monetario importante. A su vez, ayudan a rentabilizar prendas que no utilizan los usuarios, promoviendo de esta manera la circulación, cooperación y un consumo más responsable.

Este tipo de proyectos colaborativos han sido vistos por algunos consumidores como una alternativa a la moda y el lujo más tradicional. De hecho, se está llegando a plantear como un modelo con prevalencia en el futuro al contar con tantos adeptos.

No parece que exista conflicto entre el modelo tradicional y colaborativo, siendo modelos en la mayoría de los casos complementarios. El consumo colaborativo de moda y lujo, permite a los usuarios que no tienen grandes ingresos probar esta práctica sin adquirir el bien en propiedad. La generación actual desea conservar sus opciones abiertas.

Señalar que para determinados empresarios especializados en bienes de lujo puede no ser el desarrollo que desean obtener del mercado. Existe el riesgo de disminuir sus ventas, ya que los usuarios arrendan una parte del lujo que ofertan, esto ocasiona que los productos no sean tan exclusivos aumentando su accesibilidad y perdiendo el carácter de únicos.

³⁰ Fuente: http://cadenaser.com/programa/2017/03/15/la_ventana/1489603479_483549.html

3. Impacto del consumo colaborativo.

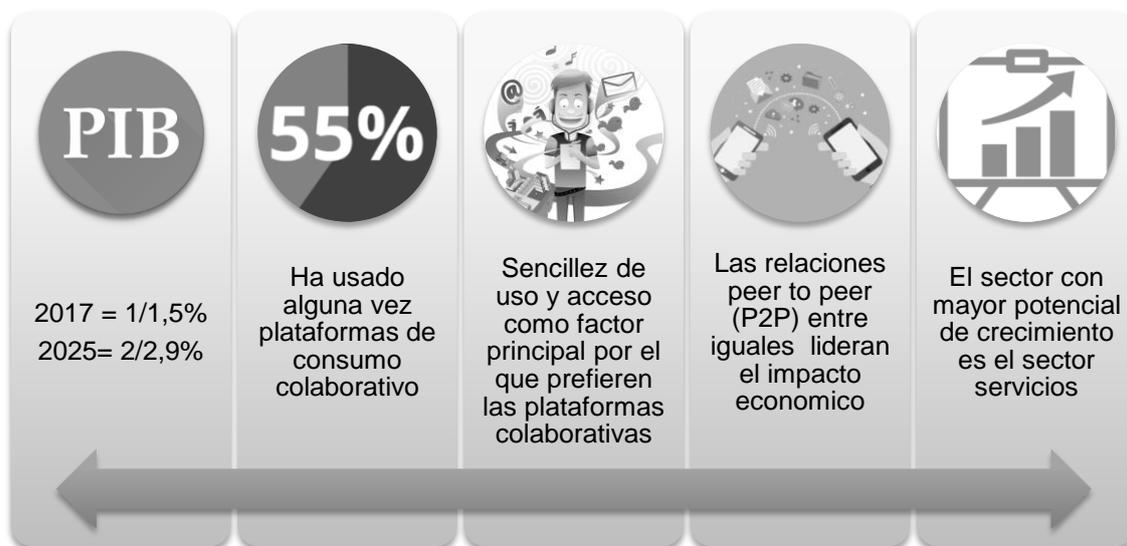
El consumo colaborativo es un modelo económico que se encuentra constantemente en cambio, se necesita más tiempo para comprender la magnitud total del fenómeno. En este apartado presentaré algunas cifras que he conseguido obtener. Adjuntaré la fuente bibliográfica de donde las he extraído que, por lo general, son estimaciones y valores aproximados. De todos modos, considero que es interesante conocer esta información para hacernos a la idea de las dimensiones.

3.1. Repercusión económica.

En relación con las estimaciones económicas que produce el consumo colaborativo, la consultoría y auditoría PriveWaterhouseCoopers (PwC) ha evaluado el tamaño y la presencia en Europa, calculando que el consumo colaborativo factura actualmente unos 15.000 millones de dólares, señalando que obtendrá un volumen de negocio de aproximadamente 560.000 millones de dólares en 2025³¹. Los expertos lo consideran como una oportunidad excepcional para la economía europea que últimamente presentaba unas tasas de desarrollo muy bajas.

En España, un estudio³² de la fundación EY, en consorcio con la Asociación Española de Economía Digital (Adigital), la Fundación de Estudios Financieros, el Círculo de Empresarios y Fundación Cotec ha obtenido los siguientes resultados:

Figura 3.1. Estudio impacto consumo colaborativo en España.



Fuente: Elaboración propia, a partir datos estudio fundación EY.

³¹ Informe: <https://www.pwc.es/es/publicaciones/transformacion-digital/evaluacion-economia-colaborativa-europa.html>

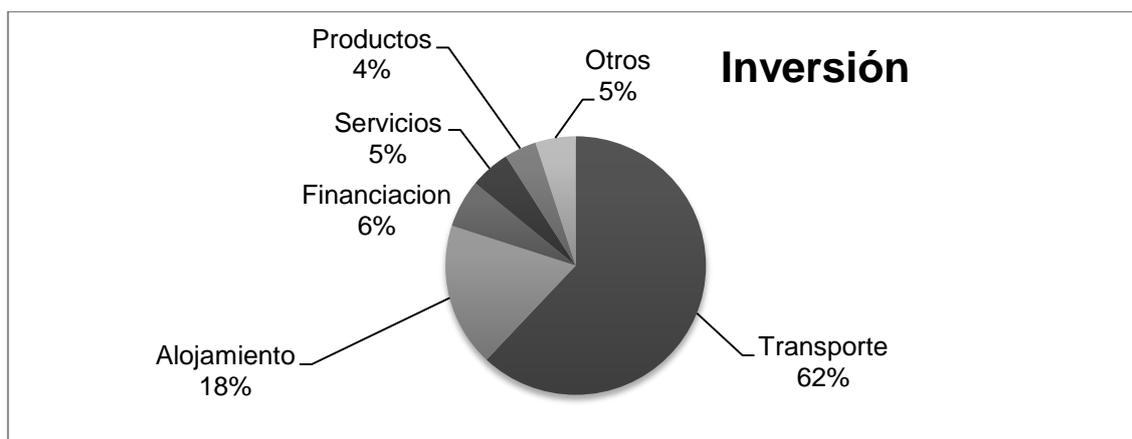
³² Informe: <http://www.gov-up.com/wp-content/uploads/2017/08/GOVUP-Trabajo-en-plataformas-digitales.pdf>

REVISIÓN CONCEPTUAL Y EFECTOS SOBRE EL CONJUNTO DE LA ECONOMÍA.

La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) elaboró un informe³³ sobre el consumo colaborativo arrojando los siguientes resultados:

- Desde el 2000 al 2015, los proyectos relacionados con el consumo colaborativo reunieron una inversión de 25.972 millones de dólares.
- Los sectores que más ayuda han recibido por medio de la inversión son el del transporte, seguido del alojamiento, representando ambos el 80% de las inversiones.

Gráfico 3.1. Distribución por sectores de la inversión 2000-2015.



Fuente: Elaboración propia, a partir datos CNMC.

También señalar el estudio³⁴ realizado por *Avancar* (compañía de *carsharing* líder en España) sobre la repercusión del consumo colaborativo en los españoles. Los resultados señalan que los ciudadanos, que eligen este tipo de consumo, podrían llegar a ahorrar cada año 27.212 millones de euros, evitando la propiedad de bienes y servicios. Esto supone un ahorro medio de 934€ por persona y año. Madrid y Cataluña se establecen como las regiones donde más aceptación está teniendo, un 81% y un 79% respectivamente afirman haber hecho uso de bienes y servicios compartidos.

Para tener una idea más clara de la repercusión económica, analizaremos el caso de *Airbnb* en la Comunidad de Madrid con datos de 2017. En un informe³⁵ publicado por la compañía se identifican un total de 663.000 huéspedes alojados el último año. La actividad económica generada por anfitriones y huéspedes fue de 462 millones de euros, de los cuales 65,4 millones fueron obtenidos por los anfitriones locales. En 2017 había registrados en la Comunidad de Madrid 9.200 anfitriones, lo que se traduce en unos ingresos anuales medios por anfitrión de 3.640 euros.

³³ Informe:

https://www.bez.es/images/carpeta_gestor/archivos/RESULTADOS_PRELIMINARES.pdf

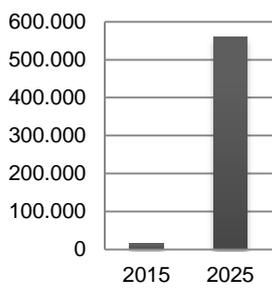
³⁴ Informe: <https://www.avancar.es/payl>

³⁵ Informe: https://www.airbnbcitizen.com/wp-content/uploads/sites/19/2017/04/2016_EIS_Madrid_ES.pdf

REVISIÓN CONCEPTUAL Y EFECTOS SOBRE EL CONJUNTO DE LA ECONOMÍA.

A modo de resumen, la tabla que se muestra a continuación recoge las cifras más destacadas que he recopilado sobre el consumo colaborativo:

Tabla 3.1. Cifras sobre el consumo colaborativo por negocio y sectores.

Negocio	Cifras
<p>Volumen (\$)</p>	 <p>Se estima que evolucione desde 15.000 millones de dólares en 2015 hasta 560.000 millones en 2025 en todo el mundo.</p> <p>Los ingresos de las plataformas se estima que aumenten hasta 40.000 millones en el año de 2022³⁶</p>
Sector	Cifras
<p>Alojamiento (<i>Airbnb</i>, España)</p>	 <p>4.170 millones de euros ha generado <i>Airbnb</i> con su actividad económica</p> <p>187.000 alojamientos en <i>Airbnb</i> en España a 31 de diciembre de 2016.</p> <p>Supone cerca del 35% de los viajes de residentes españoles.</p>
<p>Transporte (<i>BlaBlaCar</i>)</p>	 <p><i>BlaBlaCar</i> cuenta con más de 5 millones de usuarios en España, la mayor parte se encuentran en Andalucía (31%)³⁷.</p> <p>Está presente en 22 países.</p> <p>Recibió una inversión de 100 millones de dólares durante los primeros meses de 2014.</p>

Fuente: Elaboración propia, a partir de los datos publicados por las plataformas.

³⁶ Estudio de Juniper Research. (2017). <https://www.juniperresearch.com/press/press-releases/sharing-economy-revenues-to-double-by-2022>

³⁷ Informe: <https://www.blablacar.es/newsroom/noticias/blablacar-alcanza-los-5-millones-de-usuarios-en-espana>

3.2. El consumo colaborativo y la distribución de la riqueza.

Otro de los puntos fuertes que se destacan de este nuevo sistema económico colaborativo es el de favorecer una distribución de la riqueza más eficaz y equitativa en el territorio, siendo el ejemplo más evidente el turismo colaborativo. Cuando alquilamos o reservamos la habitación de un hotel el principal beneficiado es el propietario, los trabajadores solo perciben un salario por su trabajo. De forma alternativa, al alojarnos en pisos alquilados va a ser mucho mayor el número de propietarios que van a percibir el beneficio integro, es decir, se consigue que el impacto sea mayor en el destino al aumentar el número de propietarios. De todos modos no hay estudios, al menos concluyentes, que fundamenten esta teoría y en el futuro se deberá contrastar.

La distribución de la riqueza es uno de los estadísticos empleados para analizar el nivel de desigualdad distributiva de una sociedad. España es de los países de Europa donde la crisis ha generado más desigualdad, donde al mismo tiempo que aumentan los ricos se incrementa la precariedad. Como respuesta a la propiedad de una parte minoritaria se establece el compartir de muchos. Así nace el éxito del consumo y las plataformas colaborativas, como una respuesta contra esa desigualdad presente en la sociedad.

Muchos autores sostienen que el consumo colaborativo constituye un canal accesorio para el empleo como fuente de ingresos adicionales a su fuente principal. Plataformas digitales como *Airbnb* te dan la posibilidad de alquilar habitaciones disponibles, perfecto para aquellas personas que les surge la necesidad de complementar su salario fijo.

En contraposición a este punto de vista, nos encontramos personas que piensan que, cuando ponemos a disposición una habitación en estas plataformas digitales, el que resulta realmente beneficiado es la propia plataforma, mientras que el arrendador únicamente consigue una pequeña cuota, nada significativo. En cambio, este argumento podría ser igualmente válido para el alojamiento tradicional cuando las agencias de viajes actúan intermediando. Según un informe³⁸ realizado en la Comunidad de Madrid por *Airbnb*, los inquilinos pueden complementar su sueldo con unos ingresos medios aproximados de 3.400 euros.

Hay que señalar que el objetivo con el que surgieron las plataformas digitales era dirigido directamente hacia el usuario que buscaba alquilar su coche o una habitación infrautilizada. Al aumentar el número de usuarios a veces ocurre que el concepto originario se va perdiendo y surgen propietarios con una flota de vehículos o con un gran número de inmuebles, potenciando de esta manera las prácticas rentistas de aquellos que disponen de bienes en una situación ventajosa.

En mi opinión, el fenómeno del consumo colaborativo es tan reciente que aún es demasiado pronto como para detallar específicamente los efectos que va a producir en la distribución de la riqueza. Todavía no existen datos suficientes ni estadísticas, muchas de las actividades escapan a la medición.

³⁸ https://www.airbnb citizen.com/wp-content/uploads/sites/19/2017/04/2016_EIS_Madrid_ES.pdf

3.3. El consumo colaborativo y la economía sumergida.

Es frecuente confundir o relacionar el consumo colaborativo con la economía sumergida. Se publican opiniones sobre que el consumo colaborativo fomenta prácticas de economía sumergida cuando se producen intercambios con contraprestaciones económicas. José Luis Zimmermann, Director General de la Asociación Española de Economía Digital (Adigital) dice en una conferencia³⁹ para EAE BUSSINES SCHOOL que *“la realidad indica que esto no es así, si se tiene la inteligencia y la audacia puede producir justamente el efecto contrario”*.

Según la Confederación Intersectorial de Autónomos del Estado Español (CIAE) economía colaborativa es sinónimo de economía sumergida⁴⁰. Consideran que es una situación perfecta para no declarar los ingresos y defraudar a Hacienda. Cuando alojas a alguien en tu casa y te paga por ello, nadie se entera. Es extrapolable a llevar a alguien en nuestro coche y cobrarle, nadie se va a enterar, etc.

Nada más lejos de la realidad. Al comunicarse por medio de plataformas digitales, abonando el dinero por medio de las mismas, pasa justamente lo contrario. Cada transacción queda guardada y, por cada retribución figura un documento justificante.

Esto no quiere decir que no se vaya a producir algún tipo de economía sumergida. Solo es un argumento más para entender mejor el movimiento. No existe únicamente la figura del cliente y el proveedor sino que la plataforma juega un papel crucial. El último agente que falta para facilitar que no se den estas situaciones es el Estado por medio de la regulación.

A la Agencia Tributaria le inquieta que una parte importante del sector turístico forme parte de la economía sumergida. Una declaración que forma parte del Plan Anual de Control Tributario y Aduanero del año 2016 anunciaba que iban a controlar a aquellos que cediesen de forma opaca viviendas a través de plataformas digitales.

Según el Consejo General de Economistas, la economía sumergida represento en 2017 el 16% del PIB⁴¹. Este mismo consejo aboga por facilitar la regulación y sugieren potenciar el empleo de formas de pago digitales, que contribuyen a controlar las operaciones bancarias y poder seguir el rastro, creando una red de cooperación entre países europeos.

³⁹ EAE BUSSINESS SCHOOL. (2016). La economía colaborativa y el nuevo ciudadano productor. Disponible en

<https://www.youtube.com/watch?v=IRNb1zu9sXI&t=4264s&index=47&list=WL>

⁴⁰ Piden al Gobierno que siga los pasos de otros países europeos y actúe contra la economía sumergida para que no puedan valerse de la competencia desleal.

⁴¹ También señalan que esta pérdida de recaudación representa en torno al 2,5% de la economía española.

**CONCLUSIONES Y UNA
MIRADA AL FUTURO.**

CONCLUSIONES Y UNA MIRADA AL FUTURO.

CONCLUSIONES Y UNA MIRADA AL FUTURO.

En este último punto del Trabajo Fin de Grado presentaré las conclusiones que he extraído de este nuevo modelo económico colaborativo. Quizá la conclusión más evidente es que el consumo colaborativo ha venido para quedarse, ya poca gente cataloga este fenómeno de moda transitoria sino que se hace referencia a una transformación cultural. Nadie puede predecir de forma certera el futuro de un comportamiento que se cifra en billones de unidades monetarias.

Se detallan a continuación las principales conclusiones, así como una mirada al futuro del consumo colaborativo.

Conclusiones.

1. El consumo colaborativo apoyado por las NTIC (que han colaborado reduciendo costes y diversificando el riesgo) revive comportamientos basados en el intercambio y la colaboración, que fueron sustituidos por el hiper consumismo. Permite optimizar los recursos disponibles, favoreciendo el ahorro y minimizando el impacto medioambiental pernicioso.
2. Ocasiona una alternativa de consumo accesorio a las ofertadas en el modelo tradicional, rediseñando nuestra sociedad. Con el surgimiento del consumo colaborativo el usuario posee más opciones donde satisfacer sus necesidades. A su vez ocasiona que las empresas tradicionales deban adaptarse a esta nueva realidad.
3. A pesar de la reciente aparición de este fenómeno colaborativo, los datos muestran la gran capacidad de expansión y el futuro potencial de este modelo de negocio que está modificando la forma de entender las relaciones. La recesión económica ha mermado la capacidad económica de las familias que se han ayudado de modelos colaborativos para minimizar los efectos adversos de esta.
4. Si bien el consumo colaborativo está afectando a multitud de sectores productivos, el sector del turismo es el que más se está beneficiando, principalmente en temas que guardan relación con el transporte y el alojamiento. Como generalmente ocurre, las empresas tradicionales que tenían una cuota importante del mercado, ven peligrar su situación al aparecer nuevos oferentes que irrumpen en un mercado sin apenas regulación.
5. La celeridad y las dimensiones del consumo colaborativo variarán en relación con las políticas públicas aprobadas. Deben producirse las renovaciones necesarias para organizar las plataformas digitales para legitimar y dar estabilidad a los proyectos.

CONCLUSIONES Y UNA MIRADA AL FUTURO.

Una mirada al futuro.

Aún desconozco si este cambio de mentalidad supondrá el final de la época capitalista. Lo que si pienso es que la llegada del consumo colaborativo constituirá un medio para proteger el planeta y promover un modelo eficiente apoyado en la abundancia.

Hay que admitir que el planteamiento de un modelo económico con bienes y servicios cerca de ser gratuitos puede parecer irracional y disparatado; pero está ocurriendo y es poco probable que se vaya a detener o revertir. Se anteponen proyectos que añaden valor a la mayoría de la población y no exclusivamente a unos pocos.

Autores como Jeremy Rifkin en su libro “la sociedad del coste marginal cero” nos advierten de esta transformación del sistema capitalista a un periodo colaborativo. Teoría que cada año adquiere más trascendencia, y de la que se espera que restaure la biosfera, estableciendo una economía mundial más equitativa, condescendiente y sostenible.

Al más corto plazo, creo que se va a producir una predisposición a crear iniciativas de consumo colaborativo entre personas que de alguna manera se encuentran conectadas, como es el caso de comunidades de propietarios, empleados de una compañía o estudiantes. Esto se puede traducir en compartir viajes, espacios o utensilios entre ellos.

Considero que el futuro del consumo colaborativo está en adentrarse en sectores que se encuentran vacíos o en los que poseen una elevado rendimiento en la actualidad. Pudiendo dar lugar a modelos B2B (business to business) entre empresas que disponen de bienes colectivos.

Frente a estas teorías, hay autores que poseen una visión distinta. Existe un colectivo que considera que el consumo colaborativo se va a asemejar cada día más al modelo tradicional, con pocas diferencias entre ambos. Consideran que si el consumo colaborativo se sigue desarrollando y extendiendo, llegará el día en que las personas compren vehículos o cualquier otro bien, con el único objetivo de ofrecer un servicio por medio de una plataforma. Entonces, la utilización de bienes infrautilizados dejará de ser real.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

Libros y revistas científicas.

Aznar-Travel, A. (2017): *Economía colaborativa, alojamiento y transporte*. Aranzadi, Navarra.

Botsman, R. y Rogers, R. (2010): *Whats's mine is your; the rise of collaborative consumption*. Harper Businnes, New York.

Bulchand, J. y Melián, S. (2017): *La revolución de la economía colaborativa*. LID Editorial Empresarial, Madrid.

Cañigueral, A. (2014): *Vivir mejor con menos: descubre las ventajas de la nueva economía colaborativa*. Penguin Random House Grupo Editorial, Barcelona.

Felber, C. (2015): *La economía del bien común*. Deusto Grupo Planeta, Barcelona.

Gansky, L. (2011): *The mesh: why the future of business is sharing*. Penguin Group, New York.

Rifkin, J. (2000): *La era del acceso: la revolución de la nueva economía*. Paidós, Barcelona.

Rifkin, J. (2011): *La tercera revolución industrial: cómo el poder lateral está transformando la energía, la economía y el mundo*. Paidós, Barcelona.

Rifkin, J. (2014): *La sociedad de coste marginal cero*. Paidós, Barcelona.

Slee, T. (2016): *Lo tuyo es mío: contra la economía colaborativa*. Taurus, España.

Todoli-Signes, A. (2015): *El impacto de la "uber economy" en las relaciones laborales: los efectos de las plataformas virtuales en el contrato de trabajo*. IUSLabor. Valencia.

Todoli-Signes, A. (2017): *El trabajo en la era de la economía colaborativa*. Tirant Lo Blanch, Valencia.

Todoli-Signes, A. (2018): *Trabajo en plataformas digitales: innovación, Derecho y mercado*. Aranzadi, Navarra.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

Webs consultadas.

Adigital | Asociación Española de la Economía Digital. Disponible en: <https://www.adigital.org/> (Último acceso: 18-10-2018).

Airbnb, <<Airbnb Economic Impact>>, The Airbnb Blog. Belong Anywhere. Disponible en: <http://blog.airbnb.com/economic-impact-airbnb/> (Consultado el 9 de mayo de 2018).

ADIRELAB | Asociación de Directivos de Relaciones Laborales. Disponible en: <http://www.adirelab.es/> (Último acceso: 18-10-2018).

Blog “consumo colaborativo”. Disponible en: <http://www.consumocolaborativo.com/2013/02/14/comando-actualidad-consumocolaborativo-introduccion/> (Último acceso: 02-11-2018).

Cañigueral, A. (2013). “El acceso es mejor que la propiedad”, publicado en los apartados de Cultura digital, Legislación, Mercado y Redes de la revista Mosaic de la Universitat Oberta de Catalunya. Disponible en: <http://mosaic.uoc.edu/2013/02/27/el-acceso-es-mejor-que-la-propiedad/> (Consultado el 15 de septiembre de 2018).

Curso Ouishare de economía colaborativa. Disponible en: <http://www.economiacolaborativa.org/component/joomooc/curso/1> (Último acceso: 20-10-2018).

Community Coworking. En <https://coworkingspain.es/> (Último acceso: 20-10-2018).

Concepción Salza, C. (2014). ¿Qué es Uber?. Disponible en: <http://www.zonamovilidad.es/noticia/8140/Aplicaciones/Que-es-Uber.html> (Último acceso: 19-10-2018).

Haro y Cereijo- Riesgos y limitaciones económicas del consumo colaborativo. Disponible en: <https://es.scribd.com/document/374967741/Haro-y-Cereijo-Riesgos-y-limitaciones-economicas-del-consumo-colaborativo> (Último acceso: 19-10-2018).

Informe Europa 2020: iniciativas emblemáticas para un crecimiento inteligente, sostenible e integrador. Disponible en: http://ec.europa.eu/europe2020/europe-2020-in-anutshell/priorities/smart-growth/index_es.htm (Último acceso: 20-10-2018).

Muñoz, M. (2017). The innova room. Disponible en: <https://www.theinnovaroom.com/economia-colaborativa-vs-negocios-tradicionales/> (Consultado el 6 de septiembre de 2018).

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

Informes.

Adecco Group y LinkedIn. (2017). Análisis de la Gig Economy. Disponible en: <https://adecco.es/wp-content/uploads/2017/11/NdP-Estudio-Global-Adecco-sobre-el-Trabajo-Flexible.pdf>

ADiReLab. (2017). El futuro del trabajo y de la función de las relaciones laborales. Disponible en: <https://confilegal.com/wp-content/uploads/2017/06/ESTUDIO-ADIRELAB-INFORME-EL-FUTURO-DE-LAS-RRLL-2017.pdf>

Airbnb. (2017). Informe sobre la comunidad de Airbnb en Madrid. Disponible en: https://www.airbnbcitizen.com/wp-content/uploads/sites/19/2017/04/2016_EIS_Madrid_ES.pdf

Avancar. (2014). Tendencias del consumo colaborativo en España. Disponible en: <https://www.avancar.es/payl>

AECOC. (2018). Monográfico sobre la economía colaborativa. Disponible en: <https://www.aecoc.es/innovation-hub-informes/informe-economia-colaborativa/>

Colegio oficial de ingenieros de telecomunicación y la asociación española de ingenieros de telecomunicación. (2015). Informe sobre economía colaborativa y perspectivas de los derechos fundamentales en la sociedad digital. Disponible en: <https://www.aeit.es/noticias/informes-sobre-economia-colaborativa-y-perspectivas-de-los-derechos-fundamentales-en-la>

COMISIÓN EUROPEA (2016). Comunicación al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Científico Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones sobre una Agenda Europea para la economía colaborativa. Disponible en: <http://ec.europa.eu/docsroom/documents/16881/attachments/2/translations/es/renditions/pdf>

Comisión Nacional del Mercado de la Competencia. (2016). Estudio sobre los nuevos modelos de prestación de servicios y la economía colaborativa. Disponible en: https://www.bez.es/images/carpeta_gestor/archivos/RESULTADOS_PRELIMINARES.pdf

Comité Económico y Social Europeo. (2014). Dictamen sobre el consumo colaborativo o participativo: un modelo de sostenibilidad para el siglo XXI. Disponible en: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=uriserv:OJ.C_.2014.177.01.0001.01.SPA

Ecodes y Gobierno de Aragón. (2013). Consumo colaborativo y economía compartida: una visión general y algunas experiencias en Aragón. Disponible en: <https://ecodes.org/notas-de-prensa/otra-forma-de-entender-el-consumo-para-combatir-la-crisis#.Wz0oz9UzZph>

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

Generalitat de Catalunya. (2017). Informe de la Comisión interdepartamental de la economía colaborativa. Disponible en: http://economia.gencat.cat/web/.content/70_economia_catalana/arxius/economia-collaborativa/Informe-economia-collaborativa.pdf

HostelTUR (2014). Turismo P2P o colaborativo. Disponible en: <https://es.slideshare.net/acanyi/reportaje-turismop2pnuevosintermediariosonegociosincontrol>

INE (2017): España en cifras. Disponible en: http://www.ine.es/prodyser/espaa_cifras/2017/index.html

Juniper Research. (2017). Sharing Economy: Opportunities, Impacts & Disruptors 2017-2022. Disponible en: <https://www.juniperresearch.com/press/press-releases/sharing-economy-revenues-to-double-by-2022>

Ostelea School of Tourism and Hospitality. (2018). Plataformas de economía colaborativa: una Mirada global. Disponible en: <https://www.ostelea.com/es/actualidad/noticias/se-preve-que-sector-economia-collaborativa-aumente-sus-ingresos-un-2000-10-anos>

PwC. (2016). Assessing the size and presence of the collaborative economy in Europe. Disponible en: <https://www.pwc.es/es/publicaciones/transformacion-digital/evaluacion-economia-collaborativa-europa.html>